

Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado

Constantino García Ramos • Almudena Martínez Campillo • Roberto Fernández Gago
Universidad de León

RECIBIDO: 7 de octubre de 2007

ACEPTADO: 3 de julio de 2008

Resumen: El presente trabajo pretende analizar qué factores individuales del emprendedor pueden condicionar su iniciativa empresarial y el éxito esperado de esta. Para alcanzar ese objetivo se parte de una muestra de 19.384 individuos españoles y se realiza un estudio empírico con dos partes diferenciadas. Por un lado, se aplica un análisis de diferencias para averiguar si existen o no distancias estadísticamente significativas entre emprendedores y no emprendedores respecto de sus características personales, así como entre distintos tipos de emprendedores en función del tiempo que llevan al frente de su negocio. Por otro lado, se emplea el método de Heckman (1979) en dos etapas para estimar simultáneamente los factores personales que influyen sobre la propensión a emprender y sobre el resultado esperado de la iniciativa empresarial, replicando dicho análisis en función de la fase del proceso emprendedor en que se encuentre el individuo. Los hallazgos derivados de estos análisis pueden resultar útiles tanto para los agentes implicados en la actividad emprendedora —empresarios, trabajadores, instituciones financieras y población en general— como para ayudar a las distintas Administraciones Públicas a la hora de diseñar sus políticas y programas de fomento de creación de empresas.

Palabras clave: Creación de empresas / Temor al fracaso / Oportunidades de negocio / Habilidad para emprender / Éxito esperado de la iniciativa emprendedora / Método de Heckman dos etapas.

The Features of Entrepreneurs Influencing Business Creation and Success Expectancy

Abstract: The article aims to know the effects of individual factors on entrepreneurship and success expectancy. The empirical analysis was carried out on a sample of 19.384 people in Spain and consisted of two parts. Firstly, individual differences between entrepreneurs and non entrepreneurs were calculated. Besides, entrepreneurs were analysed according to the time they had been running their business. Secondly, Heckman's two-stage method (1979) was used to estimate the effect of individual factors on the tendency to start a new business and the success expectancy. This analysis was repeated taking into account the stage of the entrepreneurship process. The results of the analysis could be useful not only for the design of public policies promoting entrepreneurship but for businessmen, workers, financial institutions and the general public.

Key Words: Entrepreneurship / Fear to failure / Business opportunity / Entrepreneurial ability / Success expectancy / Heckman's two-stage method.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio¹ puede enmarcarse dentro de un contexto de búsqueda y desarrollo del bienestar social, lo que constituye uno de los principales retos a los que se enfrentan los Gobiernos de los distintos países. Efectivamente, la creación y el desarrollo de nuevas empresas contribuye decisivamente a lograr el deseado bienestar para la sociedad, dado que permite incrementar el nivel de empleo, impulsar la innovación y mejorar la competitividad (Acs *et al.*, 2006). En este sentido, un conjunto de teorías de la evolución industrial han vinculado la actividad emprendedora de los países con su grado de desarrollo económico (Jovanovic, 1994; Ericson y Pakes, 1995; Audretsch, 1995; Klepper, 1996). Además, estudios empíricos más recientes, como los 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.

Derivado de lo anterior, parece interesante poder identificar aquellos factores que influyen de forma más determinante en el fomento de la actividad emprendedora de un país, contribuyendo así a diseñar políticas más efectivas dirigidas a mejorar el espíritu emprendedor de la sociedad. Es, precisamente, esta utilidad la que convierte la creación de empresas en un tema de gran actualidad, no sólo entre los diversos agentes implicados en el proceso emprendedor —Gobiernos, asociaciones empresariales, entidades financieras, sindicatos y sociedad en general—, sino también entre los investigadores y académicos.

Nuestro trabajo pretende añadir conocimiento a ese respecto en el ámbito de la creación de empresas o *entrepreneurship*, analizando los factores que afectan en el proceso de creación y éxito empresarial dentro de la economía española. No obstante, la existencia de un extenso grupo de teorías respecto de los determinantes de dicho proceso exige delimitar previamente el marco de referencia del estudio. Para ello se utiliza la clasificación de Veciana (1999), que distingue cuatro grandes enfoques teóricos en el estudio de la actividad emprendedora: el *económico*, que pretende explicar la función del empresario y la creación de empresas sobre la base de la racionalidad económica; el *institucional*, que considera que el marco institucional determina el espíritu empresarial en un determinado momento y lugar; el *psicológico*, que establece que el individuo que crea una empresa tiene unas características personales distintas de los demás; y el *gerencial*, que supone que la creación de empresas es fruto de un proceso racional de decisión en el cual son fundamentales los conocimientos del emprendedor sobre dirección de empresas. Además, para cada uno de estos cuatro enfoques, Veciana (1999) considera tres niveles de análisis: el *individual* u orientado hacia el sujeto; el *empresarial* u orientado hacia la empresa; y el *global* u orientado hacia la economía.

La definición del nivel de análisis, además de ser importante en relación con el diseño del estudio empírico, resulta esencial para seleccionar los enfoques teóricos que han de sustentar cualquier investigación en el campo del *entrepreneurship* (Davidsson y Wiklund, 2001). De este modo, cabe concretar que nuestro estudio se va a realizar a nivel individual, apoyándose en los enfoques psicológico y gerencial, basados ambos en la figura del emprendedor. En este marco de referencia, dos son los principales objetivos del estudio. Primero, averiguar la importancia que tienen en la actividad emprendedora en general, así como en las primeras etapas del proceso de creación de empresas en particular, tres factores personales propios del emprendedor: la ausencia de miedo al fracaso, la capacidad para detectar oportunidades de negocio y la percepción de que se poseen los conocimientos y habilidades requeridos para emprender. Segundo, determinar

cómo afectan esas características individuales sobre el éxito esperado por el emprendedor respecto de las iniciativas desarrolladas.

La comunidad académica ha reconocido que todavía se desconocen muchas cuestiones con respecto al proceso de creación y desarrollo de una empresa (Reynolds *et al.*, 2005). En particular, con respecto al primer objetivo de nuestro trabajo, la literatura advierte que el estudio de las características diferenciales de los individuos que abordan una iniciativa emprendedora constituye un elemento clave para comprender el proceso emprendedor en su conjunto (Shane *et al.*, 2003; Baron, 2004). En relación con el segundo objetivo, dado que el resultado de una iniciativa emprendedora es lo que determina su contribución efectiva a la creación de riqueza y al desarrollo económico de un país, el estudio de los factores individuales que afectan sobre el éxito del proceso emprendedor también resulta una cuestión esencial en esta línea de investigación (Herron y Robinson, 1993). En nuestro caso, como el estudio se realiza a nivel individual, se tratará de explicar la percepción del éxito del propio emprendedor en la medida en que el resultado de sus iniciativas empresariales va a depender de sus propias expectativas, aspiraciones y habilidades (Ucbasaran *et al.*, 2001).

Para alcanzar ambos objetivos se efectúa un estudio que consta de dos partes claramente diferenciadas. En primer lugar, se realiza un análisis de diferencias para averiguar si existen o no distancias estadísticamente significativas entre las características personales de no emprendedores y emprendedores, así como entre estos en función del tiempo que lleven al frente de su negocio. Además, en relación con estos últimos también se examina si difieren sustancialmente los resultados esperados de sus respectivas actividades empresariales. En segundo lugar, se aplica el método de Heckman (1979) en dos etapas, que es una técnica estadística multivariante que permite estimar conjuntamente las características personales que afectan en la propensión a emprender y en el resultado esperado de la actividad emprendedora. Dicho análisis se replica distinguiendo entre emprendedores atendiendo a la fase del proceso de creación de empresas en que se encuentren.

