## LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA. EMPRESAS Y EMPRESARIOS EN ESPAÑA, 1997-2006

## ANTONIO GARCÍA TABUENCA JOSÉ LUIS CRESPO ESPERT FEDERICO PABLO MARTÍ FERNANDO J. CRECENTE ROMERO

(Ayudante de investigación)

(Instituto de Análisis Económico y Social, SERVILAB, Universidad de Alcalá)

# LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA. EMPRESAS Y EMPRESARIOS EN ESPAÑA, 1997-2006

FUNDACIÓN RAFAEL DEL PINO

**Marcial Pons** 

MADRID | BARCELONA | BUENOS AIRES 2008

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del «Copyright», bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

- © Antonio García Tabuenca, José Luis Crespo Espert, Federico Pablo Martí Fernando J. Crecente Romero
- © Fundación Rafael del Pino
- © MARCIAL PONS

EDICIONES JURÍDICAS Y SOCIALES, S. A.

San Sotero, 6 - 28037 MADRID

**5** (91) 304 33 03

ISBN: 978-84-9768-461-3

Depósito legal: 2008

Diseño de la cubierta: Álvaro Reyero

Fotocomposición: Josur Tratamiento de Textos, S. L.

Impresión: Elecé, Industria Gráfica, S. L.

Polígono El Nogal

Río Tiétar, 24 - 28110 Algete (Madrid)

MADRID, 2008



## ÍNDICE

	_	Pág.
PR	ESENTACIÓN	13
NO	TA INTRODUCTORIA	15
	CAPÍTULO I	
	EMPRENDEDORES Y EMPRESAS	
1.	INTRODUCCIÓN	19
2.	EQUILIBRIO DE EMPRESARIALIDAD	22
3.	ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TEMPRANA Y CONSOLI-	
	DADA	25
4.	EL EMPRENDEDOR	27
5.	LA EMPRESA	30
6.	ENFOQUE DEL TRABAJO	32
	CAPÍTULO II	
	DATOS Y METODOLOGÍA	
1.	INTRODUCCIÓN	35
2.	FUENTE DE INFORMACIÓN UTILIZADA E IDENTIFICACIÓN	
	DE LOS GRUPOS DE ESTUDIO	36
3.	MUESTRAS DE EMPRESAS	37
4.	ESQUEMA DE RATIOS Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS CUANTITATIVO	41

10 ÍNDICE

		Pág.
	A) Metodología del análisis estadístico     B) Metodología de análisis econométrico	
5.	METODOLOGÍA DE ANÁLISIS CUALITATIVO: ENCUESTA.	4
	<ul> <li>A) Encuesta a los emprendedores ya encuestados en 2002</li> <li>B) Encuesta a nuevos emprendedores</li> <li>C) Metodología de análisis de la encuesta</li> </ul>	5
	CAPÍTULO III	
	EMPRESARIOS EN ESPAÑA: PERFIL Y CARACTERÍSTICAS	
1.	INTRODUCCIÓN	(
2.	CARACTERIZACIÓN DEL EMPRESARIADO ESPAÑOL	
	A) Principales rasgos	
	B) Las motivaciones personales	
3.	LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO EMPRESARIAL.	
	A) Dimensión, edad y crecimiento	
	B) Decisiones empresariales C) Estructura laboral	
4.	LA VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS EMPRESARIALES	S. 1
	A) Las razones que explican el éxito y supervivencia	
5.	CONCLUSIONES	1
	CAPÍTULO IV	
	DETERMINANTES Y CREATIVIDAD COMPETITIVA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	
1.	FACTORES DETERMINANTES DE LA ACTIVIDAD EMPREN DEDORA	
	A) Variables para el estudio factorial	
	B) Características de los factores que definen al emprendedor  C) Agrupaciones de empresarios y características de cad grupo	a
	D) Conclusiones	
2.	EMPRENDEDORES Y CREATIVIDAD COMPETITIVA	1
	A) ¿Comportamientos diferentes en los emprendedores creativos?.  B) Conclusiones	

	_	Pág.
	CAPÍTULO V	
C	OMPORTAMIENTOS Y EFICIENCIA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA, 1997-2004	
1.	INTRODUCCIÓN	157
2.	ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE LAS RATIOS Y SUS AGRUPACIONES	160
	A) Ratios de composición de la estructura del capital económico	161
	<ul> <li>B) Ratios de composición de la estructura de capital financiero</li> <li>C) Ratios de composición de la estructura de capital-cobertura</li> <li>D) Ratios de indicadores de gestión de actividad</li> </ul>	164 168 172
	E) Ratios de indicadores de gestión de costes	176 180 183
3.	G) Ratios de indicadores financieros de liquidez y solvencia ANÁLISIS DE LAS RATIOS DE EFICIENCIA: RENTABILIDAD Y PRODUCTIVIDAD	187
	<ul> <li>A) Análisis económico-financiero de las ratios de rentabilidad y productividad</li> <li>B) Descomposición de la rentabilidad económica y financiera</li> <li>C) Análisis econométrico de las variables de eficiencia</li> </ul>	190 193 198
4.	COMPORTAMIENTOS Y EFICIENCIA DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS	201
5.	CONCLUSIONES. EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN	206
	CAPÍTULO VI	
	SÍNTESIS Y CONCLUSIONES	
1. 2.	EMPRENDEDORES Y EMPRESAS	213 216
3.	CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRESARIOS	217
4.	DETERMINANTES DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL Y DE LA ACTIVIDAD CREADORA	222
5.	COMPORTAMIENTOS Y EFICIENCIA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA, 1997-2004	224
6.	SUGERENCIAS FINALES DE LA INVESTIGACIÓN	228
BIE	BLIOGRAFÍA	231
AN	EXOS (Figuran en el cd-rom adjunto a la obra)	

## **PRESENTACIÓN**

La figura del emprendedor es fundamental en las modernas economías de mercado desarrolladas, caracterizadas por el ejercicio de la libertad económica en un marco de regulación eficiente. En este contexto, el emprendedor contribuye al desarrollo económico y a la cohesión social. Por ello es objeto de una atención creciente. Una sociedad avanzada exige emprendedores con capacidad de transformar las condiciones de la actividad económica de acuerdo con las exigencias de unos mercados cada vez más globalizados y competitivos. El emprendedor empresarial detecta oportunidades de negocio, asume riesgos y es el agente principal de la creación y aplicación de ideas innovadoras que contribuyen a transformar los procesos de producción y distribución en beneficio de la competitividad empresarial y del bienestar de los ciudadanos. Por esta razón, el conocimiento sobre la actividad emprendedora y el apoyo a la misma son fundamentales. El origen del libro que el lector tiene en sus manos se encuentra en estas motivaciones e ideas.

Los profesores Antonio García Tabuenca, José Luis Crespo Espert y Federico Pablo Martí presentan, de nuevo, los resultados alcanzados tras su investigación sobre la actividad emprendedora en España. El trabajo se ha llevado a cabo al abrigo de SERVILAB, de la Universidad de Alcalá de Henares, uno de estos extraños, por poco frecuentes en el campo del análisis económico, reductos de investigación amparados por las universidades públicas.

El trabajo, como se esperaba, reúne la calidad necesaria y el rigor exigido. Su publicación tiene lugar tras la pertinente consideración de los comentarios de los evaluadores anónimos que han contribuido a mejorar el resultado final de la investigación realizada.

14 PRESENTACIÓN

Con la tradición académica como referencia, los autores se han adentrado por la compleja senda del análisis empírico. Trabajar con datos no es sencillo, dada su escasez y, con frecuencia, escasa calidad. La base de datos SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos) resuelve parte del problema pero no totalmente. Es necesario complementar su información con la procedente de la consulta directa a los emprendedores mediante la oportuna encuesta. También ésta es una tarea ardua, afortunadamente, en este caso, coronada con el éxito mediante la aplicación pertinente del análisis econométrico. La articulación de los datos procedentes de ambas fuentes permite explicar la entrada y permanencia en la actividad empresarial a partir de la consideración de variables complementarias de distinta enjundia: psicológicas, de entorno y organizativas.

Se han tomado en consideración los datos correspondientes a 507 empresas adecuadamente seleccionadas a partir de un proceso aleatorio: 285 coincidentes con el primer análisis y 222 incorporadas por primera vez para recoger las características de las empresas que han iniciado sus actividades en los tres años anteriores a la realización de la encuesta. Los autores consideran que la muestra es suficientemente representativa para que los datos reflejen con la precisión adecuada la realidad emprendedora de la economía española.

Muchos son los resultados alcanzados. Sin embargo, quiero destacar tan sólo algunos de ellos. En primer lugar, la intensificación de la incorporación de la mujer a las actividades emprendedoras, especialmente en las de nueva creación. En segundo lugar, el bajo nivel de estudios del 40 por 100 del empresariado español, aunque esta característica no se considera como un factor relevante del fracaso empresarial. En tercer lugar, la importancia de la experiencia laboral previa y el conocimiento de la actividad como causas destacadas del inicio de la iniciativa empresarial. En cuarto lugar, la relevancia de la tradición familiar. Y, por último, la reducida proporción de empresas que arriesgan sus recursos en inversiones relacionadas con la I+D, pese a la importancia que los emprendedores atribuyen a la misma. La comodidad de la compra, reflejo de la aversión al riesgo, prevalece sobre la incertidumbre vinculada a la inversión en innovación, pese a las expectativas abiertas por los aciertos.

En definitiva, el trabajo ofrecido por los autores —el segundo de la serie— es un buen producto que, con seguridad, contribuirá a mejorar el conocimiento que tenemos de la realidad empresarial española.

Amadeo Petitbò Director de la Fundación Rafael del Pino

### NOTA INTRODUCTORIA

El contenido de este libro es el resultado de una cuidadosa investigación realizada en el Instituto de Análisis Económico y Social (SER-VILAB) de la Universidad de Alcalá, de acuerdo con el Convenio de Colaboración suscrito por el Director de la Fundación Rafael del Pino y el Rector de la Universidad de Alcalá en noviembre de 2005. El objetivo de dicho Convenio fue realizar una investigación que permitiese ofrecer un panorama descriptivo y analítico de la dinámica emprendedora y empresarial en España, facilitando asimismo datos y elementos para comprender las posibles razones que impulsan o frenan a quien toma el reto de desarrollar una actividad empresarial. El Convenio permitía con ello dar continuidad a la línea de investigación iniciada en 2002 con el apoyo de la Fundación Rafael del Pino, que dio lugar al Primer Informe de la Actividad Emprendedora, 2001, realizado por los investigadores del Instituto profesores Antonio García Tabuenca, Justo DE JORGE MORENO y Federico Pablo Martí. El libro publicado por la editorial Marcial Pons en 2004, con el título Emprendedores y espíritu empresarial en España en los albores del siglo XXI, constituyó una versión revisada de la investigación que se había realizado previamente.

De forma análoga al proceso anterior, este libro es asimismo el fruto de una amplia monografía de investigación que, de acuerdo con lo estipulado en el ya citado convenio de 2005, estudia con profundidad la actividad emprendedora en España durante el periodo 1997-2005. En la investigación se aúnan la utilización de técnicas de análisis cualitativo, propias del análisis social, y cuantitativo, adaptadas al tratamiento de información económico-financiera. La metodología utilizada pretende acercar como un único objeto de estudio la perspectiva del empresario y de la empresa, es decir, del emprendedor y del instrumento creado para

desarrollar su iniciativa. Para ello, se acometió una amplia encuesta a empresarios y un profundo análisis de la información proporcionada por los estados financieros de las empresas. La encuesta se planteó con un doble objetivo. El primero era conocer las razones de entrada, supervivencia y éxito en la actividad empresarial de los nuevos emprendedores y de aquéllos en consolidación que habían sido encuestados en el año 2002, con motivo del Primer Informe de Emprendedores, antes citado. El segundo objetivo a lograr fue identificar los factores determinantes y las agrupaciones de empresarios según su modo y compromiso empresarial. El análisis de la información económico-financiera pretende conocer con rigurosidad el desempeño y actividad de las empresas diferenciándolas según su tamaño y edad, en el período objeto de estudio Esta segmentación de la estructura empresarial española permite obtener evidencia empírica sobre las relaciones existentes entre las distintas etapas de crecimiento y maduración de las empresas y su eficiencia. Igualmente, ofrece orientaciones y posibles indicaciones a los nuevos emprendedores sobre la senda que sigue la actividad de las empresas en nuestro país a nivel agregado.

El libro consta de seis capítulos. El primero de ellos sirve para encuadrar el trabajo realizado dentro del campo de investigación académica del Entrepreneurship y presenta el enfoque ecléctico adoptado. El segundo describe pormenorizadamente el proceso desarrollado en la investigación con objeto de disponer de los datos precisos y en la forma adecuada para que pudiesen ser analizados cualitativa y cuantitativamente; en este mismo capítulo se exponen asimismo las metodologías estadísticas y econométricas empleadas. El tercer capítulo identifica las características de los empresarios españoles a través de la información obtenida de la encuesta realizada, siguiendo la pauta de la llevada a cabo en 2002. El cuarto capítulo profundiza en dos aspectos del comportamiento de los empresarios, los determinantes y la creatividad competitiva de la actividad emprendedora. En el quinto se investigan las diferencias que presentan los colectivos de empresas, resultado de la segmentación por edades y tamaños de las mismas, centrando particularmente la atención en definir y detallar los rasgos económico-financieros más significativos que caracterizan a las empresas de reciente creación en España. Por último, el capítulo sexto ofrece una síntesis del trabajo realizado y presenta las conclusiones de la investigación.

Como Director del Instituto de Análisis Económico y Social de la Universidad de Alcalá —previamente Laboratorio de Investigación de las Actividades de Servicios (SERVILAB)— desde su creación en 1996 hasta el verano de 2007, agradezco muy sinceramente a los Doctores Antonio GARCÍA TABUENCA (que además ha actuado como Director del

NOTA INTRODUCTORIA 17

proyecto), José Luis Crespo Espert y Federico Pablo Martí, así como a Fernando Crecente Romero—ayudante de investigación—, los esfuerzos que han permitido llevar a buen fin el proyecto de investigación que constituye la base de este libro, desarrollado con rigurosa metodología y entusiasmo que han culminado en un excelente análisis sobre un tema que, por su clara repercusión en la vida económica, adquiere cada vez más relevancia en el debate académico y tiene una clara proyección hacia la realidad de la economía española actual. Una magnífica muestra de esta relevancia es el libro publicado este mismo año por Springer con el título *Entrepreneurship. Concepts, Theory and Perspectiva*, en el que sus editores, los doctores Álvaro Cuervo, Domingo Ribero y Salvador Roig, recopilan un conjunto de artículos esenciales para todos aquellos investigadores que se adentran en este campo.

Juan R. CUADRADO ROURA Catedrático de Economía Aplicada - Política Económica

Alcalá de Henares y Madrid, a 1 de octubre de 2007

## CAPÍTULO I

### **EMPRENDEDORES Y EMPRESAS**

#### 1. INTRODUCCIÓN

Desde principios de la década de los ochenta, viene observándose en los países desarrollados un creciente interés por el papel de la actividad emprendedora en el crecimiento económico. Este fenómeno está ligado a los cambios que en los últimos decenios se han producido en el funcionamiento de la economía. Entre otros, se ha pasado de una economía gestionada (management economy) en la que la gran empresa ocupaba un papel predominante, a una economía emprendedora (entrepreneurs-hip economy) en la que la pequeña empresa y, más concretamente, el emprendedor se han constituido en los motores del crecimiento económico (Audretsch y Thurik, 2004).

Emprendedores y empresas de menor dimensión, gracias a su flexibilidad para la entrada y salida de los mercados, consiguen adaptarse con rapidez a los cambios en los procesos productivos y en la demanda derivados, en buena medida, del avance tecnológico; también son un elemento esencial para la cohesión social e integración de inmigrantes y, en general, de minorías (Leebaert, 2006). Como consecuencia, los nuevos emprendimientos, el autoempleo, los pequeños negocios, las microempresas y las pyme, denominaciones distintas de un mismo ambiente económico, se han convertido en punto de referencia de la vida económica y de las políticas públicas, además de en los principales agentes creadores de empleo. Esta última característica está teniendo una especial significación en los países de la Unión Europea (particularmente en los de la UE15), que precisamente en estas dos últimas décadas y

media han venido mostrando dificultades a la hora de combinar adecuadamente el aumento de la productividad y la creación de empleo.

Este mosaico de la acción emprendedora no es, evidentemente, homogéneo ni se desenvuelve de la misma manera desde perspectivas geográficas, temporales o sectoriales distintas. Y, menos aún, si se introducen variables asociadas a mercados abiertos y competitivos o a compromisos de innovación tecnológica o de cooperación empresarial. Se trata, más bien, de una realidad compleja, abigarrada incluso, y hasta llena de tópicos y lugares comunes. Subyace un tejido económico vivo que aúna las más variadas actividades del fenómeno emprendedor. Desde la perspectiva del análisis académico, Sharna y Chrisman (1999) ponen de manifiesto que en la literatura sobre el *entrepreneurship* se revela una ambigüedad en la terminología usada, haciéndose necesaria la captación de una terminología común para el progreso científico.

Realizar un estudio de este fenómeno constituye una tarea complicada debido no sólo a la falta de estadísticas oficiales sino también a los problemas de definición que conlleva el concepto de emprendedor y de actividad emprendedora (Casson, 2003). Existen diversas aproximaciones al tema, aunque la más seguida se centra en la función que juega esta actividad para percibir las nuevas oportunidades económicas e introducirlas en el mercado. El emprendedor es, en un sentido amplio, el agente de cambio que mediante la toma de una posición de riesgo acelera la generación, diseminación y aplicación de ideas innovadoras en la economía (OCDE, 1998) y la actividad de su empresa ha de estar necesariamente ligada a un contexto local (AUDRETSCH, 2002). En este sentido, durante los últimos años, en el entorno de la Unión Europea, se ha asistido a un proceso de cambio desde un modelo económico en que predominaban los factores productivos tradicionales como fuentes de ventajas competitivas, a otro en el que para aprovechar nuevas oportunidades es necesario recurrir al capital humano aportado por el emprendedor. Por ello, la esfera de la actividad emprendedora emerge como fuerza transformadora de las economías para la generación de riqueza y empleo (Barba Sánchez y Martínez Ruiz, 2006).

La mayor parte del entramado empresarial en una economía está formado por unidades productivas en las que existe una íntima relación entre el emprendedor y su empresa, y la actividad del empresario está condicionada por sus características personales y de entorno, socioeconómico e institucional. En efecto, de una parte, el emprendedor, en la mayor parte del tejido empresarial —formado mayoritariamente por las empresas de pequeña dimensión—, compatibiliza el papel de emprendedor-propietario y el de gestor, por lo que ha de intentar maximizar sus

habilidades emprendedoras con una gestión eficiente para alcanzar la frontera de la función de producción (AMIN SALIM, 2005). La compatibilidad de ambos roles casi nunca es sencilla porque es difícil adaptar las capacidades de liderazgo a las empresas, principalmente, en fase de crecimiento, aunque la evolución de la personalidad emprendedora y de su capacidad de liderazgo a la personalidad ejecutiva y a su capacidad gerencial es posible en cualquier emprendedor reflexivo (HAMM, 2003, y ZALEZNIK, 2004). Y de otra parte, diversas investigaciones han aportado evidencia sobre la influencia negativa que ciertas políticas fiscales, que estimularían el estado del bienestar, tienen en la reducción de la oferta de actividad emprendedora (HENREKSON, 2005 y 2006).

En las grandes empresas de propiedad familiar y, particularmente, en las pequeñas y medianas, el empresario y sus características personales pueden definir más determinantemente que en las grandes corporaciones los factores de éxito empresarial. Sin embargo, tradicionalmente, en el análisis económico de la actividad empresarial se ha puesto mayor énfasis en el conocimiento de la empresa y sus resultados que en las características y papel del empresario. Esto se ha debido a las hipótesis de partida del modelo utilizado (de corte neoclásico), o a la mayor dificultad que entraña la obtención de datos sobre las variables difícilmente observables y cuantificables que caracterizan la figura del empresario (BAUMOL, 1983 y 1993). No obstante, en las últimas décadas la perspectiva del emprendedor está siendo ampliamente estudiada por los economistas y otros investigadores sociales, combinándola a menudo con el examen de algunas características de la empresa. Algunos estudios están contribuyendo a modelar el enfoque de la actividad emprendedora dentro del marco neoclásico (BIANCHI y HENREKSON, 2005) o a su consideración dentro de la teoría de la firma (CASSON, 2005). No obstante, Shane y Venkataraman (2000) han señalado que la comprensión del paronama empresarial es incompleta precisamente por la ausencia del entrepreneurship en las teorías del mercado, de la firma, de la organización y del cambio.

En esta línea de compatibilizar el enfoque tradicional con la influencia de la perspectiva emprendedora resultan sugerentes algunos trabajos comparativos sobre cómo se reconoce la actividad emprendedora entre las economías occidentales y las orientales. En concreto, RUTTEN, UPADHYA y HUA (1999) exponen que los economistas occidentales de países desarrollados generalmente aceptan las hipótesis que ofrece el modelo neoclásico y la teoría financiera de la empresa, especialmente en cuanto al concepto de racionalidad económica de los emprendedores que buscan la maximización del beneficio en mercados impersonales. Estos autores señalan que, por el contrario, para explicar la emergencia

de las economías asiáticas se contempla la importancia que tienen los lazos familiares, personales y políticos, es decir, las características propias del emprendedor. Por ello, argumentan que una combinación del modelo impersonal occidental con el personal oriental explicaría probablemente mejor los motivos, objetivos y resultados de la actividad emprendedora.

Desde la óptica del emprendedor, sus características han sido estudiadas desde tres planos distintos. Uno que se aproxima al fenómeno de forma general (MOREL D'ARLEUX, 1999; SANDBERG y HOFER, 1986), otro mediante la utilización de enfoques psicológicos (VECIANA, 1999), y otro que se detiene en el análisis de algunos factores particulares que afectan al éxito de nuevos negocios (BALLANTINE *et al.*, 1992; LEWIS *et al.*, 1984).

La literatura sobre estas características de los emprendedores como elemento para el éxito de la empresa puede clasificarse dentro de tres amplias áreas (STUART y ABETTI, 1990; SERAROLS-TARRÉS, 2006): la personalidad del emprendedor (COLLINS *et al.*, 1964), su biografía (COOPER, 1981, 1993; TIMMONS, 1994; VESPER, 1989), y el tipo de empresa creada (BIRLEY, 1987; BYGRAVE, 1989). Las investigaciones sobre la personalidad y biografía del emprendedor o sobre el tipo de empresa creada no han demostrado que sean factores que tengan una decisiva influencia sobre los resultados de las empresas, aunque son aceptados generalmente como atributos claves para comprender el éxito o fracaso de la empresa.

Del estado de la investigación cabe sostener que la disociación en el análisis entre empresa y emprendedor sigue existiendo y la cuantificación de variables no estrictamente económicas continúa siendo compleja por su propia naturaleza. Gartner (1990), dentro de la investigación académica identificó dos tipos de enfoque sobre el sentido del *entrepreneurship*, uno focaliza el trabajo en las características de la actividad emprendedora (por ejemplo, innovación, singularidad, etc.), mientras que el otro se centra en los resultados de esta actividad (por ejemplo, creación de valor). Por ello, el acercamiento entre ambos enfoques resulta enriquecedor para obtener conclusiones sobre dos realidades indisociables.

## 2. EQUILIBRIO DE EMPRESARIALIDAD

Al igual que se hace con los otros factores productivos, para explicar la actividad emprendedora la investigación académica ha recurrido a la formulación de un esquema de oferta y demanda (VERHEUL *et al.*, 2001). La mencionada inseparabilidad entre empresa y emprendedor,

junto a los múltiples factores de los que depende el desempeño de la empresa —rentabilidad asociada al riesgo asumido— y la decisión de las personas que en un país estarían dispuestas a acometer un proyecto empresarial, obliga a considerar las funciones de oferta y demanda de manera agregada.

La oferta de la actividad emprendedora está latente en la sociedad y se ve materializada por las consideraciones individuales que en cada momento hacen los potenciales emprendedores de la situación del mercado. Se encuentra determinada básicamente por las características de la población de la que surge, incluyendo tanto los aspectos puramente demográficos como los ligados al capital humano. Sus determinantes son fundamentalmente de carácter individual, pero hay ciertos aspectos socioeconómicos que influyen para que se dé el paso de ser emprendedor. Se trata, por tanto, de una perspectiva del mercado laboral en el que la oferta se define como la actividad emprendedora que subyace en la sociedad.

Una forma de aproximarse a la cuantificación de potenciales emprendedores en los diversos países es el porcentaje de personas que declara preferir ser autoempleada antes que empleada por cuenta ajena, lo que depende, entre otros factores, de la pirámide de edad de la población y de la diferencia de la satisfacción personal entre ser autónomo o empleado (BLANCHFLOWER, OSWAALD y STUTZER, 2001).

La demanda de emprendedores de una economía está determinada por las oportunidades de negocio que ofrece a los empresarios para que desarrollen su actividad y, por supuesto, para que obtengan una remuneración asociada al riesgo que asuman. Para poder aprovechar estas oportunidades es necesario planificar y organizar la actividad emprendedora para transformarla en alguno de los diversos tipos y tamaños de empresa que operan en el mercado, con los objetivos de maximizar la riqueza generada y su consecuente supervivencia. Los condicionantes que afectan a estas oportunidades son básicamente de cuatro tipos: el grado de desarrollo económico, el estado de la tecnología, los derivados de la globalización e internacionalización y la estructura sectorial.

La conjunción de ambas funciones determina en cada momento el nivel de actividad emprendedora que se observa en la economía. Este nivel puede ser distinto del de equilibrio a largo plazo, en cuyo caso surgen fuerzas dentro del propio sistema que lo llevan hacia él. Si el nivel de actividad empresarial es inferior al de equilibrio, el riesgo de fracaso será reducido y las rentabilidades de las empresas que observen los empresarios serán especialmente atractivas, lo que inducirá un incremento de la oferta por la aparición de nuevos emprendedores. Por el con-

trario, si supera el nivel de equilibrio a largo plazo la reducción de la rentabilidad frenará la entrada de nuevos empresarios, con lo que se reducirá la oferta.

De forma similar a este planteamiento de carácter macroeconómico, el modelo de oferta y demanda es aplicable también a la situación individual del emprendedor. Un individuo se convertirá en emprendedor si la recompensa esperada es superior al salario que recibe como empleado, y dicha recompensa depende, a su vez, de la valoración de sus aptitudes profesionales y de su actitud ante el riesgo. Por tanto, rentabilidad empresarial y salario son los factores que en una economía en equilibrio determinan la distribución de la fuerza de trabajo entre emprendedores y empleados (PRAAG y CRAMER, 2001), lo que al mismo tiempo representa la distribución primaria de la renta de la misma.

Para los individuos que han elegido la alternativa emprendedora, estos factores de rentabilidad y salario también son los condicionantes que marcan la continuidad de su actividad empresarial y de la supervivencia de su empresa. Ahora bien, existe evidencia (GIMENO, FOLTA, COOPER y WOO, 1997) de que la continuidad y la supervivencia no siempre están asociadas a la consecución de la recompensa esperada medida a través de la rentabilidad asociada al riesgo de la actividad, ya que en ocasiones los emprendedores prefieren optar por la supervivencia de su iniciativa pese a no alcanzar el umbral de eficiencia. Esta circunstancia se deriva de las características personales de los emprendedores, de las oportunidades alternativas de empleo y del coste de cambiar a otras ocupaciones.

Por otra parte, en cada economía y periodo del ciclo, la oferta y demanda representativas de la actividad emprendedora —con el consecuente nivel de creación de empresas— dependen de las políticas laborales y de las instituciones del mercado de trabajo, como son la regulación del mercado laboral, el grado de protección por desempleo, el poder de los sindicatos y los riesgos de la propia economía (Kanniainen y Vesala, 2005).

Los anteriores modelos explicativos del equilibrio entre la oferta y la demanda de la actividad emprendedora son aplicables para comprender tanto el comienzo y primer desarrollo de esta actividad como para justificar su mantenimiento en el tiempo. Esto da lugar que en el análisis, frecuentemente, se distinga entre actividad emprendedora temprana y consolidada<sup>1</sup>, por lo que es conveniente caracterizar y estudiar ambas

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) articula el proceso emprendedor en varias etapas que permiten dividir el factor emprendedor del que dispone cada país en tres grandes grupos: el

etapas de manera diferenciada entre ellas y respecto al conjunto que constituyen todas las empresas.

## 3. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TEMPRANA Y CONSOLIDADA

La diferenciación entre etapas temprana y consolidada de la actividad permite ver la evolución de los indicadores —cualitativos y cuantitativos— de empresarios y empresas supervivientes. El conocimiento de la actividad emprendedora temprana, la que se refiere a las actividades relacionadas con la puesta en marcha del proyecto empresarial y los tres primeros años de vida, tiene para los nuevos empresarios y otros agentes especial interés por dos motivos fundamentales. En primer lugar, se trata de la etapa del proceso emprendedor en la que existe una mayor tasa de fracaso empresarial (Callejón, 2003; López-García y Puente, 2006) y, en segundo, es un momento clave en la introducción de innovaciones en el mercado a través de lo que Schumpeter denominó el proceso de destrucción creativa.

No menos importante es el conocimiento de las características y dinámica de los emprendedores que están consolidando o ya han consolidado su proyecto empresarial. Estas empresas son las que configuran la estructura productiva base de un país aportando continuidad a la generación de riqueza, mantenimiento del empleo y mejoras en el progreso técnico. Significan la necesaria competitividad en un entorno abierto y global, así como la cohesión social que ensambla a los agentes para un buen funcionamiento de una economía de mercado. Sin embargo, cuanto más consolidadas están las empresas, especialmente en las que han dejado de ser pequeñas o medianas, más posibilidades existe de que el emprendedor se disocie de la figura del propietario (o capitalista). El aumento de tamaño empresarial, generalmente necesario para competir en mercados más globales, hace que aumente el riesgo de que la capacidad creativa e innovadora del emprendedor sea menos remunerada, y que parte del valor que le correspondiese sea asignado al capitalista. Ambas figuras son necesarias por su complementariedad, pero la infravaloración de la actividad del emprendedor puede erosionar las tasas de cre-

primero estaría formado por los emprendedores potenciales, el segundo por la actividad emprendedora temprana y el tercero por los empresarios consolidados.

El GEM es un proyecto pionero sobre la actividad emprendedora a nivel internacional. Constituye, sin duda, la más importante fuente estadística en esta materia. Realizado en base a encuestas nacionales dirigidas al conjunto de la población —y no sólo a los emprendedores como resulta habitual— ofrece una valiosa información sobre las actitudes y características emprendedoras de las distintas sociedades estudiadas. Adicionalmente, la utilización de una metodología unificada permite realizar comparaciones internacionales.

cimiento. McDaniel (2003) ha señalado que es el emprendedor y no el capitalista el que ha sido responsable de los avances tecnológicos e industriales en los últimos trescientos años. Por su lado, Dias y McDermott (2006) afirman que los emprendedores son instrumento esencial para la transformación estructural de las economías, disminuyen la divergencia en la distribución de la renta y mejoran el capital humano de los trabajadores que contratan; asimismo, han aportado evidencia de que las políticas educacionales facilitan la aparición de nuevos emprendedores.

De acuerdo con información aportada por el GEM y Flash Eurobarometer (COMMISSION, 2004), la actividad emprendedora temprana en España se sitúa en la media de los países de la UE-15, pero Estados Unidos duplica los niveles medios europeos. Es necesario, por tanto, conocer cuáles son las características del emprendedor y de las empresas que se encuentran en esta fase para poder caracterizar a las que sobreviven y analizar sus comportamientos respecto a otros empresarios y empresas de mayor consolidación con los que tienen que competir en el mercado. Igualmente, se precisa conocer los motivos por los que el emprendedor potencial decide convertirse en empresario, aunando a la idea de negocio el aprovechamiento de una oportunidad o la necesidad del emprendimiento, bien por la búsqueda de autoempleo o por la satisfacción del impulso creativo.

Asimismo, es crucial comprender las razones que facilitan o dificultan el nacimiento de nuevas empresas para que fructifiquen los esfuerzos de desarrollo económico tanto en la esfera nacional como regional, puesto que altos niveles de creación de empresas contribuyen a la vitalidad y dinamismo de la economía. Entre otras importantes, la literatura (YOUL, FLORIDA y ACS, 2004) ha encontrado que la diversidad social y cultural, consecuencia de reducidas barreras de entrada en los mercados laborales nacionales y regionales, favorece la creatividad del capital humano, lo cual promueve la innovación, acelera los flujos de información e incrementa la tasa de nacimiento de empresas. Es más, se ha aportado evidencia de que la actividad emprendedora es un medio eficaz en la asimilación socioeconómica de las poblaciones inmigrantes, de manera que reduce la diferencia de rentas entre población nativa y de origen externo (LOFSTROM, 2002).

Por su parte, la actividad emprendedora consolidada ha sido insuficientemente estudiada en España, por lo que se carece de una visión temporal de la dinámica de los emprendedores. En los últimos años, el proyecto GEM España está haciendo un importante esfuerzo para incrementar la calidad y amplitud de los resultados que, por su incidencia en la política industrial, permitan conocer aspectos tan destaca-

dos de la actividad emprendedora como es el debate entre rotación y consolidación de empresas. La consolidación empresarial aparentemente implica empresas más grandes y eficientes gracias a la innovación obtenida por la vía de la acumulación creativa. La rotación, sin embargo, contribuye a la innovación por la vía de la destrucción creativa. Por ello, la competitividad empresarial de un país depende del adecuado equilibrio entre la consolidación de las empresas innovadoras y la destrucción de las menos eficientes. En este sentido, el estudio y fomento de una cultura de la creatividad se muestra como un elemento decisivo para el mantenimiento de la posición competitiva de la economía española respecto a la dinámica que vienen desarrollando las principales economías emergentes.

La adecuada comprensión del «hecho empresarial» con el consecuente equilibrio de la actividad emprendedora en la economía para la creación de nuevas empresas y la consolidación de las existentes precisa caracterizar al emprendedor y a la empresa.

#### 4. EL EMPRENDEDOR

Las múltiples facetas que inciden en el «hecho empresarial» hacen que numerosos autores hayan investigado los distintos comportamientos de los empresarios. Se han ofrecido aportaciones desde una perspectiva individual, analizando el perfil psicológico, sociológico, demográfico o de entorno de los emprendedores (BEGLEY y BOYD, 1987; GEORGELLIS y WALL, 2000; y MAZZAROL et al., 1999). No obstante, pese a los esfuerzos realizados en este sentido no acaban de establecerse tipologías claras sobre perfiles de los empresarios (GARCÍA LILLO y MARCO, 1999). Por ejemplo, desde la vertiente psicológica resulta difícil distinguir entre aquellos individuos que aparentemente ofrecen mayores actitudes y aptitudes para crear y desarrollar una empresa del resto de individuos del mismo grupo social (AMIT, GLOSTEN y MULLER, 1993; BROCKHAUS y HORWITZ, 1986).

Parecería que las características o rasgos que definen a un empresario no pueden determinarse anticipadamente, aunque, por otra parte, resulta igualmente difícil clarificar las diferencias posteriores entre lo que podría considerarse efectos del azar o defectos de las destrezas de los que emprendieron una aventura empresarial.

Todo ello sugiere que la idea que define a un empresario parece encontrarse dentro de un amplio contexto de conductas, propias del individuo en unos casos, pero aprendidas también durante su trayectoria profesional Otras aportaciones vienen del campo de la estructura organizativa de las empresas (ALDRICH y WIEDENMAYER, 1993), o de la esfera de la gestión estratégica empresarial (McDougall, Robinson y De Nisi, 1992). A partir de estudios empíricos, se han intentado elaborar tipologías que enlazaran las características de los empresarios con el comportamiento estratégico de las empresas o con los resultados logrados, pero no ha podido contrastarse la existencia de relaciones diferenciadas (Lafuente y Salas, 1989; Smith y Miner, 1983). Por ello, también se han buscado otras vías de análisis, entre las que se encuentran la influencia del sector de actividad (Cartel et al., 1994), la dimensión de la empresa o la aportación de recursos en las empresas nuevas (Chandler y Hauks, 1994; Whalsh et al., 1996).

Respecto a las variables psicológicas, diversos estudios han puesto de manifiesto la relación existente entre el éxito empresarial y la necesidad de alcanzar logros personales por parte de los individuos que se adentran en la aventura empresarial. Según McClelland (1961) la obtención de nuevas metas —emprender, crear nuevas empresas...— no es algo innato en las personas, sino que se cultiva a través de los distintos sistemas de educación, de los valores sociales presentes en una determinada sociedad y de los procesos específicos de formación.

El emprendedor propiamente dicho, a través de su empresa, intenta crear algo que está más allá de sí mismo y aspira a establecer relaciones de poder en el seno de la empresa y con el entorno. Cuervo (2003) ha señalado que lo que inspira la actividad emprendedora no es sólo ver lo que otros no ven, sino poner determinación y cualidades de liderazgo para llevarlo a cabo. Sus ideas se materializan en el desarrollo, producción y venta de nuevos e innovadores productos. Este aspecto es el que enlaza con el proceso de destrucción creativa de SCHUMPETER (1942), por el que una empresa desequilibra el mercado por medio de la introducción de un nuevo bien o servicio. Ello explica los conceptos de supervivencia empresarial y crecimiento de las nuevas empresas. El emprendedor es el protagonista del crecimiento económico y la innovación —el reto, el logro personal— un factor que le caracteriza.

En lo referente a las variables demográficas, tanto desde una perspectiva teórica como empírica, la predisposición personal de los potenciales emprendedores resulta fundamental a la hora de tomar decisiones sobre su capacidad para entrar en la actividad (McClelland, 1965), así como el tiempo, la localización y el sector elegidos. La edad y el género son variables habitualmente contempladas en diferentes trabajos a la hora de explicar comportamientos de las personas que se plantean iniciar una tarea empresarial, así como también a su éxito y fra-

caso posteriores. También se ha considerado relevante, especialmente en la tradición anglosajona, el origen étnico de los emprendedores. Por otro lado, la educación se halla en la base del espíritu empresarial, y a veces se asocia la formación universitaria al sector emprendedor de una economía. Sin embargo, hay evidencias en algunos trabajos que identifican el abandono de los estudios en edades tempranas con el éxito en los negocios.

El entorno familiar en el que se mueven los posibles emprendedores y la tradición de la familia en el ámbito de los negocios son también factores muy influyentes en la senda que lleva a la aventura empresarial, de acuerdo con numerosos trabajos recientes. Igualmente, deben contemplarse las experiencias profesionales y laborales del pasado, así como el sector en el que se trabajó.

En cuanto a las variables de entorno, la estructura de la competencia de un sector puede servir de acicate o de obstáculo para la entrada de nuevos emprendedores en la actividad en función de las oportunidades generales y específicas de cada caso. Estas oportunidades estarán asociadas a probabilidades de éxito de las nuevas aventuras (Cooper y Gimeno-Gascón, 1992). En esta línea, puede suponerse que el efecto del ciclo de vida del sector o del producto tendrá influencia en el resultado empresarial, de manera que la fase en la que se halle en el mercado puede resultar de gran interés para identificar nichos desatendidos u oportunidades particulares que sirvan de estímulo a nuevas iniciativas empresariales (STUART y ABETTI, 1987; HOFER y SANDBERG, 1987; COVIN y SLEVIN, 1990; y McDougall *et al.*, 1994).

A su vez, en el ámbito de la actividad emprendedora —desde perspectivas horizontales, pero, en ocasiones, también sectoriales— pueden tener notable influencia los programas con incentivos públicos a la formación, financiación, introducción de normas de calidad o asesoramiento, que, con frecuencia, van detrás de las ocasiones y oportunidades que ofrece el mercado, pero que pueden ser utilizados por los nuevos empresarios (Velasco, 1998; Audretshch *et al.*, 2002). El tipo de programa elegido y el momento de aplicación pueden servir de soporte, pero también de freno o barrera en la senda del éxito.

Finalmente, las variables organizativas de la empresa han sido consideradas a partir de la década de los noventa cuando se realizaron algunas investigaciones procedentes del campo de la dirección estratégica y de la teoría de la organización. De esta manera han podido establecerse relaciones entre las estrategias utilizadas por las empresas que acceden al mercado, el entorno económico y empresarial en el que operan y los resultados logrados (McDougall *et al.*, 1994).

#### LA EMPRESA

La materialización del impulso creativo del emprendedor queda desplegada con la creación de la empresa. El empresario individual detecta o crea oportunidades de negocio que explota mediante pequeñas y medianas empresas, en cuyo capital participa (CUERVO, 2006). Parece inevitable, por tanto, que las características del empresario no estén reflejadas de alguna forma en su obra. Sus ideas para la identificación de nuevos productos, procesos y mercados, así como sus decisiones respecto a la organización de la actividad y elección del momento (y plazo) y el lugar (tiempo y espacio), son variables determinantes para aprovechar las oportunidades.

La elección por el emprendedor entre alguna de las distintas oportunidades de negocio que se presentan en el mercado es el primer paso para la creación exitosa de una empresa o para su mantenimiento en el mercado (Choi y Shepherd, 2004; Eckhardt y Shane, 2003). En esta elección, las características individuales del emprendedor han sido consideradas factores determinantes por su incidencia en los resultados de la empresa y en la generación de empleo en la economía (Burke, Fitz Roy y Nolan, 2000). Así, por ejemplo, cuanto mayor sea el grado de formación del individuo mayores parecen ser los rendimientos de su empresa y mayor el número de trabajadores contratados; aunque, por otra parte, ha de tenerse en cuenta que el nivel formativo puede actuar como una variable inhibidora del espíritu empresarial, ya que aumenta las probabilidades de obtener empleo por cuenta ajena bien remunerado. En las economías desarrolladas y hacia el futuro, parece que la complejidad del hecho empresarial viene exigiendo a los emprendedores alcanzar paulatinamente mayores niveles de formación con objeto de poder ofrecer bienes y servicios de mayor valor añadido y que encuentren una adecuada aceptación en el mercado.

A su vez, los antecedentes empresariales familiares suelen actuar como catalizador para la búsqueda y aprovechamiento de oportunidades de emprendimiento. Asimismo, en las empresas consolidadas el espíritu emprendedor, materializado en el desarrollo de nuevas actividades en mercados domésticos o en nuevas actividades internacionales, afecta a su resultado y creación de valor (Pinillos, Soriano y Reyes, 2005).

Por tanto, las características individuales de los empresarios dejan su huella tanto en los resultados de los primeros pasos de la empresa como cuando alcanza su madurez.

Aun así, la efectiva concreción del impulso creativo con el aprovechamiento de las oportunidades sólo es posible si el emprendedor dispone de los recursos materiales necesarios para abordarlos. En este sentido, el factor esencial es la disposición de recursos financieros adecuados a las características de la inversión material e inmaterial que se precisa, es decir, a unas condiciones de acceso, plazo y coste competitivas y acordes al perfil del activo requerido.

En la literatura teórica (Evans y Jovanovic, 1989) y empírica (Guiso, Sapeinza y Zingales, 2002) se argumenta que la razón principal que impulsa o desanima a un individuo a acometer una actividad empresarial es la mayor o menor facilidad de acceso a su financiación. Igualmente, el coste financiero es una variable relevante para dar el paso a la actividad emprendedora (Erosa, 2001), aunque, desde una perspectiva institucional, su incidencia parece de menor importancia que la del acceso a los capitales (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001). Sin embargo, algunos trabajos, como el de Aguado, Congregado y Millán (2002) para el caso español, minimizan la importancia de las restricciones financieras a la hora de abordar las iniciativas de nuevos emprendimientos al no encontrar evidencia sobre la causalidad entre restricción a la financiación y probabilidad de autoempleo, con la excepción del caso de las empresas más innovadoras por los mayores riesgos asociados que conlleva su actividad en las fases tempranas de la innovación.

Resulta difícil evaluar en qué grado las restricciones a la financiación y el coste de ésta influyen en el desistimiento de oportunidades que se han presentado a potenciales emprendedores para la creación de empresas o para abordar el crecimiento de proyectos ya existentes <sup>2</sup>. Pero es perfectamente posible conocer cuál es la relación entre la estructura financiera de las empresas de nueva creación y de las consolidadas, así como los costes financieros a los que se enfrentan, con la estructura económica de su inversión y con el desempeño económico y financiero que alcanzan. Con esta finalidad, el análisis de estados financieros proporciona la herramienta idónea mediante el establecimiento de relaciones entre partidas contables y masas patrimoniales de las cuentas de resultados y balances de las empresas. Esta metodología permite también estudiar y evaluar, de un lado, la gestión llevada a cabo en el seno de la empresa respecto a la generación de valor y a la asunción de costes y, de otro, el análisis de su liquidez y solvencia.

La relación de los indicadores de la estructura económico-financiera a corto y largo plazo, de los indicadores de gestión y de los indicadores de eficiencia para los distintos tamaños que adopta y fases de edad que atraviesa la empresa permiten obtener los rasgos que caracterizan la acti-

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> El proyecto GEM, realizado a partir de encuestas nacionales dirigidas al conjunto de la población —y no sólo a los emprendedores como resulta habitual— y que recoge información de la fase de emprendedores potenciales podría, eventualmente, dar luz a esta cuestión.

vidad emprendedora y su evolución en el tiempo. De esta forma, se hace posible la identificación de las características de las empresas supervivientes y que, por tanto, han desempeñado su proyecto emprendedor con éxito económico hasta el momento.

Para la supervivencia de la empresa es necesario que el emprendedor convertido en gestor de la empresa adopte las correctas decisiones en el marco del complejo y cambiante mercado competitivo en el que se desenvuelve. Dentro de este entorno, la eficiencia productiva y financiera se erige en requisito imprescindible para la continuidad de la actividad, pero esta eficiencia no se obtiene con una mera aplicación de técnicas de gestión que, aun siendo muy necesarias, no son suficientes. El emprendedor debe estar dotado también de una sensibilidad que le permita detectar oportunidades y saber aprovecharlas compatibilizándolas con los conocimientos y valores culturales, sociales y técnicos del momento y lugar en el que actúa. De forma que sus características personales son esenciales.

### 6. ENFOQUE DEL TRABAJO

Por todo lo anterior, en el planteamiento de esta investigación se ha considerado necesario adoptar un enfoque ecléctico aunando en el análisis la perspectiva de empresa y empresario, mediante el empleo de metodologías propias del análisis social y del análisis económico-financiero. Para el caso del empresario, se han utilizado encuestas de opinión que proporcionan el conocimiento de las conductas y motivaciones que le han llevado a la toma de decisiones. Para la empresa, la alternativa elegida es mediante el cálculo de los valores que toman los indicadores económicos y financieros que se extraen de la información contable registrada.

En el trabajo, por tanto, se han explotado ambas formas de obtención de información. De una parte, se han enviado cuestionarios de encuesta a emprendedores seleccionados a partir de una base de datos que recoge una amplia muestra de empresas españolas que depositan sus estados financieros anuales en el Registro Mercantil. La muestra de empresarios encuestados ha sido seleccionada mediante muestreo aleatorio a partir de segmentar la población de empresas según dos criterios: el tamaño y la edad del proyecto empresarial.

El objetivo de la encuesta es profundizar en el conocimiento que explicaría la entrada y la supervivencia en la aventura empresarial desde dimensiones individuales (características de los empresarios), organizativas (la empresa, sus recursos y estrategias), de resultados (personales, por el éxito o el fracaso, y económicos) y de ambiente (las normas jurí-

dicas y sociales, y el comportamiento de las instituciones). El análisis emplea, por tanto, variables psicológicas, demográficas, de entorno y organizativas. Estas variables han sido identificadas a partir de los datos obtenidos de la encuesta específica referida, así como de la realizada en el año 2002. Para ello, mediante el análisis descriptivo y la misma metodología multinivel y *cluster* que en el trabajo de 2002, se intenta comprender las razones que mueven o frenan, o convierten en éxito a la actividad emprendedora y establecer comparaciones y algunas tendencias a través de su evolución en el tiempo de estudio.

