

RELACIÓN ENTRE FACTORES PERSONALES Y PROPENSIÓN A EMPRENDER

Constantino García Ramos, cgarr@unileon.es, Universidad de León
Almudena Martínez Campillo, amarc@unileon.es, Universidad de León
Roberto Fernández Gago, roberto.fernandez@unileon.es, Universidad de León

RESUMEN

El crecimiento económico y la creación de empleo en cualquier entorno económico se ven claramente condicionados por el espíritu emprendedor de sus agentes. El objetivo principal de este trabajo es la obtención de un mejor conocimiento acerca de los factores personales del emprendedor que influyen en dicha actividad. Con este propósito se ha llevado a cabo un análisis empírico sobre una muestra de 19.384 individuos españoles. Los resultados alcanzados permiten afirmar que la disposición de las habilidades y conocimientos necesarios, la capacidad para detectar oportunidades y la falta de temor al fracaso empresarial afectan positivamente sobre la probabilidad de que un individuo decida emprender. Por tanto, estos resultados pueden ser de utilidad, no sólo para ayudar a las distintas Administraciones Públicas a diseñar sus políticas y programas de fomento de creación de empresas, sino también para otros agentes implicados en la actividad emprendedora, tales como empresarios, trabajadores, instituciones financieras y población en general.

PALABRAS CLAVE: Determinantes de la actividad emprendedora, creación de empresas, espíritu emprendedor.

ABSTRACT

Economic growth and employment creation are affected by entrepreneurship in any business environment. The goal of this paper is to shed some light on the main factors that influence entrepreneurial behaviour. An empirical analysis over 19.384 people in Spain has been carried out with this purpose. According to the results, having the proper skills and knowledge, being able to detect opportunities and not being afraid of business failure affect positively on entrepreneurship. These results could be useful not only for the design of public policies promoting entrepreneurship but for other interested agents such as businessmen, workers, financial institutions and society.

KEY WORDS: Determinants of entrepreneurship, business creation, entrepreneurship.

1. INTRODUCCIÓN

Este estudio puede enmarcarse dentro de un contexto de búsqueda y desarrollo del bienestar social, lo cual constituye uno de los principales retos a los que se enfrentan los Gobiernos de los distintos países. En este sentido, la creación de empresas puede contribuir de manera importante a lograr el deseado bienestar para la

sociedad, al reducir el desempleo, incrementar la innovación y mejorar la competitividad (Acs *et al.*, 2006). De hecho, un conjunto de teorías de la evolución industrial vinculan la actividad emprendedora con el desarrollo de los países (Lambson, 1991; Hopenhayn, 1992; Jovanovic, 1994; Ericson y Pakes, 1995; Audretsch, 1995; Klepper, 1996). Además, varios estudios empíricos recientes, como el de Hart y Hanvey (1995) en Reino Unido, Callejón y Segarra (1999) en España, Reynolds (1999) en Estados Unidos, Fölster (2000) en Suecia y Audretsch y Fritsch (2002) en Alemania, entre otros, confirman que cuanto mayor sea la tasa de creación de nuevas empresas de un país, mayor será su nivel de crecimiento económico.

De acuerdo con lo anterior, parece interesante poder identificar aquellos factores que influyen de forma más determinante en el fomento de la creación de empresas, contribuyendo así a diseñar políticas más efectivas dirigidas a mejorar el espíritu emprendedor en la sociedad (Reynolds *et al.*, 2002). Es precisamente esta utilidad la que convierte a la creación de empresas en un tema de gran actualidad, no sólo entre los diversos agentes implicados en los procesos emprendedores, tales como gobiernos, asociaciones empresariales, entidades financieras, sindicatos y sociedad en general, sino entre los investigadores y académicos. La creación de empresas se ha convertido en un tema cada vez más recurrente de estudio e investigación, como lo demuestra el creciente aumento en el número y calidad de los trabajos realizados.

El presente estudio trata de desvelar qué rasgos personales del emprendedor le convierten en un individuo con una mayor propensión para emprender. En concreto, pretende confirmar la importancia de tres factores personales a la hora de poner en práctica una iniciativa empresarial: disponer de las habilidades y conocimientos requeridos para emprender, percibir buenas oportunidades de negocio y no tener miedo al fracaso. Para lograr tal objetivo, se realiza un análisis empírico a partir de una muestra de individuos españoles. Los resultados indican que los tres factores considerados discriminan adecuadamente entre aquellos que deciden emprender y aquellos que deciden no hacerlo.

El resto del trabajo ha sido estructurado como sigue: en la siguiente sección, después de analizar los distintos enfoques de estudio de la actividad emprendedora y tras revisar sus principales factores determinantes, tanto aquellos propios del entorno como los intrínsecos al propio emprendedor, se profundiza en los tres factores personales mencionados previamente y se proponen las hipótesis de trabajo. Seguidamente, se presentan la muestra, las variables y la metodología empleada. A continuación se comentan los resultados más relevantes del análisis empírico realizado. Finalmente, se proponen una serie de conclusiones y reflexiones sobre los resultados alcanzados.