En consecuencia, este trabajo contribuye a enriquecer la literatura existente por las siguientes razones. *Primero* porque analiza conjuntamente las características de los individuos que afectan tanto a la probabilidad de emprender como a sus expectativas respecto del éxito de las iniciativas abordadas. Aunque muchas investigaciones han analizado la influencia de los factores personales del emprendedor en el proceso de creación de empresas, el estudio de su propia percepción del resultado empresarial apenas ha recibido atención en la literatura empírica previa (Ucbasaran *et al.*, 2001). *Segundo*, porque dicho análisis se replica en dos grupos de emprendedores diferenciados en función del tiempo que llevan operando en el mercado. En este sentido, el estudio de Ucbasaran *et al.* (2001) alertó de la necesidad de llevar a cabo nuevas investigaciones distinguiendo entre tipos de emprendedores, ya que todos ellos no constituyen un grupo homogéneo, con características y comportamientos similares. *Tercero*, porque, desde la perspectiva metodológica, la aplicación del método de Heckman en dos etapas permite estimar conjuntamente las dos relaciones causales que constituyen los objetivos principales del estudio, corrigiendo los sesgos econométricos de endogeneidad y selección muestral cometidos tradicionalmente al analizar los resultados del proceso emprendedor. A este respecto, varios académicos han reconocido la debilidad de la metodología habitualmente empleada en el campo del *entrepreneurship* y la consecuente necesidad de aplicar técnicas multivariantes más rigurosas (Chandler y Lyon, 2001; Schmude *et al.*, 2008).

El resto del trabajo ha sido estructurado como sigue. A continuación se realiza una revisión de la literatura 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. Y, finalmente, se proponen una serie de conclusiones y reflexiones sobre los resultados alcanzados.

REVISIÓN DE LA LITERATURA Y PROPUESTA DE HIPÓTESIS

La creación y el desarrollo de empresas resultan fundamentales para incrementar el nivel de

desarrollo económico. De hecho, las iniciativas emprendedoras generan empleo, intensifican la competencia en los mercados e impulsan la innovación (Acs *et al.*, 2006). Por esta razón, el modelo *Global Entrepreneurship Monitor*² (GEM) supone que la actividad emprendedora mantiene el nivel de desarrollo y garantiza el crecimiento económico de un determinado espacio geográfico (Reynolds *et al.*, 2005). En particular, en el ámbito de este modelo, la Actividad Emprendedora Total (*Total Entrepreneurial Activity*, TEA) se materializa en la creación de empresas nacientes o “*start-up*”, es decir, aquellas que tienen menos de tres meses de actividad, y en el desarrollo de empresas nuevas o “*baby business*”, esto es, aquellas que tienen entre tres y cuarenta y dos meses.

Sin embargo, aunque existe un amplio consenso con respecto a que la creación de empresas representa el motor de la economía de los países desarrollados, apenas hay acuerdo sobre qué constituye la actividad emprendedora o *entrepreneurship*. Mientras que en el ámbito económico puede considerarse como un proceso de creación, desarrollo y consolidación de nuevas empresas, que depende de las regiones e industrias consideradas (Arzeni, 1998), desde el ámbito académico la acepción es mucho más amplia. Así, algunos investigadores se centran en el propio proceso de creación de empresas, es decir, desde que se detecta una oportunidad hasta la movilización de los recursos requeridos para su materialización en la puesta en marcha de la empresa (Vesper, 1990; Shane, 2003). Otros consideran que el *entrepreneurship* comprende un conjunto de iniciativas empresariales dirigidas a fomentar el cambio innovador (Audretsch, 1995; OCDE, 2003), e incluso para otros se refiere a la figura del emprendedor (McClelland, 1961) o al estudio del conjunto de habilidades necesarias para ser emprendedor (Timmons, 1990, 1999).

En definitiva, la literatura reconoce que la capacidad para emprender es un fenómeno multidimensional, que abarca un abanico bastante amplio de disciplinas como la economía, la psicología y la sociología, entre otras (Gartner, 1990). Esta diversidad de disciplinas no hace sino crear un marco general de estudio del proceso de creación de empresas, que comprende el aná-

lisis de las condiciones económicas y los mercados de los recursos, la estructura y dinámica de los sectores en que se desarrolla la actividad emprendedora, el marco institucional formal, la financiación y búsqueda de recursos y, por último, los atributos personales y de comportamiento del emprendedor (Kantis *et al.*, 2000).

El presente trabajo pretende arrojar luz, precisamente, sobre este último aspecto, partiendo de la idea de que el emprendedor constituye el centro del *entrepreneurship* (Low y MacMillan, 1988; Herron y Robinson, 1993). De hecho, a pesar de que han surgido detractores de esta idea, en los últimos años se ha recuperado el interés por la influencia del emprendedor en el proceso de creación de empresas. Como señalan Shane *et al.* (2003), la creación de nuevas organizaciones depende en última instancia del comportamiento llevado a cabo por los emprendedores, el cual a su vez está determinado por sus características particulares. En consecuencia, el estudio de los atributos distintivos del emprendedor constituye un aspecto fundamental para entender el proceso de creación de empresas en su conjunto (Baron, 2004).

Además, los atributos personales del emprendedor también pueden determinar el resultado de las actividades desarrolladas, en la medida en que es el individuo en sí mismo quien logra con sus características idiosincrásicas y habilidades llevar al éxito su iniciativa empresarial (Herron y Robinson, 1993; Robbie y Wright, 1996). Aunque son varios los factores que condicionan el resultado de una empresa, muchos de ellos dependen o están bajo el control del propio emprendedor (Veciana, 1999).

El modelo GEM propone a este respecto que, además de las condiciones del entorno para emprender, el proceso completo de creación y éxito empresarial depende de variables personales relativas al propio emprendedor. Así, señala que es necesario que el individuo potencialmente emprendedor disponga de ciertas capacidades emprendedoras –motivación y habilidades– y que sea capaz de detectar oportunidades para explotárselas mediante la creación empresarial. Por esta razón, nuestro estudio se apoya en tres factores principales del emprendedor considerados en el ámbito del modelo GEM: el temor al fracaso empresarial, la percepción de buenas oportuni-

dades para emprender y la posesión de habilidades y conocimientos en relación con la creación de empresas. En particular, se pretende analizar cómo influyen estas tres características personales del emprendedor en su propensión a crear una empresa, así como en su propia percepción del resultado de las iniciativas puestas en práctica. Se trata, por tanto, de un estudio realizado a nivel individual, que se sustenta en dos enfoques teóricos del *entrepreneurship* identificados por Veciana (1999) y basados en la figura del emprendedor: el psicológico y el gerencial.

ENFOQUE PSICOLÓGICO

La perspectiva teórica más representativa dentro de este enfoque es la denominada *Teoría de los Rasgos de Personalidad* (McClellan, 1961). Esta teoría defiende que el individuo que aborda una actividad emprendedora se define por un perfil psicológico que le diferencia del resto, del mismo modo que el emprendedor de éxito posee unas características psicológicas distintas del menos exitoso (Shaver y Scott, 1991). Con independencia del debate respecto del carácter innato o adquirido de estas, las investigaciones en este campo se han centrado en determinar cuáles son esas características de la personalidad del emprendedor en general y del que triunfa en particular. En este sentido, la literatura incide sistemáticamente sobre algunos atributos que suelen coincidir en la figura del emprendedor, y que tienden a desembocar en la puesta en marcha de una empresa y en su éxito: la propensión a asumir riesgos y la inexistencia de miedo al fracaso (Gartner, 1990; Lambing y Kuehl, 1997; Cross y Travaglione, 2003; Wagner, 2006), la necesidad de realización personal (Shane *et al.*, 1991), el control interno (Kaufman *et al.*, 1995) o la necesidad de autonomía e independencia (Jenssen y Kolvereid, 1992), entre otros.