De otra parte, a partir de la población de empresas de la base indicada se han seleccionado muestras —estadísticamente representativas—para los distintos tamaños y edades considerados. Para ellas se han calculado series temporales (1997-2004) de la evolución de ratios representativas de su estructura económico-financiera, desempeño y actividad.

Tanto en el análisis cualitativo como en el cuantitativo, la utilización de las categorías de edad y tamaño de la empresa, como criterios de segmentación de las poblaciones estudiadas, es necesaria para poder establecer comparaciones según la fase de maduración en que se encuentre el proyecto empresarial.

La distinción entre tamaños empresariales permite analizar la eficiencia de la actividad y los rasgos del empresario en función de la dimensión, la cual necesariamente tiene relación directa o nula con la edad. Por ello, en el trabajo se distingue entre la etapa temprana de implantación de la empresa y las etapas de consolidación posteriores.

Con el empleo de las dos metodologías citadas, el objetivo del trabajo es aportar evidencia empírica sobre la relación existente entre desempeño empresarial y características de empresarios y empresas, edad y tamaño, que confirme las previsiones de la teoría, respecto al acceso a los recursos financieros, a la gestión y rentabilidad de la actividad. Se pretende, igualmente, ofrecer pistas a los nuevos emprendedores (y a otros interlocutores sociales) sobre las coordenadas que enmarcan la senda de la actividad emprendedora, en función del tiempo y el crecimiento desde la etapa más temprana hasta conseguir la consolidación de la actividad.

Los anteriores objetivos buscan dar respuesta también a diversas cuestiones relevantes para la investigación. Entre otras: ¿cuáles son los rasgos del empresario y las variables de la empresa que caracterizan los resultados y eficiencia de las nuevas empresas y de las que sobreviven a lo largo del periodo de maduración de la actividad emprendedora?; ¿están asociados estos rasgos y variables al tamaño y edad de las empresas o al éxito de los emprendedores?

## CAPÍTULO II **DATOS Y METODOLOGÍA**

#### 1. INTRODUCCIÓN

La consecución de los objetivos planteados en el proyecto origina la necesidad de la elección de la fuente de información adecuada y disponible, de manera que puedan obtenerse los datos necesarios y sea posible su manejo para su posterior análisis. En este capítulo se describe el proceso llevado a cabo en la investigación para disponer de los datos de forma que puedan ser analizados y se introducen las metodologías estadísticas y econométricas utilizadas.

El proceso comienza con la descripción de la fuente de información utilizada que permite la obtención de datos para las empresas objeto de estudio y la comparación entre los distintos grupos que se formen según los criterios de segmentación elegidos, de tal forma que puedan observarse comportamientos diferenciados y sus componentes explicativos. La identificación de los grupos de estudio da lugar a la necesidad del manejo de un gran volumen de datos, tanto por el número de empresas a considerar en las muestras como por la amplitud del esquema de ratios necesario para el análisis cuantitativo, y por la dimensión y el tratamiento estadístico de la encuesta para el análisis cualitativo.

Ambos análisis, cuantitativo y cualitativo, precisan de la obtención de muestras significativas de empresas que reproduzcan, según los criterios de segmentación requeridos, la estructura de la población de éstas en la economía española. Con el soporte de estas muestras, el análisis cuantitativo de la información parte del cálculo de un conjunto de ratios económico-financieros para cada una de las empresas presentes en la

muestra, que mediante su agregación en los grupos definidos por los criterios de segmentación permite el estudio comparado de éstos. La metodología del análisis cuantitativo efectuado comprende: *a*) la representación gráfica de la evolución durante el periodo de estudio de los valores de las medidas de posición central de los grupos de empresas que componen las muestras, *b*) el cálculo de los estadísticos descriptivos que caracterizan a esos grupos, *c*) la aplicación de *tests* y contrastes estadísticos que permitan confirmar o rechazar la existencia de comportamientos disímiles observados gráficamente, *d*) la aplicación de técnicas econométricas que ratifiquen o no las conclusiones de las pruebas estadísticas.

Por su parte, el análisis cualitativo efectuado, que también da respuesta al Convenio firmado entre SERVILAB y la Fundación Rafael del Pino en 2005, se lleva a cabo mediante la elaboración, envío y análisis de una encuesta. Esta tarea demoscópica está compuesta de dos partes: la primera se dirige a los mismos emprendedores encuestados en el *Primer Informe de Emprendedores* en el año 2002 y la segunda a nuevos emprendedores que han comenzado su actividad empresarial en los últimos tres años, entre 2003 y 2005.

# 2. FUENTE DE INFORMACIÓN UTILIZADA E IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE ESTUDIO

Para la realización del estudio se ha dispuesto de la base de datos del Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI). Se trata de una base financiera de las principales empresas españolas y portuguesas elaborada por Bureau van Dijk Electronic Publishing, S. A., y distribuida en España por Informa, Información Económica, S. A. Esta base de datos está a disposición del personal docente e investigador de la Universidad de Alcalá para los fines que les son propios. Incluye los estados financieros del periodo 1997-2004 para un alto porcentaje de las compañías mercantiles de las 17 Comunidades Autónomas españolas que depositan sus cuentas en los Registros Mercantiles.

En la versión de la base SABI utilizada (diciembre 2005) existen un total de 976.598 empresas, de ellas se han seleccionado aquellas que tienen formas jurídicas mercantiles de sociedad anónima, limitada y cooperativa. El conjunto de empresas con dichas formas jurídicas se ha segmentado según los criterios de tamaño y edad.

En función del criterio de tamaño se han diferenciado cuatro grupos según el número de trabajadores: microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas. Es decir, empresas con menos de diez trabajadores,

entre diez y 49, entre 50 y 249 y de más de 249 empleados, respectivamente.

Según el criterio de edad, se han considerado cuatro grupos, para los que se ha calculado su edad desde su año de constitución hasta el año 2005. Estos grupos son: empresas con más de diez años de funcionamiento (constituidas con anterioridad a 1995), empresas con más de seis años y menos de diez (creadas entre 1996 y 1999), empresas con más de tres años y menos de seis (fundadas entre el 2000 y 2002) y empresas con menos de tres años completos (en constitución a partir del año 2003).

Esta doble segmentación por los criterios de tamaño y edad organiza una disposición de dieciséis estratos en los que se divide la población de empresas de SABI. Población que se reduce respecto a la inicialmente considerada de 976.598 empresas a 588.031. Esta disminución se debe a que algunas de las empresas no adoptan una de las tres formas jurídicas mercantiles establecidas en el estudio y, principalmente, a la falta de información sobre el número de trabajadores o la fecha de constitución.

El número de empresas que componen cada uno de los dieciséis grupos con el porcentaje de cada uno en los que se divide la población para la que se dispone de información completa se muestra en el cuadro 2.1.

Esta población de empresas con información completa en la base SABI son sociedades mercantiles que han supervivido desde su fecha de constitución hasta el año 2004. Por tanto, los resultados que se obtengan de los correspondientes análisis cualitativo y cuantitativo deben ser interpretados como provenientes de empresas en las que la actividad del empresario, en su conjunto y hasta el momento, ha resultado exitosa. En caso de haber fracasado, la empresa no habría supervivido y no se dispondría de sus datos en la versión de la base SABI disponible en 2005.

#### 3. MUESTRAS DE EMPRESAS

El análisis cuantitativo de la información económico-financiera de las empresas ha requerido diseñar tres muestras obtenidas a partir de la anterior población.

Una de ellas reproduce la estructura de la población de empresas con información completa en la Base SABI. En la medida de lo posible, el diseño de esta muestra tiene como objetivo tratar de obtener un esquema de la estructura empresarial española y de facilitar un grupo de control con que se comparen los resultados obtenidos en los grupos de empre-

POBLACIÓN DE EMPRESAS CON INFORMACIÓN COMPLETA EN LA BASE SABI DISTRIBUIDAS POR TAMAÑO Y EDAD, NÚMERO Y PORCENTAJE CUADRO 2.1

Total	%	73,42	22,18	3,53	0,87	100,00
П	Empresas	431.745	130.407	20.762	5.117	588.031
< 3años	%	4,34	0,51	0,04	0,01	4,91
< 3.	Empresas	25.539	3.018	255	61	28.873
De 3 a 6 años	%	16,56	2,74	0,28	0,06	19,65
De 3 a	Empresas	97.402	16.132	1.660	331	115.525
De 6 a 10 años	%	20,17	4,64	0,53	0,10	25,45
De 6 a	Empresas	118.635	27.303	3.125	209	149.670
años	%	32,34	14,28	2,67	0,70	49,99
>10 años	Empresas	190.169	83.954	15.722	4.118	293.963
Empleo/Edad		Menor de 10	De 10 a 49	De 50 a 249	Mayor de 249	Total

sas que forman cada uno de los cuatro grupos de tamaño y de los cuatro de edad. Por esta razón se ha denominado como muestra *Control*.

Las otras dos muestras tienen por objetivo permitir el análisis de las diferencias y similitudes en los comportamientos de los grupos de tamaño y edad.

Para la determinación de los tamaños muestrales se utilizó el programa SOTAM (Sistema de Optimización para Tamaños de Muestra)<sup>1</sup>, que permite obtenerlos imponiendo condiciones sobre la precisión en el muestreo y el nivel de significación<sup>2</sup> para la estimación, teniéndose la posibilidad de elegir entre los diversos resultados el que se considere más ajustado para cada caso.

Para la determinación del tamaño muestral del grupo *Control* se optó, entre varios niveles de significación y precisión adecuados, por los de 5 y de 2,5 por 100. El tamaño muestral obtenido es de 7.893 empresas, el cual se distribuye entre los diferentes estratos formados por el cruce de los criterios tamaño y edad, de tal forma que se reproduzcan los porcentajes relativos de dichos estratos en la población de empresas con información completa en la Base SABI, véase cuadro 2.2.

Para el cálculo de las muestras que incorporan los criterios de tamaño y edad se ha tomado para el nivel de significación y precisión el valor

CUADRO 2.2  $\label{eq:cuadro} \mbox{MUESTRA DE EMPRESAS DE LA BASE SABI SEGÚN TAMAÑO } \mbox{Y EDAD } (CONTROL)$ 

Edad/Empleo	>10 años	De 6 a 10 años	De 3 a 6 años	< 3años	Total
Menor de 10	2.553	1.592	1.307	343	5.795
De 10 a 49	1.127	366	217	41	1.750
De 50 a 249	211	42	22	3	279
Mayor de 249	55	8	4	1	69
Total	3.946	2.009	1.551	388	7.893

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Desarrollado por el profesor Manzano Arrondo de la Universidad de Sevilla y que se encuentra disponible a través de la red (<a href="http://www.personal.us.es/vmanzano/distribuye/programas.htm">http://www.personal.us.es/vmanzano/distribuye/programas.htm</a>).

 $<sup>^2</sup>$  El *nivel de significación* es la probabilidad de que la muestra seleccionada nos dé un intervalo de confianza que no contenga al verdadero valor del parámetro. Es habitual considerar un nivel de significación comprendido entre el 1 y el 5 por 100. El *error de muestreo* o precisión al estimar un parámetro es la semi-longitud del intervalo de confianza obtenido para dicho parámetro, es decir,  $e_{\theta} = z_{\alpha/2} \sqrt{Var(\hat{\theta})}$  donde  $z_{\alpha/2}$  es la medida de riesgo asociada al nivel de significación prefijado (Pérez, 1999).

del 5 por 100. De esta forma, se han obtenido, respectivamente, unos tamaños muestrales totales de 7.223 y 7.796 empresas. No obstante, al contrario que para la anterior muestra *Control*, dichos tamaños no se han calculado condicionados a los porcentajes que corresponden a cada estrato respecto al total de las empresas que figuran en el cuadro 2.1, sino que en esta ocasión el cálculo del número de elementos a incluir en cada muestra se ha realizado a partir del número de empresas que existen en cada estrato de tamaño o edad. Es decir, para el caso de la muestra estratificada por tamaño se ha calculado respecto a cada uno de los totales parciales que figuran en la última columna del cuadro 2.1, y para la segmentada por edad respecto a aquellos que aparecen en la última fila. Los porcentajes obtenidos figuran en el cuadro 2.3 y con ellos se ha condicionado la determinación de los cuatro tamaños muestrales para el criterio tamaño y de los cuatro para la edad.

Siguiendo el método indicado, los ocho tamaños muestrales obtenidos y su distribución entre las distintas dimensiones y antigüedades de las empresas son los que se presentan en el cuadro 2.4.

A partir de los distintos tamaños muestrales calculados, la selección de las empresas concretas que forman los estratos de cada muestra se realiza mediante un procedimiento aleatorio que otorga a cada elemento de la población total de 588.031 empresas (en el caso de la muestra *Control*) y a cada uno de las poblaciones parciales (en el caso de las muestras de tamaño y edad) la misma probabilidad de ser escogido, siendo el único condicionante el porcentaje que a su estrato le corresponde en el total.

CUADRO 2.3

POBLACIONES EN PORCENTAJES DE EMPRESAS DE LA BASE SABI
SEGÚN TAMAÑO Y EDAD

Población	Empleo/Edad	>10 años	De 6 a 10 años	De 3 a 6 años	< 3 años	Total
	Menor de 10	44,05	27,48	22,56	5,915	100
Según	De 10 a 49	64,38	20,94	12,37	2,314	100
tamaño	De 50 a 249	75,72	15,05	8,00	1,228	100
	Mayor de 249	80,48	11,86	6,47	1,192	100
Población	Edad/Empleo	Menor de 10	De 10 a 49	De 50 a 249	Mayor de 249	Total
	>10 años	64,69	28,56	5,35	1,40	100
Según	De 6 a 10 años	79,26	18,24	2,09	0,41	100
edad	De 3 a 6 años	84,31	13,96	1,44	0,29	100
	< 3 años	88,45	10,45	0,88	0,21	100

CUADRO 2.4
MUESTRAS DE EMPRESAS DE LA BASE SABI SEGÚN
TAMAÑO Y EDAD

Muestra	Empleo/Edad	>10 años	De 6 a 10 años	De 3 a 6 años	< 3 años	Total
	Menor de 10	877	547	449	118	1.991
Según	De 10 a 49	1.268	412	244	46	1.970
tamaño	De 50 a 249	1.381	275	146	22	1.824
	Mayor de 249	1.157	171	93	17	1.438
Muestra	Edad/Empleo	Menor de 10	De 10 a 49	De 50 a 249	Mayor de 249	Total
	>10 años	1.285	567	106	28	1.986
Según	De 6 a 10 años	1.565	360	41	8	1.974
edad	De 3 a 6 años	1.658	275	28	6	1.966
	< 3 años	1.654	195	17	4	1.870

# 4. ESQUEMA DE RATIOS Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS CUANTITATIVO

Una vez diseñadas las muestras y seleccionadas las empresas que las componen se ha procedido a extraer los datos particulares de cada una de ellas para realizar los correspondientes análisis descriptivos, contrastes estadísticos y modelos econométricos.

En concreto, los datos de cada una de las empresas que se han considerado relevantes para este estudio son las ratios y el modelo de agrupación recogidos en el recuadro 2.1.

La elección del conjunto de ratios y sus agrupaciones depende del objetivo final perseguido. En el presente trabajo se pretende diferenciar entre los comportamientos de grupos de empresas en función de su tamaño y edad para ver cómo inciden estos aspectos en la actividad emprendedora. Para ello, se toma como base la clasificación de ratios del modelo propuesto por MAROTO (2005) en la serie de trabajos sobre las pyme con forma societaria<sup>3</sup>. En este trabajo, el modelo ha sido adaptado parcialmente a los datos y propuestas de definición de las ratios de

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Esta serie viene realizándose desde el año 2002 por encargo de la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio). Los datos que utiliza son también extraídos de los estados financieros depositados por las empresas en los Registros Mercantiles, en este caso a partir de la base proporcionada por el Centro de Procesos de Estadísticos de los Colegios de Registradores de España. Las ediciones más recientes de estos trabajos se encuentran disponibles en <a href="http://www.ipyme.org/IPYME/es-ES/EstadisticasPublicacionesEstudios/Publicaciones/">http://www.ipyme.org/IPYME/es-ES/EstadisticasPublicacionesEstudios/Publicaciones/</a>.

# RECUADRO 2.1 RATIOS CALCULADAS PARA CADA EMPRESA Y AÑO

Ratios de composición de la estructura del capital económico:
Activo circulante ÷ Activo fijo
Existencias ÷ Activo total
Ratios de composición de la estructura del capital financiero:
Fondos propios ÷ Pasivo total
Exigible a corto plazo ÷ Financiación permanente
Ratios de composición de la estructura del capital-coberturas:
Financiación permanente ÷ Inmovilizado total
Acreedores a corto plazo ÷ Deudores
Ratios indicadores de gestión de actividad:
Valor añadido ÷ Cifra de negocios
Valor añadido ÷ Inmovilizado material
Fondo de maniobra ÷ Cifra de negocios
Ratios indicadores de gestión de costes:
Consumos de explotación ÷ Cifra de negocios
Gastos de personal ÷ Cifra de negocios
Gastos financieros ÷ Cifra de negocios
Ratios indicadores de gestión-rotaciones:
Acreedores comerciales ÷ Consumos de explotación
Deudores ÷ Cifra de negocios
Ratios indicadores financieros de liquidez y solvencia:
Tesorería ÷ Acreedores a corto plazo
Activo total ÷ Exigible total
Gastos financieros ÷ Resultado neto del ejercicio + Gastos financieros
Ratios indicadores de rentabilidad:
Rentabilidad financiera: (Rentabilidad económica · Apalancamiento financiero · Efecto Fiscal )
Rentabilidad económica: (Margen de explotación · Rotación del activo)
Ratios indicadores de empleo y productividad:

la base SABI. Asimismo, se han eliminado algunas ratios por estar correlacionadas con otras o por su menor relevancia para el estudio de la actividad emprendedora.

Productividad: valor añadido por trabajador

Estas veinticuatro ratios han sido calculadas con los registros de la base SABI, que contiene los estados financieros para el conjunto de las

22.912 [7.893 (muestra *Control*) + 7.223 (muestras de tamaño) + 7.796 (muestras de edad)] empresas que componen las muestras seleccionadas en cada uno de los ocho años del periodo 1997 a 2004. En conjunto se ha calculado el valor de 4.399.104 ratios (24 ratios · 8 años · 22.912 empresas).

En la obtención de los cálculos de las ratios se han tomado los valores de las partidas contables que figuran en la base SABI a fecha de cierre de cada ejercicio económico.

Este procedimiento de cálculo es adecuado conforme a la teoría y práctica financiera para todas las ratios que contrastan partidas de la misma naturaleza, es decir, variables fondo con variables fondo y variables flujo con variables flujo. En los casos de las ratios de rentabilidad, por razones operativas, se ha establecido este mismo procedimiento, aunque la relación esté formada por una variable flujo (numerador) y otra variable fondo (denominador). Ello, para el caso de las empresas supervivientes estudiadas significa, en términos generales, una leve infravaloración de los resultados de la rentabilidad económica y financiera para los distintos grupos de tamaño y edad, que no causa perjuicio al análisis. Ha de tenerse en cuenta, de un lado, que este análisis es de amplios grupos agregados de empresas, no de empresas individuales, y de otro, que el objeto del análisis es la observación de comportamientos y tendencias disímiles entre los grupos de edad y tamaño propuestos. Todos estos grupos se ven afectados por la mencionada infravaloración en igual medida. A modo de ejemplo, para la muestra *Control* (de 7.893 empresas) y el periodo 2000-2004, la diferencia media es del 0,26 por 100 en el caso de la rentabilidad financiera y del 0,48 por 100 en la rentabilidad económica.

## A) Metodología del análisis estadístico

En los trabajos efectuados de revisión y depuración de datos se detectó cierta discontinuidad temporal en la obtención de valores de las ratios, existiendo casos para los que no en todos los años se obtenían resultados. Asimismo, se observaron casos en los que existía una amplia dispersión de los valores obtenidos. Lo primero no recomienda un tratamiento estadístico basado en datos de panel, y lo segundo aconseja que la información disponible sea tratada mediante el cálculo de medidas estadísticas de posición central que no se vean afectadas por la existencia de valores extremos. La medida que permite esto es la mediana de la distribución. Igualmente, es posible utilizar la media, pero sólo en el caso que para su cálculo se elimine de las muestras un suficiente número

de empresas que para cada ratio presentasen los valores superiores e inferiores.

Por ello, los estadísticos descriptivos (media, mediana y desviación típica) de las diversas ratios, que contienen las fichas que figuran en el cd adjunto, anexo 2, para cada uno de los grupos de tamaño y edad se han calculado tanto a partir de las medianas como de las medias de los valores tomados por las ratios para cada empresa durante el conjunto de años del periodo de estudio. En el caso de las medias, para evitar el problema expuesto de distorsión que provoca la existencia de valores extremos, se limpiaron las dos colas de la distribución de frecuencias de los valores medios tanto del 5 por 100 de los valores mayores como del mismo porcentaje de los menores.

De manera similar, en las representaciones gráficas de la evolución temporal de cada ratio se ha reflejado la mediana y media (sin valores extremos) para cada año de los valores de las ratios que para todas las empresas de las correspondientes muestras se han obtenido a partir de los datos disponibles en la base SABI. Estos gráficos se han realizado para reflejar conjuntamente la evolución de los distintos grupos de tamaño y edad y observar las diferencias y similitudes en su comportamiento temporal. En el estudio realizado en el capítulo V, principalmente se utiliza el estadístico mediana tanto para el análisis gráfico como estadístico. Los gráficos realizados para ver la evolución de los ratios en función de las medias únicamente se utilizan cuando existen dudas con el empleo de la mediana.

Las diversas pruebas y tests estadísticos utilizados para detectar el disímil comportamiento según tamaño o edad para cada ratio se han aplicado sobre las medianas de los valores de las ratios para cada empresa en los ocho años considerados. En concreto, los contrastes utilizados han sido el análisis de la varianza, el test de Scheffé y las pruebas no paramétricas de Kolmogorov-Smirnov y de Kuskal-Wallis. El resultado de estas pruebas estadísticas se ha complementado con el obtenido mediante la aplicación de técnicas econométricas de regresión con variables ficticias o dummies.

El análisis de la varianza es el procedimiento estadístico que se ha utilizado como método para contrastar la igualdad entre medias de varios grupos procedentes de poblaciones normales. Si con su aplicación se rechaza la hipótesis de que las medias sean iguales, entonces, se admite que al menos dos de las medias son distintas. En este caso hay que utilizar algún procedimiento que permita detectar qué medias son diferentes y cuáles no. Con este fin, el procedimiento que se utiliza en el presente trabajo es el test de Scheffé de comparaciones múltiples que consiste

en formular un contraste sobre una combinación lineal del número necesario de medias poblacionales.

El contraste de Kolmogorov-Smirnov se ha utilizado para comprobar si las distintas ratios estudiadas siguen o no una distribución normal. La finalidad perseguida es comprobar la hipótesis teórica de normalidad, que debe cumplirse para dar mayor fiabilidad al análisis de la varianza a la hora de verificar diferentes comportamientos entre las dimensiones o edades de las empresas contenidas en las muestras. Si como resultado de aplicar esta prueba no paramétrica no se puede afirmar la normalidad de la distribución de las ratios es necesario que los resultados obtenidos con el análisis de la varianza se traten de corroborar con el contraste de Kruskal-Wallis.

El contraste de Kruskal-Wallis es una versión no paramétrica del test de la F resultante del análisis de la varianza y sirve para investigar la hipótesis de que los grupos considerados por tamaño o por edad siguen la misma distribución o no. De esta forma, se trata de confirmar el diagnóstico de posibles disimilitudes en el comportamiento que proporcione el análisis de la varianza y la discriminación entre grupos debida al test de Scheffé.

## B) Metodología de análisis econométrico

Como se ha indicado, objetivo esencial del trabajo es la identificación de comportamientos diferentes entre las distintas edades y tamaños de las empresas respecto a las tres variables de desempeño empresarial (rentabilidad financiera, rentabilidad económica y productividad). Por ello, además de calcular para cada ratio diversos contrastes estadísticos y las principales medidas descriptivas de cada tramo de edad y tamaño, se ha realizado un análisis de la varianza mediante una regresión con la inclusión de variables ficticias o *dummies*.

El modelo permite observar el valor de los coeficientes de las variables ficticias obtenidos de la regresión, así como su significación estadística (recuadro 2.2). De esta forma, aquellos coeficientes estadísticamente significativos de la variables *dummies* señalan la existencia de un comportamiento diferente con respecto al resto de categorías consideradas y, análogamente, la carencia de significación pone de manifiesto comportamientos comunes entre las diversas categorías.

Los resultados de este análisis econométrico permiten ratificar y cuantificar, o poner en cuestión, la existencia de comportamientos similares o distintos a los observados en los análisis estadísticos, de tal forma que las conclusiones a las que se llegue estén sustentadas técnicamente de la manera más robusta posible.

# RECUADRO 2.2 MODELO DE REGRESIÓN ESPECIFICADO

# $Y_i = \alpha + \beta_1 dummy\_ta1_i + \beta_2 dummy\_ta_{2i} + \beta_3 dummy\_ta_{3i}$ [o, alternativamente, $+\beta_1 dummy\_ed1_i + \beta_2 dummy\_ed_{2i} + \beta_3 dummy\_ed_{3i}$ ] + $\varepsilon$

#### Donde:

Y<sub>i</sub>: Variables explicadas o endógenas, Rentabilidad financiera, Rentabilidad económica y Productividad, sucesivamente.

α: Constante del modelo.

Variables cualitativas o ficticias relativas al tamaño de la empresa o a su edad. En todos los casos, se introducen h-1 variables ficticias para evitar la colinealidad perfecta. Por ello, se introducen 3 variables ficticias para el tamaño e igualmente para la edad.

$$Dummy\_ta_h = \begin{cases} 1 \text{ si la empresa seleccionada es de tamaño } h \\ 0 \text{ en caso contrario} \end{cases}$$

dummy\_ta Variables

Variables *Dummy\_ta*<sub>hi</sub> identifica las observaciones de las empresas de tamaño: de diferente tamaño, según el número de empleados, donde h es un valor entre 1 y 4, cuyos valores son micro-

empresas, empresas pequeñas, empresas medianas y

empresas grandes.

o

dummy\_ed:

 $Dummy\_ed_h = \begin{cases} 1 \text{ si la empresa seleccionada pertenece a la edad } h \\ 0 \text{ en caso contrario} \end{cases}$ 

Variables de edad:

Dummy\_ed<sub>hi</sub> identifica las observaciones de las empresas clasificadas según su edad o edad: empresas menores de tres años, entre tres y seis años, entre seis y diez años y de más de diez. Por tanto, h tomaría valores entre 1 y 4.

**β:** Coeficientes resultantes del modelo de regresión.

ε: Perturbación aleatoria del modelo.

Las estimaciones de los modelos de regresión se han hecho con el método de mínimos cuadrados ordinarios, manteniendo las mismas especificaciones en todos los casos. La selección de variables, descartando las no significativas, se ha realizado según el método de selección hacia atrás.

Tal y como se señala en el recuadro 2.2, en la especificación del modelo de regresión se utilizan h-1 variables ficticias para evitar la colinealidad perfecta. Por tanto, una vez realizadas las estimaciones con las h-1 variables ficticias, se deben recuperar los coeficientes estructurales a partir de los coeficientes alfa y beta estimados. Para esta recuperación se sigue el proceso que se expone en el recuadro 2.3, teniendo en cuenta

#### **RECUADRO 2.3**

# PROCESO DE OBTENCIÓN DE LOS COEFICIENTES ESTRUCTURALES DE LAS VARIABLES FICTICIAS DE LA REGRESIÓN

#### Modelo estimado

```
 \begin{array}{l} Y_i = \alpha + \beta_1 \ dummy\_ta_{1i} + \beta_2 \ dummy\_ta_{2i} + \beta_3 \ dummy\_ta_{3i} \\ [o, \ alternativamente, \ \beta_1 \ dummy\_ed_{1i} + \beta_2 \ dummy\_ed_{2i} + \beta_3 \ dummy\_ed_{3i}] \\ + \varepsilon \end{array}
```

#### Modelo con coeficientes estructurales

```
\begin{array}{l} Y_i = d + a_1 \, dummy\_ta_{1i} + a_2 \, dummy\_ta_{2i} + a_3 \, dummy\_ta_{3i} + a_4 \, dummy\_ta_{4i} \\ [o, alternativamente, \, a_1 \, dummy\_ed_{1i} + a_2 \, dummy\_ed_{2i} + a_3 \, dummy\_ed_{3i} + a_4 \, dummy\_ed_{4i}] \\ + \, \epsilon \end{array}
```

#### Por tanto, igualando:

```
\begin{array}{l} \alpha+\beta_1\,dummy\_ta_{1i}+\beta_2\,dummy\_ta_{2i}+\beta_3\,dummy\_ta_{3i}\\ [o,\,alternativamente,\,\beta_1\,dummy\_ed_{1i}+\beta_2\,dummy\_ed_{2i}+\beta_3\,dummy\_ed_{3i}]\\ =d+a_1\,dummy\_ta_{1i}+a_2\,dummy\_ta_{2i}+a_3\,dummy\_ta_{3i}+a_4\,dummy\_ta_{4i}\\ [o,\,alternativamente,\,a_1\,dummy\_ed_{1i}+a_2\,dummy\_ed_{2i}+a_3\,dummy\_ed_{3i}+a_4\,dummy\_ed_{3i}] \end{array}
```

#### Donde debe verificarse que:

```
\begin{aligned} & \textit{dummy\_ta}_{1i} + \textit{dummy\_ta}_{2i} + \textit{dummy\_ta}_{3i} + \textit{dummy\_ta}_{4i} = 1 \\ & [o, \textit{alternativamente}, \textit{dummy\_ed}_{1i} + \textit{dummy\_ed}_{2i} + \textit{dummy\_ed}_{3i} + \textit{dummy\_ed}_{4i} = 1] \end{aligned}
```

#### Tomando como referencia la última variable en cada conjunto de dummy, se deduce:

```
\begin{aligned} & \textit{dummy\_ta}_{4i} = 1 - \textit{dummy\_ta}_{1i} - \textit{dummy\_ta}_{2i} - \textit{dummy\_ta}_{3i} \\ & [o, \textit{alternativamente}, \textit{dummy\_ed}_{4i} = 1 - \textit{dummy\_ed}_{1i} - \textit{dummy\_ed}_{2i} - \textit{dummy\_ed}_{3i} \end{aligned}
```

#### Por tanto,

```
\begin{array}{l} Y_{i} = (d+a_{4}) + (a_{1}-a_{4}) \ dummy\_ta_{1i} + (a_{2}-a_{4}) \ dummy\_ta_{2i} + (a_{3}-a_{4}) \ dummy\_ta_{3i} \\ [o, \ alternativamente, \ + (d+a_{4}) + (a_{1}-a_{4}) \ dummy\_ed_{1i} + (a_{2}-a_{4}) \ dummy\_ed_{2i} + (a_{3}-a_{4}) \ dummy\_ed_{3i}] \\ + \varepsilon \end{array}
```

#### Dado que los modelos son equivalentes, se tiene que:

$$\alpha = (d + a_4)$$
  $B_1 = a_1 - a_4$   $B_2 = a_2 - a_4$   $B_3 = a_3 - a_4$   $a_1 + a_2 + a_3 + a_4 = 0$ 

que las sumas de coeficientes estructurales que afectan a las variables ficticias deben ser cero. Estas restricciones son necesarias para interpretar los coeficientes del modelo estructural —notado en el recuadro 2.3 con letras latinas— como expresivos de diferencias respecto a una media global (Melle, 2001).

### 5. METODOLOGÍA DE ANÁLISIS CUALITATIVO: ENCUESTA

El trabajo de encuesta tiene dos condicionantes previos establecidos en el Convenio de investigación. De un lado, debían ser encuestadas las mismas empresas que lo fueron en el estudio del *Primer Informe de Emprendedores;* es decir, 458 encuestas dirigidas a ese mismo número de empresarios que respondieron entonces. De otro, con el objeto de mejorar el conocimiento de los nuevos emprendedores, debía también realizarse la misma encuesta dirigida a 150 (aprox.) nuevos empresarios de entre 0 y 3 años. En el cd adjunto, anexo 1, de este trabajo se presenta el cuestionario de la «Encuesta sobre emprendedores en España 2006».

Este diseño de la estrategia de encuesta permite ver los cambios cualitativos que se han experimentado por parte de los mismos empresarios entre 2002 y 2006, así como las diferencias respecto a los nuevos empresarios (de menos de 3 años).

Al mismo tiempo sería un anhelo de la investigación que este diseño se acomodase a la estructura del tejido empresarial español (en concreto, tomando como *proxy* a la estructura de la población de empresas con información completa en la Base SABI, 2005).

Sin embargo, este acomodo no es fácilmente alcanzable debido a los dos condicionantes indicados arriba, pero también a las modificaciones en el tiempo de la estructura empresarial y, principalmente, a la aleatoriedad que siempre acompaña al efectivo éxito en la obtención de respuestas a los cuestionarios enviados.

El trabajo de campo de la encuesta ha consistido en el envío postal (por parte de Dephimática, empresa especializada subcontratada por SERVILAB) de los cuestionarios destinados a las empresas encuestadas en 2002 y de los cuestionarios a empresas creadas entre 2003 y 2005. El objetivo de respuesta era, de un lado, obtener el mayor número de cuestionarios cumplimentados por parte de los empresarios repetidores y, de otro, conseguir, al menos, 150 respuestas completas de los nuevos empresarios. El trabajo de campo realizado por la empresa contratada se resume en el recuadro 2.4.

#### **RECUADRO 2.4**

#### TRABAJO DE CAMPO DE LA ENCUESTA A EMPRENDEDORES 2005

El trabajo de encuesta se realizó entre la última semana del mes de febrero y finales de junio; en este tiempo se realizaron todas las tareas habituales de campo, tales son:

 Edición de los cuestionarios. Se definieron dos modelos de cuestionarios para la captura de información ajustándolos a la reiteración de la encuesta para las unidades ya encuestadas y para las nuevas empresas a encuestar.

- 2. Depuración de los datos de localización y búsqueda de teléfonos de contacto.
- 3. Preparación y realización del *mailing*, envío postal de la encuesta a la dirección de las empresas.
- 4. Emisión de llamadas de campo y localización de la persona responsable de la cumplimentación.
- Atención de llamadas de las empresas para solucionar dudas o información aclaratoria.
- Gestión de incidencias, como localización de empresas y de casos de cierres u otros
- 7. Recepción de cuestionarios cumplimentados.

Se ejecutaron diversas acciones a los efectos de conseguir una respuesta adecuada de las empresas que integran la muestra a encuestar. Estas tareas se resumen a continuación:

- Contacto y confirmación de los datos de identificación, razón social, domicilio y NIF, de las empresas de la muestra.
- Identificación de la persona responsable de la cumplimentación del cuestionario, en su defecto de una persona de contacto, interlocutor válido.
- Confirmación de la recepción de la encuesta en la dirección de la empresa.
- Reenvío de cuestionarios por correo o por fax de las unidades que indicaron que no recibieron el cuestionario del primer envío, o en su caso porque los informantes prefieren recibirlo directamente a su nombre. Se estima que se han hecho reenvíos a casi el 50 por 100 de la muestra.
- Realización de 14.200 llamadas de recuperación hasta conseguir una respuesta favorable dentro del periodo de encuestación.
- Recoger las posibles incidencias que se detectan en las llamadas de campo, empresas cerradas, ilocalizables, etc.
- Atender las reclamaciones y dudas para apoyar la obtención de respuestas válidas.

Las principales argumentaciones de los informantes de las empresas que no respondieron a la encuesta, tras las reiteradas reclamaciones hechas por los agentes de campo, fueron:

- Empresas que se niegan rotundamente a cumplimentar encuestas que no sean «obligatorias».
- Respuesta negativa de hecho sin ningún tipo de argumentación; es el caso de los informantes que no atendieron a la llamada por diversos motivos, tales como:
  - La persona responsable de la cumplimentación de la encuesta en general se corresponde con una persona que ocupa un puesto de dirección y responsabilidad en la empresa, en un porcentaje alto de los casos sólo se ha podido hablar con una persona distinta que hizo de filtro de las llamadas, secretaria, recepcionista, sin conseguir una comunicación directa con el responsable. Ante esta situación se reenviaron faxes de reclamación dirigidos directamente a la persona responsable y nunca accedieron a nuestra demanda. En resumen sobre este punto el inconveniente encontrado es que la persona responsable y quien era la que debía completar el cuestionario era un alto cargo de la empresa y «no dispone de tiempo para atender a este tipo de demandas».
  - La falta de interés o poca importancia que las empresas han manifestado. Siempre se repiten las argumentaciones en trabajos de campo de estas características, falta de tiempo, de interés: «el empresario está para atender a otros trabajos y problemas de gestión de la empresa».
  - La persona responsable nunca puede atender nuestra llamada, está reunido, está fuera de la empresa, no se puede poner. Es un alto cargo de una empresa peque-

ña y tiene demasiadas ocupaciones. En resumen dicen: «no puede responder el empresario» y no hay persona que pueda responder en su nombre. Según las indicaciones especificadas en cuestionario de que la persona que tiene que responder al cuestionario es el «empresario principal o promotor» algunas empresas respondiendo a esta cuestión negaron toda posibilidad de rellenar la encuesta argumentando que esta persona no puede dedicarse a estos asuntos y no han querido delegar en otra la cumplimentación de la encuesta.

Los resultados alcanzados en el periodo de encuestación comprenden a un total de 507 encuestas con datos validados y contrastados con los informantes.

Tras la realización del trabajo de campo de encuesta se procedió a la grabación de cuestionarios, su codificación y validación.

Elaborado a partir del «Informe del trabajo de campo de la encuesta a emprendedores 2005» de Dephimática, empresa responsable de la ejecución del trabajo de campo.

### A) Encuesta a los emprendedores ya encuestados en 2002

De los 458 emprendedores-empresas para los que se obtuvo respuesta en la encuesta en el año 2002, ahora, en 2006, se dispone de datos, en la base SABI, para 452. Pero no todas sus empresas se encuentran en funcionamiento. Cuatro de ellas se encuentran en fase de liquidación, ocho están en fase de extinción y doce no se encuentran en la actualidad registradas con el mismo nombre. De estas últimas, a través de información en la red se ha podido detectar que simplemente ha habido un cambio de forma jurídica, o denominación social, obteniendo evidencias de continuidad en seis de ellas. Por tanto, son 434 emprendedores los destinatarios de la encuesta diseñada al efecto para buscar la continuidad con la realizada en el año 2002.

Tras más de cuatro meses en campo, de los cuestionarios dirigidos a empresarios repetidores se han obtenido respuestas completas de 285 empresarios, lo que significa un 65,67 por 100 (285/434 · 100) de las enviadas. Si se compara para cada uno de los 16 estratos las respuestas recibidas en 2006 con las empresas encuestadas en 2002, se observa que los totales para los distintos tamaños y edades en todos los casos superan el 50 por 100, y que en conjunto se ha obtenido respuesta de 62,2 por 100 de las empresas.

En el cuadro 2.5 se presenta la distribución del número de respuestas recibidas a los cuestionarios enviados en 2002 y en 2006, así como el porcentaje de repetición obtenido.

Los anteriores porcentajes permiten pensar que el índice de repetición en la contestación de los cuestionarios es suficiente para poder dar

DISTRIBUCIÓN DE RESPUESTAS DE EMPRESAS ENCUESTADAS EN 2002 Y 2006 Y PORCENTAJE DE REPETICIÓN CUADRO 2.5

		< 3	< 3 años	De 3 a	De 3 a 6 años	De 6 a	De 6 a 10 años	>10	>10 años	Total	al
		2002	2006	2002	9007	2002	9007	2002	2006	2002	2006
Menor de 10	N.º respuestas	1	0	26	13	70	41	80	47	177	101
Mellol de 10	% de repetición	)	0,0	)\$	50,0	58	58,6	85	58,7	57,1	,1
De 10 a 40	N.º respuestas	L	5	43	22	89	95	114	62	232	156
De 10 a 42	% de repetición	L	71,4	51	51,2	7.	73,5	59	69,3	67,2	,2
De 50 a 240	N.º respuestas	3	2	4	8	6	2	26	14	42	21
DC 30 a 243	% de repetición	9	2,99	\$L	75,0	2.	22,2	ES	53,8	50,0	0,
Mayor de 240	N.º respuestas	1	0	0	0	3	1	3	9	L	7
Mayor uc 247	% de repetición	)	0,0	10	0,001	3.	33,3	07	200,0	100	0,001
Total	N.º respuestas	12	7	23	88	150	94	223	146	458	285
IOtal	% de repetición	9	58,3	52,	2,1	79	62,7	<del>5</del> 9	65,5	62,2	,2

validez a los resultados que se obtengan del estudio cualitativo de la continuidad de la actividad de los emprendedores. Esta apreciación se confirma si se observa que para la variable tamaño las contestaciones de la encuesta de 2006 para cada segmento de edad replica de forma muy cercana la estructura de contestaciones de 2002, tal como se puede comprobar en el cuadro 2.6.

Igualmente, como se ofrece en el cuadro 2.7, si se comparan las respuestas de los empresarios a los que ha vuelto a encuestarse en 2006, las obtenidas en 2002 y la estructura empresarial actual (SABI 2005) con relación a los respectivos totales de emprendedores que han contestado o al número de empresas de la Base SABI ahora seleccionadas, se desprende que las respuestas logradas se adecuan a las obtenidas cuatro años atrás para los distintos segmentos de tamaño de empresas propuestos. La única excepción es la del grupo más numeroso, las pequeñas empresas, que aumentan su presencia en las respuestas en un 5 por 100 más a costa del también numeroso grupo de las microempresas. Al mismo tiempo, estos dos mismos grupos de empresas que, de manera conjunta, representan el 90 por 100 de las empresas encuestadas en las dos sucesivas oleadas, son las que incluso en más de este porcentaje se hallan presentes en la estructura empresarial española (96 por 100). La circunstancia de que se hayan obtenido más respuestas de pequeñas empresas que de microempresas —a partir de que en la estructura del tejido español son mayoritarias ampliamente las segundas frente a las primeras— se compensa por la amplia presencia de respuestas de microempresas en el segmento de la encuesta referido a las empresas de nueva creación (menos de tres años) que se presenta posteriormente.

Por otra parte, por la relativa baja presencia de medianas y, principalmente, grandes empresas en la estructura empresarial española, el ligero mayor porcentaje de respuestas en estos tramos de tamaño favorece la validez de las conclusiones que induzca el análisis.

Al contrario de lo que ocurre desde la perspectiva del tamaño para los distintos grupos de empresas, desde la de la edad, las respuestas obtenidas de los empresarios a los que se ha repetido encuesta no se ajustan suficientemente a la estructura empresarial. Es más, esta situación empeora respecto a las respuestas obtenidas en el año 2002, tal como se refleja también en el cuadro 2.7. La explicación de este hecho estriba en la dificultad intrínseca que conlleva la tarea de encuestación. Para que se pudiera replicar la situación de 2002 y que al mismo tiempo se aproximase a la estructura empresarial de 2005 habría que haber conseguido un 100 por 100 de respuestas a los cuestionarios enviados y, además,

ESTRUCTURA DE CONTESTACIONES A LAS ENCUESTAS SEGÚN VARIABLES TAMAÑO Y EDAD CUADRO 2.6

	< 3	< 3 años	De 3 a	De 3 a 6 años	De 6 a	De 6 a 10 años	>10	>10 años	To	Total
	2002	2006	2002	2006	2002	2006	2002	2006	2002	2006
Menor de 10	8,3%	0,00%	35,6%	34,2%	46,7%	43,6%	35,9%	32,2%	38,6%	35,4%
De 10 a 49	58,3%	71,4%	%6'85	57,8%	45,3%	53,2%	51,1%	24,1%	50,7%	%L'49
De 50 a 249	25,0%	28,5%	%5'5	7,8%	%0'9	2,1%	11,7%	%9'6	9,2%	7,4%
Mayor de 249	8,3%	%0000	%000	0,00%	2,0%	1,0%	1,3%	4,1%	1,5%	2,5%
Total	100,0%	100,0%	100,00%	100,00%	100,0%	100,0%	100,0%	100,00%	100,0%	100,0%

CUADRO 2.7

A: ESTRUCTURA EMPRESARIAL ESPAÑOLA (SABI, 2005)
B: RESPUESTAS RECIBIDAS EN 2006
C: RESPUESTAS RECIBIDAS EN 2002

	Empleo/Edad	>10 años	De 6 a 10 años	De 3 a 6 años	Total
	Menor de 10	34%	21%	17%	73%
	De 10 a 49	15%	5%	3%	23%
A	De 50 a 249	3%	1%	0%	4%
	Mayor de 249	1%	0%	0%	1%
	Total	53%	27%	21%	100%
	Menor de 10	28%	7%	0%	35%
B (2006)	De 10 a 49	42%	11%	2%	55%
	De 50 a 249	6%	1%	1%	7%
	Mayor de 249	2%	0%	0%	2%
	Total	78%	19%	2%	100%
	Menor de 10	18%	16%	6%	40%
	De 10 a 49	26%	15%	10%	50%
C (2002)	De 50 a 249	6%	2%	1%	9%
	Mayor de 249	1%	1%	0%	1%
	Total	50%	33%	16%	100%

aumentar la muestra en aquellos segmentos de edad y tamaño sub-representados en la encuesta de 2002. Todo ello conduce a que puedan existir algunos sesgos en las conclusiones que se desprendan de la encuesta referidos al conjunto empresarial.

No obstante, dado que los estratos más relevantes (microempresas y pequeñas) están suficientemente representados en las respuestas recibidas para empresas repetidas y, como se verá a continuación, estos tamaños son los más representados en la encuesta realizada a nuevas empresas, cabe admitir que las conclusiones del análisis cualitativo reflejen, globalmente, dicha realidad.

# B) Encuesta a nuevos emprendedores

Los nuevos emprendedores encuestados son aquellos cuyas empresas han sido constituidas en los últimos tres años. Para diseñar la muestra de empresas a las que enviar el cuestionario diseñado se ha tomado de la población total de SABI (compuesta por 976.598 empresas) aquellas 53.370 sociedades que se han constituido entre el 1 de enero de 2003 y 31 de diciembre de 2005. Este número de compañías se estratificó por los criterios de tamaño y rama de actividad.

Para la segmentación por tamaño se diferenció entre las cuatro dimensiones ya definidas anteriormente. Para el criterio de rama de actividad se han definido siete Agrupaciones CNAE para las que se han agrupado los códigos de actividad CNAE a un nivel de desagregación de dos dígitos de la siguiente forma: agraria (códigos del 1 al 5), extractiva, energía y agua (códigos del 10 al 14 y del 40 al 41), manufactura tradicional (códigos del 15 al 23, del 26 al 28 y 36 y 37), manufactura intermedia y avanzada (códigos 24, 25 y del 29 al 35), construcción (código 45), comercio (códigos del 50 al 52) y resto de servicios (resto de códigos).

Tras la segmentación, el número de empresas para las que existe información válida se reduce a 28.873. Este conjunto de empresas se reparte en los 24 estratos resultantes de la forma que se muestra en el cuadro 2.8.

El objetivo de respuestas a obtener de la encuesta a las empresas constituidas entre el 1 de enero de 2003 y 31 de diciembre de 2005 es de 150 cuestionarios válidos, por lo que se estimó que, con base a las experiencias previas en este tipo de estudios, era necesario enviar el cuestionario a una cifra cercana al millar de empresas. Estos envíos se repartieron proporcionalmente al porcentaje que representa cada uno de los 24 estratos sobre el total de la población de empresas de la Base SABI de menos de tres años, segmentada por tamaño y rama de actividad según se refleja en el propio cuadro 2.8.