2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y FACTORES DETERMINANTES

En el entorno económico que nos rodea, la creación de nuevas empresas está contribuyendo decisivamente a la reducción del desempleo y al mantenimiento de la estabilidad social. En esta línea, recientes investigaciones de naturaleza empírica señalan que los procesos emprendedores son un elemento determinante del crecimiento económico (Audretsch y Thurik, 2001; Audretsch *et al.*, 2001; Carree *et al.*, 2002), así como un vehículo indispensable para alcanzar altas cotas de competitividad e innovación en el mercado (Wennekers y Thurik, 1999). Ante esta realidad y la perpetua preocupación por reducir la tasa de desempleo o por mejorar la capacidad competitiva de las empresas, las Administraciones Públicas vienen respondiendo con el desarrollo de múltiples medidas para la promoción de la actividad emprendedora (Reynolds *et al.*, 2002).

Dado que son muchos los enfoques a la hora de estudiar la actitud emprendedora, cualquier análisis sobre creación de empresas requiere realizar previamente unas mínimas puntualizaciones sobre la terminología a emplear. Aunque existe un amplio consenso respecto a que la creación de empresas representa el motor de la economía de los países desarrollados, sin embargo, apenas hay acuerdo sobre qué es la actividad emprendedora. En definitiva, la literatura económica reconoce que la capacidad para emprender es un fenómeno multidimensional. Así, como señalan Gartner (1990) o Sexton y Kasarda (1992), entre otros, el espíritu emprendedor comprende un abanico bastante amplio de disciplinas como la sociología, la economía, la psicología, etc. En este sentido, McQuaid (2004) también reconoce la existencia de distintas perspectivas asociadas al concepto de emprendedor: el emprendedor como una función en la economía, el emprendedor creador de una nueva empresa, el emprendedor como propietario de una pequeña y mediana empresa, el emprendedor como un conjunto de características personales y, por último, el emprendedor como una forma de conducta.

Por otro lado, frecuentemente se considera que la actividad emprendedora es un conjunto de iniciativas empresariales que fomentan el cambio innovador. En esta línea se pronuncia Audretsch (1995), para quien el estímulo emprendedor consiste en un proceso de cambio. También la propia OCDE (2003; p. 11) define así el estímulo emprendedor considerando que “los empresarios son agentes del cambio y del crecimiento de una economía de mercado, siendo quienes pueden acelerar la generación, difusión y el uso de las ideas innovadoras”. Sin embargo, la simplicidad que conlleva definir de este modo a la actividad emprendedora supone una gran complejidad, dado que el estímulo emprendedor como cambio es una actividad que puede darse en múltiples niveles (individuo, proyecto, línea de negocio, empresa e incluso industria o región).

Por tanto, las dificultades para definir y medir la extensión de las actividades emprendedoras exigen relacionar aspectos individuales con aspectos agregados. Ello explica la necesidad de partir de una definición precisa de la figura del emprendedor¹ a nivel de individuo. Con este propósito, en el presente trabajo se toma como referencia la aportación de Wennekers y Thurik (1999), quienes presentan al emprendedor como un individuo dotado de capacidad para crear nuevas oportunidades económicas (nuevos productos, nuevos métodos de producción, nuevos esquemas organizativos y nuevas combinaciones de mercado-producto), por su cuenta, en equipo y fuera de las organizaciones existentes, y de introducir sus ideas en el mercado, haciendo frente a la incertidumbre y otros obstáculos, tomando decisiones sobre localización y utilización de los recursos y de las instituciones.

Respecto a los factores que influyen sobre el espíritu emprendedor de los individuos, en sucesivas investigaciones realizadas sobre el fenómeno de la creación de empresas se han considerado, con carácter general, dos grupos: por un lado, los factores del entorno y, por otro, los factores personales relativos al propio empresario, ambos con demostrada influencia sobre la creación y el desarrollo de las nuevas empresas (Audretsch y Fritsch, 1994; Comisión Europea, 2003; Keeble y Walker, 1994; OCDE, 2003).

Con referencia a los factores del entorno, se ha venido sistemáticamente ofreciendo soporte a un marco teórico donde se otorga una especial atención a la capacidad de influencia del entorno sobre el proceso de puesta en marcha de una nueva iniciativa empresarial. Existe cierto consenso sobre el sentido del efecto que algunas de estas variables del entorno poseen en relación con los procesos de creación de empresas. De este modo, destaca el efecto negativo que puede ejercer un entorno socioeconómico donde la presión competitiva sea muy elevada o la demanda efectiva reducida (Greene, 1998; Westhead y Moyes, 1992), donde las infraestructuras no resulten

¹ Una extensa revisión de la figura del emprendedor en la literatura puede encontrarse en Nijkamp (2003).

adecuadas o las empresas se ubiquen de forma dispersa y estén mal comunicadas (Audretsch y Fritsch, 1994; Glasser *et al.*, 1992; Krugman, 1991), donde la disponibilidad de recursos financieros susceptibles de ser empleados en nuevos proyectos empresariales sea escasa (Comisión Europea, 2003; Gompers y Lerner, 1999), donde la accesibilidad a materias primas, tecnologías innovadoras, servicios o recursos humanos sea compleja (Bamford *et al.*, 1996; Birley y Westhead, 1993; Keeble y Walker, 1994) y, finalmente, donde el entorno legal y administrativo estén excesivamente regulados o poco sensibilizados (Begley *et al.*, 1998; Welsch *et al.*, 1996). Por otro lado, se debe considerar que en los denominados entornos “*high-entrepreneurship*” se da un efecto de auto-refuerzo, que anima a nuevos emprendedores a iniciar una actividad empresarial, originando que el efecto agregado sobre el crecimiento económico se amplifique (Bygrave y Minniti, 2000).