En concreto, el interés de este estudio reside en explorar la influencia de la propensión a asumir riesgos y, por consiguiente, de la ausencia de temor a fracasar³. La evidencia previa ha demostrado que este es un factor especialmente determinante del espíritu emprendedor de un sujeto (Cross y Travaglione, 2003; Mullins y Forlani, 2005). En efecto, la asunción de riesgos es una

parte esencial de la actividad empresarial, dado que 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 miedo a que fracase (Erikson, 2002; Wagner, 2006). El temor al fracaso constituye una importante barrera psicológica que frena a muchos empresarios potenciales y que los hace menos proclives a abordar iniciativas emprendedoras (Steward y Roth, 2001).

Además, dicho atributo constituye un factor del emprendedor con potencial para influir en su percepción del resultado esperado de la iniciativa abordada. Las características cognitivas de propensión al riesgo de los emprendedores hacen que perciban menos riesgos asociados a la creación y desarrollo de una empresa que otros individuos y que, por tanto, muestren un menor temor al fracaso empresarial (Baron, 2004). No obstante, cuanto mayor sea el miedo a fracasar, menos exacta será la valoración que realicen de tales riesgos y peores serán sus expectativas respecto del éxito derivado de las actividades emprendedoras (Iakovleva y Kolvereid, 2005). Con base en ello, se plantean las siguientes hipótesis:

- H_{1a} : *El temor a fracasar con la puesta en marcha de un negocio afecta negativamente sobre la probabilidad de emprender.*
- H_{1b} : *El temor a fracasar con la puesta en marcha de un negocio afecta negativamente al éxito esperado de la iniciativa emprendedora.*

Por otro lado, también dentro del enfoque psicológico, destaca la *Teoría del Empresario de Kirzner*. Según Veciana (1999), esta teoría podría enmarcarse dentro del enfoque económico si no fuese porque su elemento clave es un atributo específico del emprendedor que lo distingue del resto de la población: su perspicacia o capacidad personal para identificar oportunidades de negocio. Según esta perspectiva, se define claramente al emprendedor como aquel que percibe oportunidades y que crea una empresa para explotarlas (Kirzner, 1979).

Efectivamente, un individuo se animará a poner en marcha una nueva empresa si detecta que hay una oportunidad de negocio que puede aprovechar (Shane, 2003). La existencia de estas oportunidades depende principalmente de las

condiciones generales de la economía. Sin embargo, respecto de la percepción de estas oportunidades, se ha señalado que “*distintos individuos pueden estar enfrente de una oportunidad rentable. Algunos 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, p. 42). Por tanto, bajo esta perspectiva, la actividad emprendedora es un fenómeno que depende de la capacidad de los individuos para identificar oportunidades de negocio y transformarlas en empresas (Vesper, 1990; Shane y Venkataraman, 2000).

Por otro lado, la literatura señala que aquellos individuos con mayor capacidad para percibir oportunidades de negocio son quienes, a su vez, suelen convertir tales oportunidades en proyectos exitosos (Shane, 2003). Estos sujetos cuentan con una fuerte intuición a la hora de identificar oportunidades de negocio rentables y suelen apostar por sus ideas al margen de la supuesta viabilidad realizada por los agentes del entorno, lo cual lleva a una anticipación emprendedora basada en sus expectativas de éxito empresarial (Baron, 2004). Así, de acuerdo con estos argumentos, se formulan las siguientes hipótesis:

- H_{2a} : *La capacidad para percibir oportunidades de negocio afecta positivamente sobre la probabilidad de emprender.*
- H_{2b} : *La capacidad para percibir oportunidades de negocio afecta positivamente al éxito esperado de la iniciativa emprendedora.*

ENFOQUE GERENCIAL

Bajo este enfoque se sostiene que la actividad emprendedora resulta de un proceso racional de decisión por parte de un individuo, que debe poseer los conocimientos y habilidades requeridos para crear y dirigir una empresa. La capacidad de aprender de la experiencia previa y la formación recibida son los elementos clave a este respecto (Zapalska, 1997; Timmons, 1999; Lundsström y Stevenson, 2005).

En efecto, para que un individuo se plantee poner en marcha un negocio deberá sentirse en posesión de los conocimientos necesarios para

hacerlo, pues nadie actuando racionalmente se enfrenta de forma voluntaria a situaciones que no sabe cómo resolver (Ihrig *et al.*, 2006). En este sentido, cuando un sujeto dispone de una formación académica y profesional adecuada y/o tiene experiencia como emprendedor, puede acumular un stock de habilidades y conocimientos que le permitirá aumentar su nivel de confianza en sí mismo y que le será de gran ayuda a la hora de crear una empresa (Minniti y Bygrave, 2001).

Además, aquellos emprendedores caracterizados por una excepcional creencia en sí mismos y en sus habilidades y conocimientos para crear y dirigir una nueva empresa, suelen tener una fuerte tendencia a generar expectativas favorables respecto de los resultados a alcanzar, que pueden culminar en la consecución del éxito empresarial (Herron y Robinson, 1993). Por tanto, de acuerdo con estos argumentos se proponen las siguientes hipótesis:

- *H_{3a}*: La percepción de que se poseen los conocimientos y habilidades necesarios para crear una empresa afecta positivamente sobre la probabilidad de emprender.
- *H_{3b}*: La percepción de que se poseen los conocimientos y habilidades necesarios para crear una empresa afecta positivamente al éxito esperado de la iniciativa emprendedora.

METODOLOGÍA

SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Esta investigación ha sido desarrollada en el marco del Proyecto GEM para España. 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 *Computer Assistance Telephone Interview* (CATI) permitió el correcto desarrollo, grabación y codificación de la entrevista.

La población objeto del estudio estaba integrada por 28.738.616 personas de 18 a 64 años y

con residencia en España en el año 2005, tomando una muestra de 19.384 individuos (de la Vega *et al.*, 2006). 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 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

Variables dependientes en la primera etapa del método de Heckman

- *Propensión a emprender*: Esta variable mide la probabilidad de que un individuo realice una iniciativa emprendedora (empresa naciente, nueva o ambas). Dicha variable es denotada como *EMPREND*.
- *Propensión a crear una empresa naciente*: Esta variable, denominada *EMPNAC*, mide la probabilidad de que un individuo se encuentre involucrado en la creación de una empresa naciente (hasta tres meses de actividad).
- *Propensión a desarrollar una empresa nueva*: Esta variable *-EMPNUE-* mide la probabilidad de que un individuo se encuentre involucrado en el desarrollo de una empresa nueva (entre tres y cuarenta y dos meses de actividad).

Las tres variables son dicotómicas, adoptando el valor 1 en caso afirmativo y el valor 0 en caso contrario.

Variable dependiente en la segunda etapa del método de Heckman

- *Éxito esperado de la iniciativa emprendedora*: Dado que este estudio se realiza a nivel in-

dividual, se optó por una medida subjetiva del éxito empresarial (Ucbasaran *et al.*, 2001). Esta variable mide las expectativas de resultado del emprendedor respecto de la actividad de creación de empresas realizada (creación de una empresa naciente y/o desarrollo de una empresa nueva). Dado que el crecimiento empresarial suele ser considerado una secuencia lógica de un comportamiento emprendedor exitoso (Moreno y Casillas, 2008), para su cuantificación se va a utilizar el crecimiento esperado del número de trabajadores de la empresa en los cinco años siguientes al momento de la entrevista. Por tanto, se trata de una variable cuantitativa que se denota como *EXITOESP*.

Variables independientes

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

- El *temor al fracaso empresarial* manifestado por el individuo fue recogido mediante la variable *TEMFRAC*.
- El potencial de los individuos para identificar *oportunidades de negocio* en el entorno empresarial se midió con la variable *OPORT*, que indica si el individuo encuestado percibe buenas oportunidades para abordar una iniciativa emprendedora en los seis meses siguientes al momento de la entrevista.
- La posesión de *habilidades y conocimientos* para la creación de empresas se midió a través de la variable *HABIL*, que mide si el encuestado considera que dispone de estos conocimientos y habilidades.