Si se sigue el reparto proporcional a las empresas presentes en la Base SABI, el número de cuestionarios a enviar a las empresas con más de 50 trabajadores sería muy reducido. Esta circunstancia podría provocar que el número de respuestas que se obtuvieran de los dos tamaños superiores de empresas fuera nulo o, aun no siendo nulo, podrían no reflejar las opiniones y características del conjunto de los emprendedores de esos estratos. Por esta razón, el número de cuestionarios enviados a las medianas empresas se aumentó a 50 y el de grandes empresas a 20, con lo que el número total de cuestionarios enviados pasa a ser de 1.057. La selección de las empresas concretas a las que se envía el cuestionario se realizó de forma aleatoria, condicionándose únicamente por el porcentaje que cada uno de los estratos representa sobre el total de la población de empresas (28.814) de menos de tres años con información completa en SABI.

Del envío de estos cuestionarios, tras los cuatro meses de trabajo de campo, se obtuvieron 222 respuestas completas, lo que significa un exce-

POBLACIÓN DE EMPRESAS DE LA BASE SABI DE MENOS DE TRES AÑOS SEGÚN TAMAÑO Y ACTIVIDAD Y REPARTO DE CUESTIONARIOS A ENVIAR CUADRO 2.8

Empleo	Menor de 10	de 10	De 10	De 10 a 49	De 50	De 50 a 249	Mayor	Mayor de 249	Total	tal
Sector	SABI	Encuesta	SABI	Encuesta	SABI	Encuesta	SABI	Encuesta	SABI	Encuesta
Agrario	329	11	58	2	3	0	0	0	390	13
Extractivas	84	3	16	1	0	0	1	0	101	4
Aanufactura tradicional	2.284	62	385	13	24	1	8	0	2.701	94
Aanufactura avanzada	469	16	91	3	13	0	4	0	577	20
Construcción	4.799	166	1.119	39	75	3	0	0	5.993	208
Comercio	7.062	245	448	16	32	1	9	0	7.548	262
Servicios	10.461	361	894	32	201	7	42	2	11.504	400
Total	25.488	882	3.011	105	254	6	61	2	28.814	866

lente nivel de éxito para este tipo de empresarios sin experiencia previa en esta encuesta. Detalle del número de cuestionarios enviados y recibidos repartidos entre cada uno de los 24 estratos se muestra en el cuadro 2.9.

CUADRO 2.9
CUESTIONARIOS ENVIADOS Y RECIBIDOS A EMPRESAS
DE MENOS DE TRES AÑOS

Sector/Empleo		narios a es de 10		narios a 10 y 49		narios a 0 y 249		narios a s de 249	Cuestio toto	
	Enviados	Recibidos	Enviados	Recibidos	Enviados	Recibidos	Enviados	Recibidos	Enviados	Recibidos
Agrario	11	6	2	0	0	0	0	1	13	7
Extractivas	3	1	1	0	0	0	0	0	4	1
Manufactura tradicional	79	19	13	4	6	2	0	0	98	25
Manufactura avanzada	16	4	3	3	0	0	0	0	19	7
Construcción	166	20	39	12	17	3	0	0	222	35
Comercio	245	43	16	10	6	0	0	2	267	55
Servicios	361	66	32	20	22	5	20	1	435	92
Total	882	159	105	49	50	10	20	4	1.057	222

Estos buenos resultados han hecho que con las respuestas obtenidas de los empresarios con menos de tres años de historia se reproduzca bastante fielmente la estructura empresarial que representa su población, tal como queda reflejado en el cuadro 2.10. Se observa que el mayor grado de respuesta de las empresas de más de 10 trabajadores y el menor de las microempresas no tiene por qué causar perjuicio a las conclusiones del análisis, dado que para este último segmento de edad empresarial las microempresas constituyen la inmensa mayoría del entramado empre-

CUADRO 2.10
ESTRUCTURA EMPRESARIAL DE EMPRESAS DE MENOS DE TRES
AÑOS EN SABI Y ESTRUCTURA DE RESPUESTAS RECIBIDAS

Empleo/Edad	< 3 años. Estructura SABI	< 3 años. Encuesta 2006
Menor de 10	88%	72%
De 10 a 49	10%	22%
De 50 a 249	1%	5%
Mayor de 249	0%	2%
Total	100%	100%

sarial (algo más del 88 por 100). Por tanto, en esta situación es necesario aumentar la presencia de respuestas para los segmentos sub-representados en la población, ya que el reducido número de respuestas puede introducir sesgos más graves a la hora de abordar el análisis.

## C) Metodología de análisis de la encuesta

Una vez finalizado el trabajo de campo de la encuesta se procedió a la explotación de los datos obtenidos, distinguiendo entre los correspondientes a empresarios-empresas repetidores y empresarios-empresas nuevos. Los primeros permiten comparaciones con los que se obtuvieron en la encuesta realizada en 2002, mientras que los segundos facilitan el establecimiento de diferencias en función de la antigüedad del proyecto empresarial. Por otra parte, con el objeto de profundizar en algunos campos de la actividad emprendedora, la encuesta de 2006 incluía 17 preguntas que no se habían formulado en la de 2002, por lo que convenía dar un tratamiento específico a estos nuevos datos.

De esta manera, el análisis descriptivo de la encuesta se desarrolla en tres sucesivas secuencias. En la primera se ofrece de nuevo, cuatro años después del primer Informe de la actividad emprendedora en España, el panorama más reciente de la misma actividad, con la presentación del perfil y caracterización de los empresarios y su evolución respecto a 2002; en la segunda se presenta un estudio factorial y de *cluster* que identifica sus factores determinantes y las agrupaciones homogéneas de empresarios según el modo y compromiso con que desarrollan la actividad emprendedora; y en la tercera, se indaga en nuevas facetas de los emprendedores, particularmente en comportamientos empresariales a largo plazo asociados a actividades emergentes e industrias creativas.

En concreto, en el capítulo III se realiza el análisis de la primera secuencia, que recorre los epígrafes contenidos en la encuesta. Es decir, caracterización del empresario, datos de la empresa a 31 de diciembre de 2005, investigación y desarrollo (I+D), fuentes de financiación de la empresa, crecimiento y dimensión del proyecto empresarial, factores de éxito y problemas encontrados en la creación de la empresa y valoraciones sobre el espíritu emprendedor en España. Para una mejor comprensión de los resultados de la encuesta, en el análisis descriptivo estos epígrafes han sido reordenados en los siguientes apartados: 1) introducción; 2) caracterización del empresario español: principales rasgos; las motivaciones personales; la gran decisión; 3) las características del proyecto empresarial: dimensión, edad y crecimiento; decisiones empresariales; estructura laboral; 4) la valoración de los resultados empresa-

riales: las razones que explican el éxito y supervivencia; las causas del fracaso, y 5) conclusiones.

La segunda secuencia del análisis de la encuesta se basa en todas las preguntas-respuestas que contienen una valoración por parte del empresario mediante el procedimiento de «escalas Likert» o similares (muy importante, ..., nada importante, etc.). Con estos resultados valorativos y algunos otros de caracterización del empresario o de la empresa se ha creado un conjunto de 37 variables sobre las que se realiza el estudio de factores que caracterizan el espíritu empresarial y su relación con las *performances* de las empresas. Esta secuencia se recoge en la primera parte del capítulo IV.

Finalmente, la tercera secuencia del análisis utiliza la mayor parte de los resultados de las preguntas nuevas incorporadas a la encuesta de 2006, con la finalidad de profundizar en aspectos ligados a la creatividad competitiva de los emprendedores. Se recoge en la segunda parte del capítulo IV.

# 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».

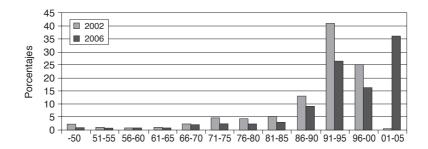
Los empresarios constituyen un colectivo que, pese a su enorme importancia, resulta en gran medida opaco. La inexistencia de censos que permitan la aproximación directa obliga a utilizar a su obra —la empresa— como vía alternativa. Así, para obtener una muestra lo más significativa posible del conjunto 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 fecha <sup>1</sup>. 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



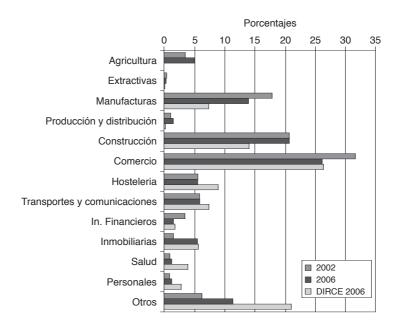
Aunque es en los primeros años de vida cuando la empresa corre un mayor riesgo de desaparición, el riesgo de salida nunca desaparece. La acumulación año tras año de este riesgo de salida hace que el porcentaje de empresas pertenecientes a las cohortes más antiguas vaya reduciéndose a medida que pasa 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.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> 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)<sup>2</sup>.

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

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> 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

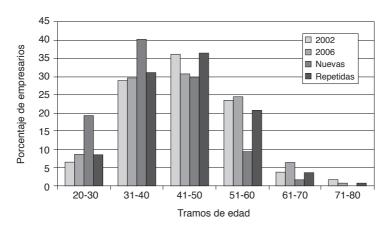
La mayor parte de los empresarios son hombres. La presencia de las mujeres sigue siendo reducida entre el empresariado español, al igual que ocurre en el resto de los países desarrollados, aunque afortunadamente las diferencias parecen estar reduciéndose rápidamente. Así la participación de las mujeres 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

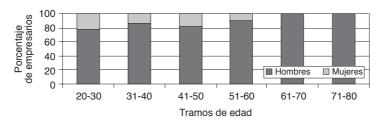


Al igual que ocurría en 2002, la participación de las mujeres es más elevada en los estratos más jóvenes de edad; pero las diferencias son significativamente menores. En la primera edición del informe se observaba una elevada concentración de mujeres en el grupo de menores de 30 años, en el que alcanzaba 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





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.

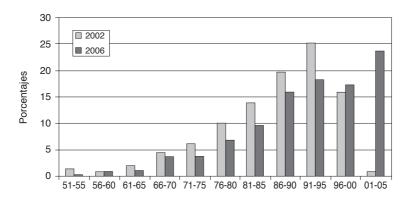
# c) Inicio de la actividad empresarial

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

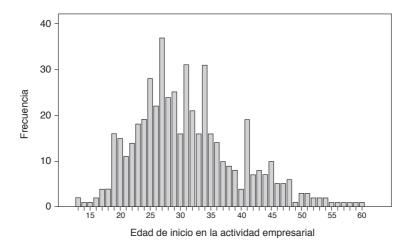
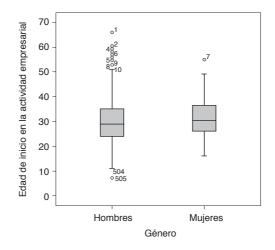


GRÁFICO 3.7
DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO DE LA EDAD DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL



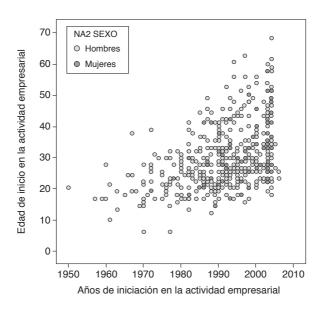
y personales que no favorecen que se conviertan en empresarias a edad temprana pero tampoco los inicios tardíos.

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 finalizan 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.

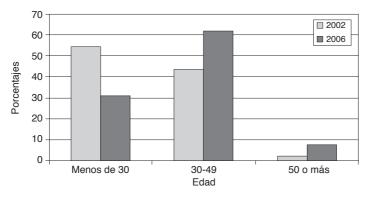
GRÁFICO 3.8

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.

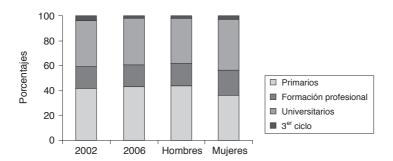
Aunque los resultados apuntados parecen sólidos, existe la posibilidad de que estuvieran afectados por un problema de autoselección. Si la discriminación hacia las mujeres fuera tan fuerte que no consiguieran sobrevivir en el mercado. Como aquellas que la sufren y sólo quedaran las que no la han padecido,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

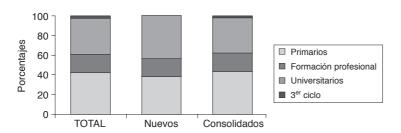


cuenta ajena. Pero también cabría interpretar el menor interés o la menor facilidad de los universitarios con postgrados a acceder al mercado empresarial. Estos aspectos, sin duda de gran interés, requerirán de estudios específicos en el futuro.

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).

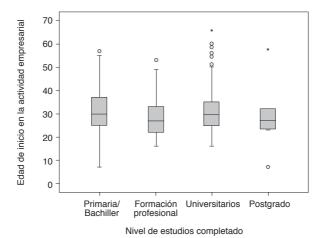
GRÁFICO 3.12 NIVEL DE ESTUDIOS DEL EMPRESARIO 2006



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.

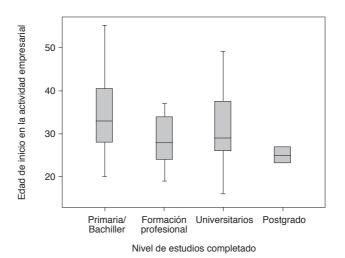
Como era previsible, cuanto más alto es el nivel de formación más concentrada se halla en torno a la finalización del periodo de estudios. Las razones de este comportamiento, ya detectado en el anterior estudio, se encuentran en la dificultad para acometer un proyecto empresarial durante el proceso educativo 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)



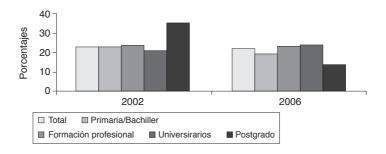
Como ya ha sido señalado con anterioridad, las mujeres muestran una mayor concentración que los hombres en la edad de comienzo de la actividad emprendedora, no siendo habitual que comiencen con menos de 20 años ni con más de 50 (gráfico 3.14). No se produce la entrada de mujeres jóvenes sin estudios —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



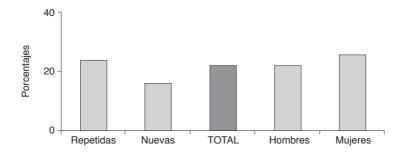
De forma similar a lo que ocurría en 2002, cerca de la cuarta parte de los empresarios tiene algún tipo de estudio complementario, distinto a su formación principal y que consideran que ha influido de forma importante en su actividad. La principal diferencia entre la edición anterior del Informe y la 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.

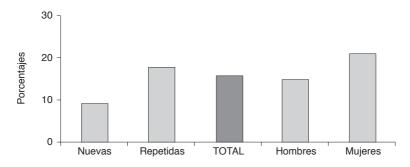
GRÁFICO 3.16 ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS EN 2006



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

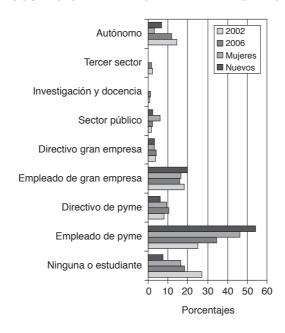


# e) Experiencia y ocupación previas

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.

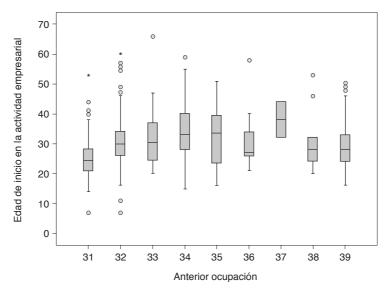
En general, las mujeres muestran una experiencia profesional previa similar a la de los hombres, destacando únicamente una mayor proporción de antiguas empleadas de pyme y una muy escasa participación de autónomos.

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 empresarios 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)

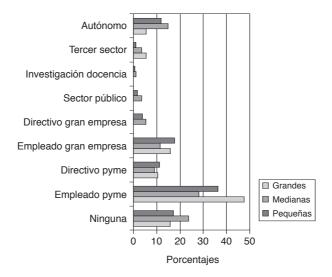
# GRÁFICO 3.19 EDAD DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y OCUPACIÓN PREVIA



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



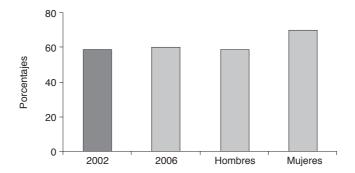
previa. La procedencia de los empresarios de las medianas empresas y grandes es bastante similar a la de las pequeñas. Los únicos hechos destacables son el gran porcentaje de antiguos empleados de pyme entre los empresarios de grandes empresas y la nula presencia entre éstos de directivos de grandes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

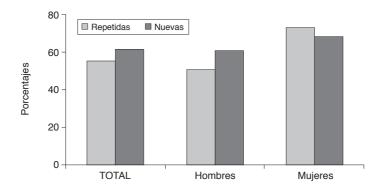
liar es mayor entre las mujeres: un 70 por 100 de ellas pertenece a una familia con alguna tradición empresarial, mientras que el porcentaje entre los hombres no llega al 60 por 100 (gráfico 3.21).

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

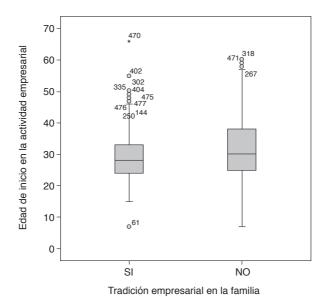


La pertenencia a una familia emprendedora aunque favorece la entrada no parece incidir de forma significativa sobre las posibilidades de éxito del empresario (VAN PRAAG, 1999). El éxito, como se verá más adelante, depende de factores que requieren del esfuerzo continuado —y de la suerte— del empresario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

100 90 80 70 Porcentajes 60 40 30 20 10 TOTAL Repetidas Nuevas Mujeres ■ Ninguno ■ Importante ■ Poco importante ■ Muy importante

GRÁFICO 3.24 VALORACIÓN DEL APOYO FAMILIAR

### B) Las motivaciones personales

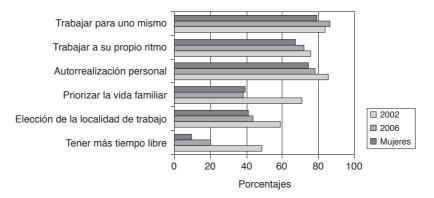
Las motivaciones que hacen que un individuo decida tomar el arduo camino de la actividad empresarial son múltiples, influyendo tanto los aspectos económicos como los personales y sociales.

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)

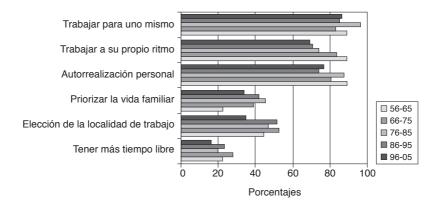


La comparación con los datos de 2002 ofrece una reducción prácticamente general de las motivaciones ligadas a la calidad de vida, siendo las diferencias especialmente significativas en las más ligadas al ámbito personal. No hay diferencias importantes entre hombres y mujeres con la excepción del motivo «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.

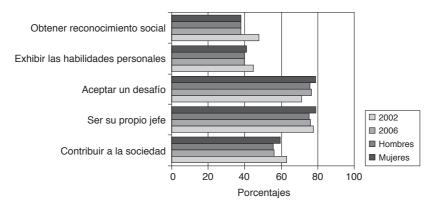
GRÁFICO 3.26 MOTIVACIONES PARA SER EMPRESARIO POR ÉPOCA DE INICIO (CALIDAD DE VIDA)



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.

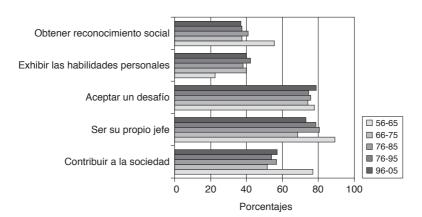
La exhibición de las habilidades personales o la obtención de reconocimiento social fueron consideradas como motivos importantes por algo menos del 40 por 100 de los empresarios encuestados (gráfico 3.27). Por géneros, las diferencias son escasas, mereciendo destacarse la fuerte recuperación entre las 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)



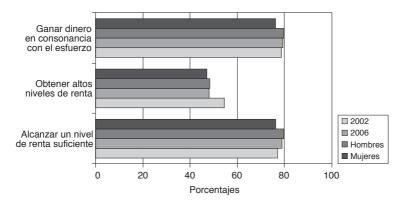
Por cohortes de inicio en la actividad emprendedora no se aprecian grandes diferencias con la salvedad del grupo de empresarios más veteranos, aquellos que comenzaron entre 1956 y 1965. En este reducido grupo de empresarios, las motivaciones relacionadas con la satisfacción laboral muestra un perfil 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)



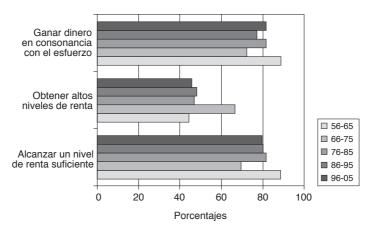
El análisis por época de inicio de la actividad empresarial (gráfico 3.30) no muestra grandes diferencias entre los distintos grupos realizados. Solamente los empresarios surgidos en la década de consolidación del desarrollo económico franquista (1966-1975) muestran un esquema diferenciado, en el que 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





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 determinantemente 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 aproximarlo al máximo posible al surgimiento de la oportunidad.

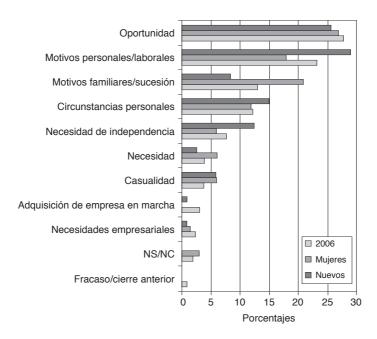
Los desencadenantes de la decisión temporal declarados por los empresarios encuestados son muy variados, pero coincidentes en líneas generales con la literatura al respecto, pudiéndose agrupar en dos grandes grupos: los relacionados con la aparición de oportunidades y los ligados a la necesidad.

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<sup>3</sup> (gráfico 3.31).





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-

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> 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.

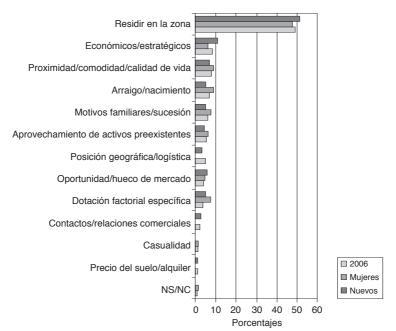
Por ello, resulta interesante observar cómo la mitad de los empresarios escoge la localización de su empresa simplemente atendiendo a su lugar de residencia. Aunque el ámbito regional más cercano al lugar donde vive ofrece ciertas ventajas en términos de experiencia y conocimiento del mercado, los altos 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 optimación 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

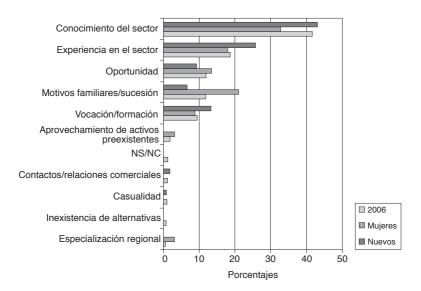


Si el tiempo y el lugar afectan al desarrollo del proyecto empresarial, la elección del sector determina sus más profundas características.

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



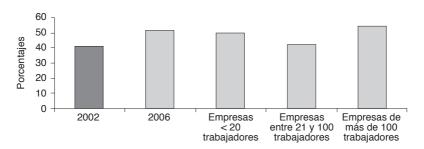
La elección del sector de actividad por motivos puramente ligados a la apreciación de una oportunidad de negocio —los centrales en los modelos tradicionales de movilidad empresarial— se produce apenas entre el 15 por 100 del total de empresarios.

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.

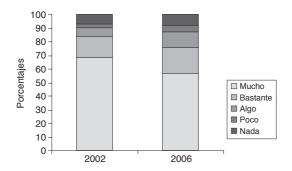
Como se ha visto, el conocimiento sectorial y la experiencia previa desempeñan un papel determinante en la elección del sector donde desarrollarán su actividad. Así, más del 50 por 100 de los empresarios declaró que su empresa estaba ligada con su anterior actividad profesional, lo que supone un significativo 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 financiero<sup>4</sup>.

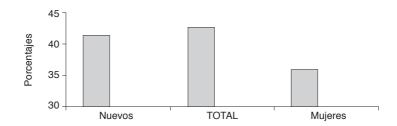
<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Esto hace que las nuevas empresas no sólo sean más pequeñas que las ya establecidas, como reiteradamente ha puesto de manifiesto la literatura sobre el tema, sino que también su tamaño relativo sea menor cuanto mayor sea el tamaño medio de las empresas del sector.

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

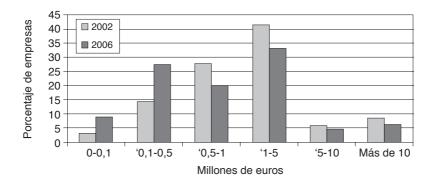
La empresa es el reflejo de la actividad del empresario. No es, por tanto, posible describirlo adecuadamente sin estudiar, aunque sea someramente, las características de la empresa que dirige.

### 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.





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 existente <sup>5</sup>. 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

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> 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 cargas <sup>6</sup> que podría evitar creando una nueva empresa.

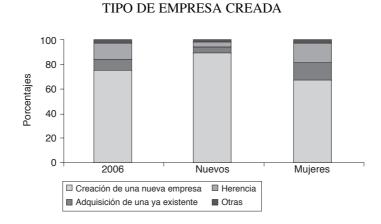
La elección de la forma de la entrada dependerá en gran medida de si el empresario considera que su ventaja competitiva reside fundamentalmente en el producto que va a introducir en el mercado o si, por el contrario, considera que está en su capacidad de gestión.

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

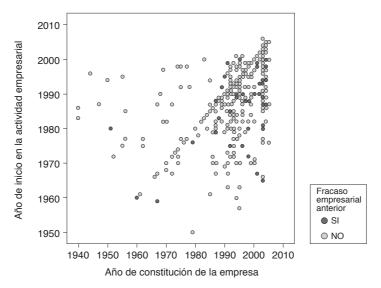


<sup>6</sup> La naturaleza de las cargas en que puede incurrir el empresario si decide entrar mediante la adquisición de una empresa ya existente es de muy diversa índole: exceso de plantilla, tecnología obsoleta o inadecuada, localización subóptima, problemas de capacidad...

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



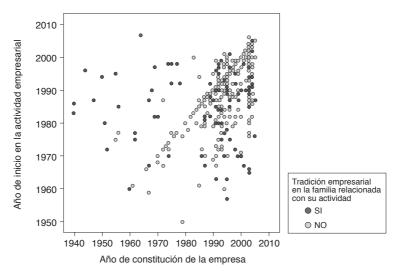
A poca distancia, con el 41 por 100 de los casos, está el grupo constituido por los empresarios que se encuentran al menos en su segundo proyecto empresarial —debido en muchos casos a un fracaso empresarial previo—, ya que el año de constitución de la empresa es más reciente que su inicio como empresarios. 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.

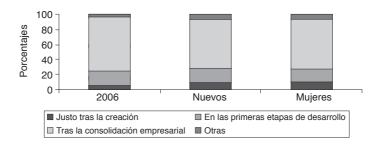
Los resultados obtenidos en la encuesta suponen cierto apoyo a las tesis de crecimiento estocástico, pero sobre todo muestran la existencia de una amplia variabilidad en el modelo de crecimiento que siguen las empresas.

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.

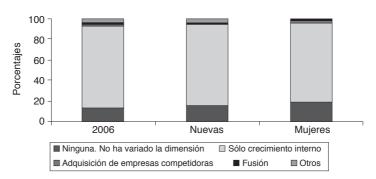
En cuanto a la forma del crecimiento, prácticamente el 80 por 100 de los empresarios ha utilizado el crecimiento interno. Las otras formas de crecimiento, tales como la fusión o adquisición, sólo fue utilizada por poco más del 5 por 100.

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

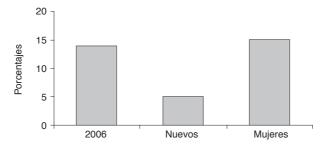


Un 14 por 100 de los empresarios considera que su proyecto empresarial ya ha alcanzado la dimensión deseada. Entre los nuevos empresarios el porcentaje es sensiblemente menor, apenas un 5 por 100. Las mujeres muestran unos niveles de satisfacción con la dimensión alcanzada algo mayores que los hombres, 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

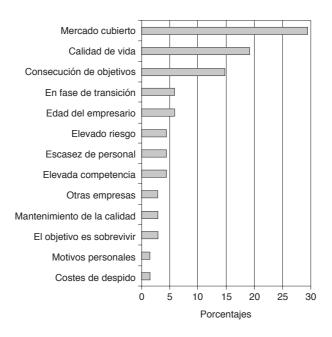
GRÁFICO 3.44

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



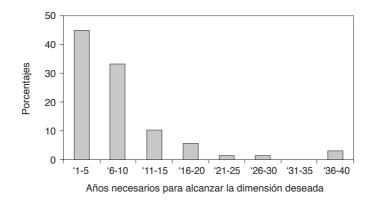
por 100 del total lo justifica en base a la falta de dinamismo del mercado aduciendo que ya está cubierto. Un 19 por 100 aduce motivaciones relacionadas con la calidad de vida; consideran que el aumento de la dimensión empresarial reduciría sensiblemente su tiempo libre y le generaría más estrés. Casi 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



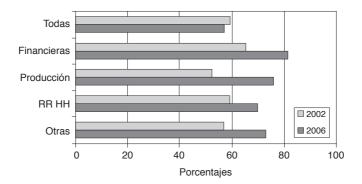
# B) Decisiones empresariales

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



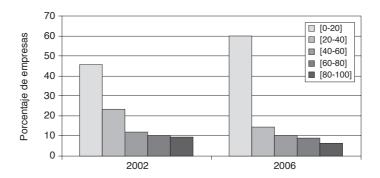
Un análisis de correlaciones parciales, controlando el efecto de la dimensión empresarial, pone de manifiesto una cierta tendencia a que el nivel de concentración de la toma de decisiones aumente con la edad del empresario, lo que coincide en buena medida con lo observado en el anterior Informe. Asimismo, 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

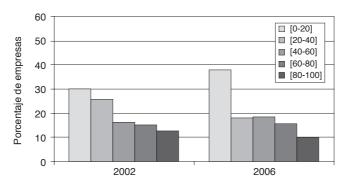
GRÁFICO 3.48
PORCENTAJE DE LAS VENTAS DIRIGIDAS A LOS TRES
PRINCIPALES CLIENTES



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.

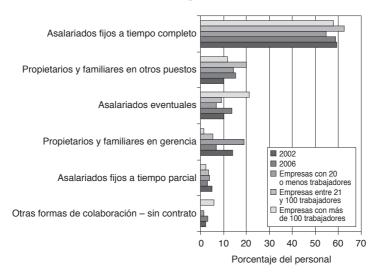
Las empresas con capital extranjero apenas suponen el 4 por 100 del total de las empresas. Las participaciones extranjeras son mayoritarias en tres de cada cuatro empresas con capital foráneo, alcanzando el 100 por 100 en el 41 por 100 de los casos.

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



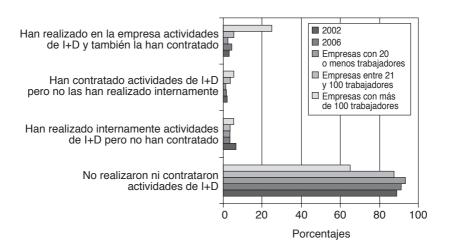
mayor parte del personal, casi un 60 por 100, es asalariado fijo a tiempo completo. Sigue en importancia, con un 14 por 100, los propietarios y familiares que ocupan puestos no gerenciales. Los asalariados eventuales ocupan un tercer puesto, con casi, un 14 por 100.

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

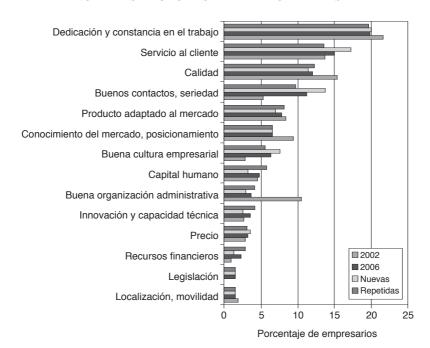
En el presente apartado se estudian las características, habilidades y actitudes que los empresarios consideran como determinantes de su éxito.

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 atribuían 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



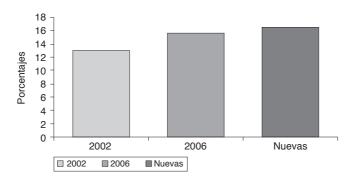
La posesión de un producto adaptado al mercado es el factor que los empresarios consideran como más relevante para la supervivencia, mientras que en términos de condición para el éxito empresarial ocupaba el quinto puesto. Asimismo, fueron considerados como muy importantes la situación del mercado, la 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

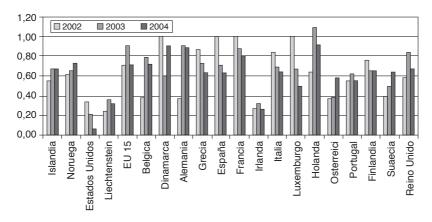


La mayor parte de los modelos teóricos sobre movilidad empresarial consideran que existe una masa de potenciales emprendedores que entran o salen del mercado en función de las circunstancias, por lo que un fracaso empresarial sólo supondría una salida temporal del empresario. Si esto fuera así, y debido 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 Commisión (2002), European Commision (2003), European Commisión (2004) y elaboración propia.

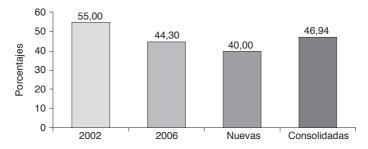
Las causas de este comportamiento pueden encontrarse en los aspectos financieros, ya que una gran parte del capital de la empresa está

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 aspecto 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



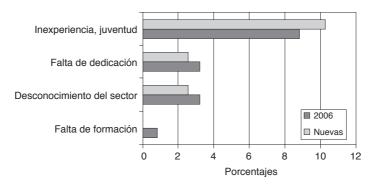
Las causas del fracaso empresarial que adujeron los empresarios con este tipo de experiencias, aunque fueron múltiples, pueden resumirse en cuatro grupos: las relacionadas con las propias características del empresario, las ligadas con la organización y la gestión de su empresa, los pro-

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 lo 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)

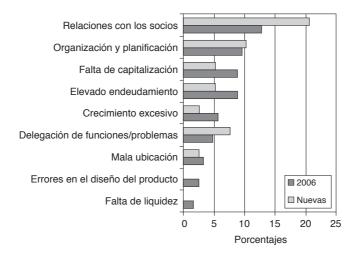
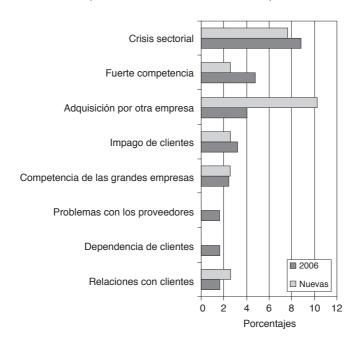
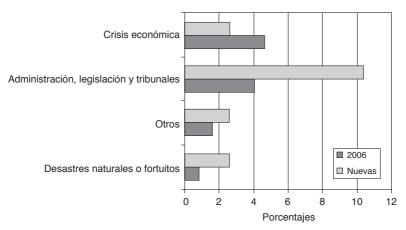


GRÁFICO 3.59
CAUSAS DEL FRACASO EMPRESARIAL
(PROBLEMAS SECTORIALES)



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 redunda, 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.

### CAPÍTULO IV

## DETERMINANTES Y CREATIVIDAD COMPETITIVA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Este capítulo, basado principalmente en los resultados de la nueva encuesta, contiene dos apartados (1 y 2) que indagan en aspectos específicos del comportamiento de los empresarios. El primer apartado recoge un estudio de factores que permite obtener los componentes que determinan la actividad emprendedora española en 2006, así como los grupos o *clusters* diferenciados de empresarios en función de los mencionados factores. El segundo apartado analiza y busca evidencias sobre la actividad emprendedora creativa, es decir, aquella que se halla comprometida con una estrategia empresarial basada en oportunidades sectoriales, innovadoras o de mercados dinámicos que generan productos emergentes.

# 1. FACTORES DETERMINANTES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

En la misma línea del Primer Informe de la actividad emprendedora en España, en este apartado se presentan los principales factores que explican la actividad emprendedora en España en 2006. Es, por tanto, continuación y complemento del que se ofreció en 2004 (encuesta de 2002). Asimismo, es también complementario del capítulo III de este mismo trabajo en el que se exponen los resultados de las opiniones y rasgos de la actividad emprendedora.

El objetivo de este apartado es profundizar en las razones que explican el fenómeno emprendedor en España, cuatro años después del estudio realizado en 2002, a través de los nuevos datos que ofrece la encuesta de 2006. Para ello, mediante la misma metodología multinivel y *cluster* que en el trabajo de 2002, se intentan comprender las razones que convierten en éxito a la actividad emprendedora. En suma, avanzar en el conocimiento que explicaría la entrada y la supervivencia en la aventura empresarial desde dimensiones individuales, organizativas, de resultados y de ambiente.

El análisis emplea, por tanto, variables psicológicas, demográficas, de estrategias empresariales y organizativas, de recursos humanos y económicos y variables de entorno económico e institucional. Estas variables han sido identificadas a partir de los datos obtenidos de la encuesta específica referida, así como de la realizada en el año 2002, lo que permite establecer comparaciones y algunas tendencias a través de su evolución en el tiempo de estudio.

De nuevo, este apartado se propone desagregar el objetivo planteado para: 1) comprobar la relevancia del análisis multivariante empleado a partir de las variables indicadas, de manera que contribuya a explicar satisfactoriamente la *performance* de la actividad emprendedora; 2) verificar el valor de cada factor y grupo de empresas identificados para una buena interpretación de los resultados, y 3) explorar otras formas alternativas de análisis mediante el apoyo de los factores y *cluster* obtenidos.

Se estructura de la siguiente manera. Tras esta introducción, se presenta un apartado con las variables específicas empleadas en el modelo de este trabajo que caracterizan la actividad emprendedora. En un nuevo apartado se ofrece la metodología y el análisis factorial y *cluster*. Finalmente se presenta una síntesis y conclusiones.

### A) Variables para el estudio factorial

Teniendo en cuenta las principales variables teóricas —señaladas en el capítulo I— que configuran la actividad en las distintas esferas del comportamiento de las empresas (demográficas y psicológicas, sectoriales y de entorno, organizacionales y de influencia de las políticas públicas, entre las más destacadas), se han seleccionado 37 variables (cuadro 4.1), agrupadas en cinco bloques: de motivaciones, de supervivencia, de valoración de las ayudas públicas, características del empresario y características de la empresa-entorno. En el análisis se han tenido en cuenta algunos trabajos que sugieren la combinación de las dimensiones individuales del empresario, la organización y el entorno y, en

CUADRO 4.1 CARACTERÍSTICAS DESCRIPTIVAS DE LAS VARIABLES

	FI-	Ai	ño 2002	Año 2006				
Descripción de la variable	Escala de medida	Media	Desviación estándar	Media	Desviación estándar			
Variables motivacionales								
– Autonomía		4,35	0,99	4,20	0,85			
- Tener tiempo libre		3,44	1,43	2,39	1,25			
- Elegir localización del trabajo		3,61	1,34	3,23	1,27			
– Priorizar la vida familiar		4,01	1,14	3,05	1,24			
- Alcanzar la autorrealización		4,36	0,92	4,03	0,89			
– Trabajar a su propio ritmo	Escala tipo Likert	4,09	1,13	3,81	1,02			
- Contribuir a la sociedad	(1 = «nada importante»	3,84	1,10	3,52	0,97			
– Ser el jefe de su propio negocio	a a	4,12	1,09	3,97	0,94			
- Aceptar un desafío	5 = «muy	3,9	1,16	3,96	0,96			
– Exhibir las habilidades personales	importante»)	3,21	1,35	3,17	1,19			
- Obtener reconocimiento social		3,33	1,37	3,00	1,17			
- Alcanzar un nivel de renta suficiente		4,12	0,97	4,00	0,84			
- Obtener altos rendimientos de renta		3,51	1,07	3,43	1,02			
Ganar dinero en consonancia con el esfuerzo		4,18	1,01	4,02	0,86			
Factores para la supervivencia								
- Tener un producto/servicio adecuado	Escala tipo Likert	4,49	0,90	4,29	0,77			
– Disposición de recursos financieros	(1 = «nada importante»	2,85	1,51	3,30	1,18			
Buenas expectativas de mercado	a importante»	4,03	1,08	3,93	0,86			
Buena cultura empresarial	5 = «muy	4,16	1,22	3,99	1,02			
Esfuerzo tecnológico realizado	importante»)	3,59	1,44	3,24	1,17			
	ción de las políticas p	públicas						
Las prestaciones sociales que fomentan la creación de empresas		2,84	1,07	2,70	0,94			
Las políticas del gobierno nacional en relación a la creación de empresas	Escala tipo Likert	2,75	0,98	2,60	0,84			
Las políticas del gobierno autonómico en relación a la creación de empresas	(1 = «nada importante»	2,78	1,02	2,60	0,88			
La tramitación administrativa/buro- crática en la creación de empresas	a 5 = «muy	2,36	1,06	2,45	0,94			
La fiscalidad en la creación de nuevas empresas	importante»)	2,44	1,03	2,44	0,88			
Las normativas gubernamentales son predecibles y consistentes		2,66	0,99	2,64	0,83			
Características del empresario								
- Edad	Escala 4 posic.	2,86	0,91	2,64	0,83			

- Experiencia profesional	Escala 4 posic.	2,73	0,97	1,65	0,69
Nivel de concentración de las decisiones	S'í = 1; No = 0	0,58	2,45	0,57	0,50
- Existencia de otro empresario en familia	Sí = 1; No = 0	0,51	2,46	0,60	0,49
- Experiencia familiar relacionada con su actividad	Sí = 1; No = 0	0,69	2,47	0,41	0,49
Su empresa está relacionada con su anterior actividad	Sí = 1; No = 0	0,60	2,46	0,51	0,49
- Estudios universitarios	Si = 1; No = 0	0,40	0,49	0,39	0,49
Caraci	terísticas de empresa	entorno/			
- Edad de la empresa	Escala 4 posic.	2,86	0,98	1,65	0,64
Porcentaje de acciones en poder del accionista principal.	Escala 3 posic.	2,43	0,76	2,41	0,79
- Tamaño (en número de empleados)	Escala 4 posic.	2,50	1,12	1,59	0,70
Concentración de ventas (tres principales clientes)	Escala 4 posic.	2,47	1,07	2,11	1,11
- Sector de actividad	Escala 3 posic.	2,43	1,14	2,59	0,55

CUADRO 4.1 (cont.)

particular, las propuestas de BAUM, LOCKE y SMITH (2001) y de LUMP-KIN y DESS (1996) sobre análisis multinivel para explicar los principales factores de la actividad emprendedora. Se ha tenido en cuenta, también, la información ofrecida por los últimos Informes del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en particular las ediciones de 2004 (REYNOLDS) y 2005 (ACS).

El método y las variables seleccionadas son los mismos que los empleados en el Primer Informe de la actividad emprendedora en España, de manera que fuera posible la comparación y, en su caso, obtención de diferencias, tal como queda en el cuadro indicado. Las variables extraídas de la encuesta de 2006 se corresponden con preguntas idénticas formuladas en la de 2002.

Entre las variables incluidas en el análisis destacan los valores de algunas en particular. Concretamente, ciertos aspectos motivacionales, tales como la valoración sobre la autonomía, la autorrealización y obtener rentas adecuadas, alcanzan valores superiores a 4 (sobre 5). Por el contrario, las variables referidas a trabajar a su propio ritmo, ser su propio jefe y, especialmente, priorizar la vida familiar (sufre una caída de casi un punto de la escala, desde 4,01 a 3,05), que lograron valores medios mayores de 4 en 2004, han descendido por debajo de dicha cifra con los resultados de la encuesta de 2006. Tal como se indicó en el análisis descriptivo de la encuesta (capítulo III), respecto a la de 2002 se observa

una reducción prácticamente general de los valores asignados a las motivaciones ligadas a la calidad de vida de los empresarios, particularmente a las que se refieren al ámbito personal.

Asimismo, dentro de los aspectos o variables que influyeron en la supervivencia, tener un producto/servicio adecuado, buenas expectativas de mercado y buena cultura empresarial, también dan valores superiores o del entorno de 4 como media. Por el contrario, se valoran con puntuaciones más bajas las políticas públicas de ayuda a la creación de empresas; es más, han bajado todas las valoraciones en 2006 respecto a 2002, excepto la variable referida a la tramitación administrativa, que ha mejorado ligeramente pasando de 2,36 a 2,44 de media.

Dentro del bloque de características del empresario, se observa que éste concentra todas las decisiones de la empresa en un 57 por 100 de los casos, que al menos hay otro empresario en la familia en el 60 por 100 de los casos (era del 51 por 100 en 2002) y que la empresa está relacionada con su actividad anterior en el 51 por 100 de los casos (era del 60 por 100 en 2002). Sin embargo, se ha reducido notablemente la existencia de algún familiar con experiencia en su actividad actual desde el 69 por 100 en 2002 hasta el 41 por 100 en la encuesta de 2005. Por último, los datos indican que las empresas de la muestra estudiada tienen una media de 11 años, y operan en siete sectores de actividad según CNAE a dos dígitos, si bien en el estudio factorial han sido agrupados en los tres tradicionales.

### B) Características de los factores que definen al emprendedor

Con el fin de reducir y condensar la información de los 37 ítems originales representativos del espíritu emprendedor, se juzgó en primer lugar la idoneidad de la aplicación del análisis factorial (componentes principales), calculándose diversos indicadores que mostraron resultados adecuados (test de Barlett = 4.562 con p < 0.01) y el resultado de la matriz de correlaciones —0.000095—, indicador de la existencia de dependencias lineales entre las variables respuestas. A la vista de este resultado se procedió a realizar el análisis, obteniéndose, después de aplicar la rotación varimax, la matriz de cargas factoriales que se recogen en el cuadro 4.2. Con todo ello, se han identificado 11 factores que recogen el 59,09 por 100 de la varianza de las variables originales, teniendo así una representación manejable de la información. En el análisis de las 36 variables provenientes de la encuesta de 2002 se obtuvieron igualmente 11 factores, que recogían prácticamente el mismo porcentaje (60,24 por 100) de la varianza de las variables empleadas.