Junto a estos factores del entorno capaces de propiciar la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales, también podemos apuntar un conjunto más o menos claro de rasgos, aspiraciones y comportamientos extendidos entre los emprendedores. No obstante, hemos de hacer mención explícita al intenso debate sobre el carácter innato o adquirido de estas habilidades y comportamientos empresariales. Pese a reconocer la importancia del carácter congénito de una parte de los atributos del emprendedor, también se admite la posibilidad de adquirir formación en algunos de los conocimientos y aptitudes propios del empresario (Timmons, 1999).

Con independencia de esta controversia, la literatura incide sistemáticamente sobre algunos aspectos que suelen coincidir en la figura del emprendedor y que tienden a desembocar en la puesta en marcha de una empresa: la capacidad para percibir oportunidades (Lundström y Stevenson, 2005; Shane, 2003), la propensión a asumir riesgos y la ausencia de miedo al fracaso (Cross y Travaglione, 2003; Gartner, 1990; Lambing y Kuehl, 1997), la formación recibida y la experiencia acumulada (Lundström y Stevenson 2005; Reynolds, 1997; Timmons, 1999; Zapalska, 1997), la necesidad de realización (Shane *et al.*, 1991), el control interno (Gartner, 1990; Kaufman *et al.*, 1995), la necesidad de independencia (Shane *et al.*, 1991; Janssen y Kolvereid, 1992) y el temor a situaciones como el desempleo o bloqueo profesional (Ripollés, 1995).

Aunque el estudio de los factores que influyen sobre la creación de nuevas empresas ha recibido un gran interés por parte de la literatura académica, todavía se desconoce bastante, al menos desde el punto de vista empírico, acerca del perfil del individuo con mayor probabilidad de convertirse en emprendedor. Por esta razón, este trabajo se centra sobre tres factores personales que pueden discriminar entre los individuos que deciden emprender y aquellos que eligen no hacerlo: la disposición de unos conocimientos y habilidades necesarios, la capacidad para reconocer las oportunidades de negocio y el temor al fracaso empresarial. En concreto, nuestro interés reside en explorar cómo influyen estos tres factores personales sobre la actividad emprendedora de los individuos.

En primer lugar, para que un individuo se plantee poner en marcha un negocio deberá sentirse en posesión de las habilidades y conocimientos necesarios para hacerlo, pues nadie actuando racionalmente se enfrenta de forma voluntaria a situaciones que no sabe cómo resolver. En este sentido, la literatura señala que un elemento fundamental para iniciar una actividad de creación de empresas es el stock de conocimientos y habilidades que el potencial emprendedor posee en base a su experiencia previa y educación (Ihrig *et al.*, 2006). Cuando un individuo dispone de una formación académica y profesional adecuada y/o tiene experiencia como emprendedor, puede acumular un stock de conocimientos que le permitirá aumentar su nivel de confianza en sí mismo y que le será de gran ayuda a la hora de tomar decisiones emprendedoras (Minniti y Bygrave, 2001). En línea con este argumento se propone la siguiente hipótesis:

H₁: Cuanto mayor sea la percepción de que se poseen los conocimientos y habilidades necesarios para crear una empresa, mayor será la probabilidad de emprender.

Además, un individuo se animará a poner en marcha una nueva empresa si detecta que hay una oportunidad de negocio que puede aprovechar (Shane, 2003). En cuanto a la percepción de oportunidades, “cada individuo está enfrente de una oportunidad rentable. Algunos individuos la verán y otros no. De aquellos que la ven, algunos la seguirán y otros no. Los individuos que aprovechan la oportunidad se vuelven empresarios y los demás no” (Minniti y Bygrave, 1999: 42). Reconocer las oportunidades parece ser, por tanto, un elemento distintivo claro de los emprendedores. Así, de acuerdo con este argumento, se formula la siguiente hipótesis:

H₂: Cuanto mayor sea la percepción de oportunidades de negocio, mayor será la probabilidad de emprender.

Por otro lado, la asunción de riesgos es una parte esencial de la actividad empresarial (Erikson, 2002). Una de las causas más frecuentes de que no se inicie una actividad de creación de empresas o de que se abandone en el camino es el temor a que fracase². En efecto, el miedo al fracaso constituye una importante barrera psicológica que frena a muchos emprendedores potenciales y los hace menos proclives a abordar iniciativas de creación de empresas (Steward y Roth, 2001). En base a ello se plantea la siguiente hipótesis:

H₃: Cuanto menor sea el miedo a fracasar con la puesta en marcha un negocio, mayor será la probabilidad de emprender.