Variables de control

Las variables de control utilizadas en nuestro análisis son tres características sociodemográficas de los individuos que pueden afectar tanto sobre su propensión a emprender como en el éxito esperado de las iniciativas desarrolladas. En concreto, se incluyen el género, la edad y el ni-

vel de ingresos mensuales. El *género (GENER)* es una variable que permite analizar si las diferencias existentes entre hombres y mujeres pueden influir sobre el proceso emprendedor en su conjunto (Harding, 2006). En este caso, se define a través de una variable categórica, que toma el valor 1 si el entrevistado es un hombre y el valor 2 si es una mujer. La *edad (EDAD)* es una variable cuantitativa que mide los años del sujeto en el momento de la entrevista. Dado que la edad pudiera presentar una relación no lineal con la probabilidad de emprender, también se introdujo en este análisis un término cuadrático de esta (Wagner, 2006). Finalmente, se ha considerado el *nivel de ingresos mensuales (INGR)*, ya que se ha demostrado que están relacionados positivamente con la propensión a comenzar un nuevo negocio y con el resultado asociado a este (Levie, 2007). Se trata de una variable categórica recodificada como 1, 2 o 3 en función de que el valor del percentil correspondiente pertenezca, respectivamente, al primer, segundo o tercer intervalo.

A modo de resumen, la tabla 1 recoge todas las variables empleadas en el estudio.

Tabla 1.- Variables del estudio

VARIABLES DESCRIPCIÓN	
Propensión a emprender (<i>EMPREND</i>)	Dicotómica (1=Sí; 0=No)
Propensión a crear una empresa naciente (<i>EMPNAC</i>)	Dicotómica (1=Sí; 0=No)
Propensión a desarrollar una empresa nueva (<i>EMPNUUE</i>)	Dicotómica (1=Sí; 0=No)
Éxito esperado de la iniciativa emprendedora (<i>EXITOESP</i>)	Crecimiento esperado del empleo en 5 años (%)
Miedo al fracaso (<i>TEMFRAC</i>)	Dicotómica (1=Sí; 0=No)
Percepción de oportunidades de negocio (<i>OPORT</i>)	Dicotómica (1=Sí; 0=No)
Posesión de conocimientos y habilidades (<i>HABIL</i>)	Dicotómica (1=Sí; 0=No)
Género (<i>GENER</i>)	Categórica (1=Hombre; 2=Mujer)
Edad (<i>EDAD</i>)	Número de años del entrevistado
Nivel de ingresos (<i>INGR</i>)	Categórica (1=Bajo; 2=Medio; 3=Alto)

ESPECIFICACIÓN DEL MODELO

Para estimar las dos relaciones causales que constituyen los objetivos principales del estudio se aplica el método de Heckman (1979) en dos etapas. En la primera etapa se estima la ecuación

de selección a través de un modelo probit, que permite analizar la propensión a emprender (*EMPREND*) así como calcular el “*inverso del ratio de Mills*”. En la segunda etapa se estima la ecuación de regresión corregida, a fin de explicar el éxito esperado de las iniciativas emprendedoras abordadas (*EXITOESP*)⁴. Todos los cálculos y estimaciones del estudio se efectúan con el programa de análisis estadístico STATA.

La aplicación del método de Heckman requiere cumplir dos condiciones de especificación del modelo (Wooldridge, 2002). Por un lado, hay que identificar al menos una variable instrumental que pueda ser un regresor significativo en la ecuación de selección, pero no en la de regresión, es decir, que explique la propensión a emprender, pero no el resultado esperado de la actividad emprendedora. Aunque otras variables del modelo GEM pueden estar disponibles, *el hecho de haber conocido personalmente a un emprendedor en los dos últimos años (CONEMP)* resultó ser apropiada por cumplir esa condición. Esta variable permite aproximar el capital social del individuo, es decir, la red de contactos sociales del sujeto que pueden favorecer tanto el descubrimiento de oportunidades de negocio como la decisión de explotarlas. Un elemento importante con respecto a esa red es la presencia en ella de algún emprendedor, en la medida en que puede aportar modelos de conducta que el individuo puede seguir (Shepherd y Wiklund, 2005). Esa variable es de naturaleza dicotómica, y adopta el valor 1 en caso afirmativo y el valor 0 en caso contrario. Por otro lado, la aplicación del método de Heckman también exige que las variables explicativas de la ecuación de regresión aparezcan también en la ecuación de selección, es decir, que dichas variables permitan explicar la variable dependiente de ambas ecuaciones. En este caso, las ecuaciones de selección y regresión fueron especificadas así:

$$EMPREND_i^* = \gamma Z_i + \mu_i \quad (1)$$

(ecuación de selección)

siendo la variable latente $EMPREND_i^*$, que es observada como $EMPREND_i=1$ (el individuo i decide emprender creando una empresa naciente y/o desarrollando una empresa nueva) si $EMPREND_i^* > 0$ y como $EMPREND_i=0$ (el indivi-

duo i decide no emprender) si $EMPREND_i^* \leq 0$; Z_i un vector de variables del individuo i que afectan a su propensión de emprender e integra a las variables independientes y de control, además de la variable instrumental (*TEMFRAC*, *OPORT*, *HABIL*, *GENER*, *EDAD*, *INGR* y *CONEMP*) y μ_i el término de error normal.

$$EXITOESP_i = \alpha + \beta_1 D_i + \beta_2 X_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

(ecuación de regresión)

siendo $EXITOESP_i$ el éxito esperado por el emprendedor i de la iniciativa emprendedora; D_i un vector de variables independientes relativas al emprendedor i (*TEMFRAC*, *OPORT* y *HABIL*); X_i un vector de variables de control relativas al emprendedor i (*GENER*, *EDAD* e *INGR*) y ε_i el término de error normal.

Sin embargo, dado que el éxito esperado de una iniciativa emprendedora $EXITOESP_i$ sólo es observado si $EMPREND_i=1$, es decir, si el individuo i ha decidido emprender, se podría producir un sesgo de endogeneidad derivado de la selección muestral. Para corregir este sesgo, el método de Heckman requiere, además de satisfacer las dos condiciones de especificación del modelo señaladas previamente, incorporar el llamado “*inverso del ratio de Mills*” (λ_i) como una variable explicativa adicional en la ecuación de regresión. Dicho parámetro aproxima la probabilidad de emprender de cada individuo y es calculado por ciertos programas estadísticos a partir de las estimaciones de la ecuación de selección. Con esta corrección, la ecuación de regresión final es:

$$EXITOESP_i = \alpha + \beta_1 D_i + \beta_2 X_i + \theta \lambda_i \quad (3)$$

(ecuación de regresión corregida)

RESULTADOS

La tabla 2 presenta los principales estadísticos descriptivos de las variables del estudio, esto es, la media y la desviación típica, así como el número de casos válidos en cada una de ellas.

Por su parte, la tabla 3 presenta la matriz de correlaciones. A la vista de esta tabla, es posible deducir que entre las distintas variables independientes analizadas no se aprecia una restricción en cuanto a un nivel de correlación excesivo o multicolinealidad⁵.

Tabla 2.- Estadísticos descriptivos

VARIABLES	Nº CASOS VÁLIDOS	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
EMPREND	19.384	0,060	0,230
EMPNAC	19.384	0,023	0,149
EMPNU	19.384	0,034	0,180
EXITOESP	2.446	1,556	3,736
TEMPFRAC	18.622	0,479	0,499
OPORT	14.414	0,375	0,484
HABIL	18.509	0,478	0,499
GENER	19.384	1,530	0,499
EDAD	19.384	43,640	12,868
INGR	14.918	1,908	0,813
CONEMP	19.191	0,300	0,459

A continuación, se va a examinar si existen o no diferencias estadísticamente significativas entre emprendedores y no emprendedores, así como entre emprendedores nacientes y nuevos, respecto de los factores personales considerados. Teniendo en cuenta las características de las variables analizadas se han realizado dos tipos de test: la *prueba Chi-Cuadrado* para variables cualitativas y la *prueba T* para el caso de las variables cuantitativas. La tabla 4 recoge los resultados obtenidos. En la columna del número de casos válidos figura el total de individuos dentro de cada grupo. Respecto de la columna que recoge el test aplicado, en el caso de las variables cualitativas se parte del porcentaje de individuos dentro de cada colectivo que proporcionan la respuesta que aparece entre paréntesis, mientras que si las variables son cuantitativas se parte de su valor medio en cada grupo.