# MATRIZ ROTADA DE FACTORES EXPLICAT

**CUAD** 

Análisis factorial	Obtención de rentas	Contribución de las políticas públicas	Experiencia acumulada (I): Razones personales	Factor de supervivencia
Ser el jefe de su propio negocio	0,4708			
Alcanzar un nivel de renta suficiente	0,8181			
Obtener altos rendimientos de renta	0,7805			
Ganar dinero en consonancia con esfuerzo	0,8001			
Prestaciones sociales que fomentan la creación		0,6764		
Las políticas nacionales en relación con la creación		0,8482		
Las políticas autonómicas en relación con la creación		0,8026		
La tramitación administrativa de la creación de empresas		0,7057		
La fiscalidad de la creación de empresas		0,729		
Las normativas gubernamentales son predecibles		0,7328		
Edad			0,792	
Experiencia profesional			0,85	
Edad de la empresa			0,7513	
Tener un producto/servicio adecuado				0,7047
Buenas expectativas de mercado				0,5157
Buena cultura empresarial				0,7401
Esfuerzo tecnológico realizado				0,69
Tener tiempo libre				,
Elegir localización del trabajo				
Priorizar la vida familiar				
Alcanzar la autorrealización				
Trabajar a su propio ritmo				
Contribuir a la sociedad				
Aceptar un desafío				
Exhibir las habilidades personales				
Obtener reconocimiento social				
Autonomía				
Nivel de concentración de las decisiones				
Existencia de otro empresario en la familia				
Experiencia familiar relacionada con su actividad				
Porcentaje de acciones en poder del accionista principal				
Disposición de recursos financieros				
Concentración de ventas (tres principales clientes)				
Sector de actividad				
Su empresa está relacionada con su anterior actividad				
Estudios universitarios				
Tamaño (en número de empleados)				
Varianza	2,4468	3,4809	2,118	1,9717
% de varianza	6,61%	9,41%	5,72%	5,33%
% de varianza acumulada	6,61%	16,02%	21,75%	27,07%

RO 4.2 IVOS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Calidad de vida laboral	Necesidad de logros personales y sociales	Autonomía de decisiones	Experiencia acumulada (II): Tradición familiar	Dependencia financiera	Sector- Amplitud de mercado	Complejidad organizativa/ Gestión	Comunalidad
							0,5582
							0,6902
							0,6882
							0,6617
							0,5066
							0,7445
							0,6883
							0,5269
							0,5531
							0,5827
							0,6811
							0,7469
							0,6233
							0,5323
							0,5721
							0,6171
							0,5481
0,7994							0,6958
0,6690							0,5658
0,8260							0,7498
	0,6458						0,5758
	0,4656						0,4176
	0,6347						0,4958
	0,6298						0,5117
	0,6609						0,5774
	0,5768						0,5977
		0,5121					0,4805
		0,6492					0,4804
			0,7930				0,6502
			0,8134				0,6769
				-0,5132			0,4639
				0,8246			0,7247
					0,7720		0,6357
					-0,7506		0,6396
						-0,5290	0,4466
						0,6447	0,5066
						0,4353	0,4500
2,0463	2,611	1,557	1,5001	1,4823	1,3598	1,2901	
5,53%	7,06%	4,21%	4,05%	4,01%	3,68%	3,49%	
32,60%	39,66%	43,87%	47,92%	51,93%	55,61%	59,09%	

El primer factor recoge los siguientes ítems: alcanzar un nivel de renta suficiente, ganar dinero en consonancia con el esfuerzo, obtener altos niveles de renta y ser el jefe de su propio negocio. Este factor recoge el 6,61 por 100 de la varianza total, que conjuntamente con los factores 2 y 6 son los que mayor poder explicativo tienen. Las variables de mayor nivel de saturación se refieren a motivaciones que tienen que ver con incentivos monetarios y, en menor proporción, con el ejercicio del liderazgo en la empresa. Respecto a los resultados de 2002, la evolución de los valores de las variables y la desaparición de una variable (trabajar para uno mismo) han aconsejado modificar la denominación que se dio entonces (más aproximada a la obtención de logros personales), enfatizando ahora en su principal característica relativa a las rentas empresariales esperadas de la acción emprendedora. Se le ha denominado *obtención de rentas*.

El segundo factor reúne las variables de valoración de las políticas públicas, en la medida que favorecen la creación de empresas y, por tanto, la iniciativa emprendedora. Este factor, que recoge el 9,41 por 100 de la varianza total, está compuesto por seis ítems, de los que dos saturan con valores superiores a 0,8 y tres con valores superiores a 0,7. En concreto, por este orden: políticas del gobierno nacional que fomentan la creación de nuevas empresas, políticas autonómicas para la creación de empresas, las políticas gubernamentales son predecibles y consistentes, medidas dirigidas a la fiscalidad en la creación de empresas, actuaciones públicas encaminadas a mejorar la tramitación administrativa y, finalmente, se encuentra la variable de prestaciones sociales (seguro de desempleo acumulado) para el fomento de empresas, cuyo valor alcanza un 0,67. A este factor se ha denominado contribución de las políticas públicas. Se observa mayor afirmación y robustez de este factor respecto al correspondiente de 2002, que aumenta su participación en la varianza total y modifica el orden y valor de las variables subyacentes.

El tercer factor (5,27 por 100 de la varianza) presenta ahora una nueva configuración respecto al que en 2002 se identificaba como cuarto factor. Por un lado, desaparecen las variables ligadas a la tradición familiar o a la actividad anterior (que ahora pasan a formar el factor 8), aunque, por otro, aparecen tres variables muy correlacionadas con la experiencia: la experiencia profesional, la edad del empresario y la edad de la empresa. Por ello, ha sido denominado *experiencia acumulada* (*I*): razones personales.

El cuarto factor (5,33 por 100 de la varianza total) está vinculado a las variables que más han influido en la supervivencia de la empresa. Específicamente: disponer de buena cultura empresarial (variable que en

esta edición de la encuesta de 2006 ha escalado, respecto a 2002, desde la penúltima a la primera posición), tener un producto/servicio adaptado al mercado, el esfuerzo tecnológico realizado producto/proceso y contar con buenas expectativas de mercado. Desaparece en esta edición de 2006 la variable relativa a la disposición de recursos financieros, que toma protagonismo como tal y pasa a formar parte del factor 9. Se ha identificado como *factor de supervivencia*. En 2002 este factor era el tercero.

El quinto (5,53 por 100) representa una alta asociación, por este orden, con las variables siguientes: priorizar la vida familiar, tener más tiempo libre y elegir la localidad del trabajo. Han desaparecido en esta edición de 2006 las variables trabajar a su propio ritmo y contribuir a la sociedad, que ahora se enganchan coherentemente al factor sexto de necesidad de logros). Dados los valores positivos de las cargas del factor, se le ha identificado, lo mismo que en 2002, como *calidad de vida la-boral*.

El sexto (7,06 por 100) se ha denominado *necesidad de logros personales y sociales* por las seis variables que, por este orden, contiene: exhibir las habilidades sociales, alcanzar la autorrealización, contribuir a la sociedad, aceptar un desafío, obtener reconocimiento social y trabajar a su propio ritmo. Esta trabada composición de variables subyacentes (excepto, tal vez, la última de las indicadas) sugiere una identificación precisa del factor, lo cual, junto al primer factor identificado y los pequeños ajustes que han ido dándose en el resto de factores, aparentemente mejoraría los resultados del estudio factorial de 2002.

El séptimo factor (4,21 por 100) reúne dos variables que cabe suponer complementarias: autonomía y nivel de concentración de las decisiones, que permiten identificarlo y denominarlo como factor de *autonomía de decisiones*. Se trata de un factor que aparece como nuevo en el estudio de 2006 respecto al de 2002, ya que entonces estas dos variables se hallaban recogidas en el primer y undécimo factores, respectivamente.

El octavo (4,05 por 100), ha sido denominado *experiencia acumulada* (II): tradición familiar, y complementa al factor 3 que se refería a la experiencia personal y profesional. Dentro del mismo se encuentran las dos variables que caracterizan principalmente la tradición familiar del emprendedor: la experiencia familiar relacionada con la actividad de la empresa actual y la existencia de otro empresario en la familia. En 2002 este factor era el cuarto del conjunto de once.

El noveno factor (4,01 por 100) presenta una relación positiva con la disposición de recursos financieros y una relación (complementa-

ria) negativa con el porcentaje de acciones de la empresa en manos del accionista principal, es decir, del empresario entrevistado. Ha sido identificado con la denominación de factor de *dependencia financiera*. En 2002 estas dos variables estaban asociadas a los factores tercero («supervivencia») y décimo («amplitud de mercado/concentración de propiedad»). Este nuevo factor muestra, aparentemente, coherencia interna y robustez por la asociación de las dos variables indicadas.

El décimo factor (3,68 por 100) contiene otras dos variables: grado de concentración de ventas en los tres primeros clientes y sector al que pertenece la empresa, la primera mantiene una relación positiva y la segunda negativa, de tal manera que podría interpretarse que a menor concentración del sector mayor puede ser (mayor posibilidad existe) el grado de concentración de las ventas de la empresa en sus primeros clientes. El sector se mide en primario (agricultura y extractivas), secundario (manufactura, construcción y comercio) y servicios. Por ello, el factor ha sido denominado sector-amplitud de mercado.

Finalmente, el undécimo factor (3,49 por 100) ha sido denominado complejidad organizativa/gestión. Dentro del mismo se hallan las tres variables siguientes: el empresario tiene estudios universitarios, el tamaño de la empresa (en número de empleados), ambas con relación positiva, y la empresa actual está relacionada con la actividad anterior del empresario, que, sorprendentemente, mantienen una relación negativa. Anteriormente, en el estudio de 2002, era el factor octavo.

En la parte izquierda del cuadro 4.3 se recogen los factores identificados en 2006 ordenados según su aparición en la matriz de factores, mientras que en la parte derecha del mismo figuran los 11 factores que se identificaron en 2002. Ello permite establecer una comparación entre los dos grupos de factores separados por este lapso de tiempo: se observa que no hay grandes diferencias y que los cambios se refieren principalmente al orden de aparición de factores (en seis casos) y a que algunos factores hallados en 2006 agrupan dos o más factores de los de 2002 (en cinco casos). Por ello, se confirma la relevancia de los factores identificados en el 2002 y su adecuada nominación. Únicamente han de tenerse en cuenta dos consideraciones. De un lado, que han pasado cuatro años desde la encuesta anterior y que, por tanto, han variado ligeramente algunas de las opiniones y afirmaciones de los empresarios entrevistados en 2002, ya que (salvo unos pocos fracasos empresariales) ahora sus empresas están más consolidadas. Y de otro, que en la nueva encuesta se ha incluido un colectivo de empresarios cuyas empresas no superan los tres años de antigüedad.

CUADRO 4.3 COMPARACIÓN DE LOS FACTORES SUBYACENTES DE ENCUESTAS DEL 2002 Y DE 2006

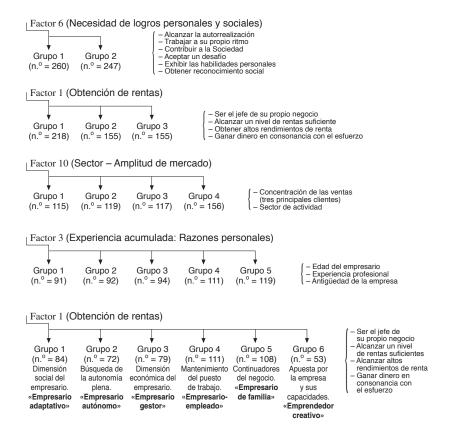
Fac	ctores identificados en la encuesta de 2006	Fac	ctores identificados en la encuesta de 2002
1	Obtención de rentas	1	Necesidad de logros
2	Contribución de las políticas públicas	2	Contribución de las políticas públicas
3	Experiencia acumulada (I): Razones personales	6 y 11	Experiencia acumulada; Capital humano empresarial
4	Factor de supervivencia	3	Factor de supervivencia
5	Calidad de vida laboral	5	Calidad de vida laboral
6	Necesidad de logros personales y sociales	9, 5 y 7	Orientación hacia objetivos - Metas; Calidad de vida laboral; Reconocimiento social
7	Autonomía de decisiones	1 y 11	Necesidad de logros; Capital humano empresarial
8	Experiencia acumulada (II): Tradición familiar	4	Origen familiar - empresarial
9	Dependencia financiera	10 y 3	Amplitud de mercado y concentración de propiedad; Factor de supervivencia
10	Sector – Amplitud de mercado	10	Amplitud de mercado y concentración de propiedad
11	Complejidad organizativa - Gestión	4 y 8	Origen familiar - empresarial; Complejidad organizativa - Gestión

### C) Agrupaciones de empresarios y características de cada grupo

A continuación del estudio factorial se ha llevado a cabo un análisis *cluster* sobre los once factores, lo que ha permitido obtener seis grupos principales <sup>1</sup>. Con este número de grupos los resultados obtenidos ofrecen la mejor información. En el estudio de 2002 se obtuvieron cinco grupos. El proceso de generación de grupos por el algoritmo de Howard-Harris aparece representado en el gráfico 4.1. Las divisiones se van realizando a partir del factor de mayor varianza. La primera división se realiza a partir del factor 6, *necesidad de logros personales y sociales*, de ella se obtienen dos grupos (de 260 y 247 observaciones cada uno). En la segunda etapa el factor 1, *obtención de rentas*, es el encargado de realizar la división, obteniendo en este caso tres grupos (218, 155 y 134). En la tercera etapa el factor 10, *sector/Amplitud de mercado*, proporciona cuatro grupos (135, 119, 117 y 156). En la cuarta, el factor 3, *experiencia acumulada:* 

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> La suma de los cuadrados total explicada es de 22,67 por 100. La obtención de un séptimo grupo no incrementa sustancialmente la suma de cuadrados (2,7 por 100).

# GRÁFICO 4.1 PROCESO DE GENERACIÓN DE GRUPOS



razones personales, obtiene cinco grupos (91, 92, 94, 111 y 119). Y finalmente, en la quinta, otra vez a través del factor 1, *obtención de rentas*, se obtienen los seis grupos, cuyos resultados se presentan en el cuadro 4.4. En el gráfico 4.2 se presenta el esquema metodológico llevado a cabo para la obtención de factores y *clusters* empresariales.

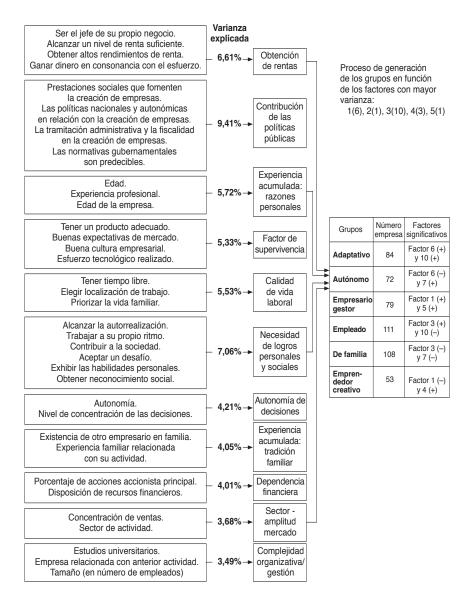
La validación de esta agrupación ha sido realizada a través de la aplicación de un análisis discriminante. Asimismo, otra prueba de su validez se ha obtenido calculando la matriz de confusión, que permite observar que el 99,01 por 100 de los casos están correctamente reagrupados, coincidiendo casi plenamente la clasificación del análisis *cluster* con la del discriminante, tal como figura en el cuadro 4.5. A la vista de estos resultados cabe asegurar que la clasificación de empresarios en seis grupos es válida.

CUADRO 4.4 GRUPOS DE EMPRESARIOS A PARTIR DE LOS FACTORES

Complejidad organizativa/ Gestión	0,1	0,18	-0,07 0,95	<b>-0,25</b> 0,95	-0,04 0,98	<b>0,32</b> 0,91	3,25
Sector- Amplitud de mercado	<b>1,16</b> 0,72	0,49	-0,31 0,79	<b>-0,55</b> 0,64	-0,32 0,77	-0,24 0,87	58,13*
Dependencia financiera	-0,41 0,93	<b>0,7</b> 1,02	0,33	0,04 0,82	-0,22 0,85	<b>-0,43</b> 1,03	16,98*
Experiencia acumulada (II): Tradición familiar	0,06	1,02	0,08	0,04	<b>0,1</b> 1,01	<b>-0,5</b> 0,97	3,09*
Autonomía de decisiones	-0,38 0,95	<b>1,05</b> 0,73	0,04	-0,08 0,86	<b>-0,55</b> 0,78	0,43 0,92	36,10*
Necesidad de logros personales y sociales	<b>0,54</b> 0,87	<b>-0,5</b> 1,05	-0,16 0,95	-0,2 0,98	0,29 0,73	-0,12 1,14	13,11*
Calidad de vida laboral	-0,07 0,83	<b>-0,68</b> 0,8	<b>1,39</b> 0,67	-0,22 0,78	-0,43 0,63	0,31 0,86	75,56*
Factor de supervivencia	0,39	0,29	0,39 0,9	-0,45 0,9	<b>-0,54</b> 0,93	<b>0,44</b> 0,55	22,94*
Experiencia acumulada (I): Razones personales	0,42	<b>-0,2</b> 0,87	-0,46 0,77	<b>0,99</b> 0,66	<b>-0,85</b> 0,53	0,1	80,46*
Contribución de las políticas	<b>0,45</b> 0,93	-0,58 1,03	0,26 0,83	0,26 0,85	-0,28 0,89	-0,27 1,16	15,06*
Obtención de rentas públicas	0,16	0,16 0,75	<b>0,48</b> 0,79	0,21	0,02 0,71	<b>-1,68</b> 1,06	53,26*
Empresas	Media Des. ST	Media Des. ST	Media Des. ST	Media Des. ST	Media Des. ST	Media Des. ST	F-Ratio
Núm.	84	72	62	111	108	53	
Grupos de empresario	Adaptativos	Autónomo	Gestor	Empleado	De familia	Creativo	

\* p < 0,001.

GRÁFICO 4.2 METODOLOGÍA SEGUIDA PARA LA OBTENCIÓN DE LOS *CLUSTERS* DE EMPRESARIOS



Una vez determinados los grupos, la cuestión relevante es establecer en qué difieren unos de otros. Para capturar estas diferencias y así caracterizar a los grupos, el análisis se detiene ahora en los resultados

DISCRIMINANTES Asignación según funciones discriminantes Grupos reales Grupo 5 Grupo 1 Grupo 2 Grupo 3 Grupo 4 Grupo 6 Total 72. 

CUADRO 4.5

MATRIZ DE CONFUSIÓN CALCULADA CON TODAS LAS FUNCIONES
DISCRIMINANTES

Porcentaje de asignaciones acertadas por las funciones discriminantes, 99,01%.

Total

mostrados en el ya indicado cuadro 4.4, donde se refleja la significación de la diferencia de medias para los once factores. De esta forma:

El grupo 1, compuesto por 84 empresarios, se caracteriza especialmente por el interés que tiene para el mismo la contribución de las políticas públicas, la necesidad de logros personales y sociales, así como las ventas del sector en el que se encuentran. Las variables que componen estos factores enfatizan, desde el punto de vista de sus funciones, principalmente en la dimensión social del empresario o «empresario-adaptativo».

El grupo 2, de 72 empresarios, se identifica positivamente por los factores de autonomía de las decisiones y por la dependencia financiera, así como por un cierto rechazo hacia las políticas públicas para la creación de empresas y la necesidad de logros personales. Precisamente su interés es poder tomar las decisiones importantes dentro de la empresa, por lo que se ha denominado circunstancialmente a este grupo como el de «empresario-autónomo».

El grupo 3, formado por 79 empresarios, puede ser considerado como el opuesto al primer grupo, ya que los factores que determinan a este colectivo se centran en la dimensión económica del empresario, en el sentido de buscar la mejor asignación de recursos tanto productivos como financieros. Se caracterizan, principalmente, por la obtención de rentas pero también por alcanzar un nivel adecuado de calidad de vida. La denominación que se les ha otorgado es la de «empresario-gestor».

El grupo 4, de 111 empresarios, ofrece un alto bagaje profesional y de experiencia, ya que en el mismo sobresale su valoración de las razo-

nes personales, es decir, las relativas a la edad tanto del empresario como la empresa, y la experiencia empresarial. Además presentan valores inferiores en los factores de complejidad organizativa y amplitud del mercado. Ha sido denominado «empresario-empleado».

El grupo 5, en el que se encuentran 108 empresarios, se identifica por la mayor tradición empresarial de sus componentes y por el rechazo de los elementos de supervivencia empresarial indicados. Por ello, puede asociarse claramente a este colectivo a individuos que continúan con un negocio anterior puesto en funcionamiento por otros empresarios o familiares. Se ha denominado «empresario de familia».

Finalmente, el grupo 6, compuesto por 53 empresarios, destaca por la alta valoración que otorga a los factores de supervivencia de una empresa, denotando la preocupación por aspectos estratégicos y de mercado, unido también a una alta valoración del factor relativo a la complejidad de la organización/gestión (asociado al nivel educativo del empresario y el tamaño de la empresa). Además este empresario no se encuentra demasiado preocupado, de momento, por la obtención de rentas ni por tener una estructura familiar empresarial fuerte que le condicione a seguir con una línea de negocio impuesta, sino que tiene libertad para poder indagar en los campos empresariales en los que detecte oportunidades claras de negocio. Se le ha denominado «emprendedor creativo».

#### D) Conclusiones

La literatura sobre la actividad emprendedora recoge los motivos que con frecuencia subyacen en los emprendedores a la hora de afrontar una aventura empresarial. Tomando en cuenta estos motivos y los resultados ofrecidos en el Primer Informe de la actividad emprendedora en España, en este epígrafe se ha desarrollado un estudio factorial y de *cluster* con el fin de poder explicar mejor los determinantes que explican la actividad emprendedora en España. Se han tomado 37 ítems/variables provenientes de los datos aportados por la encuesta de 2006

Este análisis multivariante ha permitido simplificar las complejas relaciones que podían existir entre el conjunto de las 37 variables observadas a través de la identificación de once factores que ligan a variables aparentemente no relacionadas. Por otra parte, el análisis *cluster* ha logrado agrupar a los empresarios estudiados en seis grupos diferenciados en función de la mayor carga positiva (o negativa) de factores que contienen. Estas técnicas, además de facilitar la interpretación y comprensión de los determinantes que explican la actividad emprendedora, permiten también examinar cómo son los grupos *cluster* por dentro. Es decir, reconocer a

los empresarios en función de la tipología de empresa que han creado (elegido) o, lo que es lo mismo, en función de las motivaciones y conductas llevadas a cabo en su dinámica emprendedora, así como de la influencia de los incentivos públicos y de otros valores personales y sociales del entorno en el que se lleva a cabo la nueva iniciativa.

Los once factores identificados en este trabajo —que caracterizan el espíritu emprendedor en España— son muy similares a los hallados a través de la encuesta de 2002. Las diferencias que se aprecian se refieren principalmente al orden en el que aparecen en la matriz factorial y a que ahora algunos de los factores son agregaciones de dos o más de los encontrados en el análisis de hace cuatro años. En concreto, son los siguientes: 1) obtención de rentas, 2) contribución de las políticas públicas, 3) experiencia acumulada (razones personales), 4) factor de supervivencia, 5) calidad de vida laboral, 6) necesidad de logros personales y sociales, 7) autonomía de decisiones, 8) experiencia acumulada (tradición familiar), 9) dependencia financiera, 10) sector-amplitud de mercado y 11) complejidad organizativa-gestión.

Los seis primeros factores alcanzan a explicar prácticamente el 40 por 100 de la varianza acumulada, y la aportación individual de cada uno de ellos se encuentra entre el 5,5 y el 9,4 por 100 de la varianza explicada. Los cinco factores restantes contribuyen con el 19,44 por 100 de la varianza acumulada.

Una segunda dimensión del análisis ha sido la utilización de técnicas *cluster*, lo cual ha permitido clasificar a los emprendedores, a partir de los once factores identificados, en seis grupos homogéneos. El primer grupo, compuesto por 81 empresarios, que sobresale por la necesidad de logros personales y sociales y la contribución que ejercen las políticas públicas, ha sido denominado «empresario adaptativo». Al segundo (72 empresarios), que principalmente persigue la autonomía en las decisiones, se le ha llamado «empresario-autónomo». El tercero, con 79 empresarios, se distingue porque sus componentes se centran en la dimensión económica, por lo que ha sido denominado «empresario-gestor». El grupo cuarto tiene 111 individuos y se identifican con el mantenimiento de su puesto de trabajo, por lo que se le propone la denominación de «empresario-empleado». El quinto, formado por 108 unidades, apuesta claramente por la tradición del negocio puesto en funcionamiento por otros empresarios o familiares, y ha sido denominado «empresario de familia». Finalmente, el grupo sexto, constituido por 53 empresarios, apuesta por la empresa a largo plazo y por la creatividad de sus capacidades, por lo que se ha propuesto la denominación de «emprendedorcreativo».

#### 2. EMPRENDEDORES Y CREATIVIDAD COMPETITIVA

El nivel de actividad emprendedora, con las diferencias que se observan entre países y regiones, se ha explicado, como se hace con otros factores productivos, mediante un enfoque de oferta y demanda (VERHEUL *et al.*, 2001). Entre las variables principales que interactúan se encuentran las características propias de la población, así como de las oportunidades de negocio que la economía ofrece, las condiciones de mercado y entorno, el modo de vida del empresario y la valoración social e individual que se tiene del riesgo en un determinado periodo de tiempo. Desde una visión espacial, se considera, asimismo, que el medio urbano y sus economías de aglomeración favorecen al emprendedor, que se beneficia de las redes o trata de crearlas (Nijkamp, 2000). También, que los microprocesos del espíritu empresarial se ven afectados por la dimensión geográfica y la formación de *clusters* (Zander, 2004). No obstante, los entornos más adversos, en situaciones de inestabilidad, pueden suponer una oportunidad que sólo el dinamismo emprendedor puede aprovechar (Peters, 2003).

Por otra parte, la evolución de la tasa de equilibrio de empresarialidad ha sido estudiada desde diversas perspectivas, particularmente a través de la relación entre la mencionada tasa y el crecimiento económico (CAREE *et al.*, 2000; AUDRETSCH *et al.*, 2002), o la que liga la actividad emprendedora con el nivel de desempleo (THURIK y VERHEUL, 2002) para el caso español, precisamente. También para el caso español se han estudiado los mecanismos automáticos de ajuste ante situaciones de desequilibrio en la evolución de la tasa de empresarialidad, así como la relación decreciente, primero, y creciente, después, entre el grado de desarrollo y la tasa de equilibrio (BELSO, 2004).

Las administraciones públicas han intervenido frecuentemente en los mercados con el objetivo de elevar la actividad empresarial mediante programas con incentivos a la formación, la financiación o el asesoramiento (VELASCO, 1998; AUDRETSCH *et al.*, 2002). Parecería que estos programas de promoción habrían logrado reducir las barreras de entrada, aumentando la rotación en el mercado, pero apenas habrían hecho progresos en la eliminación de los obstáculos a la salida, puesto que otras políticas que favorecen la supervivencia reducirían la rotación (PABLO-MARTÍ, 2004).

Desde la perspectiva emprendedora no se ha estudiado apenas, sin embargo, el grado de creatividad innovadora que reúne una actividad empresarial en su arranque. Es decir, en qué medida se halla comprometida con una estrategia empresarial basada, principalmente, en la oportunidad sectorial, en la innovación y en mercados dinámicos que generan productos emergentes. Mientras que la mayoría de las iniciativas empresariales emulan otras ya existentes con la intención de beneficiarse

de una supuesta demanda elástica, sólo unas pocas se mueven desde su incipiente proceso creador dentro de unas coordenadas exigentes y de mayor riesgo. MICHALSKY (2006) incide en la importancia que en el campo de la actividad emprendedora dentro de la «Verdadera Economía Europea» tienen los modelos de negocio innovadores en combinación con resultados medibles.

Como se ha indicado en el análisis descriptivo de la encuesta (capítulo III), de los estudios sobre la actividad emprendedora que contemplan el sector con el que se inicia un nuevo emprendimiento, se observa una elevada inercia en las decisiones tomadas en la etapa de la puesta en marcha del proyecto empresarial. Mayoritariamente, los emprendedores, que carecen del criterio de la optimización, tienen decidido previamente dónde, cuándo y en qué sector va a operar su empresa, lo que tendría influencia determinante sobre las posibilidades de éxito. Entradas en sectores o localizaciones superiores a las de equilibrio generan reducidos márgenes y alta probabilidad de fracaso, mientras que las empresas establecidas en otras oportunidades de negocio pueden disfrutar de márgenes elevados durante periodos más largos de lo que las tradicionales barreras de entrada podría explicar.

Según el GEM (DE LA VEGA, 2006), los condicionantes de la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales inciden sobre el flujo de empresarios que pasan de «potenciales» a «tempranos», y la decisión sobre esta puesta en marcha está mayoritariamente influida por motivos de «necesidad» y minoritariamente por motivos de «oportunidad». Los primeros se corresponderían con razones de tipo personal, familiar o de experiencia, mientras que los segundos responderían a planteamientos estratégicos y de creatividad.

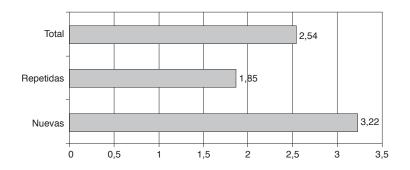
Para llevar a cabo una primera aproximación a esta materia, la encuesta de 2006 ha incluido nuevos campos respecto a la de 2002 que ilustren el grado de planteamiento estratégico y de creatividad competitiva de los nuevos empresarios. En particular, los motivos por los que eligieron un determinado momento, lugar y sector a la hora de lanzar una iniciativa empresarial, así como el grado de emergencia del producto ofrecido en función de la novedad aportada y del mercado al que se dirige. Se ha enfatizado, asimismo, en el esfuerzo tecnológico llevado a cabo y en la eventual existencia de acuerdos de cooperación en el campo de la innovación con otras empresas o agentes. Con todo ello, se buscan evidencias sobre comportamientos empresariales asociados a actividades emergentes, relacionadas, en ocasiones, con *clusters* territoriales o sectoriales o al aprovechamiento de ventajas específicas. En suma, acercarse al conocimiento de los empresarios minoritarios que actúan por motivos de opor-

tunidad estratégica frente a los que operan inercialmente por razones personales y de necesidad.

Dos rasgos generales ayudan a contextualizar este apartado. En primer lugar, de los resultados de la encuesta se deduce que, en términos globales, no se revelan diferencias en cuanto a especialización sectorial en la zona geográfica en la que se localizan las empresas ya entrevistadas en 2002 o en las que se han creado entre 2003 y 2005. Sin embargo, cuando el análisis desciende al tamaño de las empresas el resultado varía y ofrece diferencias que presentan una relación directa. En efecto, mientras las microempresas (51,9 por 100) y las pequeñas empresas (56,1 por 100) se benefician menos de las ventajas derivadas de la concentración sectorial, las medianas (61,3 por 100) y grandes empresas (81,8 por 100) logran aprovecharse más de dichas ventajas.

El segundo rasgo es que el colectivo estudiado presenta diferencias en cuanto a la creación de otras empresas —además de la que tiene en la actualidad— por parte del empresario entrevistado. Mientras que el 30,6 por 100 de los emprendedores más recientes ha creado una o más empresas, sólo lo han realizado el 23,2 por 100 de los empresarios que exhiben mayor supervivencia. Es más, los primeros, algo menos de la tercera parte del conjunto de los nuevos emprendedores, responden que han constituido 3,22 empresas como media por empresario. Los segundos, sin embargo, algo menos de la cuarta parte del conjunto de empresarios más consolidados, fundaron 1,85 empresas como media por empresario (gráfico 4.3). Estos resultados parecen constatar simplemente un comportamiento normal de demografía empresarial, por el que las entradas y salidas son mayores entre los empresarios con menos años de experiencia en la actividad. Sin embargo, permiten también establecer la hipó-

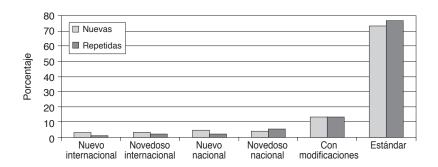
GRÁFICO 4.3 NÚMERO DE EMPRESAS CREADAS POR LOS EMPRESARIOS ENTREVISTADOS, 2005 (MEDIA)



tesis de que **cuanto mayor dinamismo empresarial** (número de entradas en el mercado) exista entre los empresarios entrevistados —que estaría asociado a mayores o nuevos retos personales— más probabilidad tendrán de focalizar la nueva actividad generada a partir de una estrategia competitiva y creativa.

Por otra parte, adentrándose ya en algunos de los aspectos decisivos que caracterizarían al emprendedor creativo, el gráfico 4.4 ofrece el **tipo de producto que el empresario eligió a la hora de crear su empresa actual.** Como hipótesis cabe suponer que desde la perspectiva del mercado el producto ofrecido al inicio de una actividad emprendedora es un componente decisivo —aunque no el único— en la proyección de la empresa. Por tanto, puede servir como un primer indicador del grado de compromiso del emprendedor con la innovación productiva o la creatividad inteligente.

GRÁFICO 4.4
TIPO DE PRODUCTO ELEGIDO EN LA CREACIÓN DE LA EMPRESA



En el 75 por 100 de los casos, los empresarios eligieron producir un bien o servicio estándar, ya existente y conocido por ellos. Por el contrario, el 25 por 100 de los empresarios había seleccionado un producto no estandarizado, o al menos al que se le había incorporado alguna innovación o modificaciones que lo diferenciaran. Este porcentaje se reduce al 7,9 por 100 cuando la incorporación tiene alcance nacional, otorgando al producto un carácter nuevo o novedoso en el mercado español, y desciende hasta el 4 por 100 si el alcance es internacional. Puede observarse, en todo caso, que el tipo del producto elegido por los nuevos empresarios es, tal como sería de esperar, más innovador (en el mercado internacional y en cuanto a producto nuevo también en el nacional) que el de los empresarios consolidados o que ya existían en 2002.

Para una mejor comprensión pueden citarse algunos ejemplos de empresas encuestadas, que han sido contrastados con la información y datos aportados por las memorias anuales depositadas en los Registros Mercantiles (Base SABI). Entre las pocas empresas que han señalado que lanzaron un *«producto nuevo en el ámbito internacional»* puede citarse a una que fabrica componentes electrónicos, con especialidad en núcleos de cerámica ferromagnética. *«Productos novedosos internacionales»* han sido citados, entre otros, por los siguientes: empresario de origen ruso, investigación y aplicaciones sobre desgaste de materias primas utilizadas en material de construcción; empresa de transporte de residuos especiales (investigación científica y técnica internas); empresa de productos cosméticos de alta gama con incorporación de investigación, calidad y diseño.

Entre los «productos nuevos en el mercado nacional» merece destacar: empresario dedicado a la consultoría informática con aplicaciones de software importado del exterior; empresa consolidada de tamaño mediano-grande, líder en el campo de las actividades de animación infantil y sociocultural y formativas, con las que inició el negocio. Empresas con «producto novedoso nacional» son: fabricación de equipos —con tecnología importada— para corte de hilo por electroerosión; empresaria de origen alemán, dedicada a la instalación y acondicionamiento de espacios teatrales; empresario de origen catalán, comercialización y desarrollo de material informático y de oficina con tecnología y sistemas digitales incorporados; mantenimiento y reparación de máquinas elevadoras. Entre los «productos introducidos en el mercado nacional con alguna modificación» sobresalen: empresa de distribución y mantenimiento de instrumentos científicos, de acuerdo a estándares de proveedores internacionales; empresa de sistemas especializados de prevención para ataques informáticos; empresa de elaboración de estudios de mercado, de proyección espacial, para centros comerciales; empresa de compraventa y distribución interior y externa de pescados y mariscos.

Para explorar el compromiso de los emprendedores con ofertas inteligentes, creativas y de fuerte orientación al mercado se ha profundizado sobre los **motivos que les llevaron a elegir una localización específica, un determinado momento y una actividad concreta** para la creación y lanzamiento de su empresa. Es decir, las razones más próximas por las que montaron sus negocios. El cuadro 4.6 ofrece la información agregada univariable de las respuestas abiertas ofrecidas a estos tres campos<sup>2</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> La encuesta, en las preguntas A.4, A.5 y A.6 preguntaba sobre estos motivos (localización geográfica de la empresa, momento de creación y sector elegido) y ofrecía tres posibilidades de

CUADRO 4.6 MOTIVOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA (EN PORCENTAJE)

Motivos	Localización	Тіетро	Sector
Personales y familiares	77,9	71,0	14,9
Oportunidad estratégica, sectorial o de mercado	14,6	17,4	10,9
Disponibilidad de factores o recursos	7,5	11,6	_
Experiencia (conocimientos)	_	_	65,9
Otras razones	_	_	8,3
TOTAL (%)	100	100	100

Puede establecerse la hipótesis de que los motivos de «oportunidad estratégica, sectorial o de mercado» son los que se encuentran más cerca del concepto empleado de industria creativa, ya que los demás estarían, en mayor o menor medida, más alejados del núcleo esencial empresarial. Entre dichos motivos estratégicos se encuentran estas principales respuestas: 1) no existir otra empresa del mismo tipo; 2) creer que existen buenas perspectivas de mercado; 3) disponer de producto novedoso; 4) buenas expectativas de desarrollo; 5) oportunidad de negocio o prever una demanda sensible. «Localización» ha sido elegido en el 14,6 por 100 de los casos, «tiempo» en 17,4 por 100 y «sector de actividad» en el 10,9 por 100. No se han observado relevantes diferencias en cuanto a empresas nuevas y empresas repetidas, si acaso que los empresarios que repiten encuesta otorgan mayor importancia estratégica al momento o tiempo de creación de la empresa (20 por 100) que los que la han constituido en los últimos tres años (14 por 100).

El cuadro muestra, por otra parte, otras tres motivaciones para crear empresas poco o nada relacionadas con su posible carácter «creativo». Entre los motivos personales o familiares (que suponen el 78 por 100 de los casos para localización, 71 por 100 para tiempo y 15 por 100 para sector) figuran: la cercanía a la residencia del empresario, la existencia de un negocio previo —familiar o no— y continuar con la tradición familiar. Motivos de disponibilidad de recursos y factores son, por ejemplo, la existencia de materias primas o *inputs* cercanos, disponer de un entorno agrícola, disponibilidad de capital o capacidad económica. Y «motivos asociados a la experiencia» (que supone el 65 por 100 y se puede añadir el 15 por 100 señalado arriba que liga motivos personales o familiares

respuesta abierta. En la explotación se ha considerado «principal» a la primera opción respondida, y secundarias o complementarias las otras dos. El cuadro 4.8 únicamente agrega las respuestas de la opción principal.

con sector) son: el alto conocimiento del sector, el conocimiento de la zona o contar con estudios específicos. Otras razones argumentadas fueron: la necesidad de subsistir, la casualidad, el compromiso social o la vocación.

Si mediante el empleo de una tabla de contingencia (cuadro 4.7) se correlacionan las tres variables, se obtiene que apenas el 1 por 100 de los empresarios eligieron el mismo ítem de «oportunidad estratégica, sectorial o de mercado» cuando se les interrogó respecto a la localización, el tiempo y el sector. Este reducido grupo de empresarios, aparentemente el más inteligente desde la perspectiva emprendedora, sería el que habría impulsado las empresas más creativas, por haber empleado en sus decisiones factores más competitivos. A su vez, el 2,8 por 100 de los empresarios habrían elegido el mismo ítem estratégico aunque sólo respecto a dos variables: localización y sector, o el 3,6 por 100 cuando se combinan las dos variables sector y tiempo, y el 2,6 por 100 si se combinan las dos variables localización y tiempo.

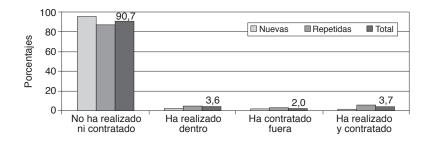
CUADRO 4.7

CORRELACIÓN ENTRE MOTIVOS PARA LA CREACIÓN
DE LA EMPRESA (EN PORCENTAJE)

SECTOR		TIEMPO					
SECTOR			Personales	Estratégico	Económico	Total	
		Personales	38,07	9,66	5,72	53,45	
Experiencia		Estratégicos	5,52	0,99	1,78	8,28	
Experiencia		Recursos	3,16	0,59	0,39	4,14	
		Total	46,75	11,24	7,89	65,88	
	negocio V V V V V V V V V V V V V V V V V V V	Personales	10,26	0,79	0,20	11,24	
Continuidad del negocio		Estratégicos	1,58	0,39	0,20	2,17	
		Recursos	0,99	0,39	0,20	1,58	
			Total	12,82	1,58	0,59	14,99
		_	Personales	3,55	2,17	1,78	7,50
Por		Estratégicos	1,38	0,99	0,39	2,76	
sectorial		Recursos	0,20	0,39	0,00	0,59	
		Total	5,13	3,55	2,17	10,85	
		Personales	4,34	0,79	0,59	5,72	
Otras razones		Estratégicos	0,99	0,20	0,20	1,38	
		Recursos	0,99	0,00	0,20	1,18	
		Total	6,31	0,99	0,99	8,28	

Se ha averiguado, asimismo, si los empresarios entrevistados han realizado algún tipo de esfuerzo tecnológico, bien en el seno de la propia empresa o mediante contratación externa. En principio cabría suponer que mantener algún compromiso en la esfera de la I+D+i significaría mayor creatividad y probablemente sería de esperar mejor desempeño empresarial. Como se desprende del gráfico 4.5 los resultados de este compromiso con la tecnología son muy bajos, de acuerdo a la trayectoria del tejido empresarial español. Únicamente el 9,3 por 100 de las empresas manifiestan haber realizado o contratado actividades de investigación y desarrollo en el ejercicio de 2005, de las que el 3,6 por 100 fueron llevadas a cabo dentro de la empresa, el 2 por 100 mediante contratación externa y el 3,7 por 100 empleando ambos procedimientos. Las empresas de más reciente creación tan sólo ejecutaron esta actividad en el 4,5 por 100 de los casos, mientras que cuando se trata de las más consolidadas el porcentaje se eleva casi al 13. Sin embargo, la proporción mejora relativamente para las primeras cuando el esfuerzo tecnológico se realiza en su seno, lo que parece acorde con la tipología de las empresas entrantes.

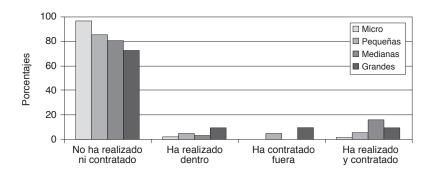
GRÁFICO 4.5 ACTIVIDAD DE I+D+i EN LAS EMPRESAS EN 2005



Es más, estas últimas empresas —aunque sólo el 2,7 por 100— por el momento únicamente han recibido ayudas públicas para el fomento de la I+D+i de su Comunidad Autónoma, mientras que las consolidadas —en un porcentaje algo mayor, pero sólo también del 4,6 por 100— han obtenido de las distintas fuentes posibles: Administración Regional, Administración Central y otros organismos. Por otra parte, en el ejercicio considerado, 2005, los fondos provenientes de las Comunidades Autónomas supusieron 33.008,4 euros de media por empresa beneficiaria (11.720 euros en las nuevas y 48.214,4 en las repetidas), mientras que los allegados de la Administración del Estado fueron de 67.220 euros de media por empresa favorecida, y los de otros organismos alcanzaron los 29.300 euros.

Por su parte, el gráfico 4.6 presenta estos mismos resultados de esfuerzo tecnológico en términos de tamaño empresarial. Puede observarse su declinante valor conforme disminuye el tamaño de las empresas. Las microempresas prácticamente no están comprometidas con esta acción innovadora (sólo el 3,1 por 100), frente a las grandes que la llevan a cabo en más del 27 por 100 de los casos. Las empresas de tamaño mediano sobresalen por ser las que ofrecen mejor resultado en la opción que combina la realización interna de la actividad de desarrollo tecnológico con su contratación externa.

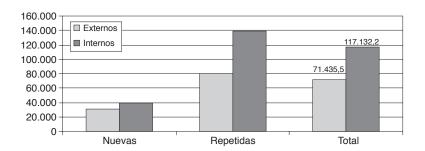
GRÁFICO 4.6 ACTIVIDAD DE I+D+i POR TAMAÑO DE LAS EMPRESAS EN 2005



En cuanto a los gastos del esfuerzo tecnológico realizado en 2005 por parte de las empresas comprometidas con el mismo, fueron de 117.132,2 euros de promedio en la actividad realizada internamente, mientras que supusieron 71.435,5 euros de promedio en la actividad contratada del exterior (gráfico 4.7), de lo que se deduce que algo menos de dos terceras partes se llevó a cabo dentro (62 por 100) y algo más de una tercera parte se realizó fuera de la empresa. Ahora bien, la diferencia entre empresas consolidadas y nuevas es importante: las empresas que repiten encuesta gastaron en el ejercicio, como media, 218.411 euros, de los que 138.580 se realizaron en su seno y 79.831 se contrataron fuera, mientras que las empresas que llegaron al mercado en los últimos tres años emplearon, en conjunto, menos de la tercera parte que aquéllas (70.516 euros) y, además, la proporción entre gastos internos y externos se reduce considerablemente, ya que estas empresas nuevas comprometidas con la actividad de I+D utilizaron, en términos de gasto económico, en mayor medida la contratación externa.

Por otra parte, este comportamiento respecto al gasto interno y externo se mantiene cuando se considera el tamaño de las empresas estudiadas,

GRÁFICO 4.7 GASTOS INTERNOS Y EXTERNOS EN I+D, AÑO 2005 (MEDIA POR EMPRESA QUE REALIZÓ ESFUERZO TECNOLÓGICO, EN EUROS)



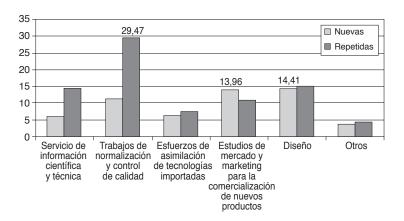
excepto en el caso de las grandes empresas, que aproximadamente emplean los mismos recursos en actividad interna que en actividad contratada externamente.

Conviene poner estos resultados en relación con los aportados por el Instituto Nacional de Estadística procedentes de la encuesta sobre I+D a las empresas españolas que realizaron estas actividades de I+D en el año 2004, último año publicado. Los gastos en esfuerzo tecnológico de la encuesta del presente trabajo se encuentran por debajo de los que ofrece el INE para el conjunto de empresas españolas con actividad tecnológica, especialmente si se hace referencia a las empresas de menos de 250 trabajadores, ya que para estas empresas el gasto interno medio es de 250.020 euros, cuantía que se asemeja a la media gastada por las empresas repetidas de la encuesta. Sin embargo, las diferencias son en sentido contrario cuando se considera el gasto externo, va que las empresas para las que arroja resultados el INE encargaron proyectos externos por valor de 44.070 euros, siendo superior el presupuesto de las empresas encuestadas. El colectivo de empresas españolas que realizaron esfuerzo tecnológico en dicho año fue de 9.179 (INE, 2006)<sup>3</sup>. Esta desviación de resultados se debe probablemente al reducido número de empresas encuestadas en este trabajo que realizan actividades de I+D, frente al colectivo de las empresas estudiada por el INE.

En el gráfico 4.8 se recoge la frecuencia de respuestas respecto a las modalidades de esfuerzo tecnológico realizado —dentro o fuera— por las empresas. Sobresalen los trabajos de normalización y control de calidad en el caso de las empresas consolidadas, que lo ejecutan cerca del

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Puede consultarse la página electrónica de la que se han extraído y reelaborado los datos que se presentan en este apartado: <a href="http://www.ine.es/inebase">http://www.ine.es/inebase</a>.

GRÁFICO 4.8 MODALIDADES DE INNOVACIÓN REALIZADA DENTRO O FUERA DE LA EMPRESA (EN PORCENTAJE)

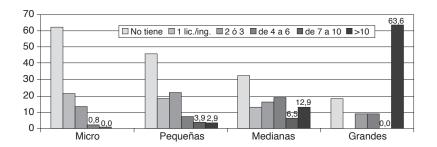


30 por 100 de las mismas (el 11 por 100 entre las nuevas). Téngase en cuenta que esta actividad está más cerca del concepto de innovación de producto o proceso que de la investigación o desarrollo tecnológico. Le siguen los trabajos llevados a cabo en el campo del diseño o innovación de producto, tanto para las empresas consolidadas como para las nuevas, que recurren a esta modalidad en primer lugar. A continuación aparecen los servicios de información científica y técnica, aunque empleados principalmente por las empresas que ya fueron encuestadas en 2002 (14,4 por 100). Son, sin embargo, los estudios de mercado y marketing para la comercialización de nuevos productos los que más interesan a las empresas de reciente creación (14 por 100). Finalmente, los trabajos dirigidos a asimilar tecnología importada se encuentran en una posición relativa más baja y los resultados no ofrecen apenas diferencias entre empresas consolidadas y nuevas (entre el 6,3 y 7,3 por 100).