3. METODOLOGÍA

Selección de la muestra

Esta investigación ha sido desarrollada en el marco del Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) para España. Dicho Proyecto, cuya coordinación corresponde a dos importantes centros de investigación reconocidos a nivel internacional (Babson College y London Business School), es una ambiciosa iniciativa desarrollada por Universidades, Institutos de Investigación e Instituciones de Fomento de creación de empresas de varios países, con el propósito de diagnosticar, con una periodicidad anual, la evolución de la actividad emprendedora en su respectivo ámbito geográfico.

El trabajo de campo se realizó entre abril y julio de 2005 y consistió en una encuesta telefónica realizada a una muestra aleatoria de individuos. El cuestionario empleado en este estudio es el utilizado según la metodología del Proyecto GEM, que es común en todos los países y regiones donde se lleva a cabo. El empleo del programa CATI (Computer Assistance Telephone Interview) permitió el correcto desarrollo, grabación y codificación de la entrevista.

La población objeto del estudio estaba integrada por 28.738.616 personas con edades comprendidas entre los 18 y 65 años y con residencia en España en el año 2005, tomando una muestra de 19.384 individuos (De la Vega *et al.*, 2005). El muestreo llevado a cabo fue multietápico. En primer lugar se procedió a la selección aleatoria de las ciudades y municipios en las provincias de España, según cuotas de población residente en municipios mayores y menores de 5.000 habitantes, para que estuviese representada tanto la población urbana como la rural, respectivamente. Posteriormente, se obtuvieron aleatoriamente los números de teléfono correspondientes a cada

² En este trabajo, el miedo al fracaso es considerado como una única variable que recoge tanto la propensión al riesgo del propio emprendedor como su percepción del riesgo (Mullins y Forlani, 2005).

municipio y, finalmente, se seleccionaron los individuos adultos, realizando un estricto control de las muestras de cada estrato con objeto de que se diese una adecuada representación por edad, género y municipio.

El total de cuestionarios obtenidos fue de 19.384, lo que supuso un error del $\pm 0,70\%$ y un nivel de confianza del 95%.

Medida de las variables

La *variable dependiente* del estudio mide la probabilidad de que un individuo español con edad comprendida entre los 18 y 65 años adopte la decisión de emprender un negocio. Dicha variable es denotada como *ENTREP* y constituye una variable dicotómica, que adopta el valor 1 en caso afirmativo y el valor 0 en caso contrario. Excluyendo todos los casos perdidos, el número de observaciones válidas para efectuar la regresión logística fue de 10.534. De ellas, 695 reflejan individuos que reconocieron haber desarrollado algún tipo de actividad emprendedora.

Las *variables independientes* también fueron de naturaleza dicotómica, tomando los valores 1 y 0 en función de la respuesta afirmativa o negativa proporcionada por el sujeto entrevistado, respectivamente. En concreto, fueron definidas de la siguiente forma:

- Para hacer operativas las habilidades para la creación de empresas se recurrió a la variable *SKILL*, que mide si el encuestado considera que posee los conocimientos y las habilidades necesarias para emprender.
- Para cuantificar la valoración de las oportunidades existentes para la creación de empresas se utilizó la variable *OPORT*, que mide si el individuo encuestado percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses.
- El miedo al fracaso manifestado por el individuo fue recogido mediante la variable *FEAR*.

Las *variables de control* utilizadas en nuestro análisis son tres características socio-demográficas de los individuos: la edad exacta en el momento de la entrevista (variable numérica), el género (variable *dummy* que toma el valor 1 si el entrevistado es un hombre y el valor 0 si es una mujer) y el nivel de ingresos mensual (variable categórica recodificada como 1, 2 ó 3 en función de que el valor del percentil correspondiente pertenezca al primer, segundo o tercer intervalo).

Especificación del modelo

Para corroborar si las habilidades para crear empresas, la percepción de oportunidades y el miedo al fracaso influyen sobre la probabilidad de que un individuo decida realizar una actividad emprendedora, se desarrolló un análisis explicativo que pretendía identificar y cuantificar el grado de incidencia de cada uno de estos factores. La técnica estadística más idónea para llevar a cabo dicho análisis es la regresión logística, que resulta indicada para la explicación de fenómenos en los que la variable dependiente es binaria, no existiendo restricciones respecto a la naturaleza de las independientes. Además, el tamaño de la muestra y la ausencia de altos niveles de multicolinealidad permitieron aplicar con garantías dicha técnica.

4. RESULTADOS

La Tabla 1 presenta los principales estadísticos descriptivos (media y desviación típica) de las variables del estudio.