Si se compara el grupo de emprendedores con el de no emprendedores, los datos indican que en el primer colectivo hay una menor representación de individuos con temor a fracasar, así como mayores proporciones de sujetos que perciben oportunidades de negocio y que consideran

disponer de los conocimientos y habilidades requeridos para emprender. Además, existe un mayor porcentaje de hombres, la edad media es sensiblemente más baja, el nivel de ingresos más alto y hay una proporción superior de individuos que afirman haber conocido a algún emprendedor en los dos últimos años. De los tests aplicados se deduce que, efectivamente, todas las diferencias observadas entre emprendedores y no emprendedores son estadísticamente significativas.

Con respecto a la comparación entre emprendedores nacientes y nuevos, los resultados indican que entre ellos no existen diferencias estadísticamente relevantes respecto de las distintas características individuales analizadas, a excepción de la percepción de oportunidades. En efecto, en la tabla 4 es posible observar que en el colectivo de emprendedores nacientes hay una proporción significativamente superior de individuos que afirman percibir buenas oportunidades de negocio en el entorno que les rodea. De los resultados también se desprende que, por término medio, los emprendedores nuevos tienen mejores expectativas que los emprendedores nacientes respecto del resultado de la actividad empresarial puesta en práctica, si bien las diferencias encontradas en este caso no son estadísticamente significativas.

Por último, la tabla 5 recoge los resultados obtenidos tras aplicar el método de Heckman en dos etapas. El *Modelo 1* recoge la estimación de la probabilidad de emprender y del éxito esperado de la iniciativa emprendedora a partir de la muestra total disponible. Por su parte, los *Modelos 2 y 3* reflejan, respectivamente, la estimación de la propensión a crear una empresa naciente y

Tabla 3.- Matriz de correlaciones

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. EMPREND	1										
2. EMPNAC	,62**	1									
3. EMPNU	,76**	-,03**	1								
4. EXITOESP	,11**	,04	,09**	1							
5. TEMFRAC	-,12**	-,07**	-,09**	-,06**	1						
6. OPORT	,08**	,07**	,03**	,09**	-,07**	1					
7. HABIL	,20**	,12**	,16**	,05*	-,26**	,13**	1				
8. GENER	-,05**	-,02**	-,05**	-,05*	,05**	-,03**	-,04**	1			
9. EDAD	-,04**	-,03**	-,03**	-,03	,01	-,04**	-,03**	,03**	1		
10. INGR	,06**	,03**	,05**	,06**	-,07**	,09**	,12**	-,06**	-,02*	1	
11. CONEMP	0,13**	,08**	,09**	,09**	-,09**	,15**	,24**	-,06**	-,09**	,10**	1

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$.

Tabla 4.- Tests de diferencias significativas

		N VÁLIDO	TEST			N VÁLIDO	TEST
<i>TEMFRAC</i>							
			(% Sí)				(% Sí)
Emprendedores	1.074		23,7	Emprendedores nacientes	433		24,2
No emprendedores	17.548		49,4	Emprendedores nuevos	641		23,4
			Chi-Cuadrado				Chi-Cuadrado
			266,17***				0,10
<i>OPORT</i>							
			(% Sí)				(% Sí)
Emprendedores	923		51,5	Emprendedores nacientes	371		59,3
No emprendedores	13.491		36,5	Emprendedores nuevos	552		46,2
			Chi-Cuadrado				Chi-Cuadrado
			82,49***				15,25***
<i>HABIL</i>							
			(% Sí)				(% Sí)
Emprendedores	1.074		88,1	Emprendedores nacientes	432		84,3
No emprendedores	17.435		45,3	Emprendedores nuevos	642		89,3
			Chi-Cuadrado				Chi-Cuadrado
			742,55***				2,08
<i>GENER</i>							
			(% Hombres)				(% Hombres)
Emprendedores	1.090		59,2	Emprendedores nacientes	438		54,8
No emprendedores	18.294		46,3	Emprendedores nuevos	652		59,5
			Chi-Cuadrado				Chi-Cuadrado
			52,52***				2,38
<i>EDAD</i>							
			(Media)				(Media)
Emprendedores	1.090		41,53	Emprendedores nacientes	438		41,1
No emprendedores	18.294		43,77	Emprendedores nuevos	652		41,8
			T				T
			-5,972***				-0,97
<i>INGR</i>							
			(% Bajo) (% Alto)				(% Bajo) (% Alto)
Emprendedores	831		28,5 39,5	Emprendedores nacientes	330		28,2 37,6
No emprendedores	14.087		38,6 28,2	Emprendedores nuevos	501		28,7 40,7
			Chi-Cuadrado				Chi-Cuadrado
			55,67***				1,37
<i>CONEMP</i>							
			(% Sí)				(% Sí)
Emprendedores	1.081		54,2	Emprendedores nacientes	242		55,5
No emprendedores	18.110		28,8	Emprendedores nuevos	344		53,3
			Chi-Cuadrado				Chi-Cuadrado
			310,87***				0,49
<i>EXITOESP</i>							
			(Media)				(Media)
				Emprendedores nacientes	425		1,8
				Emprendedores nuevos	636		2,1
							T
							-1,03

*** $p < 0,001$.

a desarrollar una empresa nueva, así como de los respectivos resultados esperados, cuando los emprendedores de la muestra total se dividen en nacientes y nuevos. Dado que la variable λ_i no resultó estadísticamente significativa en ninguna especificación, es posible señalar que los análisis realizados carecen de sesgo por selección.

Con respecto al *Modelo 1*, a la vista de los resultados del análisis probit realizado en la prime-

ra etapa, es posible afirmar que las tres características personales consideradas, esto es, el temor al fracaso empresarial, la percepción de oportunidades de negocio y la disposición de las habilidades y conocimientos necesarios para emprender, han resultado significativas para explicar la probabilidad de emprender de un individuo español de 18 a 64 años. En concreto, tal y como se había previsto, la variable relativa al