Por otra parte, puede establecerse una relación entre la actividad tecnológica desarrollada por las empresas y el *staff* de licenciados o ingenieros que tienen contratados en sus plantillas. No obstante, esta posible relación puede variar considerablemente en función de la actividad sectorial de la empresa. Aquí suponemos que a mayor número de ingenieros o licenciados en el seno de una empresa —en términos del tamaño de su plantilla total— mayor será el compromiso de la empresa con actividades emergentes, creativas y sostenibles en el tiempo.

En el gráfico 4.9 se observa que las microempresas (en esta categoría de tamaño se encuentran principalmente las nuevas empresas) arrojan,

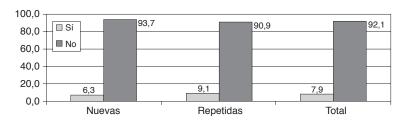
GRÁFICO 4.9 NÚMERO DE LICENCIADOS O INGENIEROS EN PLANTILLA POR TAMAÑO DE EMPRESA, 2005 (EN PORCENTAJE)



como sería de esperar, los peores resultados, ya que en más del 60 por 100 de los casos carecen de cuadros técnicos con formación universitaria, aunque esta característica se repite, pero con menores valores, en las pequeñas, medianas y grandes empresas (en estas últimas alcanza el 20 por 100). Por el contrario, son las grandes empresas las que cuentan con más licenciados e ingenieros en sus plantillas: en concreto, casi dos terceras partes de las mismas disponen de 10 o más técnicos titulados. Según los datos suministrados por el INE en relación con el número de empleados que se dedican a actividades de I+D, las empresas de menos de 250 trabajadores emplean, como media, a jornada completa un total de 6,20 licenciados/ingenieros, mientras que las grandes tienen en estos puestos a un total de 35,51 técnicos. De cara al planteamiento aquí expuesto, conviene fijarse en las empresas que con menor tamaño tengan proporcionalmente más licenciados o ingenieros: obsérvese que el 0,8 por 100 de las microempresas tienen entre 4 y 6 técnicos, es decir alrededor de la mitad de su personal, pero no hay empresas de esta dimensión que superen este dato. Las pequeñas y medianas, sin embargo, presentan atractivos indicadores en esta materia: casi el 3 o el 13 por 100 de las mismas, respectivamente, tienen contratados a más de 10 licenciados o ingenieros.

Asimismo, se ha examinado la eventual existencia de **acuerdos de cooperación de I+D+i con otras empresas o instituciones especializadas.** Los procesos de cooperación empresarial, en particular si se refieren al ámbito del desarrollo tecnológico, son indicadores efectivos de empresas emergentes, de apertura a la competencia y de probables ganancias de competitividad. Puede observarse (gráfico 4.10) que tampoco es una conducta extendida entre las empresas españolas. Del conjunto de empresas que ha realizado actividad tecnológica en 2005, escasamente una de cada ocho (7,9 por 100) ha cerrado acuerdos de cooperación en esta materia

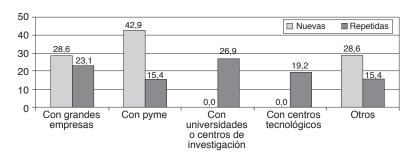
GRÁFICO 4.10 ACUERDOS DE COOPERACIÓN DE I+D+i CON OTRAS EMPRESAS Y ENTIDADES, 2005



con otras empresas o entidades especializadas. Las empresas más consolidadas figuran por delante de las de nueva creación, aunque están separadas escasamente por tres puntos de diferencia: 9,1 frente al 6,3 por 100.

Dentro de este limitado marco cooperativo, en el caso de las empresas más nuevas los acuerdos se han realizado mayoritariamente con otras empresas, sobre todo con aquellas que son de tamaño pequeño y mediano (42,9 por 100), pero llama la atención que también celebren acuerdos con grandes empresas con una frecuencia alta (28,6 por 100), mientras que no los tienen en ningún caso con universidades o centros tecnológicos, pese al aparente dinamismo que pareciera haber en los últimos años entre algunas nuevas iniciativas de emprendedores y los centros especializados de investigación, sean universitarios, técnicos u otros asimilados (gráfico 4.11). En un sentido distinto, las empresas consolidadas manifiestan que sus acuerdos han sido, precisamente, con universidades y centros de investigación (26,9 por 100), así como con grandes empresas (23,1 por 100) y centros tecnológicos (19,6 por 100).

GRÁFICO 4.11 SOCIOS DE LOS ACUERDOS DE COOPERACIÓN (EN PORCENTAJE, SÓLO EMPRESAS CON ACUERDOS)

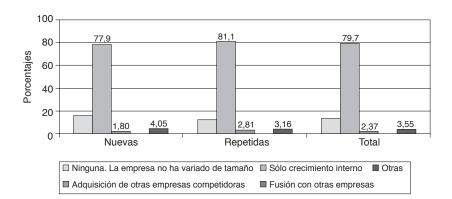


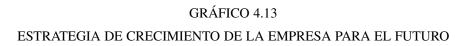
La opción de «otros», que supone el 28,6 y 15,4 por 100 para las empresas de nueva creación o para las antiguas, respectivamente, recoge una variada gama de socios, entre los que destacan «otras instituciones públicas» (Comunidad Europea), la empresa matriz (en algunos casos con sede en el extranjero), algunas fundaciones y proveedores. Por otra parte, cuando a los emprendedores encuestados que no tienen acuerdos de cooperación se les ha inquirido sobre las razones de ello, las respuestas agrupadas más comunes han sido las siguientes: la escasa actividad tecnológica de sus empresas, la escasa exigencia que plantean sus productos o mercados, las características específicas de sus negocios —poco dados a la cooperación, especialmente en el campo de la hostelería—, tratarse de una empresa reciente o ser de tamaño pequeño, la creencia de su autosuficiencia, la dificultad de llevarlos a cabo, o la falta de recursos financieros o de información que les permita abordarlos. Es decir. objeciones básicamente propias de empresarios que operan en actividades tradicionales o de escaso contenido tecnológico.

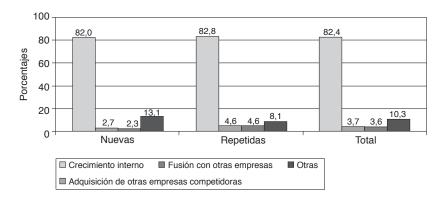
Finalmente, se han considerado las **estrategias de crecimiento de las empresas** mantenidas o previstas por sus empresarios tanto en el pasado (hasta que se celebró la encuesta) como para el futuro. En los gráficos 4.12 y 4.13 se presentan las mencionadas estrategias de crecimiento empresarial.

Puede presumirse que aquellos empresarios que se proponen formas de crecimiento basadas —además de en el propio crecimiento interno—en adquisiciones o fusiones de otras empresas o en otras alternativas de desarrollo (entre las que se han citado, principalmente: apertura de nuevos establecimientos, diversificación, introducción de mejoras tecnológicas,

GRÁFICO 4.12
ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO DE LA EMPRESA EN EL PASADO







cooperación empresarial, desarrollo de nuevos productos, internacionalización, obtención de financiación externa) ofrecen una visión más enérgica y proyectiva y, por tanto, de mayor probabilidad de consolidación y creatividad.

Véase que los datos que corresponden a la elección del crecimiento interno como estrategia en el pasado y hacia el futuro prácticamente son coincidentes, en torno al 80 por 100, tanto para las empresas nuevas como para las que repiten encuesta. No obstante, esta opción de crecimiento presenta un aumento de 3 puntos porcentuales como media hacia el futuro, lo que compensa en parte la alternativa elegida por la que no se tuvo ninguna estrategia de crecimiento en el pasado. Además, se observa un aumento de las alternativas de adquisición y fusión de otras empresas y, sobre todo, la de otras formas de crecimiento, hacia el futuro.

#### A) ¿Comportamientos diferentes en los emprendedores creativos?

Los resultados del análisis factorial y de *cluster* realizados en este capítulo (apartado 1) pueden servir ahora para examinar las relaciones existentes con los indicadores que han ido refiriéndose en este epígrafe. Es decir, se trata ahora de identificar, dentro de los *cluster* reconocidos entre el conjunto de individuos de la muestra empleada en la encuesta, a aquellos empresarios que, a partir de los indicadores aquí señalados, pueden considerarse más dinámicos, creativos y con proyección de largo plazo en su aventura empresarial. En el cuadro 4.8 se presentan estas posibles relaciones de indicadores de creatividad emprendedora con los *cluster* identificados.

RELACIÓN DE INDICADORES DE CREATIVIDAD EMPRENDEDORA CON CLUSTER CUADRO 4.8

Significati-	vidad chi-cuadrado				18700	0,77,0			0,4345	0,0745	0,0682		0,0028		0,1453	0,0002					0,3449		
Grupo VI	Creativo	53		+	*+	+	*		+	II	*+		+		*+		*	*+	*+	*+		I	+
Grupo V	De familia	108		-	ı	1	+		*	*	ı		*1		*		*+	*	1	*		*+	*
Grupo IV	Empleado	111		*	+	*	*+		1	1	*		1		1		+	1	*	1		II	II
Grupo III	Empresario gestor	62		+	+	+	ı		*+	ı	+		+		+		ı	+	ı	+		+	ı
Grupo II	Autónomo	72		II	+	*+	1		II	+	+		+		+		1	1	1	+		=	II
Grupo I	Relaciones públicas	84		*+	*	II	II	<u>.</u>	II	*+	+		*+		+		ı	+	+	ı		*	*+
Muestra	grobal: valores medios	202		3,95%	%68'L	13,21%	74,95%	ad estratégica	14,60%	17,36%	10,85%	$de\ I+D+i$ :	9,27%	olaboración:	%68'L	uro:	82,45%	3,75%	3,55%	10,26%		6,71%	93,29%
Grupos	Variables	Número de individuos	Tipo de producto:	Novedoso internacional	Novedoso nacional	Modificaciones	Estándar	Elección del negocio por oportunidad estratégica:	Localización	Tiempo	Sector	Empresas que realizan actividades de I+D+i:	I+D+i	Empresas que tienen acuerdos de colaboración:	Acuerdos	Estrategias de crecimiento en el futuro:	Crecimiento interno	Adquisición otras empresas	Fusión otras empresas	Otras	Número de licenciados:	Menos de cinco	Más de cinco

Los resultados, que ofrecen significatividad estadística en algunos indicadores (chi-cuadrado en negrita), permiten descubrir qué grupos de empresarios alojan mayor concentración de las consideradas variables creativas: tipo de producto —agrupado en novedoso internacional o nacional, con modificaciones y estándar—, elección de negocio de acuerdo a una oportunidad estratégica —localización, tiempo, sector— , realización de actividad de I+D+i, acuerdos de cooperación tecnológica, estrategias de crecimiento futuro y número de licenciados o ingenieros en la empresa. La técnica empleada presenta, en primer lugar, los valores medios que obtiene cada variable respecto al número total de individuos de la muestra (507 empresarios encuestados) y, a continuación, la situación que arrojan los distintos grupos en función de la media aportada por los individuos que componen cada uno: según se halle la media de cada grupo por encima o por debajo del valor medio de la muestra total se inserta un signo positivo (+) o negativo (-), respectivamente. Dentro de cada variable y grupo se ha insertado un signo positivo o negativo con un asterisco (+\* o -\*) para señalar los valores más alejados de la media por la parte de arriba o de abajo, respectivamente.

En suma, del análisis se desprende que el grupo VI (de sólo 53 individuos), que es el que se explica principalmente por el factor de supervivencia de la empresa (tener un producto adaptado al mercado, esfuerzo tecnológico realizado, buenas expectativas del mercado, buena cultura empresarial y disposición de recursos financieros) y también por el factor de complejidad organizativa y de gestión (saturado sobre todo por las variables del tamaño empresarial y la formación universitaria del empresario), es el que muestra mayor concentración de los valores de los indicadores/variables asociados a la actividad creativa e innovadora.

Por tanto, parece sugerir que es el grupo que asocia más empresarios comprometidos con la creación de empresas emergentes y dinámicas. Obsérvese que los valores de las medias de los indicadores arrojan destacables resultados: i) en cuanto al tipo de producto elegido por el empresario, tres valores superan la media (de los que uno de ellos —producto novedoso nacional— se aleja por la parte de arriba) y el cuarto —producto estándar— se aleja de la media por la parte de abajo, como sería de esperar de un colectivo empresarial emergente; ii) en cuanto a la elección del negocio por razones estratégicas, sobresale el valor específico del sector, que, además de ser el que más se aleja de la media por arriba, es significativo estadísticamente; iii) en cuanto al esfuerzo tecnológico realizado, el valor supera a la media global, aunque hay otro grupo —el que se identifica con la notoriedad y ayudas públicas— que arroja mejor resultado, derivado del apoyo recibido desde

las administraciones públicas; iv) en cuanto a acuerdos de cooperación tecnológica, resalta por hallarse por encima de la media; v) en cuanto a estrategias de crecimiento, resultado estadísticamente significativo, ofrece los mejores valores, teniendo en cuenta que desde la perspectiva de este análisis el crecimiento interno (en sí mismo) ha de considerarse menos interesante que el resto de las alternativas (fusiones, adquisiciones...), y finalmente, vi) en cuanto al número de licenciados o ingenieros contratados, presenta un desempeño por encima de la media cuando se dispone de más de cinco licenciados o ingenieros.

Por el contrario, en la parte baja se coloca el grupo V, orientado a la continuidad de la empresa (experiencia acumulada: tradición familiar), que presenta la menor concentración, seguido muy de cerca por el grupo IV, denominado «empresario-empleado» por su interés en el mantenimiento del puesto de trabajo (experiencia acumulada: razones personales).

En la segunda posición de este ranking sobre la actividad emprendedora-creativa en España, aunque con peores desempeños que los logrados en el grupo VI, se encuentra el grupo I, formado por empresarios que se orientan a la consecución de logros personales y públicos y a la búsqueda de ayudas públicas. Por último, los grupos III y II se sitúan en una posición intermedia. El primero se distingue por tratarse de empresarios dedicados a la gestión normal de la empresa y a la obtención de logros económicos, mientras que el segundo por estar compuesto de empresarios cuyo principal objetivo es lograr la autonomía en su actividad, sin marcarse retos ni perseguir incentivos públicos.

#### B) Conclusiones

En este epígrafe del capítulo IV se recogen algunas argumentaciones e hipótesis sobre la actividad emprendedora-creativa en España. A partir de las características de los emprendedores, las razones que explican el éxito o fracaso de sus proyectos y los factores determinantes de la actividad emprendedora, expuestas las primeras en el capítulo III y los segundos en el apartado anterior de este mismo capítulo, se presentan y examinan algunas variables —conductas de los empresarios, nuevos o consolidados— que se supone refuerzan la actividad emprendedora para transformarla no en una simple actividad estándar que concluye, prioritariamente, con la creación de empresas, sino en una acción inteligente, creativa e innovadora. Desde su origen, esta acción dispone de una combinación de elementos que le permite enfrentar retos de la competencia en mercados competitivos.

Entre las hipótesis de trabajo, se establece que el emprendedor creativo ofrece un producto diferenciado (nacional o internacionalmente), elige oportunidades estratégicas respecto a la localización de su empresa, al momento de implantación y a la rama de actividad. Asimismo, su organización es sensible al esfuerzo tecnológico, interno o contratado externamente, y a la cooperación —principalmente en la esfera tecnológica— con otras empresas o agentes del sector, del territorio o de redes de distinta índole, que potencian economías de escala y crecimiento de las que se beneficia. Finalmente, este tipo de emprendedor contrata más licenciados o ingenieros en términos relativos, y proyecta estrategias de crecimiento para el futuro sustentadas no únicamente en el crecimiento interno de la empresa sino también en procesos asociados a fusiones, adquisiciones u otros con otras empresas.

De los resultados obtenidos el trabajo sugiere que, entre los que abordan la actividad emprendedora, los empresarios más dinámicos y creativos pertenecen a un pequeño grupo bastante homogéneo caracterizado por su compromiso con los factores de supervivencia empresarial y aspectos ligados a la complejidad organizativa y de gestión, más que al logro de retos personales o de alcanzar notoriedad pública. Tampoco parece estar en la base de este grupo el afán por beneficiarse de los programas públicos dirigidos a favorecer la actividad productiva.

#### CAPÍTULO V

#### COMPORTAMIENTOS Y EFICIENCIA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA, 1997-2004

#### INTRODUCCIÓN

El presente capítulo tiene un doble objetivo. El primero es averiguar las diferencias existentes en los comportamientos de los colectivos empresariales que se han definido en función de los intervalos de edad y tamaño estudiados. A partir de estas diferencias, el segundo objetivo persigue obtener los rasgos económico-financieros más significativos que caracterizan a las empresas de más reciente creación. La elección de estas empresas se hace con el fin de centrar el estudio del conjunto de la actividad emprendedora en aquellas que por su corta edad presentan mayor fragilidad y dificultad de supervivencia hasta que puedan lograr en el mercado el equilibrio necesario que permita su consolidación por edad y tamaño.

En ambos objetivos resulta de especial importancia la particularización del análisis para algunas variables consideradas de eficiencia empresarial. En concreto, las variables de eficiencia seleccionadas en este trabajo son: rentabilidad económica, rentabilidad financiera y productividad.

Estas variables de eficiencia evalúan la actuación del principal agente creador de riqueza: el empresario. Este empresario, en el entramado de la pyme española, es, en términos generales, tanto propietario como gestor. La buena marcha de la economía precisa que el esfuerzo individual que realiza se vea adecuadamente remunerado. BREALEY y MYERS (2003) se refieren en particular a la rentabilidad económica y financiera como medidores de la eficiencia.

El empresario, como propietario, materializa su remuneración, principalmente, a través del indicador que mide la rentabilidad financiera, definido como la relación existente entre el resultado neto de la empresa y los fondos propios empleados. Es decir, entre el excedente de libre disposición para el empresario por el proyecto que aborda y el esfuerzo financiero que le exige su ejecución como justa retribución al riesgo asumido.

La otra faceta del empresario, gestor del proyecto, debe tener como principal preocupación tanto la consecución de los objetivos empresariales planteados como que éstos sean alcanzados lo más eficientemente posible. De ahí que otros dos indicadores resulten imprescindibles para garantizar la viabilidad de una empresa: la rentabilidad económica y la productividad. Ambos indicadores constituyen dos caras de la eficiencia empresarial. La primera, respecto a la adecuada utilización de la inversión física en inmovilizado y circulante, y la segunda, respecto al apropiado empleo del capital humano. Ambas, dentro de un entorno institucional favorable, son imprescindibles para lograr avances en el progreso técnico, que resulta indispensable para el crecimiento económico.

La rentabilidad económica es el resultado que se obtiene del cociente entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el activo total de la empresa. Es decir, el excedente obtenido que permite la remuneración de las distintas clases de financiación que convergen en un proyecto empresarial, independientemente de su titularidad propia o ajena, junto al pago de las obligaciones fiscales respecto a la inversión realizada en la totalidad de la estructura productiva que configura la empresa.

La productividad, que mide el valor añadido por trabajador, indica cómo la adecuada combinación entre el factor humano y la estructura técnica inciden en la generación de riqueza por parte de la empresa. En un entorno competitivo global, la empresa, según sus circunstancias y capacidades, debe decidir en qué medida intensifica la acción de uno u otro factor para optimizar la combinación que defina su estrategia.

El método de análisis empleado, expuesto en el capítulo II, es el estudio económico-financiero basado en la técnica de ratios calculados con base en la información financiera que elaboran y presentan en los registros mercantiles las empresas. El análisis gráfico, estadístico y econométrico de los resultados permite establecer las semejanzas y diferencias de las mismas según su edad y tamaño. En concreto, los colectivos de edad propuestos son cuatro: las empresas benjamines, con menos de tres años; las adolescentes, hasta seis años; las jóvenes, hasta 10 años, y las adultas, de más de 10 años. En cuanto al tamaño, se distinguen los cuatro grupos habituales según el número de empleados: microempresas, peque-

ñas, medianas y grandes, según sean de menos de 10 trabajadores, entre 10 y 49, entre 50 y 249 y de 250 en adelante, respectivamente.

El análisis permite, igualmente, examinar la evolución de las magnitudes a lo largo del periodo de estudio, referido a la serie temporal de 1997 a 2004, de acuerdo a la disponibilidad de datos estadísticos fiables.

Para todo ello se han calculado los 24 ratios que han sido agrupadas de acuerdo al esquema que figura en el capítulo II, recuadro 2.1, que facilita la interpretación económico-financiera de las mismas. De estas 24 ratios, tres son consideradas como los indicadores de eficiencia empresarial (rentabilidades y productividad) y cuatro en las que se descomponen las rentabilidades (apalancamiento financiero, efecto fiscal, margen de explotación y rotación del activo). En algunos casos se hacen interpretaciones conjuntas de las ratios que componen cada agrupación al estar íntimamente ligada la naturaleza del concepto que representan, e incluso asociar estas interpretaciones a las que se derivan de otras ratios pertenecientes a otras agrupaciones. Sin embargo, en ocasiones la interpretación ha de ser necesariamente más individualizada.

Todo el análisis ha de entenderse efectuado a partir de las empresas que han sobrevivido, dentro del periodo estudiado, desde la fecha de constitución hasta al menos el año 2004. Por tanto, tal y como se menciona en la metodología (capítulo II) el conjunto empresarial estudiado presenta un sesgo —que podría denominarse sesgo de supervivencia—derivado de considerar empresas que no han fracasado en el periodo.

Las caracterizaciones entre los cuatro colectivos considerados por edades y los cuatro referidos al tamaño se identifican para las distintas ratios mediante el análisis de la evolución temporal de sus valores representados gráficamente a partir de los estadísticos mediana y media. Ello se complementa con el análisis de la varianza —Anova—, el test de Scheffé y las pruebas no paramétricas de Kolmogorov-Smirnov y Kruskal-Wallis, así como con el cálculo de los principales estadísticos descriptivos para los distintos colectivos. Para el caso de las ratios representativas de la eficiencia empresarial la identificación de comportamientos disímiles se ha enriquecido con la utilización de técnicas econométricas de regresión múltiple con variables ficticias, asociadas a los colectivos de edad y tamaño. Las técnicas utilizadas se hallan descritas, entre otros trabajos, en los de CASAS (1997) y ROHATGI (1984).

A partir de los objetivos marcados, y junto a esta introducción, el capítulo consta de dos secciones. En la primera se lleva a cabo un análisis económico-financiero de las ratios y sus agrupaciones y en la segunda

un análisis de las ratios de eficiencia. El capítulo finaliza con una síntesis y conclusiones.

### 2. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO DE LAS RATIOS Y SUS AGRUPACIONES

En la presente sección se analizan ocho agrupaciones de ratios que representan la estructura económica, financiera, su cobertura y la gestión de actividad y costes, así como la liquidez y la solvencia de la empresa. A través del análisis se establecen las diferencias de comportamientos entre los distintos grupos de empresas y la evolución temporal de la variable o agrupación estudiadas. Esto permite también identificar cuáles son los rasgos característicos más sobresalientes de las empresas de más reciente creación según las distintas ratios consideradas, que se recogen en los gráficos (del 5.1 al 5.9) y recuadros (del 5.1 al 5.7) presentados para cada agrupación. Tal como se indicó en el capítulo II, en el cd adjunto, anexo 2, de este trabajo puede verse el conjunto de gráficos y controles estadísticos realizados.

En la representación gráfica de la evolución de cada ratio a lo largo del periodo de estudio, así como en las pruebas estadísticas efectuadas, se ha incluido, junto a las cuatro muestras por tamaño y las cuatro de edad, la muestra *Control*. Como se ha señalado en el capítulo II, debe recordarse que el objetivo que se desea alcanzar con el diseño de esta muestra es obtener un esquema de la estructura empresarial española, por tanto, conocer cuáles son los valores medios que para cada ratio y año han tomado el conjunto de las empresas con información completa en la base SABI.

La muestra *Control*, como consecuencia de representar valores medios, debe situarse en cada gráfico entre los distintos grupos formados según tamaño o edad de las empresas, no debe aparecer tomando los valores máximos o mínimos en el conjunto del intervalo temporal 1997-2004. Igualmente, debe presentar una tendencia similar a la que tengan la mayor parte del resto de muestras y cercana a los grupos más presentes en la estructura empresarial nacional, empresas con más de diez años (50 por 100 del total) y microempresas (73 por 100 del total). Por tanto: 1) cuando no tome valores extremos; 2) cuando su tendencia sea representativa del conjunto de las otras muestras, y 3) cuanto más se aproximen sus valores a los de la muestra que represente el grupo más numeroso, mayor fiabilidad puede otorgarse al diseño de las muestras de empresas y, por ende, a los resultados obtenidos para las ratios calculadas por tamaño y edad.

#### A) Ratios de composición de la estructura del capital económico

Esta agrupación está formada por dos ratios:

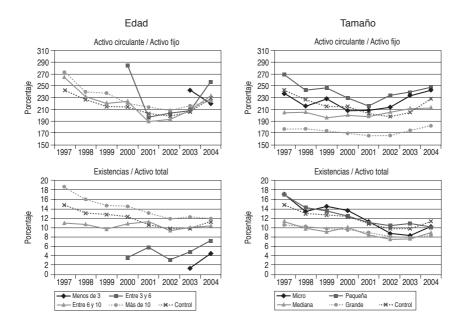
- 1. Activo circulante ÷ Activo fijo.
- 2. Existencias ÷ Activo total.

La evolución de estas ratios durante el periodo 1997-2004 se muestra en los gráficos 5.1 y 5.2 y los resultados de los cálculos y contrastes estadísticos en el recuadro 5.1.

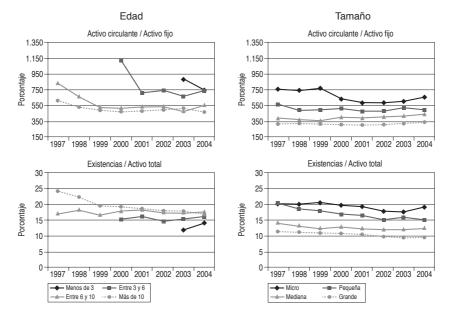
Tal como sugiere el gráfico de medianas y se aprecia en el gráfico de medias, las empresas más jóvenes (de menos de 6 años) presentan mayor inversión en activo circulante respecto a su inversión en estructura económica a largo plazo que las más consolidadas. No obstante, la inversión relativa efectuada en existencias es notoriamente menor cuanto más reciente es la creación de la empresa.

Las partidas que forman el activo circulante son más generadoras de costes —reales explícitos o financieros implícitos— que de ingresos para las empresas. Por tanto, sería de esperar que a medida que avanza el

GRÁFICO 5.1 EVOLUCIÓN DE LAS RATIOS DE LA ESTRUCTURA DEL CAPITAL ECONÓMICO, MEDIANAS



## GRÁFICO 5.2 EVOLUCIÓN DE LAS RATIOS DE LA ESTRUCTURA DEL CAPITAL ECONÓMICO, MEDIAS



#### RECUADRO 5.11

#### CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN. AGRUPACIÓN DE RATIOS DE LA ESTRUCTURA DEL CAPITAL ECONÓMICO

- Las empresas de más reciente creación y, correlativo a ello, de menor tamaño, presentan un mayor valor de la ratio *activo circulante ÷ activo fijo*, puesto que disminuye conforme aumenta la edad y el tamaño de la empresa. Los tests estadísticos efectuados presentan claras diferencias entre las empresas de menos y de más de seis años, por un lado, y entre las micro y grandes, por otro, colocándose medianas y pequeñas entre ambos extremos.
- Por el contrario, las empresas de creación más reciente ofrecen una menor proporción de inversión en *existencias* en su activo, que aumenta en la medida que van consolidándose con el tiempo y cuanto menor es el tamaño. El test de Sheffé para esta ratio indica que existen comportamientos diferenciados entre las empresas de menos y de más de seis años, así como entre las grandes y las medianas con respecto a pequeñas y microempresas.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Tanto en este recuadro como en el resto de recuadros de contrastes estadísticos para edad y tamaño los valores de la mediana, media y representación gráfica están ordenados de forma des-

Ratios				Edad				
	O°	Descr	iptivos	Cole-fré	Cuff	C	utuastas	
	0	Mediana	Media	Scheffé	Gráfico	Contrastes		
Activo	1.°	< 3	< 3	> 10	3 y 6	Anova	F: 26,734	
circulante/	2.°	3 y 6	3 y 6	Control 6	< 3	Allova	Signif: 0,0	
Activo fijo	3.°	> 10	6 y 10	y 10	> 10	Kruskal	Chi: 37,23	
	4.°	6 y 10	Control	3 y 6	6 y 10	Wallis	Signif: 0,0	
	5.°	Control	> 10	< 3	Control			
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes	
		Mediana	Media	Schejje	Grajico		in dates	
	1.°	Control	> 10	< 3	> 10	Anova	F: 28,384	
Existencias/ Activo total	2.°	> 10	Control	3 y 6	Control	7 movu	Signif: 0,0	
rich vo total	3.°	6 y 10	6 y 10	6 y 10	6 y 10	Kruskal	Chi: 199,48	
	4.°	3 y 6	< 3	> 10	3 y 6	Wallis	Signif: 0,0	
	5.°	< 3	3 y 6	Control	< 3			
Ratios				Татаñо				
	00	Descriptivos		Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes	
	O°	Mediana	Media	schejje	Опији	C0.	nirusies	
Activo	1.°	Control	Pequeña	Grande-	Pequeña	Anova	F: 26,38	
circulante/	2.°	Micro	Micro	Mediana	Micro	mova	Signif: 0,0	
Activo fijo	3.°	Pequeña	Control	Me-Pe	Control	Kruskal	Chi: 44,80	
	4.°	Mediana	Mediana	Pe-Mi	Mediana	Wallis	Signif: 0,0	
	5.°	Grande	Grande	Control	Grande			
	0°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes	
		Mediana	Media	schejje	Grajico	Co	nirasies	
	1.°	Control	Pequeña	Grande	Pequeña	Anova	F: 32	
Existencias/ Activo total	2.°	Pequeña	Grande	Mediana	Control	Tillova	Signif: 0,0	
richivo total	3.°	Micro	Mediana	Micro-	Micro	Kruskal	Chi: 26,71	
	4.°	Mediana	Control	Pequeña	Mediana	Wallis	Signif: 0,0	
	5.º	Grande	Micro	Control	Grande			

ciclo de vida de las unidades productivas vaya aumentando la eficiencia de su proceso productivo y la habilidad en la gestión económica y financiera del empresario. El proceso de aprendizaje que acompaña al paso del tiempo hace que sean necesarias menores inmovilizaciones en activo

cendente. Sin embargo, las agrupaciones obtenidas a partir del test de Scheffé se presentan en orden ascendente.

circulante y, aparejadamente, se incremente la inversión en activos materiales y mejore el aprovechamiento financiero —en términos de disponibilidad de recursos y ahorro fiscal actualizado— que supone una adecuada política de amortización.

Un emprendedor cuando inicia una aventura empresarial dispone de menos medios y experiencia, lo que se traduce en una menor inversión a largo, en la necesidad de minimizar el elevado coste que significa los gastos asociados al mantenimiento de existencias y en la mejora de sus decisiones de gestión.

Desde la perspectiva del tamaño empresarial, se observa que a medida que aumenta la dimensión menor es la proporción requerida de activo circulante respecto al activo fijo, lo que implica que las empresas con una organización más desarrollada afrontan menores costes por su mayor eficiencia en la gestión de su inversión a corto. Esta evidencia queda confirmada con el gráfico elaborado a partir del estadístico media. La ratio existencias sobre activo total muestra, principalmente cuando se observa el gráfico de valores medios, que la inversión relativa en existencias disminuye con el tamaño empresarial.

Por tanto, cuanto más jóvenes y menores son las empresas, más recurren a la inversión a corto (circulante) relativa a la inversión a largo (fija) que realizan, pero la proporción de la inversión en existencias es mayor en las empresas de menor tamaño y a medida que aumenta la edad.

Desde una perspectiva de la evolución temporal de estas ratios en el periodo de estudio 1997-2004, se observa que la proporción de las existencias sobre el activo y la relación que mantiene el activo circulante respecto al activo fijo muestra, para los distintos tamaños, que se ha dado una disminución de ambas durante el periodo de análisis. En los dos últimos años se ha producido una recuperación de la inversión en *stocks* y, por tanto, en activo circulante.

#### B) Ratios de composición de la estructura de capital financiero

Esta agrupación está formada por dos ratios:

- 1. Fondos propios ÷ Pasivo total.
- 2. Exigible a corto plazo ÷ Financiación permanente.

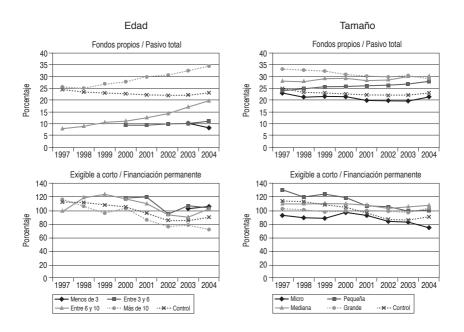
La evolución de estas ratios durante el periodo 1997-2004 se muestra en los gráficos 5.3 y 5.4, y los resultados de los cálculos y contrastes estadísticos en el recuadro 5.2.

Diversos estudios empíricos realizados en las pasadas décadas (Maroto, 1997; Fariñas et al., 1992; Fariñas y Suárez, 1999; Udell

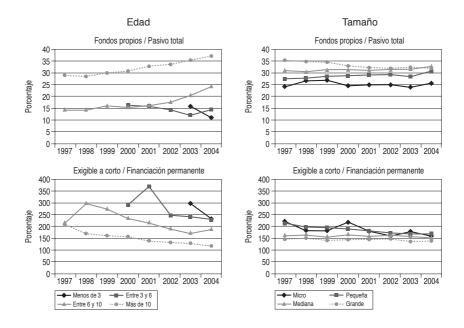
y BERGER, 1998) sustentaban la hipótesis de que el porcentaje de fondos propios respecto a la financiación total de la empresa disminuía con el tamaño y la edad de la empresa. Esta argumentación, de acuerdo con la teoría financiera de la empresa, se justifica en que las empresas de más reciente creación y menor tamaño tienen el acceso a la financiación ajena más restringido por su menor calidad crediticia, lo que les obliga a recurrir a las aportaciones directas del empresario o a la autofinanciación, con la consecuente implicación fiscal y en el coste financiero de la actividad por la necesaria mayor remuneración al capital propio.

Sin embargo, en el presente estudio esta situación no se contrasta sino que, por el contrario, a mayor tamaño y edad mayor importancia tienen los fondos propios en la estructura financiera de la empresa. Esta observación de los datos puede justificarse porque, junto a esta limitación al crédito de las empresas de menor edad y tamaño, la mayor parte de sus recursos propios está formada por las aportaciones a título de capital realizadas por la propiedad y en mucha menor medida por la autofinanciación. Sin embargo, la posibilidad que tiene la empresa de aumentar sus reservas o las dotaciones a la amortización va en aumento

GRÁFICO 5.3 EVOLUCIÓN DE LAS RATIOS DE LA ESTRUCTURA DEL CAPITAL FINANCIERO, MEDIANAS



## GRÁFICO 5.4 EVOLUCIÓN DE LAS RATIOS DE LA ESTRUCTURA DEL CAPITAL FINANCIERO, MEDIAS



# RECUADRO 5.2 CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN. AGRUPACIÓN DE RATIOS DE LA ESTRUCTURA DEL CAPITAL FINANCIERO

- La ratio fondos propios ÷ pasivo total muestra que las iniciativas empresariales más recientemente emprendidas poseen una menor proporción de fondos propios en la composición del total de su pasivo, que se ve incrementada a medida que pasa el tiempo y aumenta la actividad con su consecuente consolidación y crecimiento. Estadísticamente, se observa que los valores de esta ratio son significativamente distintos en función de las categorías de tamaño elegidas; asimismo, respecto a la edad de las empresas, las más jóvenes y las más maduras, además de presentar las mayores diferencias entre sí, se diferencian de las de mediana edad, especialmente de las que tienen entre seis y diez años.
- El exigible a corto plazo sobre la financiación permanente es mayor cuando la empresa comienza su andadura en el mercado, disminuyendo a medida que va adquiriendo una mayor edad, lo que se confirma estadísticamente. Por el contrario, sobre la base del análisis de los datos no se aprecian diferencias significativas en el comportamiento de las empresas respecto a esta ratio en función de su tamaño.

			Contra	stes estadís	ucos		
Ratios				Edad			
	0°	Descri Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Со	ntrastes
	1.°	> 10	> 10	< 3; 3 y 6	> 10		F: 94,16
Fondos propios/	2.°	Control	Control	3 y 6	Control	Anova	Signif: 0,0
Pasivo total	3.°	6 y 10	6 y 10	6 y 10	6 y 10	Kruskal	Chi: 495,81
	4.°	3 y 6	3 y 6	Control	3 y 6	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	< 3	< 3	> 10	< 3		
	O°	Descri Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Со	ntrastes
Exigible	1.°	< 3	< 3	> 10, Control	< 3	Anova	F: 23,49
a corto/ Financiación	2.°	3 y 6	3 y 6	Control	3 y 6	Allova	Signif: 0,0
permanente	3.°	6 y 10	6 y 10	6 y 10	6 y 10	Kruskal	Chi: 20,96
	4.°	Control	Control	6 y 10; 3 y 6	Control	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	> 10	> 10	< 3	> 10		
Ratios				Татаñо			
	0°	Descri Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Contrastes	
Fondos	1.°	Control	Control	Micro-	Grande	Anaria	F: 63,23
propios/	2.°	Grande	Grande	Control	Mediana	Anova	Signif: 0,0
Pasivo total	3.°	Mediana	Mediana	Pequeña	Pequeña	Kruskal	Chi: 318,22
	4.°	Pequeña	Pequeña	Mediana	Control	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	Micro	Micro	Grande	Micro		
	O°	Descri	1	Scheffé	Gráfico	Со	ntrastes
	1.0	Mediana	Media	G 15			F 2.053
Exigible a corto/	1.°	Pequeña	Pequeña	Gr-Mi	Pequeña	Anova	F: 2,838
Financiación	2.°	Mediana	Mediana	Co-Me	Mediana		Signif: 0,0
permanente	3.°	Control	Grande	Mi-Co	Grande	Kruskal	Chi: 72,15
	4.°	Micro	Control	Pe-Me	Control	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	Grande	Micro	Pe-Me	Micro		

a medida que la empresa se consolida, como consecuencia del aumento de sus beneficios y estructura técnica.

Nota: Gr: Grande, Me: Mediana; Pe: Pequeña, Mi: Micro y Co: Control.

La autofinanciación es la forma de financiarse preferida por empresarios y directivos, lo que se sustenta en la teoría de la jerarquía de preferencias entre las fuentes de financiación empresarial (MYERS y MAJLUF, 1984), de manera que dada su aversión al riesgo a la hora de financiar

las inversiones de la empresa, prefieren la autofinanciación a la financiación externa y, dentro de ella, la financiación ajena a la propia. Por ello, también es de esperar que a media que aumenta el tamaño y edad de la empresa el recurso a la autofinanciación haga aumentar la proporción de fondos propios respecto a la financiación total de la empresa, sin menoscabo de la preferencia por el endeudamiento frente a unas mayores aportaciones directas de los socios.

Por otra parte, es de esperar que la proporción que representa el exigible a corto respecto a la financiación permanente de la empresa disminuya a medida que aumenta su edad y tamaño, dotando de mayor seguridad a las empresas más consolidadas. A medida que el mercado otorga a las empresas más facilidades de financiación, éstas hacen crecer sus fuentes, tanto propias como ajenas, a largo plazo frente a aquellas financieras o comerciales con vencimiento en el corto plazo. Empíricamente, este comportamiento se contrasta respecto a la variable edad, pero no respecto a la variable tamaño, aunque —cuando se trabaja con medias— se aprecia que las grandes empresas tienen que afrontar en menor medida que las restantes el pago de su exigible a corto respecto a su financiación permanente.

En cuanto a la evolución temporal de las ratios durante el periodo de estudio, en términos de tamaño empresarial, la proporción que sobre la financiación total de las empresas representan los fondos propios no ha experimentado variación sustancial, lo que es indicativo de que han alcanzado una eficiente estructura financiera. Para las distintas edades, sin embargo, se observa que las empresas que tienen mayor edad son las que a partir del año 2000 han experimentado mayor aumento de su capitalización, seguramente por sus buenos resultados y situación saneada. A su vez, la relación que mantiene el exigible a corto respecto a la financiación permanente, para todos los tamaños y edades, muestra un proceso de disminución —que ha venido suavizándose en 2003 y 2004—, favorecido por los bajos tipos de interés y mayores periodos de amortización de deudas ofrecidos por el sistema financiero.

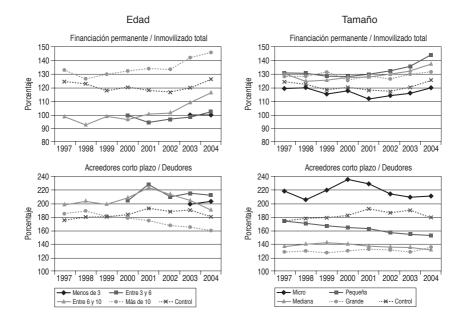
#### C) Ratios de composición de la estructura de capital-cobertura

- 1. Financiación permanente ÷ Inmovilizado total.
- 2. Acreedores a corto plazo ÷ Deudores.

Para los valores medianos, la evolución de estas ratios durante el periodo 1997-2004 se muestra en el gráfico 5.5 y los resultados de los cálculos y contrastes estadísticos en el recuadro 5.3.

#### GRÁFICO 5.5

#### EVOLUCIÓN DE LAS RATIOS DE LA ESTRUCTURA DE CAPITAL COBERTURA, MEDIANAS



#### **RECUADRO 5.3**

#### CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN. AGRUPACIÓN DE RATIOS DE LA ESTRUCTURA DEL CAPITAL COBERTURA

- La ratio financiación permanente ÷ inmovilizado total ofrece el menor valor para las empresas que no han pasado un sexenio, y especialmente para las que no han llegado al trienio. Por tanto, los emprendedores que más inmediatamente han entrado al mercado menor valor presentan para esta ratio, casi independientemente de cuál sea la dimensión que tenga su iniciativa empresarial, tal como muestran los tests de Scheffé.
- La magnitud de la relación acreedores a corto plazo ÷ deudores no se diferencia significativamente entre las nuevas empresas y el resto. Sin embargo, las empresas más pequeñas ofrecen valores superiores al resto de las empresas, existiendo también disimilitud de las pequeñas respecto a las medianas y grandes empresas.

Ratios				Edad				
	0°	Descri	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntractos	
		Mediana	Media	schejje	Опији	Contrastes		
Financiación	1.°	< 3	> 10	6 y 10,	> 10	Anova	F: 4,426	
permanente/ Inmovilizado	2.°	.° > 10 Control		Co, 3 y 6	Control	7 mova	Signif: 0,0	
material	3.°	3 y 6	< 3	3 y 6	6 y 10	Kruskal	Chi: 147,07	
	4.°	Control	6 y 10	Control	3 y 6	Wallis	Signif: 0,0	
	5.°	6 y 10	3 y 6	> 10, < 3	< 3			
	0°	Descri	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes	
		Mediana	Media	senegje	Grafico		The disters	
Acreedores corto plazo/ Deudores	1.°	6 y 10	3 y 6	> 10	3 y 6	Anova	F: 2,87	
	2.°	3 y 6	6 y 10	Control	< 3		Signif: 0,0021	
corto plazo	3.°	> 3	> 3	< 3	6 y 10	Kruskal	Chi: 52,92	
	4.°	Control	Control	3 y 6	Control	Wallis	Signif: 0,0	
	5.°	> 10	> 10	6 y 10	> 10			
Ratios				Tamaño				
	0°	Descri	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes	
		Mediana	Media	Schejje	Orajico			
Financiación	-	Control	Grande	Grande-	Pequeña	Anova	F: 5,68	
permanente/ Inmovilizado	2.°	Micro	Mediana	Mediana	Grande		Signif: 0,0	
material	3.°	Pequeña	Pequeña	Me-Pe	Mediana	Kruskal	Chi: 95,542	
	4.°	Mediana	Micro	Mi-Co	Control	Wallis	Signif: 0,0	
	5.°	Grande	Control	WII-CO	Micro			
	00	Descri	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes	
		Mediana	Media	00				
Acreedores	1.°	Control	Micro	Grande-	Micro	Anova	F: 98,423	
corto plazo/ Deudores	2.°	Micro	Control	Mediana	Control		Signif: 0,0	
corto plazo	3.°	Pequeña	Pequeña	Mediana-	Pequeña	Kruskal	Chi: 780,26	
	4.°	Mediana	Mediana	Pequeña	Mediana	Wallis	Signif: 0,0	
	5.°	Grande	Grande	Mi-Co	Grande			

La ratio financiación permanente sobre inmovilizado total es un indicador de la relación que existe entre la estructura técnica y financiera de la empresa a largo plazo. Un anhelo de todo empresario al inicio de su actividad es garantizar que los elementos que componen el inmovilizado sean adquiridos con recursos que tengan un plazo de devolución amplio. Así tendrá la posibilidad de ir afrontando los pagos que genera la utili-

zación de los recursos financieros a medida que su estructura técnica vaya convirtiéndose en liquidez por la imputación de su utilización en el proceso productivo. Por ello, cuanto mayor sea la financiación permanente respecto al inmovilizado total de la empresa, mayor será la seguridad con la que pueda afrontarse la gestión. Cuando esta ratio es superior al 100 por 100, indica un fondo de maniobra positivo, lo que permite descartar inminentes dificultades financieras.

Los resultados que ofrece el análisis están poco definidos respecto a lo esperable. Intuitivamente, cabe pensar que a medida que una empresa crece en edad y tamaño, mayores deberán ser los recursos permanentes para cubrir su inversión en inmovilizado y, por tanto, su fondo de maniobra. Respecto a la edad, los datos parecen sugerirlo, en particular cuando se examina el análisis gráfico basado en medianas, aunque no puede afirmarse de manera irrefutable mediante los contrastes estadísticos y el análisis gráfico basado en medias. Asimismo, cuando se analiza esta ratio respecto al tamaño empresarial la diversidad de resultados no permite claras conclusiones, aunque gráficamente las microempresas presentan los menores valores.

La ratio acreedores a corto plazo entre deudores muestra que para todas las edades y tamaños considerados en el estudio el grado de endeudamiento a corto supera al de los derechos de cobro en el mismo horizonte, situación habitual en las empresas cuando se las considera de manera agregada. Respecto a los grupos de edad considerados, estadísticamente no puede afirmarse que existan comportamientos distintos, aunque las empresas de mayor edad, según el estudio gráfico, parece que tienen menores obligaciones de pago respecto a sus derechos de cobro a corto plazo, lo que les otorgaría una mejor garantía de liquidez.

Sin embargo, cuando se considera el tamaño empresarial se observa que esta variable discrimina en diferentes grupos, aumentando la cobertura que presentan las obligaciones de pago con los derechos de cobro en el corto plazo a medida que aumenta el tamaño de la empresa. Las empresas de tamaño mediano y grande arrojan valores similares. Por esta razón, gráficamente cuanto menor es el tamaño de las empresas mayor es el valor de la ratio.

La perspectiva temporal de ambas ratios evidencia que no se producen modificaciones sustanciales de los valores alcanzados durante los siete años estudiados. Es decir, que la financiación permanente respecto al inmovilizado y la relación entre las obligaciones de pago y los derechos de cobro apenas presentan variabilidad, lo cual implica niveles de cobertura adecuados.