Tabla 1. Estadísticos descriptivos

Variables	N	Media	Desv. Típ.
1. ENTREP	19384	0,060	0,230
2. OPORT	14414	0,374	0,484
3. SKILL	18509	0,478	0,499
4. FEAR	18622	0,479	0,499
5. GENDER	19384	1,530	0,499
6. AGE	19384	43,640	12,868
7. INCOME	14918	1,908	0,813

Por su parte, la Tabla 2 presenta la matriz de coeficientes de correlación entre ellas. A la vista de esta tabla es posible deducir que no existe una elevada correlación entre las variables independientes analizadas. De hecho, cabe esperar la existencia de multicolinealidad cuando algún coeficiente de correlación es mayor que 0.7 en valor absoluto (Caridad, 1998).

Tabla 2. Matriz de coeficientes de correlación

	1. ENTREP	2. OPORT	3. SKILL	4. FEAR	5. GENDER	6. AGE	7. INCOME
1. ENTREP N 19384	1						
2. OPORT N 14414	,076**	1					
3. SKILL N 18509	,200**	,132**	1				
4. FEAR N 18622	-,120**	-,070**	-,264**	1			
5. GENDER N 19384	-,052**	-,031**	-,042**	,049**	1		
6. AGE N 19384	-,040**	-,041**	-,028**	,002	,035**	1	
7. INCOME N 14918	,060**	,099**	,118**	-,072**	-,058**	-,019*	1

† p < 0.10; * p < 0.05; ** p < 0.01; *** p < 0.001

La Tabla 3 recoge los resultados obtenidos tras efectuar la regresión logística, así como la bondad del ajuste y la capacidad predictiva del modelo. A la vista de estos resultados es posible afirmar que las tres variables explicativas, *OPORT*, *SKILL* y *FEAR*, resultan significativas para explicar la probabilidad de que un individuo español con edad comprendida entre los 18 y 65 años opte por crear una nueva empresa.

Mientras las variables *SKILL* y *OPORT*, indicativas de la posesión de las habilidades necesarias para crear empresas y de la percepción de oportunidades para hacerlo respectivamente, afectan de forma positiva y significativa sobre la probabilidad de emprender, la variable *FEAR*, relativa al temor al fracaso empresarial, tiene un coeficiente negativo y significativo que indica que reduce la propensión a abordar una iniciativa empresarial. Estos resultados, por tanto, permiten validar las tres hipótesis propuestas. En base a ellos, es posible concluir que la probabilidad de que un individuo decida realizar una actividad de creación de empresas depende principalmente de que posea los conocimientos y habilidades necesarios para emprender y de que perciba buenas oportunidades en el entorno para hacerlo. Además, del análisis también se desprende que el miedo al fracaso frena significativamente su iniciativa para crear una nueva empresa.

Tabla 3. Estimación del modelo de regresión logística

LOGIT // Variable Dependiente: PROBABILIDAD DE EMPRENDER				
Nº total de observaciones: 10.534				
Nº de observaciones con variable dependiente 0: 9.839				
Variabales Independientes	β	E.T.	Wald	Exp (β)
SKILL	1,816***	,122	221,314	6,150
OPORT	,398***	,082	23,706	1,489
FEAR	-,668***	,095	49,611	,513
GENDER	-,390***	,082	22,393	,677
AGE	-,013***	,003	15,260	,987
INCOME	,186***	,050	13,729	1,204
Constante	-3,152***	,240	172,134	,043
-2LL value: 4505,166				
Chi-cuadrado: 616,585***				
R ² Nagelkerke: 14,8%				
% correctamente clasificado: 93,4				
† p < 0.10; * p < 0.05; ** p < 0.01; *** p < 0.001				

Respecto a las variables de control, se observa que las características socio-demográficas de los individuos afectan sobre su propensión a crear nuevas empresas. En concreto, de los resultados se deduce que son las mujeres, los sujetos más jóvenes y aquellos con mayor nivel de ingresos los que tienen mayor probabilidad de convertirse en emprendedores.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

El objetivo principal del trabajo empírico efectuado ha sido confirmar la influencia de ciertos factores sobre la actividad emprendedora: habilidades, oportunidad y miedo al fracaso.

Comenzando por el factor que resultó más influyente en la actividad emprendedora en España, es decir, la posesión de los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, hay que señalar que, aunque hay empresarios que se han hecho a sí mismos y su experiencia emprendedora le capacita para afrontar nuevas iniciativas (Bygrave y Minniti, 2000), sin embargo, en los distintos niveles educativos se podrían fomentar dichos conocimientos y habilidades. En este sentido, mientras que autores como Jansen y Havnes (2002) afirman que la persona que decide poner en marcha un negocio necesita disponer de una inclinación intrínseca o innata, otros como Krueger y Brazeal (1994) señalan que los emprendedores se hacen, no nacen.

En este sentido, sería aconsejable que desde los niveles educativos inferiores se promoviese el espíritu emprendedor entre los más jóvenes y se les proporcionase en niveles educativos superiores, como en la Formación Profesional y sobre todo a nivel universitario, la formación, las habilidades y los conocimientos necesarios para llevar a cabo una actividad emprendedora.