Tabla 5.- Estimación del modelo de Heckman en dos etapas

	MODELO 1	MODELO 2	MODELO 3
Primera etapa	Propensión a emprender (<i>EMPREND</i>)	Propensión a crear una empresa naciente (<i>EMPNAC</i>)	Propensión a desarrollar una empresa nueva (<i>EMPNUA</i>)
Constante	-2,295*** (0,255)	-2,679*** (0,341)	-2,422*** (0,299)
<i>TEMFRAC</i>	-0,323*** (0,046)	-0,199*** (0,061)	-0,337*** (0,055)
<i>OPORT</i>	0,179*** (0,042)	0,301*** (0,056)	0,046 (0,049)
<i>HABIL</i>	0,775*** (0,053)	0,637*** (0,073)	0,722*** (0,064)
<i>GENER</i>	-0,184*** (0,042)	-0,096† (0,056)	-0,203*** (0,049)
<i>EDAD</i>	0,020† (0,012)	0,012 (0,015)	0,022† (0,014)
<i>EDAD</i> ²	-0,001* (0,001)	-0,001 (0,001)	-0,001* (0,001)
<i>INGR</i>	0,086*** (0,026)	0,066* (0,035)	0,077** (0,030)
<i>CONEMP</i>	0,244*** (0,043)	0,198*** (0,057)	0,216*** (0,050)
Nº observaciones totales ^a	10.443	10.451	10.455
Nº observaciones censuradas ^b	9.771	10.186	10.048
Nº observaciones no censuradas ^c	672	265	407
LR χ^2 (8) test	638,33***	244,93***	386,36***
Pseudo-R ²	0,1280	0,0991	0,1123
Segunda etapa	Éxito esperado de la iniciativa emprendedora (<i>EXITOESP</i>)	Éxito esperado de la empresa naciente creada (<i>ÉXITOESP</i>)	Éxito esperado de la empresa nueva desarrollada (<i>ÉXITOESP</i>)
Constante	2,346 (3,598)	0,727 (9,589)	4,689 (4,575)
<i>TEMFRAC</i>	0,065 (0,583)	-0,463 (0,959)	0,439 (0,707)
<i>OPORT</i>	0,811* (0,438)	0,974** (0,397)	0,591 (1,199)
<i>HABIL</i>	-0,214 (1,278)	-0,074 (2,336)	-0,472 (1,490)
<i>GENER</i>	0,110 (0,436)	0,504 (0,726)	-0,158 (0,527)
<i>EDAD</i>	0,015 (0,016)	0,043† (0,030)	-0,004 (0,018)
<i>INGR</i>	0,203 (0,243)	0,278 (0,458)	0,175 (0,269)
Lambda (λ)	-1,053 (1,627)	-0,949 (3,596)	-1,437 (1,973)
Nº observaciones totales	672	265	407
Wald	χ^2 (12) = 390,76***	χ^2 (12) = 154,65***	χ^2 (12) = 239,08***

^a Número de observaciones válidas sin datos perdidos.
^b Número de observaciones con variable dependiente igual a cero.
^c Número de observaciones con variable dependiente igual a uno.
^d El test de Wald es una prueba χ^2 de que todos los coeficientes de la ecuación de regresión, excepto la constante, son iguales a cero.
Los valores son los coeficientes no estandarizados, con los errores típicos entre paréntesis.
† $p < 0,10$; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

miedo al fracaso empresarial tiene un coeficiente negativo, indicando que reduce la propensión de abordar una iniciativa empresarial. Las dos variables restantes, por el contrario, ejercen un efecto positivo significativo. Consecuentemente, a partir de la muestra total de individuos españo-

les, los resultados obtenidos proporcionan un fuerte soporte para las hipótesis H_{1a} , H_{2a} y H_{3a} .

En cuanto a las variables de control, se observa que las características sociodemográficas de los individuos también afectan sobre su deci-

sión de emprender. En concreto, se deduce que son los hombres y aquellos sujetos con mayor nivel de ingresos los que tienen mayor probabilidad de convertirse en emprendedores. Además, hasta cierta edad, el número de años incrementa la probabilidad de desarrollar iniciativas emprendedoras, y partir de ese punto cada vez es menor la contribución de la edad a la actividad de creación de empresas. Por otro lado, el hecho de haber conocido personalmente a un emprendedor en los últimos dos años también ejerce un impacto positivo y significativo.

En la segunda etapa del método de Heckman se efectúa una regresión por MCO, incluyendo como regresor adicional al “*inverso del ratio de Mills*” (λ_i) calculado a partir de la estimación probit. La tabla 5 resume los resultados obtenidos respecto de los factores individuales que influyen en el éxito esperado de la iniciativa emprendedora. Tal y como se puede observar, los resultados indican que los emprendedores con habilidad para percibir oportunidades de negocio en el entorno son los que esperan mejores resultados de la actividad de creación de empresas realizada. Este hallazgo, por tanto, sólo permite confirmar la validez de la hipótesis H_{2b}.

Los resultados de la estimación del *Modelo 2* indican que las tres variables independientes del trabajo –el temor al fracaso empresarial, la capacidad para identificar oportunidades de negocio y la percepción de que se poseen las habilidades requeridas para crear y dirigir una empresa– influyen de manera significativa y en el sentido previsto sobre la propensión a crear una empresa naciente. Por tanto, de nuevo se confirman las hipótesis H_{1a}, H_{2a} y H_{3a}. Además, entre dichas variables, nuevamente sólo la percepción de oportunidades en el entorno parece estar relacionada positiva y significativamente con el éxito esperado de la empresa naciente creada, confirmando de este modo la validez de la hipótesis H_{2b}. Con respecto al resto de variables introducidas en el análisis, en las dos etapas se confirman los resultados del análisis previo, excepto para la edad del individuo que, sorprendentemente, no parece influir a la hora de crear una empresa naciente, pero sí que afecta positivamente en las expectativas generadas respecto del resultado derivado de ella.

Por último, del *Modelo 3* se deduce que la capacidad personal para identificar oportunidades de negocio no resulta significativa a la hora de explicar la decisión de desarrollar una empresa nueva. Sin embargo, tal decisión parece ser inhibida de manera sustancial cuando el individuo reconoce temer al fracaso empresarial, así como potenciada cuando cree disponer de los conocimientos y habilidades necesarias para hacerlo. En consecuencia, nuestros hallazgos sólo permiten soportar las hipótesis H_{1a} y H_{3a}. Además, de nuevo se confirma el efecto positivo y significativo de ser hombre, poseer un nivel de ingresos elevado y conocer a algún emprendedor, así como el efecto cuadrático de la edad del sujeto. En relación con el éxito esperado de la empresa nueva desarrollada, ninguna de las variables consideradas parece afectarle significativamente.

CONCLUSIONES

El propósito del presente trabajo era averiguar la importancia que tienen las características personales del emprendedor en el proceso de creación empresarial. En concreto, se pretendía analizar la influencia de tres factores individuales –el miedo a fracasar, la capacidad para identificar oportunidades de negocio y la percepción de que se poseen las habilidades necesarias para crear y dirigir una nueva empresa– sobre la propensión a emprender, así como sobre el éxito esperado respecto de las iniciativas desarrolladas. Además, dado que los emprendedores no constituyen un grupo homogéneo, ese análisis fue replicado en dos grupos diferenciados en el marco del modelo GEM atendiendo al tiempo que llevaban operando en el mercado: los emprendedores nacientes y los emprendedores nuevos.

Con respecto a las características personales con potencial para influir sobre la propensión a emprender, cabe concluir que existen diferencias estadísticamente significativas entre los individuos que deciden abordar una actividad de creación de empresas y los que deciden no hacerlo. Los resultados obtenidos, por tanto, permiten elaborar un perfil general del emprendedor español a partir de los factores personales considera-

dos, lo cual es de gran trascendencia al objeto de establecer políticas de fomento a la creación de empresas y empleo. En concreto, cabría concluir que se trataría de un individuo sin miedo al fracaso, que identifica buenas oportunidades de negocio en el entorno, que considera poseer los conocimientos y habilidades necesarios para crear y dirigir una nueva empresa, y que reconoce haber conocido personalmente a algún emprendedor en los últimos años. Además, desde el punto de vista sociodemográfico, el perfil de este sujeto correspondería al de un hombre, con una edad próxima a los 40 años y con un nivel de ingresos elevado. Por el contrario, no se advierten diferencias en las características individuales de emprendedores nacientes y nuevos, excepto con respecto a su capacidad para percibir oportunidades de negocio en el entorno, donde los primeros se encuentran claramente por delante. Ello se debe a que, si bien el reconocimiento de oportunidades se considera un paso crucial en la fase inicial del proceso emprendedor, sin embargo, va perdiendo relevancia a medida que la iniciativa emprendedora se va consolidando (Shane y Venkatraman, 2000).