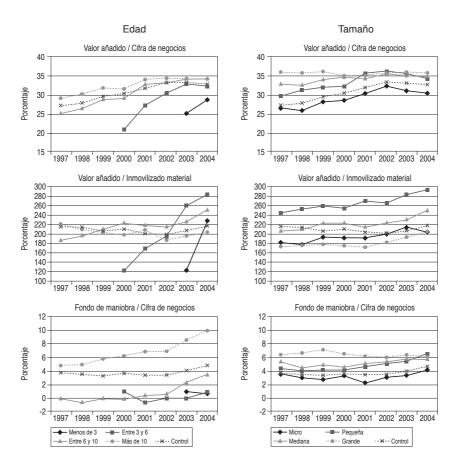
#### D) Ratios de indicadores de gestión de actividad

- 1. Valor añadido ÷ Cifra de negocios.
- Valor añadido ÷ Inmovilizado material.
- 3. Fondo de maniobra ÷ Cifra de negocios.

Para los valores medianos, la evolución de estas ratios durante el periodo 1997-2004 se muestra en el gráfico 5.6 y los resultados de los cálculos y contrastes estadísticos en el recuadro 5.4.

Gráficamente, la generación de valor añadido con respecto a la cifra de negocios muestra una clara relación positiva respecto al tamaño y la

GRÁFICO 5.6 EVOLUCIÓN DE LAS RATIOS DE GESTIÓN DE ACTIVIDAD, MEDIANAS



#### **RECUADRO 5.4**

#### CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN. AGRUPACIÓN DE INDICADORES DE GESTIÓN DE ACTIVIDAD

- A las nuevas aventuras empresariales les cuesta mayor esfuerzo la generación de *valor añadido con relación a su cifra de negocios*, ya que existe cierta relación directa del valor de esta ratio con la edad y el tamaño de la empresa.
- La ratio valor añadido ÷ inmovilizado material arroja resultados que parecen indicar que una vez que la iniciativa empresarial ha despegado (a partir del tercer año) y hasta que alcanza su madurez (al cumplir diez años) su desempeño es mejor que cuando se acaba de implantar o está ya consolidada, probablemente por la optimización que los nuevos emprendedores consiguen paulatinamente de la inversión en la estructura técnica formada por el inmovilizado material. Los distintos tamaños que puede tomar la empresa a lo largo de su periplo emprendedor no inciden de manera diferente sobre esta ratio, con la excepción de las pequeñas empresas, que tanto estadística como gráficamente ofrecen mayor retribución a los factores capital y trabajo por unidad de inversión en inmovilizado material.

#### Contrastes estadísticos

Ratios				Edad						
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes			
		Mediana Media		Schejje	Grajico	Co	nirusies			
Valor	1.°	> 10	> 10	< 3	> 10	Anova	F: 22,863			
añadido/ Cifra de	2.°	6 y 10	6 y 10	3 y 6	6 y 10	Allova	Signif: 0,001			
negocios	3.°	Control	Control	Control	Control	Kruskal	Chi: 78,88			
	4.°	3 y 6	3 y 6	Control;	3 y 6	Wallis	Signif: 0,0			
	5.°	< 3	< 3	6 y 10; > 10	< 3					
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Contrastes				
		Mediana	Media	Schejje	Grajico	Comrasies				
Valor	1.°	3 y 6	3 y 6	Co; > 10	3 y 6	Anova	F: 14,017			
añadido/ Inmovilizado	2.°	< 3	6 y 10	6 y 10	6 y 10	7 movu	Signif: 0,0			
material	3.°	6 y 10	Control	6 y 10	Control	Kruskal	Chi: 10,49			
	4.°	> 10	< 3	< 3	> 10	Wallis	Signif: 0,0033			
	5.°	Control	> 10	< 3; 3 y 6	< 3					
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes			
		Mediana	Media	Schejje	Grajico	Co	nirusies			
Fondo de	1.°	> 10	> 10	< 3	> 10	Anova	F: 24,264			
maniobra/ Cifra de	2.°	Control	Control	3 y 6	Control	rinova	Signif: 0,0			
negocios	3.°	6 y 10	6 y 10	6 y 10	6 y 10	Kruskal	Chi: 169,14			
	4.°	3 y 6	< 3	6 y 10, Co.	< 3	Wallis	Signif: 0,0			
	5.°	< 3	3 y 6	> 10	3 y 6					

Ratios				Татаñо					
	O°	Descr Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Со	ntrastes		
Valor	1.°	Grande	Pequeña	Control-	Grande	Anova	F: 21,89		
añadido/ Cifra de	2.°	Mediana	Grande	Micro	Mediana	Allova	Signif: 0,0		
negocios	3.°	Pequeña	Mediana	Mi-Pe	Pequeña	Kruskal	Chi: 76,64		
	4.°	Micro	Micro	Pe-Me	Control	Wallis	Signif: 0,0		
	5.°	Control	Control	Me-Gr	Micro				
	O°	Descr Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Со	ntrastes		
Valor	1.°	Pequeña	Pequeña	Co-Gr	Pequeña	Anova	F: 7,183		
añadido/ Inmovilizado	2.°	Micro	Micro	Me-Mi	Mediana	Allova	Signif: 0,0		
material	3.°	Mediana	Mediana	Gr-Me	Control	Kruskal	Chi: 94,016		
	4.°	Grande	Control	0.00	Micro	Wallis	Signif: 0,0		
	5.°	Control Grande		Pe-Mi	Grande				
	O°	Descr Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Contrastes			
Fondo de	1.°	Grande	Grande	Co-Mi	Grande	Anova	F: 17,64		
maniobra/ Cifra de	2.°	Mediana	Mediana	Micro-	Mediana	Allova	Signif: 0,0		
negocios	3.°	Pequeña	Pequeña	Pequeña	Pequeña	Kruskal	Chi: 130,79		
	4.°	Micro	Control	Pe-Me	Control	Wallis	Signif: 0,0		
	5.°	Control	Micro	Gr	Micro				

Nota: Gr: Grande, Me: Mediana; Pe: Pequeña, Mi: Micro y Co: Control.

— Como sería de esperar, las nuevas iniciativas empresariales (de menos de un sexenio de vida) disfrutan de una menor proporción de *fondo de maniobra respecto a su cifra de negocios* con la consecuente menor seguridad de cumplimiento de obligaciones con terceros a corto plazo. Esta circunstancia se reproduce igualmente con las iniciativas empresariales de menor dimensión. Estadísticamente puede comprobarse que la ratio arroja valores que crecen con el tamaño y la edad.

edad de las empresas, lo cual pone de manifiesto que cuanto mayor sea la consolidación de un negocio más generación de rentas para retribuir al capital y al trabajo se obtienen proporcionalmente a los ingresos procedentes de ventas y prestaciones de servicios. Junto a este hecho esperable, también se observa que a lo largo del periodo de estudio (1997-2004) se ha producido un incremento de esta ratio con cierta atenuación en la segunda parte del intervalo temporal (2001-2004). No obstante, los incrementos experimentados son más relevantes para las empresas de menor dimensión y de reciente emprendimiento, siendo muy ligeros o no significativos para las medianas y grandes. Se observa, por otra

parte, que en los últimos años existe una destacada convergencia de todos los valores. Esta evolución y diferencias quedan más remarcadas cuando el análisis se realiza con base en medianas que cuando se realiza con medias.

Estos comportamientos evidenciados no se manifiestan de igual forma cuando se analiza la relación del valor añadido con respecto al inmovilizado material de la empresa. En esta ratio no se observan conductas empresariales que se mantengan diferenciadas a lo largo del periodo y que puedan ser así consideradas en los distintos análisis gráficos y estadísticos. En todo caso, gráficamente, parece que las empresas pequeñas y medianas y las adolescentes (3 a 6 años) y jóvenes (6 a 10 años) son las que muestran mayor capacidad de generación de valor añadido respecto a su estructura técnica material, particularmente en los últimos años. Por el contrario, las empresas adultas (más de 10 años) y benjamines (de 0 a 3 años) ofrecen valores menores durante el periodo, aspecto que es consecuente con la mayor proporción de inmovilizado material con respecto al activo total, ya evidenciado anteriormente, y con la menor capacidad de generación de valor añadido que tienen las iniciativas de empresas benjamines, como en esta misma agrupación de ratios, aunque referido a la cifra de negocios, acaba de ponerse de manifiesto

Para que en el largo plazo se mantenga la creación de valor añadido, tanto respecto a los ingresos que genera la actividad de la empresa como a su estructura técnica, es necesario que el fondo de maniobra de la empresa sea positivo y preferentemente mayor a la unidad cuando se consideran agregados heterogéneos de empresas. En el análisis empírico se observa que la relación del fondo de maniobra respecto a la cifra de negocios presenta una relación directa entre el tamaño empresarial y la magnitud de la ratio, tal como cabría esperar. Cuanto mayor es la dimensión de la empresa, mayor parece que es la seguridad de cumplimiento de los compromisos de pago en el corto plazo, situación deseable pero que puede significar un perjuicio para la rentabilidad de la empresa si se exceden los límites razonables.

Asimismo, se observa una relación directa entre el valor de esta ratio y la edad de la empresa. Es importante reseñar que sólo para las empresas adultas se evidencia, a lo largo del periodo de estudio, que la ratio es positiva y mayor que la unidad. Por el contrario, para el resto de edades se observa que el valor de la ratio, frecuentemente, es negativo. Este comportamiento se adecua a lo esperable, ya que hasta que la empresa alcanza su edad adulta (más de 10 años) es normal que existan desequilibrios en su estructura económico-financiera, que pueden ponerse de

manifiesto por las tensiones en la liquidez debidas al desfase entre las masas de activo y pasivo circulante o, lo que es lo mismo, entre los plazos de los ingresos generados por la inversión y los pagos requeridos por la financiación.

Finalmente, la evolución temporal de las ratios del valor añadido respecto a la cifra de negocios y al inmovilizado material presenta tendencias distintas. Cuando se relativiza respecto a la cifra de negocios su evolución es creciente, lo que significa un mayor incremento en la obtención de rentas para los factores productivos ante incrementos de los ingresos por ventas o prestaciones de servicios; es decir una optimización de la actividad empresarial derivada de la modernización tecnológica, organizacional y de mejoras en el progreso técnico. Cuando se relaciona con el inmovilizado se observa para edades y tamaños, sin embargo, que el valor de la ratio permanece constante a lo largo del periodo, con la excepción de fuertes crecimientos en los grupos de empresas de menor edad. Esto indica que los incrementos de valor añadido son proporcionalmente constantes a la inversión en estructura técnica material excepto en las primeras fases de la vida de las empresas.

Por su lado, la evolución de la ratio fondo de maniobra respecto a cifra de negocios presenta escasa variabilidad hasta 2002, año a partir del cual se aprecia una tendencia creciente, principalmente en las micro, pequeñas y medianas empresas y los grupos de mayor edad. Esta situación parece indicar por parte de las empresas la necesidad de un leve reajuste en el equilibrio de su estructura económico-financiera en los últimos años.

#### E) Ratios de indicadores de gestión de costes

- 1. Consumos de explotación ÷ Cifra de negocios.
- 2. Gastos de personal ÷ Cifra de negocios.
- 3. Gastos financieros ÷ Cifra de negocios.

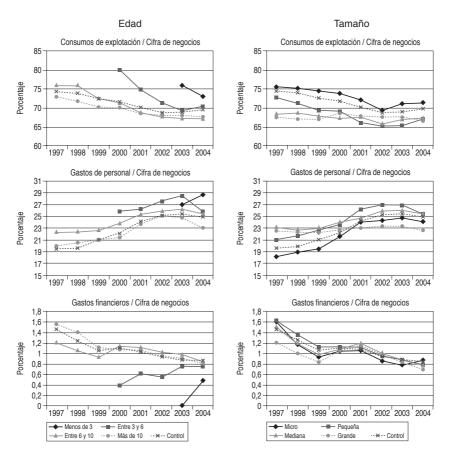
La evolución de estas ratios para los valores medianos durante el periodo 1997-2004 se muestra en el gráfico 5.7 y los resultados de los cálculos y contrastes estadísticos en el recuadro 5.5.

En este conjunto de ratios se relacionan consumos de explotación, gastos de personal y gastos financieros respecto a la cifra de negocios.

El estudio de la ratio consumos de explotación sobre cifra de negocios muestra que existen leves diferencias entre los grupos de edad y de tamaño. En efecto, considerando la edad, gráficamente las empresas de menos de uno y dos trienios manifiestan, entre ellas y en comparación con las demás, mayores consumos de explotación relativos a sus ingresos; estadísticamente, sin embargo, no se hallan diferencias. Considerando el tamaño, las microempresas ofrecen el mayor valor de la ratio, diferenciándose del resto de grupos. Estas situaciones parecen indicar que a medida que la empresa se consolida por edad y supera el tamaño de microempresa el proceso generador de ingresos se hace más eficiente requiriendo menores consumos de explotación.

La participación de los gastos de personal en la cifra de negocios está inversamente asociada a la edad del proyecto empresarial y es creciente a lo largo del periodo de estudio. En efecto, las empresas que no han alcanzado aún un sexenio de vida deben afrontar unas cargas laborales superiores, que disminuyen a medida que la empresa va madurando

GRÁFICO 5.7 EVOLUCIÓN DE LAS RATIOS DE GESTIÓN DE COSTES, MEDIANAS



#### **RECUADRO 5.5**

#### CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN. AGRUPACIÓN DE INDICADORES DE GESTIÓN DE COSTES

- La ratio consumos de explotación ÷ cifra de negocios ofrece resultados mayores para las empresas de reciente creación y de menor tamaño, incluso dentro de las empresas que tienen menos de seis años se muestran los dos grupos (de 0 a 3 años y de 3 a seis años) como diferentes estadísticamente. Las microempresas, a su vez, aparecen claramente diferenciadas del resto de grupos.
- Por su parte, respecto a la ratio gastos de personal ÷ cifra de negocios el análisis estadístico ofrece diferencias evidentes en términos de los grupos de edad de las empresas, quedando constancia de que para las iniciativas empresariales de menos de seis años se alcanzan valores superiores y que a medida que pasan a fases de mayor madurez temporal dichos valores disminuyen significativamente. Sin embargo, no se aprecian diferencias estadísticas en términos de tamaño.
- Los valores que se obtienen para la ratio *gastos financieros* ÷ *cifra de negocios* señalan que las empresas que han entrado más recientemente en el mercado soportan, según los contrastes estadísticos, unos gastos financieros significativamente

#### Contrastes estadísticos

Ratios				Edad						
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes			
		Mediana	Media	schejje	Отајко	Co	nirusies			
Consumos	1.°	< 3	< 3	6 y 10	< 3	Anova	F: 35,495			
explotación/ Cifra de	2.°	3 y 6	3 y 6	> 10	3 y 6	Allova	Signif: 0,0			
negocios	3.°	Control	Control	Control	Control	Kruskal	Chi: 88,197			
	4.°	> 10	6 y 10	3 y 6	6 y 10	Wallis	Signif: 0,0			
	5.°	6 y 10	> 10	< 3	> 10					
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Contrastes				
		Mediana	Media	Schejje	Grafico					
Gastos de	1.°	3 y 6	3 y 6	> 10	> 3	Anova	F: 23,457			
personal/ Cifra de	2.°	< 3	< 3	Control	3 y 6	Amova	Signif: 0,021			
negocios	3.°	6 y 10	6 y 10	Co, 6 y 10	6 y 10	Kruskal	Chi: 54,829			
	4.°	Control	Control	< 3,	Control	Wallis	Signif: 0,0			
	5.°	> 10	> 10	3 y 6	> 10					
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Contrastes				
		Mediana	Media	schejje	Отајко	Co	nirusies			
Gastos	1.°	> 10	> 10	< 3	6 y 10	Anova	F: 9,345			
financieros/ Cifra de	2.°	6 y 10	6 y 10	3 y 6	> 10	Allova	Signif: 0,001			
negocios	3.°	Control	Control	Control	Control	Kruskal	Chi: 163,76			
	4.°	3 y 6	3 y 6	6 y 10,	3 y 6	Wallis	Signif: 0,0			
	5.°	< 3	< 3	> 10	< 3					

Ratios				Татаñо				
	O°	Descr Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes	
Consumos	1.°	Control	Control	Mediana	Micro	Anova	F: 18,826	
explotación/ Cifra de	2.°	Micro	Micro	Pequeña	Control	Allova	Signif: 0,0	
negocios	3.°	Grande	Grande	Grande	Pequeña	Kruskal	Chi: 63,12	
	4.°	Pequeña	Mediana	Micro	Grande	Wallis	Signif: 0,000	
	5.°	Mediana	Pequeña	Control	Mediana			
	O°	Descr Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Co	ontrastes	
Gastos de	1.°	Pequeña	Pequeña	Control	Pequeña	Anova	F: 1,508	
personal/ Cifra de	2.°	Mediana	Micro	Micro	Mediana	Allova	Signif: 0,197	
negocios	3.°	Micro	Mediana	Grande	Grande	Kruskal	Chi: 14,537	
	4.°	Grande	Grande	Mediana	Control	Wallis	Signif: 0,006	
	5.°	Control	Control	Pequeña	Micro			
	O°	Descr Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes	
Gastos	1.°	Control	Mediana	Pe-Gr	Pequeña	Anova	F: 14,272	
financieros/ Cifra de	2.°	Micro	Pequeña	Me-Mi	Control	Allova	Signif: 0,0	
negocios	3.°	Mediana	Grande		Mediana	Kruskal	Chi: 17,509	
	4.°	Grande	Micro	Micro-	Micro	Wallis	Signif: 0,002	
	5.°	Pequeña	Control	Control	Grande			

Nota: Gr: Grande, Me: Mediana; Pe: Pequeña, Mi: Micro y Co: Control.

menores que el resto de los casos, si bien gráficamente también se observa que las empresas que han pasado a la siguiente fase de madurez presentan valores de la ratio más bajos que otras pero superiores a las anteriores. Con respecto al tamaño empresarial esta ratio no discrimina entre los distintos grupos.

en cuanto a edad. Respecto al tamaño no se observan comportamientos diferenciados.

La participación de los gastos financieros respecto al volumen de negocios de la empresa para la variable edad presenta una asociación directa y claramente decreciente. En este caso, son las empresas con uno y dos trienios de vida las que proporcionalmente menos cargas financieras soportan, si bien en los últimos años éstas se igualan a las de las empresas de mayor edad, que arrojan una tendencia creciente. Para la variable tamaño, no puede afirmarse que existan comportamientos diferenciados, reflejándose en todos los tamaños el efecto de la reducción de los tipos de interés.

La menor proporción de los gastos financieros sobre los ingresos de las empresas más jóvenes puede justificarse teóricamente por varias razones, entre las que destacan las dos siguientes. De una parte, el menor crédito al que el sistema financiero les permite acceder abocándolas a la financiación propia, no generadora de coste explícito, frente a la ajena; de otra, por las eventuales ayudas públicas a las que podrían acceder, lo que les permitiría un abaratamiento del coste financiero. No obstante, como ya se ha indicado antes, las empresas más jóvenes tienen menor proporción de recursos propios en el conjunto de su estructura financiera que otras empresas, lo que podría sugerir la existencia de aportaciones del entorno familiar y de amistad como financiación externa ajena en las que la remuneración no existe o es inferior a los tipos de interés del mercado.

Por otra parte, la evolución temporal de los indicadores de gestión de costes muestra que tanto consumos de explotación como gastos financieros han experimentado una disminución lenta pero constante a lo largo del periodo de observación (1997-2004), aunque con un leve repunte en los dos últimos años. Esta tendencia prácticamente se confirma para los distintos intervalos de edad y tamaño, salvo para las empresas de más reciente creación o para aquellas de menor tamaño. Esta salvedad puede explicase por el mayor esfuerzo que estas tipologías de empresas deben hacer para consolidarse y crecer, unido a los ajustes que permanentemente han de afrontar en su estructura productiva y financiera. Por tanto, la tendencia de estos indicadores sugiere un proceso de mejora de la eficiencia técnica y financiera de los agregados de las empresas estudiadas, con la matización de que en los últimos años se ha producido una leve elevación de costes productivos, seguramente por el incremento de precios. Esta subida de precios es especialmente notoria en el caso de los gastos de personal, que han experimentado una tendencia creciente. A partir de 2003, sin embargo, cambia la tendencia comenzando a disminuir, seguramente por ajustes de los salarios a la productividad en el mercado de trabajo.

#### F) Ratios de indicadores de gestión-rotaciones

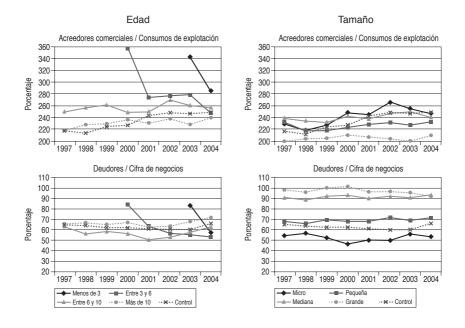
- 1. Acreedores comerciales ÷ Consumos de explotación.
- 2. Deudores ÷ Cifra de negocios.

La evolución de estas ratios durante el periodo 1997-2004 se muestra, en medianas, en el gráfico 5.8, y los resultados de los cálculos y contrastes estadísticos, en el recuadro 5.6.

Estos indicadores reflejan dos partes complementarias de la actividad comercial de las empresas: el crédito de provisión y el crédito al cliente. El primero ofrece el número de días que la empresa consigue diferir los pagos por consumos de explotación, y el segundo, el número de días que los deudores difieren el cobro a la empresa.

Las empresas benjamines y adolescentes, al igual que las microempresas, son las tipologías que más días emplean para ejecutar sus obligaciones de pago. Esta circunstancia hace pensar que estas empresas son

GRÁFICO 5.8 EVOLUCIÓN DE LAS RATIOS DE GESTIÓN-ROTACIONES, MEDIANAS



RECUADRO 5.6

CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN.
AGRUPACIÓN DE INDICADORES DE GESTIÓN-ROTACIONES

- Los valores que ofrece la relación *acreedores comerciales ÷ consumos de explotación* son estadísticamente superiores para las empresas con una vida inferior a un sexenio que el resto de casos. Asimismo, en términos de tamaño, las microempresas despuntan por sus mayores valores.
- En un sentido contrario al anterior, la ratio deudores ÷ cifra de negocios exhibe menores valores para las microempresas y pequeñas empresas que para el resto. Sin embargo en cuanto a la edad, las empresas benjamines son las que mayores valores alcanzan en esta ratio.

			Contra	stes estadís	sticos			
Ratios				Edad				
	0°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes	
		Mediana	Media	Бенејје	Grafico	Contrastes		
Acreedores	1.°	3 y 6	< 3	> 10	< 3	Anova	F: 13,134	
comerciales/ Consumos	2.°	< 3	3 y 6	Control	3 y 6	111014	Signif: 0,000	
explotación	3.°	6 y 10	6 y 10	6 y 10	6 y 10	Kruskal	Chi: 75,26	
	4.°	Control	Control	< 3	> 10	Wallis	Signif: 0,0	
	5.°	> 10	> 10	3 y 6	Control			
	00	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes	
		Mediana	Media	00	•			
Deudores/	1.°	< 3	< 3	6 y 10	> 10	Anova	F: 28,452	
Cifra de	2.°	3 y 6	> 10	Co; > 10	Control		Signif: 0,00	
negocios	3.°	> 10	Control	> 10	3 y 6	Kruskal	Chi: 60,152	
	4.°	Control	3 y 6	3 y 6	< 3	Wallis	Signif: 0,0	
	5.°	6 y 10	6 y 10	< 3	6 y 10			
Ratios				Tamaño				
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes	
	Ů	Mediana	Media	Seriegre	Ortgico			
Acreedores	1.°	Control	Micro	Grande	Micro	Anova	F: 26,707	
comerciales/ Consumos	2.°	Mediana	Control	Pequeña	Mediana		Signif: 0,0	
explotación	3.°	Pequeña	Mediana	Mediana	Control	Kruskal	Chi: 123,38	
		a 1	D ~	3.4.		Wallis	Signif: 0,0	
	4.°	Grande	Pequeña	Micro	Pequeña	wanis	Sigilii. 0,0	
	4.° 5.°	Micro Micro	Grande Grande	Control	Pequeña Grande	wanis	Sigini. 0,0	
			Grande		•		ntrastes	
	5.°	Micro Descri	Grande	Control	Grande	Со		
Deudores/ Cifra de	5.°  0°  1.°	Micro  Descri	Grande  iptivos  Media	Control Scheffé	Grande  Gráfico		ntrastes	
	5.°	Micro  Descri  Mediana  Grande	Grande  iptivos  Media  Grande	Control  Scheffé  Micro	Grande  Gráfico  Grande	Со	ntrastes F: 43,049	
Cifra de	5.°  0°  1.°  2.°	Micro  Descr.  Mediana  Grande  Mediana	Grande iptivos  Media Grande Mediana	Control  Scheffé  Micro Control	Grande  Gráfico  Grande  Mediana	Co Anova	F: 43,049 Signif: 0,0	

las más necesitadas de los aplazamientos de pagos habituales en el tráfico comercial, renunciándose a la ventaja financiera que se deriva del aprovechamiento de los descuentos por pronto pago que se ofrecen. Dicha renuncia puede implicar tener que asumir costes financieros implícitos mayores, si se tiene la oportunidad de acceder a fuentes de financiación de naturaleza bancaria a un coste menor.

La ratio deudores entre cifra de negocios, representativa del crédito al cliente, proporciona una idea sobre las facilidades que la empresa otorga a sus clientes para el pago de las deudas contraídas en las operaciones derivadas del tráfico mercantil. Cuanto mayor sea la ratio en mayor medida, posiblemente, se estaría poniendo de manifiesto una política de ventas más agresiva concretada en mayores plazos de cobro. Este tipo de política puede ser beneficioso pero lleva aparejado costes: el beneficio se derivaría de un efecto positivo en el incremento de la cifra de ventas, y los costes serían consecuencia tanto del coste implícito —por la financiación que se concede al cliente— como del eventual incremento de riesgo de selección adversa en que se incurriría por la venta a nuevos clientes menos solventes.

En el estudio los datos muestran que las grandes y medianas empresas son las más agresivas en este aspecto de la política comercial, lo que implica que para obtener mayores ingresos comerciales por ventas de bienes o prestaciones de servicios asumen el riesgo de tener una mayor cifra de impagados. En el extremo contrario se encuentran las micro y pequeñas empresas con una política de financiación a clientes notoriamente más restrictiva. Aunque el análisis parece indicar que ésta no es la circunstancia cuando se considera a las empresas de más reciente creación.

Finalmente, en términos de tendencia, ambas ratios la presentan prácticamente plana, pero con una ligera pendiente positiva en el caso de la ratio que se refiere al número de días para el pago a acreedores. Por tanto, se aprecia que mientras aumenta suavemente el periodo de pago por las compras, permanece casi constante el periodo de cobro de las ventas.

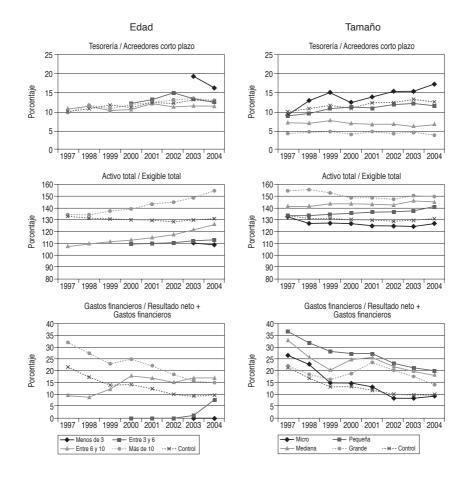
#### G) Ratios de indicadores financieros de liquidez y solvencia

- 1. Tesorería ÷ Acreedores a corto plazo.
- 2. Activo total ÷ Exigible total.
- 3. Gastos financieros ÷ {Resultado del ejercicio + Gastos financieros}.

La evolución de estas ratios durante el periodo 1997-2004 se muestra, en medianas, en el gráfico 5.9, y los resultados de los cálculos y contrastes estadísticos, en el recuadro 5.7.

Los valores alcanzados para los distintos tamaños empresariales de la ratio tesorería entre acreedores a largo plazo indican que existe una evidente relación inversa. Es decir, cuanto más pequeña es la empresa, la elección que debe realizarse en la gestión financiera en cuanto al posicionamiento en la balanza seguridad-rentabilidad hace que el fiel se incline hacia la seguridad. De esta forma, la postura que adoptan las empresas en la gestión de su riesgo financiero es más conservadora cuanto

# GRÁFICO 5.9 EVOLUCIÓN DE LAS RATIOS FINANCIEROS DE LIQUIDEZ Y SOLVENCIA, MEDIANAS



RECUADRO 5.7

CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN.

AGRUPACIÓN DE INDICADORES FINANCIEROS DE LIQUIDEZ

Y SOLVENCIA

— Para la ratio tesorería ÷ acreedores a corto plazo cabe afirmar estadísticamente que las nuevas empresas arrojan magnitudes superiores, en particular las más jóvenes (de 0 a 3 años). Las relaciones entre los otros intervalos de edades contemplados ofrecen resultados más confusos en la detección de diferencias. En donde no

existe lugar a duda, sin embargo, es en los comportamientos claramente diferenciados según los grupos por tamaños, presentándose evidencia de relación inversa entre tamaño y valor de la ratio.

- Tanto para la variable edad como para la variable tamaño, gráficamente parece observarse que los valores que toma la ratio *activo total* ÷ *exigible total* mantienen una relación directa. No obstante, los contrastes estadísticos indican que las empresas más nuevas no presentan disimilitudes con aquellas que aún no han alcanzado su primera década de vida, ni con aquellas —en relación con el tamaño—que no tienen la consideración de gran empresa. Es decir, sólo las empresas de más de 10 años y las grandes presentan valores estadísticamente más elevados que el resto.
- La proporción de gastos financieros ÷ {resultado del ejercicio + gastos financieros} muestra una relación directa con la edad de la empresa, por lo que las empresas de creación más reciente arrojan unos valores de la ratio considerablemente menores. Respecto al tamaño se presenta la aparente paradoja de que las microempresas y las grandes empresas alcanzan valores similares e inferiores a los de medianas y pequeñas, que también revelan un comportamiento similar entre ellas mismas.

### Contrastes estadísticos

Ratios				Edad			
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes
		Mediana	Media	Белејје			ni rusies
Tesorería/	1.°	< 3	< 3	Control	< 3	Anova	F: 16,565
Acreedores	2.°	3 y 6	3 y 6	6 y 10; > 10	3 y 6	Anova	Signif: 0,995
corto plazo	3.°	> 10	Control	> 10	Control	Kruskal	Chi: 77,91
	4.°	6 y 10	6 y 10	3 y 6	6 y 10	Wallis	Signif: 0,000
	5.°	Control	> 10	3 y 6; < 3	> 10		
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes
		Mediana	Media	schejje	Grajico	Co	mrasies
Activo	1.°	> 10	> 10	< 3	> 10	Anova	F: 44,064
total/ Exigible	2.°	Control	Control	3 y 6	Control	Anova	Signif: 0,0
total	3.°	6 y 10	6 y 10	6 y 10	6 y 10	Kruskal	Chi: 579,21
	4.°	3 y 6	3 y 6	Control	3 y 6	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	< 3	< 3	> 10	< 3		
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Contrastes	
Gastos	00	Mediana	Media	Schejje	Grafico Contrastes		mrasies
financieros/	1.°	> 10	> 10	< 3	> 10	Anova	F: 105,0
Resultado neto +	2.°	Control	Control	3 y 6	6 y 10	Anova	Signif: 0,0
Gastos	3.°	6 y 10	6 y 10	6 y 10	Control	Kruskal	Chi: 607,95
financieros	4.°	3 y 6	3 y 6	Control	3 y 6	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	< 3	< 3	> 10	< 3		

Ratios				Tamaño			
	0°	Descr Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Со	ntrastes
Tesorería/	1.°	Control	Micro	Grande	Micro		F: 115,621
Acreedores	2.°	Micro	Control	Mediana	Control	Anova	Signif: 0,99
corto plazo	3.°	Pequeña	Pequeña	Pequeña	Pequeña	Kruskal	Chi: 503,09
	4.°	Mediana	Mediana	Micro	Mediana	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	Grande	Grande	Control	Grande		
	0°	Descr	iptivos	C -1££.	C-46	Contrastes	
		Mediana	Media	Scheffé	Gráfico		
Activo	1.°	Grande	Grande	Mi-Pe	Grande	Anova	F: 5,656
total/ Exigible	2.°	Control	Control		Mediana	Allova	Signif: 0,0
total	3.°	Mediana	Mediana	Me-Co	Pequeña	Kruskal	Chi: 391,06
	4.°	Pequeña	Pequeña	Me-Co	Control	Wallis	Signif: 0,00
	5.°	Micro	Micro	Gr	Micro		
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Contrastes	
Gastos		Mediana	Media	<i>зспејје</i>	Grajico	Co	nirusies
financieros/	1.°	Pequeña	Grande	Mi-Gr	Pequeña	Anova	F: 27,734
Resultado neto +	2.°	Mediana	Pequeña	Grande	Mediana	7 mova	Signif: 0,03
Gastos	3.°	Control	Mediana	Control	Grande	Kruskal	Chi: 207,13
financieros	4.°	Grande	Control	Mediana	Micro	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	Micro	Micro	Pequeña	Control		

menor es su tamaño, maximizando su capacidad para el cumplimiento de sus obligaciones con terceros. Este comportamiento tiene el coste de afectar negativamente a la rentabilidad financiera. No hay que olvidar que el mantenimiento de saldos de tesorería altos, al igual que para el resto de las partidas de activo circulante, son generadoras de costes —explícitos, implícitos o de oportunidad.

Esta misma ratio, en términos de edad de las empresas, indica que estadísticamente son las menores de seis años las que más aseguran el cumplimiento de sus obligaciones de vencimiento más inmediato en el corto plazo, si bien sólo puede afirmarse con un mayor nivel de seguridad para las de más reciente emprendimiento.

La relación activo total entre exigible total muestra que las empresas con más de una década de historia y las de gran dimensión tienen la totalidad de su inversión financiada con menos fondos ajenos. No existe evidencia de que puedan considerarse comportamientos diferentes respecto a esta ratio entre los otros grupos de edad y tamaño. No obstante, gráficamente parece observarse una relación directa respecto a estas variables.

Esta ratio de solvencia, junto con la medida de liquidez que significa la ratio anterior, mide la capacidad de pago de la empresa desde un punto de vista patrimonial a partir de su balance. Ahora bien, la solvencia debe ser también analizada a partir de la cuenta de resultados, especialmente relacionando la cobertura de la retribución de la financiación ajena con respecto al excedente neto o de la propiedad.

La ratio gastos financieros entre el resultado del ejercicio más gastos financieros ofrece unos resultados similares a los que se hicieron más atrás respecto al indicador de gestión de costes (gastos financieros entre cifra de negocios). Por tanto, dada la evidencia gráfica y estadística, puede afirmarse que cuanto más edad tienen las empresas en mayor medida han de afrontar gastos financieros superiores. Respecto al tamaño, los comportamientos son más similares entre sí; no obstante, las pequeñas empresas son las que tienen mayor proporción de gastos financieros respecto a su excedente neto.

Finalmente, como sería esperable, la ratio de tesorería presenta niveles constantes a lo largo del periodo observado, aunque con una ligera tendencia creciente, que puede ser explicada por el mayor deseo de seguridad para el cumplimiento de las obligaciones a corto plazo de las empresas.

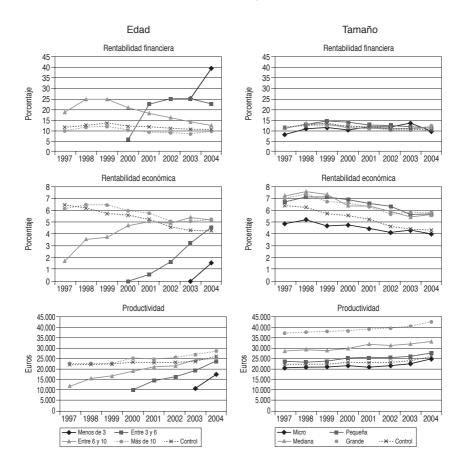
Asimismo, la tendencia de la ratio activo total sobre exigible total durante el periodo 1997-2004 prácticamente reproduce lo observado más arriba respecto a la ratio fondo de maniobra sobre cifra de negocios, puesto que ambas son indicadores del equilibrio entre la estructura económica y financiera de la empresa. A su vez, la tendencia de la otra ratio de solvencia es decreciente, lo que evidencia una mejora de la solvencia de las empresas en la última década al garantizar en mayor medida los pagos debidos a la retribución de la deuda que utilizan, favorecido por el largo proceso de tipos de interés decrecientes. No obstante, en las empresas de más reciente creación se manifiesta una clara menor solvencia derivada de su endeudamiento a mayores tipos o de la obtención de menores recursos para cubrir sus pagos.

# 3. ANÁLISIS DE LAS RATIOS DE EFICIENCIA: RENTABILIDAD Y PRODUCTIVIDAD

Para las ratios de eficiencia (rentabilidad financiera, rentabilidad económica y productividad) se utiliza el mismo método de análisis que para las agrupaciones de ratios ya estudiadas. La evolución de estas ratios durante el periodo 1997-2004 se muestra, en medianas, en el gráfico 5.10 y los resultados de los cálculos y contrastes estadísticos en el recuadro 5.8.

Asimismo, se analiza la relación entre rentabilidad financiera y económica con las ratios en las que se descomponen. La rentabilidad económica, como producto del margen de explotación por la rotación del activo, y la rentabilidad financiera, como producto del apalancamiento financiero por el efecto fiscal y la rentabilidad económica. La evolución de estas ratios para el intervalo temporal de estudio se representa en los

GRÁFICO 5.10 EVOLUCIÓN DE LAS RATIOS DE RENTABILIDAD Y PRODUCTIVIDAD, MEDIANAS



### **RECUADRO 5.8**

# CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN. RATIOS DE EFICIENCIA: RENTABILIDAD Y PRODUCTIVIDAD

- La rentabilidad financiera o *resultado neto* ÷ *fondos propios* indica que la edad de las empresas es un factor de significativa influencia. Se aprecia que las empresas cuanto más jóvenes son obtienen un mejor desempeño financiero en su esfuerzo por optimizar los recursos aportados por la propiedad. Esta relación inversa se mantiene, aunque de manera menos definida, cuando se estudia la variable tamaño.
- Tanto estadística como gráficamente, para la variable edad, la rentabilidad económica o resultados antes de impuestos e intereses respecto a la inversión muestra exactamente la relación contraria a la que se obtiene con la rentabilidad financiera. Es decir, que las empresas cuanto más jóvenes son peor desempeño económico —en términos de rentabilidad— obtienen. Para la variable tamaño, únicamente las microempresas arrojan resultados significativamente distintos y menores que el resto de grupos.
- La productividad, valor añadido por trabajador, repite el mismo esquema de relaciones y comportamientos entre grupos de edad que la rentabilidad econó-

### Contrastes estadísticos

Ratios				Edad				
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes	
		Mediana	Media	Schejje	Grafico	Co	nirasies	
	1.°	< 3	< 3	> 10	< 3	Anova	F: 142,62	
Rentabilidad financiera	2.°	3 y 6	3 y 6	Control	3 y 6	Allova	Signif: 0,0	
Imaneiera	3.°	6 y 10	6 y 10	6 y 10	6 y 10	Kruskal	Chi: 402,37	
	4.°	Control	Control	3 y 6	Control	Wallis	Signif: 0,0	
	5.°	> 10	> 10	< 3	> 10			
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Contrastes		
		Mediana	Media	schejje	Опијио	Co	nirasies	
	1.°	> 10	> 10	< 3	> 10	Anova	F: 264	
Rentabilidad económica	2.°	Control	Control	3 y 6	Control	Amova	Signif: 0,0	
cconomica	3.°	6 y 10	6 y 10	6 y 10	6 y 10	Kruskal	Chi: 592,81	
	4.°	3 y 6	3 y 6	Control	3 y 6	Wallis	Signif: 0,0	
	5.°	< 3	< 3	> 10	< 3			
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes	
		Mediana	Media	Schejje	Grafico	Co	nirasies	
	1.°	> 10	> 10	< 3	> 10	Anova	F: 72,4	
Producti- vidad	2.°	Control	Control	3 y 6	Control	Anova	Signif: 0,0	
vidad	3.°	6 y 10	6 y 10	6 y 10	6 y 10	Kruskal	Chi: 469,7	
	4.°	3 y 6	< 3	Control	3 y 6	Wallis	Signif: 0,0	
	5.°	< 3	3 y 6	> 10	< 3			

Ratios				Татаñо			
	O°	Descr Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Со	ntrastes
	1.°	Micro	Pequeña	Grande	Pequeña	Anova	F: 17,08
Rentabilidad financiera	2.°	Control	Control	Mediana	Mediana	Allova	Signif: 0,0
Imancicia	3.°	Pequeña	Micro	Pequeña	Grande	Kruskal	Chi: 21,86
	4.°	Mediana	Mediana	Control	Control	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	Grande	Grande	Micro	Micro		
	O°	Descr Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Со	ntrastes
	1.°	Grande	Grande	Control	Pequeña	Anova	F: 98,253
Rentabilidad económica	2.°	Mediana	Mediana	Micro	Mediana	Anova	Signif: 0,0
cconomica	3.°	Pequeña	Pequeña	Pequeña	Grande	Kruskal	Chi: 429,31
	4.°	Micro	Control	Mediana	Control	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	Control	Micro	Grande	Micro		
	O°	Descr Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Contrastes	
	1.°	Grande	Grande	Control	Grande	Anova	F: 190,522
Producti- vidad	2.°	Mediana	Mediana	Micro	Mediana	Allova	Signif: 0,0
vidad	3.°	Pequeña	Pequeña	Pequeña	Pequeña	Kruskal	Chi: 837,56
	4.°	Micro	Control	Mediana	Control	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	Control	Micro	Grande	Micro		

Nota: Gr: Grande, Me: Mediana; Pe: Pequeña, Mi: Micro y Co: Control.

mica. Pero no es así con respecto a los tamaños de las empresas, en donde se manifiesta una más rica diferencia entre grupos, estableciendo una relación directa entre dimensión y productividad.

gráficos 5.11 y 5.12, y las pruebas estadísticas correspondientes, en el recuadro 5.9.

Este análisis se completa con la utilización de técnicas econométricas de regresión múltiple con variables ficticias que, como forma de análisis de la varianza, permiten discriminar entre los colectivos estudiados en función de edad y tamaño.

# A) Análisis económico-financiero de las ratios de rentabilidad y productividad

En el estudio, la rentabilidad financiera ofrece comportamientos diferenciados según los distintos intervalos de edad de la empresa, lo cual

puede comprobarse gráficamente independientemente de que el estadístico base utilizado sea la mediana o la media. Estas diferencias se concretan en que las empresas de más reciente implantación alcanzan mayor rentabilidad financiera, mientras que para los sucesivos intervalos esta ratio de eficiencia ofrece niveles más bajos según aumenta la edad de la empresa.

Este comportamiento gráfico se corrobora de la misma manera cuando se contrastan los tests estadísticos correspondientes, en los que sin ninguna duda se pone de manifiesto la relación inversa entre edad de la empresa y rentabilidad financiera. Ello parece consecuente con el desempeño de las unidades productivas en función del riesgo que asumen, cumpliéndose la máxima teórica que señala que la rentabilidad tiene una relación directa con el riesgo. De tal modo que las empresas supervivientes de menor edad, como consecuencia de la mayor incertidumbre que afrontan, arrojan mejores desempeños de la rentabilidad financiera. Estos desempeños se moderarían a medida que va consolidándose —y superviviendo— la actividad con el paso de los años. Este razonamiento se complementa por el hecho de que estas empresas más jóvenes, que gozan de menos fondos propios, obtienen mayor excedente por unidad monetaria invertida por la propiedad.

Estas diferencias, aunque de manera más atenuada, también se observan cuando se estudia el comportamiento de esta ratio según el tamaño empresarial. Los gráficos, cuando el estadístico base es la media, indican fundamentalmente la existencia de una relación inversa. De esta forma, excepto en los primeros tres años del periodo de estudio, las micro y pequeñas empresas mantienen mayores niveles de rentabilidad que las medianas y grandes empresas. Los contrastes estadísticos indican que las grandes empresas y las microempresas se comportan de manera diferenciada respecto a los otros dos tamaños, ocupando los valores extremos de la ratio. No obstante —aunque con menor grado de significatividad estadística— las microempresas se agrupan también con las pequeñas y éstas, a su vez, con las medianas.

En conclusión, la edad y el tamaño mantienen una relación inversa con la rentabilidad financiera obtenida por las empresas estudiadas. A medida que aumenta el grado de consolidación de la empresa, bien por el aumento del tamaño o de su madurez, disminuye su potencialidad de remuneración a los capitales de titularidad de los socios o propietarios individuales.

Al igual que en la rentabilidad financiera, en la rentabilidad económica existen comportamientos diferenciados para los distintos intervalos de edad empresarial, aunque en este caso la relación es directa. Es

decir, cuanto mayor es la edad de la empresa, generalmente mayor es la rentabilidad económica, dándose en los últimos años un proceso de convergencia de los valores de los intervalos. Estadísticamente se comprueba que la rentabilidad económica es significativamente distinta según el grado de madurez de las empresas. Existen grandes diferencias entre las mayores y menores edades, siendo muy destacable que el valor de la rentabilidad puede ser incluso negativo para las empresas benjamines y adolescentes, tal como se desprende del gráfico calculado basándose en medias.

Sin embargo, cuando se considera el tamaño empresarial, únicamente las microempresas alcanzan unos valores de la ratio sensiblemente inferiores al resto, que presentan un comportamiento poco diferenciado, tal como puede observase gráficamente y comprobarse mediante los contrastes estadísticos.

En conclusión, la rentabilidad económica de las empresas de menor edad y tamaño es significativamente menor que la de los otros grupos. Para éstos, la edad discrimina directamente, pero no así el tamaño.

La ratio que mide la productividad se comporta como intuitivamente cabría esperar. Productividad y rentabilidad económica exhiben una estrecha relación, lo cual se observa empíricamente en el trabajo. Gráfica y estadísticamente, los datos ofrecen evidencia de que existe una relación directa entre la productividad y el tamaño y la edad, así como una leve tendencia creciente a lo largo del periodo de estudio. Todas las categorías presentan comportamientos independientes, con la excepción de las micro y pequeñas empresas para las que no puede asegurarse su independencia estadística. No obstante, gráficamente, los valores alcanzados por las microempresas son los menores. Por ello, puede afirmarse que a medida que las empresas evolucionan, aumentando su tamaño o periodo de existencia, se convierten en unidades económicas con mayor grado de productividad.

Respecto a las tendencias observadas a lo largo del periodo de investigación (1997-2004), cabe enfatizar que las empresas más consolidadas en edad o tamaño, es decir las mayores de 10 años y las grandes empresas, presentan una baja variabilidad en los resultados de su rentabilidad económica y de su rentabilidad financiera. No obstante, mientras que para la rentabilidad financiera no ha habido apreciables variaciones en el periodo, para la económica se ha producido cierta disminución. Para el resto de edades y tamaños, la evolución de ambos tipos de rentabilidad ofrece tendencias diversas, entre las que destaca la disminución de la rentabilidad financiera en las empresas de entre 3 y 10 años y el aumento de este indicador en las más jóvenes. Destaca, también, que la

rentabilidad económica de las empresas de menos de un sexenio ofrece un notable crecimiento. Esta diversidad de tendencias no se observa, sin embargo, al estudiar el comportamiento de ambas rentabilidades por tamaños de empresa.

Por su parte, la tendencia de la productividad ofrece un leve crecimiento, principalmente a partir del año 2000. Este crecimiento sobresale en el caso de las empresas menores de 10 años, manifestándose comportamientos similares para los diversos tamaños.