Las opiniones de los expertos de España recogidas en el cuestionario que se les envió para llevar a cabo el Proyecto GEM y complementar así los datos de la Encuesta de Población Adulta APS (Adult Population Survey), viene a corroborar esta opinión (De la Vega *et al.*, 2006). Si nos fijamos en el nivel de estudios de los emprendedores en España durante 2005, se observa que aunque el 13% y el 36% tenía, respectivamente, estudios universitarios medios y superiores, el resto sólo había cursado estudios de educación secundaria (24%), educación primaria (25%), y un 2% carecía de estudios. Ante estas cifras, resulta evidente la necesidad de un esfuerzo en materia de política educativa para aumentar el nivel formativo de los emprendedores.

En segundo lugar, dado que la existencia de buenas oportunidades para emprender influye claramente en la creación de empresas según los resultados obtenidos, resulta interesante conocer cómo se percibe el potencial de la situación coyuntural de España en este sentido. Para ello, se puede acudir al Indicador de Clima Industrial (ICI), que refleja el mayor o menor optimismo de los empresarios respecto a la situación actual de la actividad industrial y sus perspectivas de evolución futura. El ICI forma parte de la Encuesta de Coyuntura Industrial elaborada por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España a partir de opiniones empresariales y es el indicador sintético más importante de los existentes sobre esta materia.

Según las opiniones de los empresarios, el ICI en España reflejó en diciembre de 2006 un incremento interanual de 5 puntos y ha recuperado los valores positivos por primera vez en los últimos seis años (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2006). La mejora del ICI se debió al incremento que se produjo en el sector de bienes de inversión, el sector de bienes intermedios, y el denominado “otros sectores” (industrias extractivas, refino de petróleo, coquerías y combustibles nucleares), mientras que el sector de bienes de consumo se mantuvo invariable. Así pues, la situación existente anima al optimismo en el desarrollo de nuevos negocios.

Por otro lado, aunque también existen negocios que son creados por necesidad más que por oportunidad, lo cierto es que aquéllos constituyen una minoría. De acuerdo con la Encuesta APS, los que pusieron en marcha una iniciativa emprendedora durante el año 2005 lo hicieron mayoritariamente por oportunidad (83,3%) frente a los que lo hicieron por necesidad (16,7%) (De la Vega *et al.*, 2005).

Por último, en cuanto al miedo al fracaso, como tercer factor que de manera significativa afecta en la creación de empresas en España, según los resultados obtenidos, es habitual que los emprendedores tengan este temor, lo que puede frenar sensiblemente la puesta en marcha de nuevos negocios. Esta situación puede tener su explicación en el elevado número de empresas que, bajo diversas formas jurídicas, cierran todos los años sus instalaciones y dejan de operar, con el consiguiente perjuicio económico para la sociedad (Perry, 1998).

Además, hay que tener presente que se dan unas mayores tasas de fracaso entre las empresas nuevas, sobre todo en los primeros años de vida (Timmons, 1990). Por otra parte, el cierre de negocios es también mayor entre las empresas más pequeñas, aspecto especialmente relevante dado el importante papel que juegan en la economía de cualquier país (Perry, 2001).

En España, el cierre de negocios es elevado. Así por ejemplo, tomando como referencia los datos ofrecidos por el INE (2005), frente a las 374.094 nuevas empresas creadas en el año 2004 bajo diversas formas jurídicas (351.910 altas puras y 22.184 reactivaciones), un total de 251.539 empresas causaron baja, de las cuales 184.562 correspondían a negocios pertenecientes a empresarios individuales. Estas cifras dan una idea del gran porcentaje de cierres que se dan todos los años, lo que en cierta medida justifica que el miedo al fracaso se haya convertido en este contexto en un importante factor que frena la actividad emprendedora.

6. BIBLIOGRAFÍA

Acs, Z.; Audretsch, P.; Braunerhjelm, B. (2006): “The missing link: The knowledge filter and entrepreneurship in endogenous growth”, en Audretsch D (Ed.): *Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.

Audretsch, D. (1995): *Innovation and industry evolution*. Cambridge, MA: MIT Press.