Cuando se analiza el impacto individual que dichos factores personales ejercen sobre la probabilidad de emprender, los resultados confirman que el temor al fracaso empresarial de los individuos frena significativamente la puesta en marcha de nuevos negocios. Esta situación puede tener su explicación en el gran número de empresas que, bajo diversas formas jurídicas y en las distintas fases del proceso emprendedor, cierran todos los años sus instalaciones y dejan de operar, con el consiguiente perjuicio económico para la sociedad (Perry, 1998). Tomando como referencia los datos ofrecidos por el INE (2005), frente a las 374.094 nuevas empresas creadas en España en el año 2004, un total de 251.539 empresas causaron baja, de las cuales 184.562 correspondían a negocios pertenecientes a empresarios individuales. Estas cifras justifican en cierta medida que el miedo al fracaso obstaculice la actividad emprendedora. De hecho, este efecto inhibitorio se produce tanto a la hora de crear una empresa naciente como a la hora de desarrollar una empresa nueva, en la medida en que las mayores tasas de fracaso se dan en los primeros años de vida de una compañía (Timmons, 1990).

Por otro lado, de los resultados también se desprende que la percepción individual de que existen buenas oportunidades para emprender influye positiva y significativamente en el proceso de creación de empresas. Aunque también existen negocios que son creados por necesidad, lo cierto es que constituyen una minoría. De acuerdo con la Encuesta APS (*Adult Population Survey*) realizada en el marco del Proyecto GEM, entre los individuos que pusieron en marcha una iniciativa emprendedora durante el año 2005, un 83,3% lo hizo por oportunidad frente a un 16,7% que lo hizo por necesidad (de la Vega *et al.*, 2006). No obstante, cuando se distingue entre tipos de iniciativas emprendedoras, los resultados indican que la capacidad para identificar oportunidades de negocio sólo afecta significativamente sobre la propensión a crear una empresa naciente, pero no a la hora de explicar el desarrollo de una empresa nueva. Efectivamente, cuando se decide crear una empresa resulta fundamental la búsqueda e identificación de la idea u oportunidad empresarial. Sin embargo, la percepción de oportunidades pierde importancia en la etapa de desarrollo de la nueva empresa creada, adquiriendo mayor relevancia otros factores tales como la búsqueda y obtención de la financiación requerida para sostener el negocio en estos primeros años tan difíciles. Las empresas nuevas, como continuidad de las nacientes dentro del proceso emprendedor, no requieren tanto del descubrimiento de una oportunidad, que ya se ha producido en la primera fase, como de la explotación de la oportunidad previamente descubierta.

Además, la consideración de que se poseen los conocimientos y habilidades requeridas para crear y dirigir una nueva empresa también parece afectar positiva y significativamente sobre la propensión a emprender tanto a nivel general como a nivel de empresa naciente y nueva. Para las primeras –empresas nacientes– la explicación puede descansar en que dichos conocimientos y habilidades son un complemento importante de la percepción de la oportunidad, en el sentido de que es necesario que se perciba una oportunidad, pero también de forma paralela que se posean los conocimientos y habilidades necesarios para explotarla convenientemente mediante la puesta en marcha de un negocio. Para las segundas –empresas nuevas– lo que más primaria sería la

habilidad y los conocimientos para mantener ese negocio en el mercado, tales como las habilidades de gestión, comunicación y negociación, entre otras. Mientras que autores como Jenssen 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. No obstante, aunque hay empresarios que se han hecho a sí mismos y su experiencia emprendedora les capacita para afrontar nuevas iniciativas (Bygrave y Minniti, 2000), podría ser aconsejable promover el espíritu emprendedor de los más jóvenes desde los niveles educativos inferiores, proporcionándoles en los niveles superiores (formación profesional y sobre todo en las diversas titulaciones universitarias) la formación, las habilidades y los conocimientos necesarios para desarrollar una actividad emprendedora.

Con respecto a la influencia de estas tres características personales sobre el éxito esperado de las actividades desarrolladas, merece la pena señalar que sólo la capacidad para identificar oportunidades de negocio parece influir positiva y significativamente sobre esa percepción individual. En efecto, sólo aquellos individuos que reconocen su habilidad para detectar oportunidades en el entorno son quienes, a su vez, esperan alcanzar mayores niveles de resultado empresarial en términos de creación de empleo. Estos sujetos suelen tener una fuerte intuición a la hora de identificar oportunidades empresariales rentables y, por ello, tienden a apostar sólidamente por sus ideas basados en sus expectativas de éxito empresarial (Baron, 2004). No obstante, los resultados permiten matizar que este factor personal sólo influye de modo relevante en el éxito esperado de las empresas nacientes creadas, pero no así en el de las empresas nuevas desarrolladas. Ello puede ser debido a que, una vez que la empresa ha superado los tres meses de actividad, el emprendedor que ha identificado la oportunidad empresarial va siendo consciente de los riesgos y amenazas que presenta su negocio, tales como las reacciones de la competencia, el poder frente a clientes y proveedores, la expansión en el mercado, etc.

Las limitaciones del estudio se derivan principalmente del hecho de focalizar el análisis so-

bre ciertas características personales del emprendedor. Así, a pesar de que a la hora de prestar dinero a nuevos proyectos empresariales muchas compañías de capital riesgo, e incluso algunas entidades financieras, conceden gran importancia a las características del empresario promotor, podría ser oportuno considerar conjuntamente determinadas particularidades del ambiente en el que se desarrolla el proceso de creación de empresas. Por esta razón, se propone como futura línea de investigación examinar la importancia de distintos factores personales y del entorno a la hora de explicar la propensión a emprender y el resultado esperado por el emprendedor de la actividad desarrollada. Además, en futuras investigaciones se podrían analizar los efectos de las interacciones entre los distintos aspectos personales y del entorno sobre la propensión a emprender en general y sobre las distintas fases del proceso emprendedor en particular.

NOTAS

1. Este trabajo ha contado con la financiación de la Consejería de Economía y Empleo de la Junta de Castilla y León (Proyecto E-110 (2005/143)).
2. El Proyecto GEM, cuya coordinación corresponde a dos importantes centros de investigación reconocidos a nivel internacional –el *Babson College* y el *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. En el marco de este proyecto se ha propuesto el modelo GEM, que recoge las relaciones existentes entre los factores del entorno, las características del emprendedor, la actividad emprendedora desarrollada y el crecimiento económico.
3. La investigación más reciente indica que los emprendedores no tienen por qué tener más propensión al riesgo que el resto de la población, sino que pudiera ocurrir que tiendan a percibir menores riesgos asociados a la puesta en marcha de una nueva empresa (Baron, 2004; Shane *et al.*, 2003). 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).

4. Este análisis se replica para las muestras que incluyen exclusivamente a los emprendedores nacientes y a los emprendedores nuevos, donde las variables a explicar en las dos etapas serían, respectivamente, *EMPNUC-EXITOESP* y *EMPNUC-EXITOESP*.
5. De hecho, sólo cabe esperar la existencia de multicolinealidad cuando algún coeficiente de correlación es mayor que 0,7 en valor absoluto (Caridad, 1998).

