
EL PROCESO DE DECISIÓN EN LA PUESTA EN MARCHA DE PROYECTOS EMPRESARIALES: ¿OPTIMIZACIÓN O INERCIA?

FEDERICO PABLO-MARTÍ

JUAN CARLOS JIMÉNEZ

JAVIER CARRILLO

Universidad de Alcalá.

«The opening up of new markets, foreign or domestic (...) illustrate the same process of industrial mutation —if I may use that biological term— that incessantly revolutionizes the economic structure from within, incessantly destroying the old one, incessantly creating a new one. This process of *creative destruction* is the essential fact about capitalism. It is what capitalism consists in and what every capitalist concern has got to live in».

Joseph A. Schumpeter (1942),
Capitalism, socialism and democracy.

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

El estudio de cuáles son los motivos y condicionantes que influyen en la decisión de convertirse en empresario tiene gran importancia, por su incidencia en la trayectoria futura del empresario, y también en el plano macroeconómico.

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

En el plano macroeconómico, los condicionantes de la puesta en marcha inciden sobre el flujo de empresarios que, período a período, pasan de potenciales a tempranos, según la ya consolidada ter-

minología del proyecto *Global Entrepreneurship Monitor*. La mayor variabilidad observada en el número de empresarios tempranos que en el de empresarios potenciales parece indicar que los cambios en las expectativas económicas influyen en la decisión de iniciar el proyecto empresarial, acelerándolo o retardándolo. Sin embargo, existe cierta evidencia en el sentido de que la capacidad de ajustar el momento de la entrada o, incluso, de responder a las oportunidades que ofrece el mercado es, para muchos empresarios, limitada.

Frecuentemente, los comienzos de la actividad emprendedora se desarrollan en entornos en los que la capacidad de elección del empresario es escasa o incluso nula. Desde la toma de las riendas de un negocio familiar tras la jubilación de los padres y sin un plan de negocio específico —que podría ser el ejemplo de inicio de la actividad empresarial más rutinario y predeterminado— hasta el escenario más libre de restricciones —un empre-

dedor que buscara huecos de mercado en todos los ámbitos, sin preferencias— existe una amplia gama de situaciones intermedias.

Es cierto, por otro lado, que no todos los nuevos empresarios son verdaderos emprendedores. Éstos, en efecto, no tienen por qué ser necesariamente los propietarios, y ni siquiera los gestores de una empresa. Como señalaba Schumpeter, el emprendedor constituye el factor clave del crecimiento económico, al ser el agente que, no acomodándose a la situación establecida, introduce innovaciones y abre nuevos cursos a la actividad económica. Así, la mayor o menor inercia en las decisiones de puesta en marcha de nuevos negocios incide en el plano de la innovación y, por tanto, en la capacidad del tejido productivo para adaptarse a los cambios de la economía.

El intento, por una buena parte de los nuevos empresarios, de reducir los riesgos asumidos optando por entornos conocidos, reduce la velocidad con que se produce la evolución de los mercados. Desde la visión heterodoxa de Kirzner (1973), los mercados evolucionan mediante una secuencia sistemática y continua, en la que los errores en la percepción de las oportunidades de negocio por parte de los empresarios que arriesgan generan nuevas ocasiones que son descubiertas por otros emprendedores que las corrigen, a su vez, de forma imperfecta. Si los empresarios no introducen cambios, se dificulta el proceso de detección de nuevas oportunidades de negocio y, con ello, el aprendizaje a partir de los propios errores.

Los resultados del estudio que se presenta en estas páginas indican una elevada inercia en las decisiones de puesta en marcha de sus negocios por parte de los empresarios españoles. La mayoría decide los parámetros básicos sobre los que se desarrollará su actividad —dónde, cuándo y en qué sector va a situar su empresa— en función, básicamente, de sus circunstancias personales, profesionales y familiares, al margen de las oportunidades del mercado, lo que va a determinar en gran medida sus posibilidades de éxito futuro.