- Audretsch, D.; Carree, M.; Thurik, R. (2001): "Does entrepreneurship reduce unemployment?", *Tinbergen Institute Discussion Paper*, 01-074/3.
- Audretsch, D.; Fritsch, M. (1994): "The geography of firm births in Germany", *Regional Studies*, Vol. 28, N. 4, pp. 359-365.
- Audretsch, D.; Fritsch, M. (2002): "Growth regimes over time and space", *Regional Studies*, Vol. 36, N. 2, pp. 113-124.
- Audretsch, D.; Thurik, A. R. (2001): "What is new about the new economy: sources of growth in the managed and entrepreneurial economies", *Industrial and Corporate Change*, Vol. 10, N. 1, pp. 267-315.
- Bamford, C.; Dean, T.; McDougall, P. (1996): "Initial founding conditions and new firm performance: a longitudinal study integrating predictions from multiple perspectives", en P.D. Reynolds; S. Birley; J.E. Butler; W.D. Bygrave; P. Davidsson; W.B. Gartner y P. McDougall [ed.]: *Frontiers of Entrepreneurship Research 1996*, pp. 465-479. Wellesley, MA: Babson College.
- Begley, T.M.; Tan, W.L.; Schoch, H. (1998): "Politico-economic factors associated with interest in starting a business: a study of Pacific Rim Countries", en P.D. Reynolds; W.D. Bygrave; N.M.; Carter; S. Manigart; C. Mason; G.D. Meyer y K. Shaver [ed.]: *Frontiers of Entrepreneurship Research 1998*. Wellesley, MA: Babson College.
- Bygrave, W; Minniti, M. (2000): "The social dynamics of entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 24, N. 3, pp. 25-36.
- Birley, S.; Westhead, P. (1993): "New venture environments: the owner-manager's view", en S. Birley; I.C. MacMillan y S. Subramony [ed.]: *Entrepreneurship Research: Global Perspectives*, pp. 207-247. Amsterdam: North-Holland.
- Callejón, M.; Segarra, A. (1999): "Business dynamics and efficiency in industries and regions. The case of Spain", *Small Business Economics*, Vol. 13, N. 4, pp. 253-271.
- Caridad, J.M. (1998): *Econometría: Modelos Económicos y Series Temporales*. Barcelona: Reverté, S.A.
- Carree, M.; Van Stel, A.; Thurik, R.; Wennekers, S. (2002): "Economic development and business ownership: An analysis using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996", *Small Business Economics*, Vol. 19, N. 3, pp. 271-290.
- Comisión Europea (2003): "Competence development in SMEs". *Observatory of European SMEs*, N. 1. Bruselas: Comisión Europea.
- Cross, B.; Travaglione, A. (2003): "The untold story: is the entrepreneurship of the 21th century defined by emotional intelligence?", *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 11, N. 3, pp. 221-228.
- De la Vega, I.; Coduras, A.; Cruz, C.; Justo, R.; Nogueira, M.P. (2006): *Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo GEM España 2005*. Madrid: Instituto de Empresa Business School.
- Ericson, R.; Pakes, A. (1995): "Markov-perfect industry dynamics: A framework for empirical work", *Review of Economic Studies*, Vol. 62, N. 1, pp. 53-82.
- Erikson, T. (2002): "Entrepreneurial capital: the emerging venture's most important asset and competitive advantage", *Journal of Business Venturing*, Vol. 17, pp. 275-290.
- Fölster, S. (2000): "Do entrepreneurs create jobs?", *Small Business Economics*, Vol. 14, N. 2, pp. 137-148.
- Gartner, W. (1990): "What are we talking about when we talk about entrepreneurship?", *Journal of Business Venturing*, Vol. 5, N. 1, pp. 15-28.

- Glasser, E.; Kallal, H.; Scheinkman, J.; Shleifer, A. (1992): "Growth in cities", *Journal of Political Economy*, Vol. 100, N. 6, pp. 1126- 1152.
- Gompers, P.; Lerner, J. (1999): *The venture capital cycle*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Greene, P. (1998): "Dimensions of perceived entrepreneurial obstacles". en P.D. Reynolds; W.D. Bygrave; N.M. Carter; S. Manigart; C. Mason; G.D. Meyer y K. Shaver [ed.]: *Frontiers of Entrepreneurship Research 1998*. Wellesley, MA: Babson College.
- Hart, M.; Hanvey, E. (1995): "Job generation and new and small firms: Some evidence from the late 1980s", *Small Business Economics*, Vol. 7, N. 2, pp. 97-109.
- Hopenhayn, H.A. (1992): "Entry, exit and firm dynamics in long run equilibrium", *Económetrica*, Vol. 60, N. 5, pp. 1127-1150.
- INE (2005): *El Directorio Central de Empresas (DIRCE). Resultados Estadísticos 2005*. Tomo I. Datos de Empresas. Madrid: INE.
- Ihrig M.; Knyphausen-Aufseß, D.; Gorman, C.O. (2006): "The knowledge-based approach to entrepreneurship: linking the entrepreneurial process to the dynamic evolution of knowledge", *International Journal of Knowledge Management Studies*, Vol. 1, N. ½, pp. 38-58.
- Jenssen, J.I.; Havnes, P.A. (2002): "Public intervention in the entrepreneurial process. A study based on three Norwegian cases", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 8, N. 3, pp. 173-187.
- Krueger, N.F.; Brazeal, D.V. (1994): "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 18, N. 3, pp. 91-104.
- Jenssen, S.; Kolvereid, L. (1992): "The entrepreneurs' reasons leading to start-up as determinants of survival and failure among Norwegian new ventures", en S. Birley, e I.C. MacMillan [ed.]: *International perspectives on entrepreneurship research*. Londres: Elsevier Science Publishers.
- Jovanovic, B. (1994): "Entrepreneurial choice when people differ in their management and labor skills", *Small Business Economics*, Vol. 6, N. 3, pp. 185-192.
- Kaufman, P.; Welsh, D.; Bushmarin, N. (1995): "Locus of control and entrepreneurship in the Russian Republic", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 20, N. 1, pp. 43-56.
- Keeble, D.; Walker, S. (1994): "New firms, small firms and dead firms spatial patterns and determinants in the United Kingdom", *Regional Studies*, Vol. 28, N. 4, pp. 411-427.
- Klepper, S. (1996): "Entry, exit, growth, and innovation over the product life cycle", *American Economic Review*, Vol. 86, N. 3, pp. 562-583.
- Krugman, P. (1991): "Increasing returns and economic geography", *Journal of Political Economy*, Vol. 99, N. 3, pp. 483-499.
- Lambing, P.; Kuehl, C. (1997): *Entrepreneurship*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Lambson, V.E. (1991): "Industry evolution with sunk costs and uncertain market conditions", *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 9, N. 2, pp. 171-196.
- Lundström, A.; Stevenson, L.A. (2005): *Entrepreneurship Policy: Theory and practice*. New York, NY: Springer Book Series.
- McQuaid, R.W. (2004): "Entrepreneurship and regional development policies", *Congress organised at the University of Minnesota of "Entrepreneurship and Regional Development"*.

- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2006): *Encuesta de Coyuntura Industrial: Indicador de Clima Industrial*. Disponible en: <http://www.mityc.es/Coyuntura/DatosDetalladosEspana/DatosIndustria/ICI/> (accedido 23/03/2007).
- Minniti, M.; Bygrave, W. (1999): "The microfoundations of entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and practice*, Vol. 23, N. 4, pp. 41-52.
- Minniti, M.; Bygrave, W. (2001): "A dynamic model of entrepreneurial learning", *Entrepreneurship: Theory and practice*, Vol. 25, N. 3, pp. 5-16.
- Mullins, J.W.; Forlani, D. (2005): "Missing the boat or sinking the boat: A study of new venture decision making", *Journal of Business Venturing*, Vol. 20, N. 1, pp. 47-69.
- Nijkamp, P. (2003): "Entrepreneurship in a modern network economy", *Regional Studies*, Vol. 37, N. 4, pp. 395-405.
- OCDE (2003): *Entrepreneurship and local economic development. Programme and Policy Recommendations*. París: OCDE.
- Perry, S.C. (1998): *An exploratory study of U.S. small business failures and the influence of relevant experience and planning*. Ann Arbor, MI: UMI Dissertation Services.
- Perry, S.C. (2001): "The relationship between written business plans and the failure of small businesses in the U.S.", *Journal of Small Business Management*, Vol. 39, N. 3, pp. 201-208.
- Reynolds, P.D. (1997): "New and small firms in expanding markets", *Small Business Economics*; Vol. 9, N. 1, pp. 79-84.
- Reynolds, P.D. (1999): "Creative destruction: Source or symptom of economic growth?", en Z.J. Acs; B. Carlsson y C. Karlsson [ed.]: *Entrepreneurship, small and medium-sized enterprises, and the macroeconomy*, pp. 97-136. Cambridge: Cambridge University Press.
- Reynolds, P.D.; Bygrave, W.D.; Autio, E.; Cox, L.W.; Hay, M. (2002): *Global Entrepreneurship Monitor, 2002. Executive Report*. Wellesley, MA: Babson Collage.
- Ripollés, M. (1995): "El emprendedor y sus mitos", *Dirección y Organización*; N. 15, pp. 36-44.
- Sexton, D. y Kasarda, J. (1992): *The state of art of entrepreneurship*. Boston, MA: Pws-Kent Publishing Company.
- Shane, s. (2003): *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*. Edward Elgar: Cheltenham, UK.
- Shane, S.; Kolvereid, L.; Westhead, P. (1991): "An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender", *Journal of Business Venturing*, Vol. 6, N. 6, pp. 431-446.
- Steward, W.; Roth, P. (2001): "Risk-taking propensity differences between entrepreneurs and managers: A metaanalytic review", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 86, N. 1, pp. 145-153.
- Timmons, J.A. (1990): *New venture creation: Entrepreneurship in the 1990s*. 3ª ed. Homewood, IL: Irwin.
- Timmons, J.A. (1999): *New venture creation: Entrepreneurship for the 21th Century*. 5ª ed. Boston, MA: Irwin/McGraw-Hill.
- Welsch, H.; Roberts, J.; Pistrui, D. (1996): "Barriers to entrepreneurship in a transition economy: the Romanian case". en P.D. Reynolds; S. Birley; J.E. Butler; W.D. Bygrave; P. Davidsson; W.B. Gartner y P. McDougall [ed.]: *Frontiers of Entrepreneurship Research 1996*. Wellesley, MA: Babson College.

Wennekers, A.; Thurik, R. (1999): "Linking entrepreneurship and economic growth", *Small Business Economics*, Vol. 13, N. 1, pp. 27-55.

Westhead, P.; Moyes, A. (1992): "Reflections on Thatcher's Britain: evidence from new production firm registrations 1980-88", *Entrepreneurship and Regional Development*; Vol. 4, N. 1, pp. 21-56.

Zapalska, A. (1997): "Profiles of polish entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, Vol. 35, N. 2, pp. 111-117.