BIBLIOGRAFÍA

- ACS, Z.; AUDRECH, P.; BRAUNERHJELM, B. (2006): "The Missing Link: The Knowledge Filter and Entrepreneurship in Endogenous Growth", en D. Audretsch [ed.]: *Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth*. Cheltenham: Elgar.
- ARZENI, S. (1998): "Entrepreneurship and Job Creation", *OECD Observer*, vol. 209, pp. 18-20.
- AUDRETSCH, D. (1995): *Innovation and Industry Evolution*. Cambridge, MA: MIT Press.
- AUDRETSCH, D.; FRITSCH, M. (2002): "Growth Regimes Over Time and Space", *Regional Studies*, vol. 36, núm. 2, pp. 113-124.
- BARON, R.A. (2004): "The Cognitive Perspective: A Valuable Tool for Answering Entrepreneurship's Basic «why» Questions", *Journal of Business Venturing*, vol. 19, núm. 2, pp. 221-239.
- BYGRAVE, W.; MINNITI, M. (2000): "The Social Dynamics of Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 24, núm. 3, pp. 25-36.
- CALLEJÓN, M.; SEGARRA, A. (1999): "Business Dynamics and Efficiency in Industries and Regions. The Case of Spain", *Small Business Economics*, vol. 13, núm. 4, pp. 253-271.
- CARIDAD, J.M. (1998): *Econometría: modelos econométricos y series temporales*. Barcelona: Reverté.
- CHANDLER, G.N.; LYON, D.W. (2001): "Issues of Research Design and Construct Measurement in Entrepreneurship Research: The Past Decade", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 25, núm. 4, pp. 101-113.
- CROSS, B.; TRAVAGLIONE, A. (2003): "The Untold Story: Is the Entrepreneurship of the 21st Century Defined by Emotional Intelligence?", *International Journal of Organizational Analysis*, vol. 11, núm. 3, pp. 221-228.
- DAVIDSSON, P.; WIKLUND, J. (2001): "Levels of Analysis in entrepreneurship Research: Current Research Practice and Suggestions for the Future", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 25, núm. 4, pp. 81-99.
- ERICSON, R.; PAKES, A. (1995): "Markov-Perfect Industry Dynamics: A Framework for Empirical Work", *Review of Economic Studies*, vol. 62, núm. 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, núm. 3, pp. 275-290.
- FÖLSTER, S. (2000): "Do Entrepreneurs Create Jobs?", *Small Business Economics*, vol. 14, núm. 2, pp. 137-148.
- GARTNER, W. (1990): "What are we Talking about when we Talk About Entrepreneurship?", *Journal of Business Venturing*, vol. 5, núm. 1, pp. 15-28.
- HARDING, R. (2006): *Stairways to Growth: Supporting the Ascent of Women's Enterprise in the UK*. Global Entrepreneurship Monitor UK and Prowess.
- HART, M.; HANVEY, E. (1995): "Job Generation and New and Small Firms: Some Evidence from the Late 1980s", *Small Business Economics*, vol. 7, núm. 2, pp. 97-109.
- HECKMAN, J.J. (1979): "Sample Selection Bias as a Specification Error", *Econometrica*, vol. 47, núm. 1, pp. 153-161.
- HERRON, L.; ROBINSON JR., R.B. (1993): "A Structural Model of the Effects of Entrepreneurial Characteristics on Venture Performance", *Journal of Business Venturing*, vol. 8, núm. 3, pp. 281-294.
- IAKOVLEVA, T.; KOLVEREID, L. (2005): "New Firm Performance: Conceptual Perspectives", en A. Fayolle, P. Kyrö y J. Ulijn [ed.]: *Entrepreneurship research in Europe*, pp. 80-101. Cheltenham: Elgar.
- INE (2005): *Directorio Central de Empresas (DIRCE). Resultados estadísticos 2005*, t. I: "Datos de Empresas". Madrid: INE.
- IHRIG, M.; KNYPHAUSEN-AUFSEB, 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, núm. 1-2, 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, núm. 3, pp. 173-187.
- 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*. London: Elsevier Science.
- JOVANOVIĆ, B. (1994): "Entrepreneurial Choice when People Differ in Their Management and Labor Skills", *Small Business Economics*, vol. 6, núm. 3, pp. 185-192.

- KANTIS, H.; ANGELELLI, P.; GATTO, F. (2000): "Nuevos emprendimientos y emprendedores en Argentina: ¿de qué depende su creación y supervivencia?", *Las pequeñas y medianas empresas: entorno, estrategias y potencial transformador. Memorias de la V Reunión Anual de la Red PyMEs Mercosur*. Córdoba.
- KAUFMAN, P.; WELSH, D.; BUSHMARIN, N. (1995): "Locus of Control and Entrepreneurship in the Russian Republic", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 20, núm. 1, pp. 43-56.
- KIRZNER, I. M. (1979): *Perception, Opportunity and Profit*. Chicago: University of Chicago Press.
- KLEPPER, S. (1996): "Entry, Exit, Growth, and Innovation Over the Product Life Cycle", *American Economic Review*, vol. 86, núm. 3, pp. 562-583.
- KRUEGER, N.F.; BRAZEAL, D.V. (1994): "Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 18, núm. 3, pp. 91-104.
- LAMBING, P.; KUEHL, C. (1997): *Entrepreneurship*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- LEVIE, J. (2007): "Immigration, In-Migration, Ethnicity and Entrepreneurship in the United Kingdom", *Small Business Economics*, vol. 28, núm. 2, pp. 143-169.
- LOW, M.B.; MACMILLAN, I.C. (1988): "Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges", *Journal of Management*, vol. 14, núm. 2, pp. 139-161.
- LUNDSTRÖM, A.; STEVENSON, L.A. (2005): *Entrepreneurship Policy: Theory and Practice*. New York, NY: Springer Book Series.
- MCCLELLAND, D.C. (1961): *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- MINNITI, M.; BYGRAVE, W. (1999): "The Microfoundations of Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 23, núm. 4, pp. 41-52.
- MINNITI, M.; BYGRAVE, W. (2001): "A Dynamic Model of Entrepreneurial Learning", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 25, núm. 3, pp. 5-16.
- MORENO, A.M.; CASILLAS, J.C. (2008): "Entrepreneurial Orientation and Growth of SMEs: A Causal Model", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 32, núm. 3, pp. 507-528.
- 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, núm. 1, pp. 47-69.
- 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.
- 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.
- REYNOLDS, P.D.; BOSMA, N.; AUTIO, E.; HUNT, S.; DE BONO, N.; SERVAIS, I.; LÓPEZ GARCÍA, P.; CHIN, N. (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003", *Small Business Economics*, vol. 24, núm. 3, pp. 205-231.
- ROBBIE, K.; WRIGHT, M. (1996): *Management Buy-Ins: Entrepreneurship, Active Investors and Corporate Restructuring*. Manchester: Manchester University Press.
- SCHMUDE, J.; WELTER, F.; HEUMANN, S. (2008): "Entrepreneurship Research in Germany", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 32, núm. 2, pp. 289-311.
- SHANE, S. (2003): *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*. Cheltenham: Elgar.
- 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, núm. 6, pp. 431-446.
- SHANE, S.; LOCKE, E.A.; COLLINS, C.J. (2003): "Entrepreneurial Motivation", *Human Resource Management Review*, vol. 13, núm. 2, pp. 257-279.
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. (2000): "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research", *Academy of Management Review*, vol. 25, núm. 1, pp. 217-226.
- SHAVER, K.G.; SCOTT, L.R. (1991): "Person, Process, Choice: The Psychology of New Creation", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 16, núm. 2, pp. 23-45.
- SHEPHERD, D.A.; WIKLUND, J. (2005): *Entrepreneurial Small Business: A Resource-Based Perspective*. Cheltenham: Elgar.
- STEWART, W.; ROTH, P. (2001): "Risk-Taking Propensity Differences between Entrepreneurs and Managers: A Metaanalytic Review", *Journal of Applied Psychology*, vol. 86, núm. 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.
- UCBASARAN, D.; WESTHEAD, P.; WRIGHT, M. (2001): "The Focus of Entrepreneurial Research: Contextual and Process Issues", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 25, núm. 4, pp. 57-80.
- VECIANA, J. (1999): "Creación de empresas como programa de investigación científica", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, núm. 3, pp. 11-36.
- VEGA, I. DE LA; CODURAS, A.; CRUZ, C.; JUSTO, R.; NOGUEIRA, M.P. (2006): *Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2005*. Madrid: Instituto de Empresa Business School.
- VESPER, K.H. (1990): *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- ZAPALSKA, A. (1997): "Profiles of Polish Entrepreneurship", *Journal of Small Business Management*, vol. 35, núm. 2, pp. 111-117.
- WAGNER, J. (2006): "Are Nascent Entrepreneurs Jacks-of-all-Trades? A Test of Lazear's Theory of Entrepreneurship with German Data", *Applied Economics*, vol. 38, pp. 2415-2419.
- WOOLDRIDGE, J.M. (2002): *Econometrics Analysis of Cross Section and Panel Data*. Cambridge, MA: MIT Press.