# B) Descomposición de la rentabilidad económica y financiera

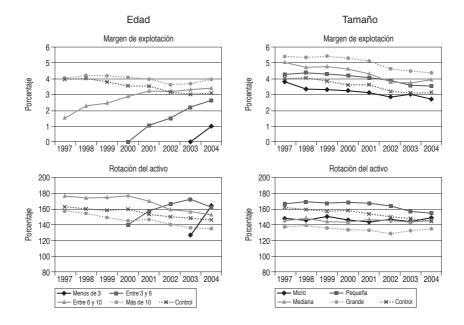
Los indicadores de la rentabilidad económica y financiera pueden expresarse como el producto de otras ratios habituales en el análisis de estados financieros. Específicamente, la rentabilidad económica es el resultado del producto de las ratios «margen de explotación» por «rotación del activo» y la rentabilidad financiera es el resultado de multiplicar la «rentabilidad económica» por el «efecto fiscal» y por el «apalancamiento financiero».

A continuación se examina, en primer lugar, la relación de estas ratios respecto a la rentabilidad económica y, en segundo, su incidencia sobre la rentabilidad financiera. Se comienza haciendo referencia a la variable tamaño y posteriormente a la variable edad.

La rentabilidad económica de una empresa (gráfico 5.11) puede mejorarse a través de la obtención de mayores márgenes de explotación o mediante un mayor esfuerzo en la rotación de su activo. Es decir, incrementando sus resultados respecto a la cifra de negocios o aumentando ésta respecto a su activo total, lo que sería lo mismo que utilizar más eficientemente el conjunto de la inversión económica de la empresa (minimizando la estructura técnica o maximizando la cifra de facturación). Evidentemente, las empresas que tengan una mayor adaptación a las circunstancias del mercado —en función del ciclo económico y de las estrategias competitivas de sus rivales— podrán tener un mejor desempeño.

En la presente investigación, empíricamente se comprueba que las pequeñas empresas presentan mayor flexibilidad respecto a su estructura productiva —medido a través de una mayor rotación del activo—y las microempresas alcanzan menores márgenes de explotación. Complementariamente, las grandes empresas ofrecen una estructura productiva más rígida, expresada a través de la menor rotación del activo, pero compensan esta circunstancia obteniendo los mayores márgenes de explotación. Por su parte, las medianas empresas presentan una rotación del

# GRÁFICO 5.11 EVOLUCIÓN DE LAS RATIOS DE COMPONENTES DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA, MEDIANAS

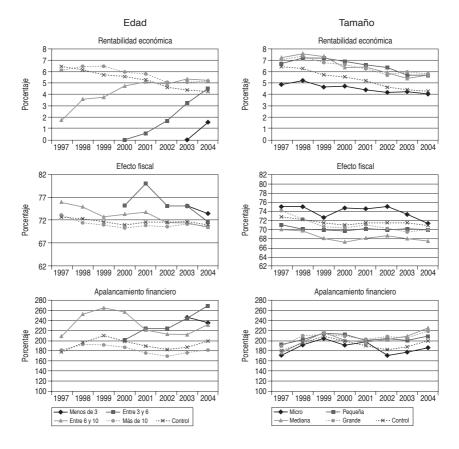


activo similar a la de las microempresas, siendo éstas las que tienen un menor margen de explotación.

Por otro lado, la rentabilidad financiera depende de la rentabilidad económica, que acaba de analizarse, y del apalancamiento financiero por el efecto fiscal (gráfico 5.12). Los valores de la ratio del apalancamiento financiero aparecen muy similares para los distintos tamaños empresariales analizados, no pudiéndose evidenciar gráfica ni estadísticamente comportamientos disímiles. Por tanto, las diferencias señaladas anteriormente respecto a la rentabilidad financiera son debidas necesariamente al efecto fiscal y a la rentabilidad económica.

Respecto al grado de consolidación de las empresas, se comprueba que las de mayor edad presentan menor flexibilidad respecto a su estructura productiva —medido a través de una menor rotación del activo—, al tiempo que obtienen los mayores márgenes de explotación. El análisis de esta última ratio evidencia una relación directa con la edad que, levemente modulada por la rotación del activo, se traduce en el mismo tipo de relación directa y orden que adoptan las categorías de edad en la rentabilidad económica.

GRÁFICO 5.12 EVOLUCIÓN DE LAS RATIOS DE COMPONENTES DE LA RENTABILIDAD FINANCIERA, MEDIANAS



En las tres variables de las que depende la rentabilidad financiera se observa que existen conductas bien delimitadas según los diferentes intervalos de edad de las empresas. Estas diferencias se trasladan de igual manera a la rentabilidad financiera. En esta variable, la relación directa señalada respecto a la edad de la empresa es consecuencia del efecto del apalancamiento financiero y del efecto fiscal, que hacen que la relación existente para la rentabilidad económica respecto a la edad dé lugar a un orden inverso de las categorías.

Todos estos aspectos quedan confirmados con las pruebas estadísticas efectuadas (análisis de la varianza —anova—, contraste de Kruskal-Wallis y test de Scheffé), en las que se ponen de manifiesto los distintos comportamientos entre las distintas categorías.

# RECUADRO 5.9

# CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN. VARIABLES QUE CONFIGURAN LAS RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA

— Los valores que toma la ratio del *apalancamiento financiero* indican que las nuevas aventuras empresariales ofrecen, independientemente del tamaño, un grado de apalancamiento mayor. Las empresas que no han superado un sexenio de existencia alcanzan el mayor valor de este indicador, en contraposición de las más veteranas que se sitúan en el extremo contrario.

### Contrastes estadísticos

Ratios				Edad			
	0°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes
		Mediana	Media	Schejje	Ortgico		nirusies
Apalanca-	1.°	< 3	< 3	> 10, Co	3 y 6	Anova	F: 26,813
miento	2.°	3 y 6	3 y 6	Control	< 3	rinova	Signif: 0,000
financiero	3.°	6 y 10	6 y 10	6 y 10	6 y 10	Kruskal	Chi: 82,83
	4.°	Control	Control	6 y 10; 3 y 6	Control	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	> 10	> 10	< 3	> 10		
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes
		Mediana	Media	Schejje	<u> </u>	Co	nirusies
	1.°	3 y 6	3 y 6	> 10, Co	6 y 10	Anova	F: 17,05
Efecto fiscal	2.°	< 3	< 3	Control	< 3	Amova	Signif: 0,000
110041	3.°	6 y 10	6 y 10	6 y 10	6 y 10	Kruskal	Chi: 97,82
	4.°	Control	> 10	6 y 10, < 3	Control	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	> 10	Control	< 3, 3 y 6	> 10		
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes
Managa da		Mediana	Media	Schejje	Grafico	Co	musics
	1.°	Control	> 10	< 3	> 10	Anova	F: 142,52
Margen de explotación	2.°	> 10	Control	3 y 6	Control	7 1110 / 11	Signif: 0,0
1	3.°	6 y 10	6 y 10	6 y 10	6 y 10	Kruskal	Chi: 473,98
	4.°	3 y 6	3 y 6	Control	3 y 6	Wallis	Signif: 0,000
	5.°	< 3	< 3	Co > 10	< 3		
	00	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Ca	ntrastes
		Mediana	Media	Senegge	Grafico		nii usies
D	1.°	3 y 6	6 y 10	> 10, Co	3 y 6	Anova	F: 16,08
Rotación del activo	2.°	6 y 10	3 y 6	Control	6 y 10	mora	Signif: 0,0
der detryo	3.°	< 3	Control	< 3	Control	Kruskal	Chi: 42,492
	4.°	> 10	> 10	6 y 10	< 3	Wallis	Signif: 0,000
	5.°	Control	< 3	6 y 10; 3 y 6	> 10		

Ratios				Татаñо			
	O°	Descr Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Со	ntrastes
	1.°	Micro	Pequeña	Control	Grande		F: 1,842
Apalanca- miento	2.°	Pequeña	Grande	Grande	Pequeña	Anova	Signif: 0,118
financiero	3.°	Mediana	Mediana	Micro	Mediana	Kruskal	Chi: 49,881
	4.°	Control	Control	Mediana	Control	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	Mediana	Micro	Pequeña	Micro		
	O°	Descr Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Со	ntrastes
	1.°	Micro	Grande	Mediana	Micro		F: 60,178
Efecto	2.°	Control	Micro	Pequeña	Control	Anova	Signif: 0,0
fiscal	3.°	Grande	Control	Pequeña	Grande	Kruskal	Chi: 563,31
	4.°	Pequeña	Pequeña	Grande	Pequeña	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	Mediana	Mediana	Co-Mi	Mediana		
	O°	Descr	iptivos	Scheffé	Gráfico	Co	ntrastes
		Mediana	Media	Бенејје	Grafico		
	1.°	Grande	Grande	Co-Mi	Grande	Anova	F: 47,789
Margen de explotación	2.°	Mediana	Mediana	Pequeña	Mediana	7 mova	Signif: 0,0
exprotación	3.°	Pequeña	Pequeña	Mediana	Pequeña	Kruskal	Chi: 323,61
	4.°	Micro	Control	Mediana	Control	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	Control	Micro	Grande	Micro		
	O°	Descr Mediana	iptivos Media	Scheffé	Gráfico	Со	ntrastes
	1.°	Pequeña	Pequeña	Grande	Pequeña		F: 16,362
Rotación del activo	2.°	Control	Control	Micro	Control	Anova	Signif: 0,0
dei activo	3.°	Mediana	Mediana	Mediana	Micro	Kruskal	Chi: 86,248
	4.°	Micro	Micro	Control	Mediana	Wallis	Signif: 0,0
	5.°	Grande	Grande	Co-Pe	Grande		

Nota: Gr: Grande, Me: Mediana; Pe: Pequeña, Mi: Micro y Co: Control.

— La ratio representativa del denominado efecto fiscal, resultado neto ÷ resultado antes de impuestos, revela que las empresas que tienen hasta un sexenio de vida presentan un mayor valor de la relación que las maduras o ya consolidadas, si bien entre estas últimas también existen diferencias que expresan una cierta relación inversa respecto a la edad. El tamaño ofrece reducidas diferencias, aunque estadísticamente significativas, según los distintos grupos. Las microempresas y las medianas empresas se sitúan en los extremos de los valores de la ratio, mientras que pequeñas y grandes —conjuntamente— se colocan por debajo de las microempresas pero por encima de las medianas.

- El margen de explotación, medido mediante la ratio {resultado antes de impuestos + gastos financieros} ÷ importe neto de la cifra de negocios ofrece una asociación directa con la edad y el tamaño de las empresas. Las que tienen menos de 3 años y menos 6 años, así como las microempresas, obtienen márgenes de explotación notoriamente inferiores al resto de grupos.
- La rotación de activo, medida por la *cifra de negocios* ÷ *activo total*, presenta un buen desempeño para pequeñas empresas. El comportamiento de las microempresas es similar al de las medianas, con valores superiores al de las grandes empresas. Por su parte, las empresas con una edad menor de 10 años ofrecen mejores valores de la ratio que las ya consolidadas de edad superior.

Finalmente, cuando se observan las tendencias de las distintas variables que configuran la rentabilidad económica y financiera se ven comportamientos similares a los señalados más atrás para estas rentabilidades. En efecto, para las empresas de mayor edad y tamaño, se presentan nuevamente menores grados de variabilidad y pendientes muy levemente decrecientes, pero más planas en los indicadores de apalancamiento financiero y efecto fiscal. A su vez, los notables incrementos observados en la rentabilidad económica para las empresas que no han cumplido un sexenio de edad también se ve que son producidos por incrementos similares en los indicadores de margen de explotación y de rotación del activo.

# C) Análisis econométrico de las variables de eficiencia

Los modelos de regresión con variables ficticias realizados para las dos muestras de edad y tamaño —tal como se propuso en la metodología del trabajo, capítulo II, recuadro 2.2— han confirmado plenamente las conclusiones obtenidas mediante el análisis gráfico y estadístico para las tres variables de eficiencia consideradas.

El cuadro 5.1 recoge los coeficientes estructurales que permiten la correcta interpretación de las diferencias existentes entre los intervalos de edad y tamaño, puesto que otorgan un valor al coeficiente de la *dummy* eliminada para evitar el problema de colinealidad perfecta en los modelos de regresión. Estos coeficientes estructurales se extraen de los coeficientes de regresión (Betas) significativos asociados a las variables *dummies*, que se presentan en los cuadros 5.2 y 5.3.

En concreto, para la variable de eficiencia financiera —la rentabilidad financiera— la inclusión de las variables *dummies*, tanto en edad como en tamaño, arrojan coeficientes de regresión significativos para todos los intervalos estudiados. Esta circunstancia implica que existe un com-

CUADRO 5.1

COEFICIENTES ESTRUCTURALES DE LOS MODELOS DE REGRESIÓN

Muestra edad	R. financiera	R. есопо́тіса	Productividad	Muestra tamaño	R. financiera	R. económica	Productividad
Constante	27,51	1,77	22.480,77	Constante	17,04	6,31	31.128,32
Menos de 3 años	11,72	-3,21	-2.569,16	Microempresas	1,55	-1,67	-5.281,613
De 3 a 6 años	5,82	-1,28	-692,09 Pequeñas	Pequeñas	1,15	0,55	-3.795,04
De 6 a 10 años	-3,72	2,25	790,70	Medianas	-0,40	0,55	1.097,81
Más de 10 años	-13,82	2,25	2.470,55 Grandes	Grandes	-2,30	0,55	7.978,84
						_	

CUADRO 5.2

# COEFICIENTES DE REGRESIÓN Y SIGNIFICATIVIDAD. MUESTRA EDAD

	Renta	Rentabilidad financiera	a	Rental	Rentabilidad económica	a.	P	Productividad	
	Beta	t Student	Sig.	Beta	t Student	Sig.	Beta	t Student	Sig.
Constante)	13,6917802	13,6917802 0,81852361	0	4,023579577 0,092211	0,092211	0	24.951,3276 158,928707	158,928707	0
ummy_menos 3 años	25,5498723	25,5498723 1,24897894	0	-5,465191299 0,27407667	0,27407667	0	-5.039,72146 423,041751	423,041751	0
lummy_entre 3 y 6 años	19,6536042	19,6536042   1,19182212	0	-3,538307532 0,25567452	0,25567452	0	0   -3.162,65144   397,050937	397,050937	0
lummy_entre 6 y 10 años	10,0980129	10,0980129 1,16600101	0	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.  -1.679,85118   387,442846	387,442846	0
ummy_microempresa			_				_		
lummy_pequeña									_
lummy_mediana	I		1	I	I	1		I	

n.s.: no significativo.

COEFICIENTES DE REGRESIÓN Y SIGNIFICATIVIDAD. MUESTRA TAMAÑO CUADRO 5.3

	Rental	Rentabilidad financiera	ra	Renta	Rentabilidad económica	a.	Ь	Productividad	
	Beta	t Student	Sig.	Beta	t Student	Sig.	Beta	t Student	Sig.
(Constante)	14,73758379 0,50564868	0,50564868	0	6,875078931 0,08401462	0,08401462	0	0 39.107,16938 463,173085	463,173085	0
dummy_menos 3 años			_	_		1		1	1
dummy_entre 3 y 6 años		1	_	_		1	-	1	1
dummy_entre 6 y 10 años		1		_		-	-	-	-
dummy_microempresa	3,86360287	3,86360287 0,6827125		0   -2,238041775   0,16894171	0,16894171	0	-13.260,455     613,77899	613,77899	0
dummy_pequeña	3,45843645 0,66338171	0,66338171	0	.s.n	n.s.	n.s.	n.s.   -11.773,8896   597,108349	597,108349	0
dummy_mediana	1,90461395	1,90461395   0,6716083   0,01547764	0,01547764	.s.n	n.s.	n.s.	-6.881,02201   611,676832	611,676832	0

n.s.: no significativo.

portamiento de la rentabilidad financiera claramente diferenciado según el grado de consolidación de la empresa en dimensión o antigüedad.

El valor que toman los coeficientes estructurales del modelo muestra una clara e intensa relación inversa respecto a la edad. Esta relación se reproduce con el tamaño pero con menor intensidad, ya que se observan diferencias menores entre los coeficientes.

Por su lado, en la rentabilidad económica, las *dummies* para las empresas que tienen menos de un sexenio de vida y las microempresas presentan coeficientes de regresión significativamente distintos a los del resto de empresas. De esta forma, los comportamientos de las empresas de más seis años y de más de diez no resultan disímiles. Tampoco existen comportamientos diferenciados entre pequeñas, medianas y grandes empresas. Por tanto, respecto a la edad empresarial puede afirmarse que en las primeras etapas de la vida de las empresas existe una relación directa con la rentabilidad económica alcanzada, y que cuando éstas son del menor tamaño —las microempresas— obtienen el menor valor de dicha rentabilidad.

Finalmente, esta leve relación directa que presenta la rentabilidad económica se manifiesta con mucha más intensidad cuando se considera la otra variable de eficiencia económica: la productividad. En efecto, todos los coeficientes de las variables *dummies* del modelo son significativos, y los valores ofrecidos por los coeficientes estructurales son claramente diferentes entre sí, creciendo a medida que aumenta el tamaño o la edad de la empresa. De esta manera, la productividad de las empresas benjamines y adolescentes, y también la de las micro y pequeñas empresas, es claramente inferior a la que obtienen las empresas tanto de edad más adulta como de mayor tamaño. Pero, a su vez, entre benjamines y adolescentes, así como entre jóvenes y adultas o entre micro y pequeñas empresas o entre medianas y grandes empresas, existen notables diferencias.

# 4. COMPORTAMIENTOS Y EFICIENCIA DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS

En los apartados anteriores de este capítulo se han averiguado las diferencias existentes en los comportamientos de los colectivos empresariales estudiados en función de los intervalos de edad y tamaño. A partir de estas diferencias, se han obtenido los rasgos económico-financieros más significativos que caracterizan a las empresas de más reciente creación. Estos rasgos, identificados a través del análisis cuantitativo de la información, complementan los perfiles característicos obtenidos

mediante el análisis cualitativo de la encuesta, que se ha llevado a cabo en los capítulos III y IV.

En este apartado se analizan los comportamientos y eficiencia del grupo de las empresas objeto de encuesta (disponiéndose de información completa en la base SABI para 500 de las 507 encuestadas), también desde la perspectiva de edad y tamaño, a partir del estudio de sus ratios económico-financieras cuyos gráficos y análisis estadísticos se recogen en el cd adjunto, anexo 3. En primer lugar se analiza la edad y posteriormente el tamaño.

Respecto a la edad, dada la estructura de la encuesta, se han definido dos colectivos diferenciados: empresas de reciente creación y empresas más consolidadas, que fueron encuestadas en 2002. Dada la heterogeneidad del grupo de empresas de edad superior a tres años —adolescentes, jóvenes y adultas—, la comparativa entre las empresas encuestadas y aquellas sobre las que se ha efectuado el análisis cuantitativo se centra en las de menor edad y únicamente en las ratios de eficiencia y en aquellas ratios en las que éstas se descomponen.

Respecto al tamaño, la comparativa se concreta sólo en las ratios de eficiencia que, de alguna forma, aglutinan en ellas al conjunto de ratios de la situación patrimonial y de actividad de las empresas. Para el análisis comparado se han mantenido las dimensiones empresariales propuestas en el estudio cuantitativo a excepción de las de tamaño grande. Éstas se excluyen porque su reducido número entre las empresas encuestadas causa una importante distorsión en la representación gráfica de la evolución de las ratios en el periodo de estudio,

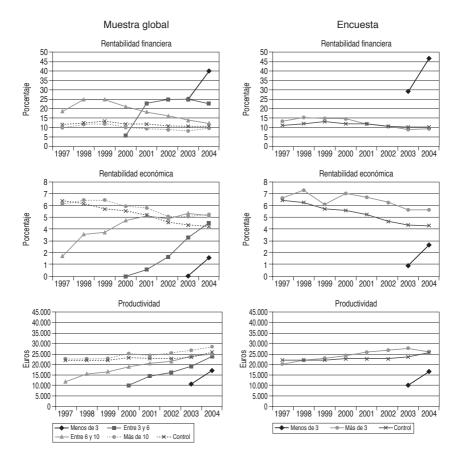
Para las agrupaciones de edad, las tres ratios representativas de eficiencia ofrecen los buenos resultados que podrían esperarse de la similitud de comportamientos entre las empresas encuestadas y las muestras representativas de la estructura empresarial en las distintas agrupaciones (gráfico 5.13).

De esta manera, la rentabilidad financiera de las empresas encuestadas de menos de tres años alcanza los valores más altos relativos a los demás grupos de empresas. Asimismo, estos valores tienen la misma tendencia que en la muestra de empresas benjamines de la estructura empresarial. Por su lado, las ratios de la rentabilidad económica y productividad reproducen, igualmente, comportamiento y tendencia del grupo de menor edad ofreciendo el peor desempeño.

Esta notable aproximación de las variables de eficiencia de las empresas encuestadas y de las originarias de la muestra de edad se da igualmente cuando se comparan las variables que configuran la rentabilidad

GRÁFICO 5.13

# COMPARACIÓN DE LAS RATIOS DE EFICIENCIA DE LAS MUESTRAS REPRESENTATIVAS Y DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL CON LAS DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS (POR EDAD)

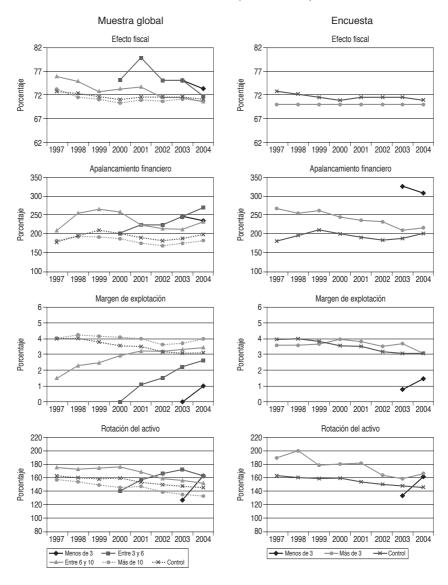


financiera y económica. Es decir, efecto fiscal, apalancamiento financiero, margen de explotación y rotación del activo, como puede apreciarse en el gráfico 5.14.

A la hora de estudiar el comportamiento de las empresas encuestadas en función del tamaño empresarial conviene recordar lo expuesto en el capítulo II —datos y metodología—. A diferencia de lo que ocurre con las empresas menores de tres años para las que se ha obtenido respuesta en la encuesta, que reproducen bastante certeramente la estructura empresarial española (véase cuadro 2.10 del capítulo II), con las empresas segmentadas por tamaño no ocurre lo mismo cuando se com-

# GRÁFICO 5.14

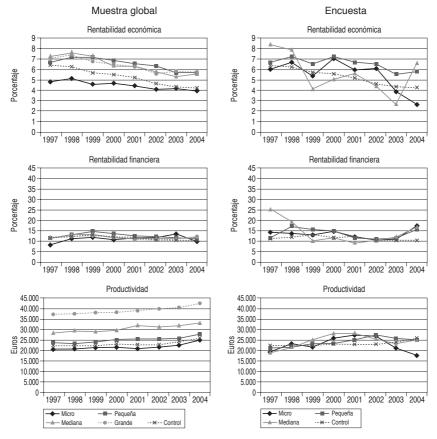
# COMPARACIÓN DE LOS COMPONENTES DE LAS RATIOS DE EFICIENCIA DE LAS MUESTRAS REPRESENTATIVAS Y DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL CON LAS DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS (POR EDAD)



paran los porcentajes de respuestas obtenidos con la estructura empresarial. Tal como también quedó contrastado en el capítulo II, los porcentajes de empresas que contestaron a la encuesta según el tamaño empresarial hacían que, respecto a la muestra representativa del conjunto empresarial español, las microempresas estuvieran infra-representadas y las pequeñas sobre-representadas. Al mismo tiempo, los porcentajes de presencia en las respuestas de medianas y grandes empresas, aun siendo adecuados, carecían de representatividad por su reducido número de casos. Por tanto, esta situación origina una inadecuación —de menor interés para el objeto de esta investigación— entre los resultados de las ratios de las empresas encuestadas y las de la estructura empresarial (gráfico 5.15). Aun así, en los indicadores de eficiencia, que aglutinan el

GRÁFICO 5.15

COMPARACIÓN DE LAS RATIOS DE EFICIENCIA DE LAS MUESTRAS REPRESENTATIVAS Y DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL CON LAS DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS (POR TAMAÑO)



*Nota:* Se ha eliminado la representación gráfica de las empresas encuestadas de tamaño «grande» por las distorsiones que causa su reducido número de casos.

conjunto de ratios de la situación patrimonial y de actividad, se aprecia que los valores y tendencias para los distintos tamaños siguen pautas similares entre los dos colectivos, si bien entre las empresas encuestadas no pueden identificarse los disímiles comportamientos que se reflejan en la muestra empresarial.

# 5. CONCLUSIONES. EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN

El análisis gráfico de las distintas agrupaciones de ratios, las diversas pruebas y contrastes estadísticos efectuados y el análisis econométrico de regresión con variables ficticias para las tres variables de eficiencia han permitido conocer las características económico-financieras de las empresas estudiadas, diferenciando los distintos colectivos de edad y de tamaño empresarial. Por el objeto de esta investigación, a continuación se ofrece una síntesis de los rasgos principales que presentan las empresas de nueva creación. En estas consideraciones se contemplan algunas relaciones económico-financieras que no se han tenido en cuenta en el cuerpo principal de este trabajo, pero que pueden ayudar a complementar el conocimiento de los comportamientos de las empresas. Estas nuevas relaciones figuran —como las demás— en el cd adjunto, anexo 2, con sus correspondientes análisis gráficos y estadísticos.

Las ratios de composición de la estructura del capital económico ponen de manifiesto que las empresas más jóvenes (emprendedores recientes) respecto a las más consolidadas presentan una estructura de inversión en activo en las que existe mayor peso relativo de la inversión a corto aunque con menor participación de las existencias. Correlativamente a ello, la inversión en inmovilizado material —así como sus consecuentes dotaciones a la amortización— es menor. En esta agrupación de ratios aparece evidencia de la esperable relación entre edad y tamaño de la empresa; en efecto, en todos los casos, excepto en la ratio que relaciona las existencias con el activo total, el análisis muestra que la evolución de los valores alcanzados adopta la misma configuración cuando se estudia la edad o el tamaño. La salvedad con respecto a las existencias podría explicarse por la mayor necesidad que tienen las empresas más pequeñas de stock de seguridad en el proceso productivo y por la lógica mayor presencia de las mismas en el sector comercial frente a otros sectores productivos.

Del par de ratios referidas a la *estructura del capital financiero* se desprende que las empresas que entran o tienen pocos años en el mercado —que suelen coincidir con las de menor tamaño— recurren, en

mayor medida que en etapas posteriores, a la financiación ajena y, especialmente, a la de corto plazo.

Las ratios de composición de estructura de capital-cobertura revelan la existencia de equilibrio entre la estructura del capital económico y del capital financiero del conjunto de las empresas estudiadas, ya que el análisis de los distintos grupos de edad y tamaño generalmente ofrece valores positivos del fondo de maniobra. No obstante, se observa que una significativa parte de las empresas mantiene fondos de maniobra ligeramente negativos durante los primeros años de su andadura. Este fondo de maniobra, con la mayor seguridad que otorga a la empresa, parece aumentar con la edad independientemente del tamaño empresarial. Tal circunstancia se repite más abajo en la agrupación de indicadores de gestión de actividad cuando se analiza el fondo de maniobra respecto a la cifra de negocios, cuya menor proporción se da en las empresas más jóvenes y en, este caso también, las de menor tamaño, lo que explica la mayor necesidad que tienen estas empresas de asumir superiores niveles de riesgo en su estructura financiera. Se observa, igualmente, que en los primeros años de vida de las empresas el fondo de maniobra permanece ligeramente negativo —aproximadamente cuatro años—. Por otro lado, la ratio que relaciona el endeudamiento a corto con los derechos de cobro a corto es independiente de la edad, pero presenta una relación inversa con el tamaño. Esta ratio alcanza una magnitud positiva en todos los casos, como es habitual y no preocupante si se mantiene un fondo de maniobra y tesorería suficiente.

El equilibrio fundamentado en los valores del fondo de maniobra, en particular en el caso de las nuevas empresas, se revalida cuando se examinan conjuntamente las dos primeras agrupaciones de ratios: de la primera se desprende que el activo circulante es más relevante en la inversión y de la segunda que la proporción del exigible a corto respecto a la financiación permanente es mayor. Asimismo, la menor financiación propia de las empresas de creación más reciente se traduce en una política de inversión que incide en una menor inmovilización de recursos en estructura técnica y en *stock* de existencias.

Las otras ratios de *gestión de actividad* muestran que las nuevas empresas deben hacer un esfuerzo extra para alcanzar con el tiempo una capacidad de generación de valor añadido similar al de las iniciativas más consolidadas, tanto respecto a la cifra de negocios como a la del inmovilizado material, es decir, respecto a su volumen de actividad y a su inversión técnica.

Respecto a la cifra de negocios, el mayor esfuerzo que las jóvenes empresas deben realizar se ve reflejado al estudiar las ratios de indica-

dores de *gestión de costes*. En efecto, los consumos de explotación y los gastos de personal sobre la cifra de negocios indican costes superiores por estos conceptos, que se aminoran conforme la empresa madura en edad al adquirir mayor eficacia. Conviene indicar, sin embargo, que los consumos de explotación representan menor proporción sobre la cifra de negocios a medida que el tamaño empresarial pasa de microempresa a los otros tamaños y hace más eficiente el empleo de los mismos.

De la estructura financiera de las empresas más jóvenes se ha deducido más atrás que su financiación ajena es proporcionalmente mayor y que ésta disminuye con la edad. Pese a ello, se observa que los gastos financieros en los que incurren por unidad de cifra de negocios son menores, lo que indica que su menor capitalización no les impide generar, gracias a su esfuerzo, un adecuado nivel de ingresos.

Las empresas más jóvenes y de menor tamaño son las que más días se aprovechan del pago aplazado a los acreedores comerciales y, al mismo tiempo, las que más días conceden a los deudores para el cobro de sus derechos, aunque en este caso las microempresas y pequeñas empresas —por sus mayores necesidades financieras— muestran la necesidad de conceder periodos más cortos de aplazamiento. Las dos ratios de *indicadores de gestión-rotaciones* confirman algunas de las evidencias y consideraciones efectuadas en las anteriores agrupaciones. En efecto, el resultado de la relación acreedores comerciales sobre consumos de explotación explica, al menos parcialmente, que un importante porcentaje de la financiación externa exhibida por las nuevas empresas sea a corto plazo. Asimismo, que los gastos financieros reflejados en sus cuentas de pérdidas y ganancias sean inferiores a los de las empresas más consolidadas, ya que el coste financiero que asumen es de naturaleza implícita sin reflejo explícito como gasto financiero.

Por otra parte, el resultado de la relación deudores sobre cifra de negocios indica que las empresas nuevas o de reciente creación, ante la necesidad que tienen de abrirse un hueco en el mercado —a lo que puede añadirse un problema de selección adversa de sus clientes por falta de experiencia previa—, conceden mayores plazos para el cobro a sus deudores. Esta circunstancia provoca una mayor asunción de riesgo en su actividad comercial, por lo que al mayor riesgo en la estructura financiera mencionado se suma este nuevo riesgo de tipo económico. No obstante, este aspecto financiero, reflejo de una política comercial agresiva, se aminora en las microempresas y pequeñas empresas, puesto que, por su mayor fragilidad financiera, precisan de flujos en efectivo para acometer y continuar su actividad. Estos tamaños de empresas —micro y

pequeñas— son precisamente las más comunes entre las empresas de nueva creación.

El mayor grado de riesgo en la estructura económico-financiera de las empresas más jóvenes no implica, sin embargo, descuido de sus obligaciones de pago comerciales y financieras de más pronto vencimiento, ya que los *indicadores financieros de liquidez y solvencia* muestran que mantienen niveles de tesorería para encarar sus pagos superiores a los que presentan las empresas de edades más altas; niveles que aumentan conforme se reduce el tamaño de las empresas.

La ratio que hace referencia a los gastos financieros ratifica que las empresas de menor edad afrontan menores cargas como consecuencia de su financiación. Esta ratio permite matizar que dichas cargas para las empresas más jóvenes suponen menor porcentaje de dinero dedicado a la retribución de la financiación ajena respecto al total dedicado a retribuir el conjunto de las fuentes de financiación. Por tanto, se observa menor riesgo financiero por insolvencia en las empresas de menor edad, ya que los resultados del ejercicio dotan de mayor cobertura a las cargas financieras comprometidas. Esta situación confirma lo ya mencionado respecto a la tesorería: al igual que en aquel caso quedaba clara la cobertura de las deudas comerciales de más pronto vencimiento a través de saldos suficientes de tesorería, en este caso la retribución de las deudas financieras se garantiza con una suficiente cantidad del flujo financiero obtenido de la actividad. Esta consideración confirma que las empresas jóvenes supervivientes son financieramente viables, ya que garantizan sus pagos frente a terceros pese a su más reducido fondo de maniobra y, consecuentemente, mayor riesgo en su estructura económico-financiera.

La rentabilidad financiera ofrece una relación inversa con la edad y el tamaño empresarial. Una ley básica de la teoría financiera es la existencia de una relación directa entre rentabilidad y riesgo, lo que queda corroborado en este estudio, ya que cuanto más joven o pequeña (o ambas circunstancias) es una empresa, mayor riesgo se ve obligada a asumir en su estructura financiera y en su actividad económica. Por ello, la rentabilidad financiera ha de ser necesariamente más elevada que en las empresas de mayor edad o tamaño.

Por su parte, la *rentabilidad económica y la productividad* presentan relación directa con respecto a la edad, a lo que se añade, en el caso de la rentabilidad, que las microempresas alcanzan valores significativamente menores que el resto y, en el caso de la productividad, que se mantiene la misma relación directa respecto a la dimensión de las empresas.

En función de las agrupaciones de ratios estudiadas, las menores tasas de rentabilidad económica asociadas a la juventud (y al menor tamaño) de las empresas se justifican por: i) una estructura económica del activo formada en mayor proporción por elementos de activo circulante; ii) lo anterior puede comportar los mayores consumos de explotación respecto a sus ingresos que se ha verificado, posiblemente al no poder optimizar en sus primeras fases de vida los procesos productivos por la escasa o insuficiente inversión en inmovilizado (esta situación se atenúa con el crecimiento del tamaño empresarial); iii) asimismo, las empresas más jóvenes han de afrontar, proporcionalmente, mayores gastos de personal, que perjudican su desempeño económico, y iv) finalmente, una política comercial más agresiva de concesión de mayores plazos a los deudores, con el consecuente impacto negativo en la cuenta de resultados por el coste financiero implícito que supone.

Por otra parte, el análisis arroja una relación directa entre la edad de las empresas y el margen de explotación de las mismas, que es levemente modulada por la rotación del activo, sin que ello cambie la relación directa señalada para la rentabilidad económica. Ahora bien, esta relación se invierte por la incidencia sobre la rentabilidad económica del apalancamiento financiero y del efecto fiscal, generando una relación inversa entre edad y rentabilidad financiera.

Finalmente, el estudio de las *tendencias* que marca la evolución temporal (1997-2004) de las ratios no exhibe gran variabilidad para el conjunto de las empresas. Los distintos colectivos por edad y tamaño empresarial habitualmente proporcionan tendencias bastante semejantes, levemente crecientes o decrecientes y, con frecuencia, planas. Ahora bien, cuando existen algunas diferencias suelen deberse a los comportamientos de las empresas más jóvenes o más pequeñas. En este último caso, puede citarse que las empresas de más reciente creación presentan mayores tasas de crecimiento de la inversión material en su estructura económica y de las dotaciones para la renovación de sus equipos técnicos. Estas mismas empresas han experimentado en su periodo de vida, igualmente, un crecimiento significativo de los consumos de explotación y gastos financieros, mientras que las más consolidadas los disminuían en el tiempo. Asimismo, la solvencia o capacidad para afrontar los pagos derivados de las obligaciones financieras ha disminuido, a la par que para el resto de las empresas aumentaba en el mismo intervalo temporal.

Tras esta caracterización de los comportamientos empresariales que se deducen del análisis cuantitativo, se contrastan a continuación los comportamientos del conjunto de empresas encuestadas. Cuando se considera la edad empresarial, para las empresas de menos de tres años existe una similitud de comportamientos entre las empresas encuestadas y las muestras representativas de la estructura empresarial en las distintas agrupaciones. Tal similitud es especialmente relevante para las ratios de eficiencia, que aglutinan al conjunto de indicadores de la gestión y situación patrimonial de la empresa. Estas ratios de las empresas encuestadas de menos de tres años ofrecen la misma cuantía y tendencia que en la muestra de empresas benjamines de la estructura empresarial. Para las empresas encuestadas de más de tres años, en términos generales, se da una adecuada coincidencia para estas ratios de eficiencia con el grupo de control.

Las conclusiones a las que se ha llegado en este capítulo sobre la existencia o no de comportamientos diferenciados entre las distintas edades y tamaños empresariales pueden considerarse que han sido obtenidas con un elevado grado de fiabilidad. Esto se puede afirmar porque en la gran mayoría de las ratios estudiadas las conclusiones a las que se llega con el análisis gráfico se han confirmado con las pruebas y contrastes estadísticos, y en el caso de las variables de eficiencia también con el análisis econométrico. Igualmente, la robustez del análisis efectuado y la adecuada determinación de las muestras se ratifica porque la posición y tendencia de la muestra Control —prácticamente en todos los gráficos— ha resultado como cabría de esperar: una posición intermedia entre las otras muestras, con la misma tendencia que la mayor parte de los grupos y con un comportamiento próximo a las empresas de mayor edad (más de diez años) y de menor tamaño (menos de 10 trabajadores). Estos comportamientos, sin embargo, son matizados en ocasiones por los valores alcanzados por las empresas de más de un sexenio de vida pero menos de diez años (25 por 100 en la estructura empresarial) y por las pequeñas empresas (22 por 100 de dicha estructura). El comportamiento similar de la muestra Control al de las muestras de empresas más consolidadas en edad y de menores tamaños también ha podido confirmarse mayoritariamente mediante el test de Scheffé.

# CAPÍTULO VI SÍNTESIS Y CONCLUSIONES

# 1. EMPRENDEDORES Y EMPRESAS

En las dos últimas décadas del siglo xx comenzó a tomar un renovado interés el estudio de la actividad emprendedora como motor del crecimiento económico. A su vez, el fenómeno de la pequeña y mediana empresa, así como la consideración del empleo autónomo y de las microempresas, han venido adquiriendo gran relevancia al convertirse en piezas claves para mejorar la competitividad y la generación de empleo, tanto en el marco de las economías locales como en el del mercado globalizado.

Las realidades del emprendedor y de la pyme están íntimamente ligadas. La empresa es el reflejo del impulso creador del emprendimiento de un individuo en la economía. El emprendedor es aquel que al mirar a su entorno reconoce cuáles son las posibles necesidades económicas aún no satisfechas o que podrían satisfacerse de una forma más eficiente. Tras su detección adopta las decisiones convenientes para aprovechar la oportunidad que esta circunstancia le brinda. Este impulso puede ser debido a su carácter intrínseco creador o motivado por distintas necesidades personales o familiares. A menudo, la necesidad de la creación del propio puesto de trabajo o la continuación de un negocio familiar son las principales razones que empujan al individuo a acometer una actividad emprendedora.

De esta forma, la actividad emprendedora se configura en la economía como un hecho rico y versátil, que permite afrontar retos económicos simples o complejos, en la escala local, nacional o internacional, y que abarca actividades que se extienden desde la prestación de servicios de menor valor añadido, hasta la producción de bienes tradicionales o de bienes o servicios altamente innovadores. Es decir, en el marco de una sociedad libre y organizada, con pocas trabas a la actividad creadora, el fenómeno emprendedor permite al mismo tiempo mantener un alto nivel de competitividad internacional y un adecuado grado de cohesión social en sus comunidades locales.

Una vez que del impulso del emprendimiento se pasa a la creación de la empresa, para que ésta superviva es necesario que el emprendedor convertido en gestor adopte las correctas decisiones en el marco del complejo y cambiante mercado competitivo en el que se desenvuelve. La eficiencia productiva y financiera se erigen en requisito imprescindible para la continuidad de la actividad. Pero, además, el emprendedor debe estar dotado también de una sensibilidad que le permita detectar oportunidades y saber aprovecharlas, compatibilizándolo con los conocimientos y valores culturales, sociales y técnicos del momento y lugar en el que actúa; de ahí que sus características personales sean esenciales.

Para el conocimiento de la actividad emprendedora se necesita diferenciar entre la fase temprana y la fase de consolidación. La primera fase, que se refiere a las actividades relacionadas con la puesta en marcha del proyecto empresarial y los tres primeros años de vida, tiene especial interés para los nuevos empresarios y otros agentes por dos motivos fundamentales: es la etapa del proceso emprendedor en la que existe una mayor tasa de fracaso empresarial, y resulta un momento clave en la introducción de innovaciones en el mercado a través del proceso de destrucción creativa.

La segunda fase es esencial, además de para los emprendedores, para la economía porque las empresas que han conseguido consolidar su proyecto empresarial son las que configuran la estructura productiva base de un país, aportando continuidad a la generación de riqueza, mantenimiento del empleo y mejoras en el progreso técnico.

Por ello, las políticas públicas y las acciones de la sociedad civil y empresarial han de converger en el fomento de iniciativas económicas y jurídicas que favorezcan la creación del sustrato apropiado en el que emerja un extenso potencial emprendedor y fructifique en la creación de empresas. Posteriormente, la dinámica de entradas y salidas en el mercado seleccionará a las más eficientes, permitiendo su consolidación.

En este campo de la actividad emprendedora y de la empresa, la investigación académica viene contribuyendo desde distintos planteamientos microeconómicos y macroeconómicos, perspectivas locales e

internacionales y enfoques empresariales y psicosociológicos. En los últimos años y en distintas investigaciones ha venido observándose un acercamiento de estos variados enfoques de aproximación al objeto de estudio, en el que convergen la figura del emprendedor con la de la empresa.

En el planteamiento de esta investigación se ha adoptado un enfoque ecléptico aunando en el análisis la perspectiva de empresa y empresario, mediante el empleo de metodologías propias del análisis económico-financiero y del análisis social. Para la empresa, la alternativa elegida es mediante el cálculo de los valores que toman los indicadores económicos y financieros que se extraen de la información contable registrada. Para el caso del empresario, se han utilizado encuestas de opinión que proporcionan el conocimiento de las conductas y motivaciones que le han llevado a la toma de decisiones.

El objeto de la encuesta es profundizar en el conocimiento que explicaría la entrada y supervivencia en la aventura empresarial desde dimensiones individuales, organizativas, de resultados y de ambiente. Estas dimensiones han sido identificadas a partir de los datos obtenidos de la encuesta específica de 2006, así como de la realizada en el año 2002. Con estos datos, también, se intenta comprender las razones que mueven o frenan, o convierten en éxito a la actividad emprendedora y establecer comparaciones y algunas tendencias a través de su evolución en el tiempo de estudio.

El objeto del análisis económico-financiero es la caracterización de las empresas de distintos tamaños y edades, mediante el cálculo de series temporales de la evolución de su estructura económico-financiera, desempeño y actividad.

Tanto en el análisis cualitativo como en el cuantitativo se ha utilizado categorías de edad y tamaño de la empresa para poder establecer comparaciones según la fase de maduración en que se encuentre el proyecto empresarial. La distinción entre tamaños empresariales permite analizar la eficiencia de la actividad y los rasgos del empresario en función de la dimensión de la empresa, la cual necesariamente tiene relación directa o nula con la edad. Por ello, en el trabajo se distingue entre la etapa temprana de implantación de la empresa y las etapas de consolidación posteriores.

El objetivo del trabajo con ambas metodologías es aportar evidencia empírica sobre el desempeño empresarial y las características de empresarios y empresas, edad y tamaño, que proporcione evidencia respecto al acceso a los recursos financieros, a la gestión y rentabilidad de la actividad. Se pretende, igualmente, ofrecer pistas a los nuevos emprendedores (y a otros interlocutores sociales) sobre las coordenadas que enmarcan la actividad emprendedora, en función del tiempo y el crecimiento desde la etapa más temprana hasta conseguir la consolidación de la actividad.

# 2. DATOS Y METODOLOGÍA

La base de datos empleada para la realización del estudio —cuantitativo y cualitativo— ha sido el Sistema de Análisis de Balances Ibéricos (SABI), que incluye los estados financieros del periodo 1997-2004 para la mayoría de las compañías mercantiles españolas que depositan sus cuentas en los Registros Mercantiles. En la versión de la base utilizada (diciembre 2005) existen un total de 976.598 empresas. De este conjunto se han seleccionado las sociedades anónimas, limitadas y cooperativas, y se han segmentado según los criterios de tamaño y edad.

En función del criterio de tamaño se han diferenciado cuatro grupos de acuerdo al número de trabajadores: microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas. Según el criterio de edad se han considerado cuatro grupos: con más de diez años de funcionamiento, con más de seis años y menos de diez, con más de tres años y menos de seis, y con menos de tres años completos. Tras esta doble segmentación han resultado 588.031 empresas con información completa, que constituyen la población de estudio.

El análisis cuantitativo de la información económico-financiera de las empresas ha requerido diseñar tres muestras obtenidas a partir de la anterior población. Una de ellas reproduce la estructura de la población de empresas con información completa en SABI, la cual se configura como esquema de la estructura empresarial española. Con ello se dispone de un grupo de control con el que comparar los resultados obtenidos en los grupos de estudio. Las otras dos muestras tienen por objetivo permitir el análisis de las diferencias y similitudes en los comportamientos de los grupos de tamaño y edad. El tamaño muestral del grupo de control es de 7.983 empresas. Las otras dos contienen 7.223 y 7.796 empresas, respectivamente. El total de empresas estudiadas es de 22.912.

A partir de estos tamaños muestrales, la selección de empresas que forman los estratos de cada muestra se realiza mediante un procedimiento aleatorio que otorga a cada elemento de la población la misma probabilidad de ser escogido, siendo el único condicionante el porcentaje que a su estrato le corresponde en el total.

Para las empresas seleccionadas de las muestras se ha extraído la información precisa de sus estados financieros, con el objeto de calcular las ratios representativas de la estructura económico-financiera a corto y largo plazo de los indicadores de gestión, actividad, costes y eficiencia durante los ocho años del periodo de estudio, 1997-2004. En conjunto se ha calculado el valor de 4.399.104 ratios (24 ratios · 8 años · 22.912).

Estas ratios son los datos sobre los que se ha practicado el análisis gráfico, estadístico y econométrico. El primero se ha realizado para reflejar conjuntamente la evolución de los distintos grupos de tamaño y edad y observar las diferencias y similitudes en su comportamiento temporal. El segundo, mediante diversas pruebas y tests estadísticos (análisis de la varianza, el test de Scheffé y las pruebas no paramétricas de Kolmogorov-Smirnov y de Kuskal-Wallis), ha servido para detectar el disímil comportamiento según tamaño o edad para cada ratio. Y el tercero completa el resultado de estas pruebas estadísticas mediante la aplicación de técnicas econométricas de regresión con variables ficticias o dummies.

Por su lado, el análisis cualitativo se ha llevado a cabo mediante encuesta dirigida a los 458 empresarios encuestados en el Primer Informe de la Fundación Rafael del Pino de la actividad emprendedora en España, en 2002, así como a una muestra representativa de los nuevos que iniciaron su actividad en los últimos tres años, entre 2003 y 2005. En la base SABI se identificaron 53.370 sociedades constituidas en este último periodo, para las que existía información completa de 28.873. De esta población se extrajo una muestra de 1.057 empresas, a las que se envió el cuestionario. El total de respuestas completas válidas obtenidas fue de 285 para los empresarios ya encuestados en 2002 (65 por 100 del total) y 222 para los empresarios de nueva actividad. Estos altos índices de respuesta otorgan validez a los resultados obtenidos del estudio cualitativo.

