

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 determinadamente 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 panorama 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 consolidada¹, por lo que es conveniente caracterizar y estudiar ambas

¹ 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 (MCDUGALL, 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 MCDUGALL *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; AUDRETSCH *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 (MCDUGALL *et al.*, 1994).

5. 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 sen-

tido, 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 existentes². 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-

² 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?