Las fases de este análisis cualitativo han sido tres: el análisis descriptivo de la encuesta, un estudio factorial y *cluster*, y un análisis sobre la creatividad competitiva. Con el primero se presenta el perfil y caracterización de los empresarios; con el segundo se identifican los factores determinantes de la acción emprendedora en España y las agrupaciones homogéneas de emprendedores, y con el tercero se indaga en comportamientos empresariales a largo plazo asociados a actividades emergentes e industrias creativas.

# CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRESARIOS

En la edición de la encuesta correspondiente al Primer Informe de la actividad emprendedora en España se estudió una muestra de emprendedores con proyectos empresariales, principalmente, consolidados. En esta segunda edición de la encuesta se ha realizado una importante labor de mejora de la muestra. Por un lado, para alcanzar una mayor y mejor representación de las empresas más pequeñas y, por otro, para incorporar específicamente un extenso grupo de las que fueron creadas en los últimos tres años, entre 2003 y 2005. Con ello se ha intentado disponer de una muestra más equilibrada y representativa del colectivo empresarial español. Al igual que en 2002, la base de datos de la que se ha extraído la muestra es SABI. No obstante, pese a este cambio metodológico los resultados no reflejan cambios sustanciales en la mayor parte de los temas analizados respecto a la encuesta de 2002, probablemente debido al mantenimiento del ciclo expansivo de la economía española.

Del proceso de explotación y análisis descriptivo de la encuesta se obtienen las siguientes conclusiones:

# Género y edad

La participación de los hombres en el empresariado español sigue siendo claramente mayoritaria, especialmente entre las empresas grandes y medianas. Se advierte, sin embargo, una consolidación de la tendencia creciente de mujeres en la aventura empresarial. En concreto, en los cuatro años transcurridos entre las dos 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 veinticinco años. Las diferencias entre hombres y mujeres se encuentran fundamentalmente en la mayor concentración en torno a la edad media de éstas.

# Entorno familiar

Los empresarios que provienen de familias con alguna tradición empresarial mantienen una representación aproximada del 60 por 100. Ello confirma el notable papel desempeñado por el entorno familiar en la aparición de vocaciones empresariales. Este entorno —más acusado aún en el subconjunto minoritario de las mujeres empresarias— influye en la decisión de ser empresario pero también en la elección del sector en que se desarrolla. Un ambiente familiar emprendedor dota al empre-

sario de una serie de recursos y habilidades de orden práctico —actitudes, contactos o conocimientos específicos— que facilita su éxito.

# Formación

Desde el punto de vista de la educación y formación regladas, al igual que en 2002, los emprendedores se distribuyen en torno a dos polos: un nutrido grupo compuesto por algo más del 40 por 100 que únicamente alcanzó los estudios primarios, y otro de participación algo inferior al 40 por 100 que tiene estudios universitarios. Los titulados con formación profesional crecen ligeramente. Pero merece destacarse la sensible reducción de empresarios con estudios de postgrado, que podría explicarse por una eventual relación positiva entre las fases expansivas del ciclo y la actividad emprendedora. Puede suponerse que es más fácil y rápido convertirse en empresario cuando la economía crece, lo que, a su vez, reduciría la propensión a aprovechar el tiempo de espera formándose.

# **Motivaciones**

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 —tener tiempo libre, por ejemplo—, aunque en el caso de las mujeres estas diferencias se atenúan.

Las relacionadas con la satisfacción laboral permanecen 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». Por el contrario, la exhibición de las habilidades personales o la obtención de reconocimiento social tienen una menor valoración. Por géneros, no se aprecian diferencias significativas, a excepción de la mayor valoración por parte de las mujeres en cuanto a 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 consideró 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.

## La gran decisión

Una de las principales novedades incluidas en esta edición de la encuesta la constituye el análisis de distintos aspectos relacionados con la puesta en marcha del proyecto empresarial. Para convertirse en empresario ha de darse respuesta a tres cuestiones trascendentales que afectarán al futuro del emprendedor, tanto profesionalmente como en la esfera de lo personal: sector en el cual desarrollará su actividad, lugar donde la emplazará y 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. Tienen, en todo caso, un fuerte componente de predeterminación, que puede afectar muy negativamente a posibilidades de éxito futuro del proyecto empresarial.

De acuerdo con la mayoritaria opinión de los empresarios encuestados, experiencia laboral previa y conocimiento del sector son los principales determinantes de la elección del sector de actividad. Ambos suman casi el 60 por 100 de las respuestas, aunque dicha experiencia no existe en algo menos del 20 por 100 de los empresarios, ya que no han desempeñado previamente ninguna actividad profesional. Esta carencia de experiencia supone una reducción significativa respecto a la anterior encuesta. Sin embargo, la experiencia previa en pyme aumenta su importancia notablemente: de un 25 por 100 en 2002 a un 35 por 100 en 2006. Los motivos puramente económicos asociados a la elección de un sector, como por ejemplo la detección de oportunidades de negocio (12 por 100) o el aprovechamiento de activos preexistentes (3 por 100), tienen un papel claramente menor.

La elección del momento concreto para el comienzo de la actividad empresarial se debe a múltiples y diferente 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. Este motivo de elección alcanza aproximadamente una tercera parte de las respuestas.

En el segundo están los relacionados con la llegada a una etapa de la vida que exige al emprendedor el comienzo de la actividad empresarial, como por ejemplo la finalización de los estudios. En estrecha relación con estos motivos personales se encuentran los fortuitos, que engloban aquellos comienzos motivados por cuestiones ajenas al empresario, como por ejemplo la pérdida del puesto de trabajo o la sucesión en la empresa familiar. Estos dos tipos de motivos, que configuran la necesidad como causa del inicio de la actividad emprendedora, suponen aproximadamente dos terceras partes de las respuestas.

En los casos de creación de nuevas empresas, el tiempo que transcurre desde que se toma la decisión hasta que efectivamente se pone en marcha supera el año en el 30 por 100 de los casos, no encontrándose diferencias entre los nuevos empresarios y los que comenzaron su actividad hace más tiempo.

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. Aspectos no económicos como la calidad de vida o el arraigo personal también tienen cierta trascendencia, mientras que otros económicos, como son los estratégicos o los logísticos, tienen una importancia escasa, no superando en ningún caso el 10 por 100.

#### Toma de decisiones

La mayor parte de los empresarios toman todas las decisiones importantes en su empresa. Al igual que en 2002, el 60 por 100 no delega funciones. Entre los que delegan, se observa una tendencia creciente a mantener el 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).

## Estructura de la plantilla

La estructura media de las plantillas es bastante homogénea por tamaños de empresas, no observándose cambios importantes con la encuesta de 2002. 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 del grupo familiar en puestos de gerencia, que pasa del 14 al 7 por 100, quizás debido a una mayor profesionalización de la dirección. No obstante, en las pequeñas empresas, como sería de esperar, existe una mayor presencia de miembros del grupo familiar en la dirección.

## Esfuerzo tecnológico

Unicamente el 10 por 100 de los empresarios declaró haber realizado o contratado actividades de investigación y desarrollo durante el

año precedente. Contra lo que sería de esperar, este dato supone una ligera reducción frente a los datos de 2002.

### Factores de éxito y fracaso

Los factores que los emprendedores encuestados consideran determinantes del éxito empresarial son: la dedicación y la constancia en el trabajo, el servicio al cliente, la calidad, la seriedad y tener buenos contactos, disponer de un producto adaptado al mercado, el conocimiento del mercado y la buena cultura empresarial. Coinciden prácticamente con los resultados obtenidos en 2002. Por su parte, los factores que según los mismos emprendedores influyen en la supervivencia —aquellos sin los cuales se pone en peligro la viabilidad de la empresa pero que en sí mismos no garantizan el éxito— son: tener un producto adaptado al mercado, gozar de buenas expectativas, buena cultura empresarial, disponibilidad de recursos y esfuerzo tecnológico. Los resultados de la nueva encuesta sólo presentan leves variaciones respecto a 2002.

El porcentaje de empresarios con fracasos empresariales previos aumenta casi en tres puntos porcentuales respecto a la encuesta de 2002, hasta alcanzar el 15,5 por 100. Pese a que este indicador es todavía reducido respecto a otros países avanzados, muestra una mayor permeabilidad de la economía para la reentrada de empresarios con experiencias negativas previas. Por otra parte, entre los empresarios con fracasos continúa la inercia atendiendo a su experiencia anterior. Sin embargo, aunque un 44 por 100 de ellos repite en mismo sector, se reduce sensiblemente el porcentaje respecto a 2002, que era del 55 por 100. Esta circunstancia sugiere una mejora cualitativa del espíritu emprendedor en el momento de la creación de la empresa.

# 4. DETERMINANTES DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL Y DE LA ACTIVIDAD CREADORA

Con el fin de poder definir mejor los determinantes que explican la actividad emprendedora en España, el trabajo ha desarrollado un estudio factorial y *cluster*. Asimismo, a partir de los factores y grupos identificados, se ha profundizado en algunas hipótesis y argumentaciones que pueden ayudar a evidenciar el proceso que refuerza la actividad emprendedora para transformarla en industria creativa.

El análisis multivariante ha tomado 37 ítems/variables provenientes de los datos aportados por la encuesta de 2006, que coinciden con los mismos empleados en la de 2002. Este método, que ha permitido simplificar las complejas relaciones que podían existir entre dichas varia-

bles, ha identificado once factores que sirven para caracterizar el espíritu emprendedor en España. Los factores hallados son bastante similares a los que se dedujeron de la encuesta de 2002; las diferencias que se aprecian se refieren principalmente al orden en que aparecen en la matriz factorial y a que ahora algunos de los factores son agregaciones de dos o más de los encontrados en el análisis de hace cuatro años. En concreto, estos once factores son los siguientes: 1) obtención de rentas, 2) contribución de las políticas públicas, 3) experiencia acumulada (razones personales), 4) factor de supervivencia, 5) calidad de vida laboral, 6) necesidad de logros personales y sociales, 7) autonomía de decisiones, 8) experiencia acumulada (tradición familiar), 9) dependencia financiera, 10) sector-amplitud de mercado y 11) complejidad organizativa-gestión.

Los seis primeros factores alcanzan a explicar prácticamente el 60 por 100 de la varianza acumulada, y la aportación individual de cada uno de ellos se encuentra entre el 5,5 y el 9,4 por 100 de la varianza explicada. Los cinco factores restantes contribuyen con el 19,44 por 100 de la varianza acumulada.

Por otra parte, el análisis *cluster* ha logrado agrupar a los empresarios estudiados en seis grupos diferenciados en función de la mayor carga positiva (o negativa) de factores que contienen. Estos grupos homogéneos permiten reconocer a los empresarios en función de la tipología de empresa que han elegido y creado, de las motivaciones y conductas llevadas a cabo en su dinámica emprendedora, así como de la influencia de los incentivos públicos y de otros valores personales y sociales del entorno en el que se lleva a cabo la nueva iniciativa.

El primer grupo, que consta de 81 empresarios y sobresale por la necesidad que sus individuos tienen de logros personales y sociales, así como por la contribución que ejercen las políticas públicas en sus decisiones, ha sido denominado «empresario adaptativo». Al segundo, con 72 empresarios, principalmente le caracteriza la autonomía con que sus individuos ejercen las decisiones; se le ha llamado «empresario-autónomo». El tercero, con 79 empresarios, se distingue porque sus componentes se centran en la dimensión económica de la empresa, por lo que ha sido denominado «empresario-gestor». El grupo cuarto tiene 111 individuos y se identifica con el deseo de mantener el «puesto de trabajo» que se han creado con su iniciativa emprendedora, por lo que se le ha propuesto la denominación de «empresario-empleado». El quinto, formado por 108 unidades, apuesta claramente por la tradición del negocio puesto en funcionamiento por otros empresarios o familiares, y ha sido denominado «empresario de familia». Finalmente, el grupo sexto, constituido por 53 empresarios, postula por la empresa a largo plazo y por la creatividad de sus capacidades, por lo que se ha propuesto la denominación de «emprendedor-creativo».

Por otra parte, a partir del conocimiento de las características de los emprendedores, de las razones que explican el éxito de sus proyectos y de los factores determinantes de la actividad emprendedora, se presentan y examinan algunas variables —conductas de los empresarios, nuevos o consolidados— que se supone refuerzan la actividad emprendedora para trasformarla no en una simple actividad estándar que concluye, prioritariamente, con la creación de empresas, sino en una acción creativa e innovadora de mayor alcance. Esta acción permite a los emprendedores enfrentar algunos de los complejos retos de los mercados competitivos y globales.

Entre las hipótesis de trabajo se supone que el emprendedor creativo ofrece un producto diferenciado (nacional o internacionalmente), elige oportunidades estratégicas respecto a la localización de su empresa, al momento de implantación y a la rama de actividad. Asimismo, su organización es sensible al esfuerzo tecnológico, interno o contratado externamente, y a la cooperación —principalmente en la esfera tecnológica—con otras empresas o agentes del sector, del territorio o de redes de distinta índole, que potencian economías de escala y crecimiento de las que se beneficia. Finalmente, este tipo de emprendedor contrata, en términos relativos, más licenciados o ingenieros y proyecta estrategias de crecimiento para el futuro sustentadas no únicamente en el crecimiento interno de la empresa, sino también en procesos asociados a fusiones, adquisiciones u otros con otras empresas.

Los resultados obtenidos sugieren que, entre los que abordan la actividad emprendedora, los empresarios más dinámicos y creativos pertenecen a un grupo reducido y bastante homogéneo caracterizado por su compromiso con los factores de supervivencia empresarial y los ligados a la complejidad organizativa y de gestión, más que al logro de retos personales o de alcanzar notoriedad pública. Tampoco parece estar en la base de este grupo el afán por beneficiarse de los programas públicos dirigidos a favorecer la actividad productiva.

# 5. COMPORTAMIENTOS Y EFICIENCIA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA, 1997-2004

Con el objeto de caracterizar los distintos tamaños y edades de las empresas tomadas para analizar la actividad emprendedora en España, se ha procedido al estudio de la evolución temporal de una amplia diversidad de ratios que relacionan partidas de los estados financieros de las empresas. Estas ratios son representativas de la estructura de inversión

y financiación de la empresa, de su gestión de actividad y costes y de la liquidez y solvencia, así como de su eficiencia medida en términos de rentabilidad y productividad. Este análisis ha de hacerse necesariamente en términos comparativos entre los distintos grupos de edad y tamaño y respecto al conjunto de la estructura empresarial española.

En el estudio comparativo se enfatiza especialmente en la comparación de las empresas de más reciente creación con respecto a las consolidadas o a las que se hallan en fase de consolidación. Con ello se persigue diferenciar entre las fases temprana, de arranque y de consolidación de la actividad emprendedora.

Puede considerarse que la existencia de comportamientos diferenciados entre las distintas edades y tamaños empresariales ha sido obtenida con un elevado grado de fiabilidad. Las conclusiones a las que se llega en la gran mayoría de las ratios estudiadas se han confirmado con el análisis gráfico, las pruebas y contrastes estadísticos y, en el caso de las variables de eficiencia, también con el análisis econométrico. Igualmente, la robustez del análisis efectuado y la adecuada determinación de las muestras se ratifican por el adecuado posicionamiento entre los grupos estudiados de una muestra representativa de la estructura empresarial española. Asimismo, se ha comprobado la adecuada correspondencia de los valores alcanzados por las variables de eficiencia entre la muestra de empresas encuestadas y las utilizadas en el análisis cuantitativo para las empresas de más reciente creación.

La caracterización efectuada ha de entenderse propia de aquellas iniciativas empresariales que superviven en el tiempo. Por tanto, los resultados de los indicadores considerados tienen el intrínseco sesgo favorable de aquellas actividades que hasta el momento han podido considerarse exitosas. Si se considerasen las actividades que han fracasado en el periodo estudiado, los valores de los indicadores mostrarían una mayor dispersión, con valores medios difícilmente interpretables y que confirmarían la existencia de diversos desequilibrios e ineficiencias. En todo caso, de las empresas que han fracasado no es fácil disponer de información fiable y completa, ni tampoco de la opinión de los que fueron sus emprendedores.

A continuación, se resaltan las características de los indicadores más relevantes.

#### Estructura económico-financiera

La estructura económico-financiera de las empresas estudiadas se halla en equilibrio independientemente de su tamaño o edad. Esta circunstancia es consecuencia lógica de que la población de empresas utilizada en este trabajo está formada por sociedades mercantiles que han supervivido desde la fecha de su constitución hasta el año 2004. No obstante, pese a este equilibrio esencial, es posible encontrar rasgos diferenciadores según la etapa de consolidación o el tamaño en que se encuentren las empresas.

De los resultados que se obtienen en el análisis cuantitativo se desprende que el fondo de maniobra de las empresas estudiadas —indicador más visible de la adecuación entre las fuentes de financiación y la materialización de la inversión de la empresa— aumenta a medida que las empresas van madurando en edad, así como que la relación entre este indicador y el volumen de actividad —medido por la cifra de negocios— es más débil cuanto más joven o pequeña es la empresa. Esta evidencia explica la mayor necesidad que tienen las empresas más jóvenes o más pequeñas de asumir superiores niveles de riesgo en su estructura financiera.

El equilibrio económico-financiero de las empresas más jóvenes se sustenta en el peso que tiene el activo circulante en su activo total y que, acompañando a esto, tengan una mayor proporción del exigible a corto plazo respecto a la financiación permanente. Esta relativamente menor financiación a largo se traduce, por tanto, en una política de inversión que incide en una menor inmovilización de recursos en estructura técnica y en *stock* de existencias.

#### Gestión de actividad

Con estas características estructurales, las nuevas empresas han de competir con aquéllas más consolidadas. Se ha evidenciado que deben hacer un esfuerzo extra para poder alcanzar con el tiempo una capacidad de generar valor añadido que las equipare a otras iniciativas más consolidadas. Esfuerzo que también han de realizar respecto a su estructura de costes, puesto que se observa que, en términos relativos, los consumos de explotación y gastos de personal respecto a la cifra de negocios se aminoran conforme la empresa madura en edad. La mayor rigidez del mercado laboral hace aparentemente que los gastos de personal no se modifiquen con el tamaño de la empresa; sin embargo, los consumos de explotación representan menor proporción sobre la cifra de negocios cuando la empresa deja de pertenecer al menor de los tamaños y, por tanto, permite una utilización más eficiente de los mismos.

## **Derechos y obligaciones comerciales**

Las empresas más jóvenes y de menor tamaño son las que más días se aprovechan del pago aplazado a los acreedores comerciales y, al mismo

tiempo, las que más días conceden a los deudores para el cobro de sus derechos, aunque en este caso las microempresas y pequeñas empresas —por sus mayores necesidades financieras— muestran la necesidad de conceder periodos más cortos de aplazamiento.

La relación deudores sobre cifra de negocios indica que ante la necesidad que tienen de abrirse un hueco en el mercado las empresas nuevas o de reciente creación, al inicio de su trayectoria, conceden mayores plazos para el cobro a sus deudores. Esta circunstancia provoca una mayor asunción de riesgo en su actividad comercial, por lo que al mayor riesgo en la estructura financiera mencionado se suma este nuevo riesgo de tipo económico. No obstante, este aspecto financiero, reflejo de una política comercial agresiva, se aminora en las microempresas y pequeñas empresas, puesto que, por su mayor fragilidad financiera, precisan de flujos en efectivo para acometer y continuar su actividad.

La relación acreedores comerciales sobre consumos de explotación explica, al menos parcialmente, que un importante porcentaje de la financiación externa exhibida por las nuevas empresas sea a corto plazo. Asimismo, que los gastos financieros reflejados en sus cuentas de pérdidas y ganancias sean inferiores a los de las empresas más consolidadas, ya que el coste financiero que asumen es de naturaleza implícita sin reflejo explícito como gasto financiero.

## Liquidez y solvencia

El mayor grado de riesgo en la estructura económico-financiera de las empresas más jóvenes no implica, sin embargo, descuido de sus obligaciones de pago de más pronto vencimiento, ya que mantienen niveles de tesorería para encarar sus pagos superiores a los que presentan las empresas de edades más altas; niveles que disminuyen conforme aumenta el tamaño de las empresas. Además, el disponible de las empresas más jóvenes y la relación del endeudamiento a corto con los derechos de cobro a corto no presentan diferencias con respecto a otras edades y tamaños.

Junto a esta cobertura de las deudas comerciales de más pronto vencimiento a través de suficientes saldos de tesorería, se observa también que existe un menor riesgo financiero por insolvencia en las empresas de menor edad, ya que los resultados del ejercicio antes del pago de intereses dotan de mayor cobertura a las cargas financieras comprometidas. Las deudas financieras se garantizan con el suficiente flujo financiero obtenido de la actividad. Esta consideración confirma que las empresas jóvenes supervivientes son financieramente viables, ya que garantizan

sus pagos frente a terceros pese a su más reducido fondo de maniobra y, consecuentemente, posible mayor riesgo en su estructura económico-financiera. No obstante, la solvencia de las empresas jóvenes a lo largo del periodo de estudio ha disminuido, a la par que para las consolidadas ha aumentado.

## Eficiencia financiera y económica

Los resultados del análisis ponen de manifiesto que la rentabilidad financiera ofrece una relación inversa con la edad y el tamaño empresarial. Es decir, se confirma la existencia de una relación directa entre rentabilidad y riesgo, lo que queda corroborado en el estudio, ya que cuanto más joven o pequeña (o ambas circunstancias) es una empresa, mayor riesgo se ve obligada a asumir en su estructura financiera y en su actividad económica. Por ello, la rentabilidad financiera ha de ser necesariamente más elevada que en las empresas de mayor edad o tamaño.

Por su parte, la rentabilidad económica y la productividad presentan relación directa con respecto a la edad, a lo que se añade, en el caso de la rentabilidad, que las microempresas alcanzan valores significativamente menores que el resto y, en el caso de la productividad, que se mantiene la misma relación directa respecto a la dimensión de las empresas.

Las menores tasas de rentabilidad económica asociadas a la juventud (y al menor tamaño) de las empresas se justifican por los siguientes aspectos ya destacados: i) una estructura económica del activo formada en mayor proporción por elementos de activo circulante; ii) mayores consumos de explotación respecto a sus ingresos, posiblemente al no poder optimizar en sus primeras fases de vida los procesos productivos por la escasa o insuficiente inversión en inmovilizado, situación que se atenúa al aumentar la dimensión de la empresa; iii) necesidad de afrontar, proporcionalmente, mayores gastos de personal, y iv) una política comercial más agresiva de concesión de mayores plazos a los deudores, por el coste financiero implícito que supone, con la merma de eficiencia productiva y en la inversión que ello conlleva.

### 6. SUGERENCIAS FINALES DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación es continuación de la que se elaboró en 2002-2003 sobre *Emprendedores y espíritu empresarial en España en los albores del siglo XXI*. Se ha realizado nuevamente mediante Convenio de colaboración entre la Fundación Rafael del Pino y el Instituto Universitario

de Análisis Económico y Social (SERVILAB) de la Universidad de Alcalá. Como aquélla, se inscribe en el renovado campo de estudio académico y de gran relevancia social y política actual del *Entrepreneurs-hip*. Se prosigue en la profundización del conocimiento del perfil y características de los empresarios en España, siguiendo las corrientes de la investigación y debate internacionales sobre la materia.

En este Segundo Informe de la Fundación Rafael del Pino se analiza la evolución experimentada en el último trienio de los rasgos de los empresarios y se enfatiza en los determinantes de la actividad emprendedora y de su creatividad competitiva. Asimismo, se ha abierto una nueva vía de análisis para caracterizar la empresa como fruto del emprendedor. Para ello, se ha utilizado una combinación de técnicas de análisis económico-financiero de los estados contables con métodos estadísticos que permiten el conocimiento de la actividad de manera agregada, diferenciando entre distintos tamaños y grados de consolidación empresariales.

El empleo de ambos enfoques es un paso hacia la deseable integración entre los aspectos cualitativos y cuantitativos que de manera indisociable configuran el espíritu y la actividad empresarial. Este enfoque ecléptico permite evitar la disociación de emprendedor y empresa, enriqueciendo el rigor del análisis económico y empresarial de los datos de las empresas con el análisis económico-social de la personalidad y características del emprendedor. De esta forma, se abre un camino a explorar en el futuro para superar el distanciamiento que históricamente ha existido en la investigación económica, que ha tomado básicamente como único objeto de estudio a la empresa, marginando la perspectiva personal del emprendedor por su dificultad de observación y cuantificación.

Este trabajo, más allá de los resultados que ofrece el análisis, sugiere, también, como ya se indicaba en el Primer Informe de la Fundación Rafael del Pino, que el dinamismo de una economía desarrollada hace necesario que desde los ámbitos básicos de estructuración de la sociedad —familia, sistema educativo, colectivos sociales y empresariales y Administraciones Públicas— siga invirtiéndose en el fomento de espíritu empresarial y potenciación de la imaginación para la creación sostenible de riqueza. Para que el espíritu de la libre empresa cale en la sociedad, estos esfuerzos deberían considerarse probablemente tan importantes como las políticas dirigidas a aumentar el esfuerzo tecnológico, la productividad y la capacidad competitiva de la economía. En esta tarea, tanto los poderes públicos como las instituciones con las que se dota la sociedad civil han de propiciar cauces para el desarrollo de la capacidad creativa de los individuos y del reconocimiento social de la actividad del emprendedor.

En este sentido, la investigación académica tiene su parte de responsabilidad en la búsqueda de líneas de estudio en la esfera de los emprendedores relevantes para la economía y la sociedad. En los últimos tiempos va haciéndose evidente la necesidad de estudiar —y así el trabajo lo sugiere— determinados aspectos de la actividad emprendedora o que inciden en ella. Entre otros, conviene destacar el papel que para la buena marcha de la economía en un futuro próximo han de jugar en la dinámica de la actividad emprendedora las mujeres, los inmigrantes, los graduados de los ciclos formativos profesionales y los titulados universitarios. Asimismo, fruto de los análisis que se vienen realizando para la Fundación Rafael del Pino, convendría estudiar la actividad emprendedora desde la perspectiva del fracaso empresarial.

- Acs, Z., y D. Audretsch (1990), Innovation and small firms, MIT Press, Boston.
- ACS, Z., P. ARENIUS, M. HAY y M. MINNITI (2005), Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Executive Report, Babson Park, MA: Babson College y London: London Business School.
- AGUADO, R., E. CONGREGADO y J. M. MILLÁN (2002), «Entrepreneurship, Financiación e Innovación. La situación en la Unión Europea», *Economía Industrial*, núm. 347, 125-134.
- ALDRICH, H. E., y G. WIEDENMAYER (1993), «Fron Traits to Rates: An Ecological Perspective on Organizational Foundings», en J. Katz y R. Brockhaus (eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth, I*, Greenwich, CT: JAI Press, 144-195.
- AMIN SALIM, R. (2005), «Modeling entrepreneurship in small-scale enterprises», *Applied Economics Letters*, vol. 12, núm. 1, 51-58.
- AMIT, R., L. GLOSTEN y E. MULEER (1993), «Challenges to Theory Development in entrepreneurship research», *Journal of Management Studies*, vol. 30, núm. 5, 815-834.
- AUDRETSCH, D. (2002), «Entrepreneurship: A survey of the literature», elaborado para Comisión Europea, Dirección General de Empresa, Institute for Development Strategies, Indiana University y Centre for Economic Policy Research (CEPR), London.
- AUDRETSCH, D., A. R. THURIK, I. VERHEUL y A. WENNEKERS (2002), «Entrepreneurship: Determinats and Policy in a European US Comparison», Boston/Dordrecht: Kluwer Academic Publisher.
- AUDRETSCH, D., y A. R. THURIK (2004), «A model of the Entrepreneurial Economy», *International Journal of Entrepreneurship education*, vol. 2, núm. 2, 143-166.
- Ballantine, J., F. Cleveland y C. Koeller (1992), «Characterizing profitable and unprofitable strategies in small and large businesses», *Journal of Small Business Management*, vol. 30, núm. 20, 13-24.

BARBA, V., y M. P. MARTÍNEZ (2006), «Cambios en el modelo de desarrollo económico y creación de empresas: el emprendedor como factor clave del proceso de cambio», *Boletín Económico del ICE, Información Comercial Española*, núm. 2.882, 15-28.

- BAUM, R., y K. LOCKE Y SMITH (2001), «A multidimensional model of venture growth», A Structure Academy of Management Journal, vol. 44, núm. 2.
- BAUMOL, W. (1993), *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- (1983), «Toward operational Models of Entrepreneurship», en J. RONEN (comp.), *Entrepreneurship*, Lesington Books, 29-48.
- BEGLEY, T., y D. BOYD (1987), «Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller business», *Journal of Business Venturing*, 2, 79-93.
- Belso Martínez, J. (2004), «Tasa óptima de empresarialidad y desarrollo económico. Evidencias para el caso español», *Estudios de economía*, vol. 2, núm. 31, 207-225.
- BLANCHFLOWER, D., A. OSWALD y A. STULZER (2001), «Latent entrepreneurship across nations», *European Economic Review*, vol. 45 (4-6), 45-62.
- BIANCHI, M., y M. HENREKSON (2005), «Is neoclassical Economics still entrepreneuriess?», *Kyklos Internationale Zeitschrift fur Sozialwissenschaften*, vol. 58, núm. 3, 353-378.
- BIRLEY, S. (1987), «New ventures and employment growth», *Journal of Business Venturing*, vol. 2, 155-165.
- Brealey, R., y S. Myers (2003), *Principles of Corporate Finance*, McGraw-Hill. Versión española: *Fundamentos de la financiación empresarial* (6.ª ed.), Madrid: Mc.Graw-Hill.
- BROCHHAUS, R. H., y P. S. HORWITZ (1986), «The Psichology of the Entrepreneur», en D. L. SEXTON y W. SMILLOR (ed.), *The art and Science of Entre-preneurship*, 25-49, Cambridge, MA: Ballinguer Publishing Co.
- Buesa, M., y J. Molero (1998), Economía Industrial de España. Organización, tecnología e internacionalización, Madrid: Civitas.
- BURKE, A., F. FITZROY y M. NOLAN (2000), «When Less is more: Distinguishing Between Entrepreneurial Choice and Performance», *Oxford Bulletin of Economics and Statics*, vol. 62, núm. 5, 565-588.
- Bygrave, W. (1989), The entrepreneurship paradigm (I): A philosophical look at, Entrepreneurship Theory and practice, vol. 14, núm. 1, 7-27.
- Callejón, M. (2003), *Procesos de selección*, *iniciativa empresarial y eficiencia dinámica*, Universidad de Barcelona.
- CARREE, M., A. VAN STEL, R. THURIK y S. WENNEKERS (2000), «Business Ownership and Economic growth in 23 OECD countries», *Timbergen Institute Discussion papers*, TI 2000-1/3.
- CARTER, N. M., T. M. STERNS, P. D. REYNOLDS y B. A. MILLER (1994), «New Venture Strategies: Theory Development with an Empirical Base», *Strategic Management Journal*, vol. 15, núm. 1, 21-41.
- CASAS, J. M. (1997), *Inferencia Estadística*, Madrid: Ed. Centro de Estudios Ramón Areces.

CASSON, M. (2005), «Entrepreneurship and the theory of the firm», *Journal of Economic Behaviour and Organitation*, vol. 58, núm. 2, 327-348.

- (2003), The entrepreneur: An Economic Theory, Edward Elgar Publishing.
- Chandler, G. N., y S. H. Hanks (1994), «Market Attractiveness, Resource-Based Capabilities, Venture Strategies, and Venture Performance», *Journal of Business Venturing*, vol. 9, núm. 4, 331-349.
- CHESHER, A. (1979), «Testing the law of proportionate effect», *Journal of Industrial Economics*, núm. 27, 411-430.
- CHOI, Y., y D. SHEPHERD (2004), «Entrepreneurs' Decision to exploit opportunities», *Journal of Management*, vol. 30, núm. 3, 377-396.
- COLLINS, O. F., D. G. MOORE y D. B. UNWALLA (1964), *The enterprising man*, East Lansing, MI Graduate School of Business, Michigan State University, USA.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2001), *El acceso de las empresas a la financiación*, Documento de trabajo SEC 2001, 1667.
- COMMISSION, E. (2004), «Entrepreneurship», Flash Eurobarometer (160): 124.
- (2003), «Entrepreneurship», Flash Eurobarometer (143): 116.
- (2002), «Entrepreneurship», Flash Eurobarometer (134): 64.
- COOPER, A. (1993), «Challenges in predicting new firm performance», *Journal of Business Venturing*, vol. 8, 241-253.
- (1981), «Strategic management: new ventures and small business», *Long Range Planning*, vol. 14, núm. 5, 39-45.
- COOPER, A. C., y F. J. GIMENO-GASCÓN, (1992), Entrepreneurs, processes of founding and new firm preformance. The state of the art of entrepreneurship, PWS-Keat Publishing Co. Boston MA.
- COVIN, J. G., y D. P. SLEVIN (1990), «New venture strategic posture, structure and performance: An industry life cycle analysis», *Journal of Business Venturing*, vol. 5, núm. 2, 123-135.
- CUERVO, A. (2006), «Discurso en investidura como Doctor *Honoris Causa*», Toledo: Universidad de Castilla-La Mancha.
- (2003), «La creación empresarial. De empresarios y directivos», en GENESCÁ et al. (coords.), Creación de Empresas Entrepreneurship, Homenaje al profesor José M. Veciana Vergés, 49-73, Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- DIAS, J., y J. McDermott, J. (2006), «Institutions, education, and development: The role of entrepreneurs», *Journal of Development Economics*, vol. 80, núm. 2, 299-328.
- DIRCE (2006), Directorio Central de Empresas del Instituto Nacional de Estadística.
- Dunne, P., y A. Hughes (1994), «Age, Size, Growth and Survival: UK Companies in the 1980s», *The Journal of Industrial Economics*, núm. 19, XLII, junio, 115-138.
- ECKHARDT, J., y S. SHANE (2003), «Opportunities and entrepreneurship», *Journal of Management*, vol. 29, núm. 3, 333-350.
- EROSA, A. (2001), «Financial Intermediation and Occupational Choice in Development», *Rewiev of Economics Dynamics*, vol. 4, núm. 2, 303-334.

Evans, D. (1987), «The relationship between firm growth size and age: estimates from 100 manufacturing industries», *Journal of Industrial Economics*, vol. 25, núm. 4, 567-581.

- Evans, D., y B. Jovanovic (1989), «An estimated model of entrepreneurial choice under liquidity constrains», *Journal of Political Economy*, núm. 97, 808-827.
- FARIÑAS, J., J. CALVO, J. JAUMANDREU, M. LORENZO, E. HUERGO Y C. DE LA IGLESIA (1992), *La Pyme Industrial en España*, Madrid: Ed. Civitas-IMPI.
- FARIÑAS, J., y C. SUÁREZ (1999), «Financiación», en J. FARIÑAS y J. JAUMAN-DREU (coords.), *La empresa industrial en la década de los 90*, Madrid: Editorial Fundación Argentaria-Visor.
- GARCÍA LILLO, F., y B. MARCO LAJARA (1999), La creación de nuevas empresas como motor generador de riqueza y bienestar económico: factores de éxito y fracaso, IX Congreso Nacional de ACEDE, Burgos, septiembre.
- GARCÍA TABUENCA, A., J. DE JUSTO Y F. PABLO (2004), Emprendedores y espíritu empresarial en España en los albores del siglo XXI, Fundación Rafael del Pino, Colección Economía y Empresa, Madrid.
- GARTNER, W. B. (1990), «What are we talking about when we talk about entrepreneurship?», *Journal of Business Venturing*, núm. 5, 15-28.
- GEORGELLIS, Y., y H. WALL (2000), «What makes a region entrepreneurial? Evidence from Britain», *Journal The Annals of Regional Science*, vol. 34, núm. 3, 385-403.
- GIMENO, J., T. FOLTA, A. COOPER y C. WOO (1997), «Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming firms», *Administrative Science Quaterly*, vol. 42, núm. 4, 750-783.
- GUISO L., P. SAPIENZA y L. ZINGALES (2002), «Does Local Financial development matter?», *NBER Working Papers Series*, WP, 8923.
- HAMM, J. (2003), «¿Por qué los emprendedores no saben aumentar de escala?», Harvard Deusto Business Review, núm. 118, 34-40.
- HALL, B. H. (1987), «The relationship between firm size and firm growth in the US manufacturing sector», *The Journal of Industrial Economics*, vol. 35, núm. 4, 583-606.
- HART, P. E. (1962), «The size an growth of firms», Economica, febrero, 29-39.
- HAYTER, R. (1997), The dynamics of industrial location. The factory, the firm and the production system, John Willey & Sons, Chichester, Inglaterra.
- HENREKSON, M. (2006), «Entrepreneurship and the welfare state: a reply», *Industrial and corporate Change*, vol. 15, núm. 3, 579.
- (2005), «Entrepreneurship: a week link in the welfare state», *Industrial and corporate Change*, vol. 14, núm. 3, 437-468.
- HOFER, C. W., y W. R. SANDBERG (1987), «Improving new venture performance: Some guidelines for success», *American Journal of small Business*, summer, 11-25.
- HONING-HAFTEL, S., y L. MARTIN (1986), «Is the female entrepreneur at a disadvantage?», *The Journal for Employment and Training Professionals*, núm. 7, 49-64.

HYMER, S., y P. PASHIGIAN (1962), «Firm size and rate of growth», *Journal of Political Economy*, núm. 70, 556-569.

- KANNIAINEN, V., y T. VESALA (2005), «Entrepreneurship and labor market institutions», *Economic Modelling*, vol. 22, núm. 5, 828-847.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2006), Estadística sobre innovación tecnológica en las empresas, Resultados para empresas encuestadas en 2004, en www.ine.es.
- KUMAR, M. S. (1985), «Growth, Acquisition Activity and Firm Size: Evidence from the UK», *Journal of Industrial Economics*, núm. 33, marzo, 327-328.
- LAFUENTE, A., y V. SALAS (1989), «Types of Entrepreneurs and Firms: the Case of New Spanish Firms», *Strategic Management Journal*, vol. 10, 17-30.
- LEEBAERT, D. (2006), «How Small Business contribute to US economic expansion, en Entrepreneurship and Small Business», *eJournal USA: Economic Perspectives*, vol. 11, núm. 1.
- LEWIS, J., J. STANWORTH y A. GIBB (1984), Success and Failure in Small Business, Aldershot, UK: Gower Publishing.
- LOFSTROM, M. (2002), «Labor Market assimilation and the self-employment decision of inmigrant entrepreneurs», *Journal of Population Economics*, vol. 15, núm. 1, 83-114.
- LÓPEZ-GRACIA, P., y S. PUENTE (2006), «Business Demography in Spain: Determinars of Firm Survival» *Documento de trabajo del Banco de España*, núm. 0608.
- LUMPKIN, G. T., y G. G. Dess (1996), «Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance», *Academy of Management Review*, vol. 21, núm. 1, 135-172.
- Mansfield, E. (1962), «Entry, Gibrat\_s Law, innovation and the growth of firms», *American Economic Review*, vol. 52, núm. 5, 1023-1051.
- MAROTO, J. A. (2005), Las pyme españolas con forma societaria. Estructura económica-financiera y resultados (ejercicios 1998-2001 y avance 2002), Colección Panorama PYME, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Dirección General de la PYME.
- (1997), «Estructura financiera y crecimiento de las pymes», *Economía Industrial*, núm. 310, 29-40.
- MAZZAROL, M., T. VOLERY, N. Doss y V. THEIN (1999), «Factors influencing small business start-ups: A comparison with previous research Authors», *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, vol. 5, núm. 2, 48-63.
- McClelland, D. C. (1965), «Need achievement and entrepreneurship: A longitudinal study», *Journal of Personality and Social Psychology*, I, 389-392.
- (1961), The achieving society, NY: The Free Press.
- McDaniel, B. (2003), «Institutional Destruction of Entrepreneurship through Capitalist Transformation», *Journal of Economics Issues*, vol. 37, núm. 2, 493-500.
- McDougall, P. P., R. B. Robinson y A. S. de Nisi (1992), «Modeling new venture performance: An analysis of new venture strategy, industry structure, and venture origin», *Journal of Business Venturing*, 7, 267-289.

McDougall, P. P., S. Shane y B. M. Oviatt (1994), «Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international business research», *Journal of Business Venturing*, vol. 9, 469-487.

- MELLE HERNÁNDEZ, M. (2001), «Características diferenciales de la financiación entre las pyme y las grandes empresas españolas», *Papeles de Economía Española*, núms. 89/90, 140-166.
- MICHALSKY, T. (2006), «Entrepreneurship and innovation, recent developments», en M. T. DEL VAL et al. (ed.), Economy, Entrepreneurship, science and society in the XXIO Century; A tribute to Prof. Dr. Santiago García Echevarría, Universidad de Alcalá, Alcalá de Henares (Madrid, España).
- MOLERO, J. (2005), «Innovación y cambio tecnológico», en GARCÍA DELGADO y MYRO (eds.), *Lecciones de Economía Española*, 7.ª ed., Civitas-Thompson.
- MOREL D'ARLEUX, C. (1999), Entrepreneurs and Managers Vision od Success in Small Firms: A comparative Analysis, Presentación en el Babson Conference on Entrepreneurship.
- MYERS, S. C., y N. S. MAJLUF (1984), «Corporate Financing and Investment Decisions when Firms Have Information that Investors Do Not Have», *Journal of Financial Economics*, 13, 187-221.
- Nijkamp, P. (2000), «Entrepreneurship in a modern network economy», *Regional Studies*, vol. 37, núm. 4, 395-405.
- OECD (1998), «Fostering Entrepreneurship, the OECD jobs strategy», Paris: OECD.
- PABLO MARTI, F. (2004), «Promoting the Entry of New Firms», *Small Business Economics*, núm. 22, 209-221.
- (2000), *La movilidad empresarial en la industria española*. Tesis Doctoral. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- PATCHELL, G. R. (1991), «Shinchintaisha: Japanese Small Business Revitalization», *Business and the Comtemporary World*, vol. IV, núm. 2, special issue on Japanese Affairs, 50-61.
- Peters, S. (2003), «El impacto del entorno y de los factores institucionales en la actividad emprendedora», *Iniciativa emprendedora y empresa familiar*, núm. 40, 21-38.
- PINILLOS, M. A., P. SORIANO y L. REYES (2005): «El impacto del espíritu emprendedor en los resultados: una aplicación a las empresas españolas cotizadas», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 14, núm. 3, 149-164.
- PRAAG, C. M., y J. S. CRAMER (2001), «The Roots of Entrepreneurship and Labour Demand: Individual Ability and Low Risk Aversion», *Economica*, vol. 68, núm. 269, 45-62.
- PRAIS, S. J. (1976), *The Evolution of Giant Firms in Britain*, Cambridge University Press.
- REYNOLDS, P. D., M. HAY y S. M. CAMP (2004), «Global Entrepreneurship Monitor. 2003 Summary report», Babson College. London Business School and Kauffman Foundation.

REYNOLDS, P., N. BOSMA, E. AUTIO, S. HUNT, N. DE BONO, I. SERVAIS, P. LÓPEZ-GARCÍA y N. CHIN (2005), «Global Entrepreneurship Monitor. Data Collection Design and Implementation 1998-2003», *Small Business Economes*, núm. 24, 205-231.

- ROHATGI, V. R. (1984), Statistical Inference, New York: Ed. Wiley.
- RUTTEN, M., C. UPADHYA y Hua (1999), «Small Business Entrepreneurs in Asia and Europe: Towards a comparative perspective», *Perspectives On Political Science*, vol. 28, núm. 2, 115.
- SAMUELS, J. M. (1965), «Size and Growth of Firms», *Review of Economic Studies*, núm. 32, 102-112.
- SANDBERG, W. R., y C. W. HOFER (1986), «The effects of strategy and Industry Structure on New Venture Performance», en R. C. RONSTADT, J. A. HORNADAY, R. PETERSON y K. H. VESPER (eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, M. A., Center for Entrepreneurial Studies, Babson College, 244-246.
- SCHUMPETER, J. A. (1942), Economic theory and entrepreneurial history. Essay on entrepreneurs, Innovations, Business Cycles and the evolution of Capitalism, New Jersey: Transaction Publisher, 1989.
- SERASOLS-TARRES, C., A. PADILLA-MELÉNDEZ y A. ÁGUILA-OBRA (2006), «The influence of entrepreneur characteristics on the success of pure dot.com firms», *Int. J. Technology Management*, vol. 33, núm. 4, 373-388.
- Shane, S., y S. Venkataraman (2000), «The promise of Entrepreneurship as a Field of Research», en A. Cuervo *et al.* (2007), *Entrepreneurship, Concepts, Theory and Perspective*, New York: Edit. Springer-Verlag Heilderberg.
- Sharna, P., y S. J. Chrisman (1999), «Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship», en A. Cuervo *et al.* (2007), *Entrepreneurship, Concepts, Theory and Perspective*, New York: Edit. Springer-Verlag Heilderberg.
- SINGH, A., y G. WHITTINGTON (1968), «The size and growth of firms», *Review of Economic Studies*, núm. 42, 15-26.
- SMITH, N. R., y H. B. MINER (1983), «Type of Entrepreneur, Type of Firm, and Managerial Motivation: Implications for Organizational Life Cycle Theory», *Strategic Management Journal*, vol. 4, 325-340.
- STUART, R. W., y P. A. ABETTI (1990), «Impact of entrepreneurial and Management experience on Early performance», *Journal of Business Venturing*, vol. 5, 151-163.
- THURIK, R., e I. VERHEUL (2002), «The relationships between entrepreneurship and unemployment. The case of Spain», *Centre for Advanced Small Business Economics*, Erasmus University Rotterdam.
- TIMMONS, J. (1994), *New Venture Creation*, 4.ª ed., Burr Ridge, IL.: Irwin. UDELL, G., y A. BERGER (1998), «An overview of Small Business Finance» (Departamento de Análisis sectorial de Analistas financieros internacionales), octubre-noviembre, 3-30 (versión castellana, «Panorámica de la financiación de la pequeña empresa»).
- VAN PRAAG, M. C. (1999), «Some classics views on entrepreneurship», *The Economist*, vol. 147, núm. 3, 311-335.

VECIANA, J. M. (1999), «Entrepreneurship as a scientific research programme», Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 8 (3), 11-36.

- VEGA, I. DE LA (2006), Global Entrepreneurship Monitor 2005, Informe Ejecutivo GEM España, Madrid: Instituto de Empresa.
- VELASCO R. (1998), La creación de empresas en España, Círculo de empresarios vascos.
- VERHEUL, I., S. WENNEKERS, D. AUDRETSCH y R. THURIK (2001), «An Eclectic Theory of entrepreneurship», *Timbergen Institute Discussion Paper*, TI2001-030/3.
- VESPER, K. (1989), «When's the big idea», Frontiers of Entrepreneurship Research, Wellesley; Mass., Babson College, 334-343.
- WAGNER, J. (1994), «The post-entry performance of new small firms in German manufacturing industries», *The Journal of Industrial Economics*, vol. XLII, núm. 2, 141-154.
- Walsh, S. T., B. A. Kirchhoff y R. L. Roylan (1996), «Founder Back-grounds and Entrepreneurial Success: Implications for Core Competence Strategy Application to New Ventures», en P. D. Reynolds, S. Birley, J. E. Butler, W. D. Bygrave, P. Davidsson, W. B. Gartner y P. P. McDougall (eds.), Frontiers of Entrepreneurship Research, Babxon Park, M. A.: Center for Entrepreneurial Studies, Babson College, 146-154.
- YOUL LEE, S., R. FLORIDA y Z. Acs (2004), «Creativity and entrepreneurship: A regional Analysis of New Firm Formation», *Regional studies Journal of the Regional Studies Associattion*, vol. 38, núm. 8, 879-892.
- ZALEZNIK, A. (2004), «Gerentes y líderes: ¿son diferentes?», *Harvard Business Review*, vol. 82, núm. 1, 64-71.
- Zander, I. (2004), «El espíritu emprendedor en el ámbito geográfico. Fundamentos conceptuales e implicaciones para la formación de nuevos *clusters*», *Cuadernos de Economía y dirección de la empresa*, núm. 20, 9-34.