Si los nuevos empresarios españoles muestran una menor flexibilidad y visión innovadora en la creación de sus empresas que los de otros países, y tienden a repetir las pautas de negocio pasadas, estarán en desventaja frente a aquellos, especialmente en una época como la actual, marcada por el cambio permanente. La progresiva globalización de los mercados —y la pujante entrada de competidores mejor situados en las tradicionales ventajas competitivas de nuestra economía— establece un marco cada vez más exigente para la supervivencia de nuestras nuevas empresas. Sin duda, este nuevo contexto es una

fuente de amenazas y oportunidades en el proceso de creación destructiva industrial que describió magistralmente Schumpeter, un proceso en el que tan sólo sobreviven los innovadores, los que mejor se adaptan.

El trabajo, tras esta introducción, se organiza como sigue. El apartado siguiente se centra en los determinantes de la decisión de puesta en marcha de un proyecto empresarial (el paso de empresario potencial a temprano), sobre la base de dos condicionantes fundamentales: la búsqueda de oportunidades (optimización) o los factores personales (inercia). El apartado segundo presenta la evidencia empírica obtenida al respecto, a partir de una amplia encuesta a emprendedores españoles a los que se ha preguntado acerca de los factores de su decisión de puesta en marcha de un proyecto empresarial. Por un lado, en relación con las características de estos empresarios. Por otro, respecto del momento, lugar y sector en que éstos han iniciado sus proyectos. El tercer apartado relaciona el grado de optimización —o, en el otro extremo, de inercia— en las decisiones de emprendimiento con la rentabilidad económica observada. Finalmente, se ofrecen las principales conclusiones del trabajo.

LA DECISIÓN DE PUESTA EN MARCHA †

El ya citado proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) articula el proceso emprendedor en tres grandes etapas: la de emprendedor potencial, emprendedor temprano y empresario consolidado. Aquí la atención se centrará en los aspectos ligados a la transición de emprendedores potenciales a tempranos.

Los empresarios potenciales (o latentes) están constituidos por aquellas personas que, por su situación y características personales, podrían convertirse en empresarios en determinadas circunstancias; constituyen, por tanto, la «materia prima» de la que podrán surgir los nuevos empresarios. En España, y según los datos del *Flash Eurobarometer* (FE) para 2004, una gran parte de la población (el 56%) desearía ser autoempleada, lo que supone niveles sensiblemente superiores a los obtenidos para la media de la UE15 (45%), y sólo algo inferiores a los de Estados Unidos (61%).

Ahora bien, que haya personas deseosas de trabajar por cuenta propia no es suficiente para el surgimiento de nuevos empresarios. Las restricciones personales, financieras o de cualquier otra índole pueden dificultar que los potenciales empresarios lleguen a poner en marcha sus proyectos (Grilo e Irigoyen, 2005). Prueba de ello es que, en España, según los datos del FE para 2004, sólo la mitad de los no-autoempleados que

declaraban su deseo de convertirse en empresarios pensaban que tenían alguna posibilidad real de conseguirlo. La cantidad de potenciales emprendedores de que dispone en realidad una economía en un momento concreto depende, ante todo, de las valoraciones individuales que se hacen tanto de las oportunidades que ofrecen los mercados a los empresarios como de la existencia de alternativas adecuadas de trabajo por cuenta ajena.

La actividad emprendedora temprana se refiere a las actividades relacionadas con la puesta en marcha del proyecto empresarial y los primeros años de vida de éste, y tiene especial interés por dos motivos fundamentales: en primer lugar, se trata de la etapa del proceso emprendedor en la que existe una mayor tasa de fracaso empresarial (Callejón, 2003; López-García y Puente, 2006); en segundo lugar, es un momento clave en la introducción de innovaciones en el mercado.

Pues bien, tanto el GEM como el FE muestran una alta volatilidad en los niveles de actividad emprendedora de los diversos países que abarcan. Esta volatilidad induce a pensar que, en la mayor parte de los países, la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales, lejos de ser un flujo estable, se ve significativamente influida por los cambios en el entorno económico y en las expectativas. No se trata, en todo caso, de un efecto homogéneo sobre todos los individuos. Mientras que determinados empresarios potenciales responden a los cambios en sus expectativas acelerando o retardando la puesta en marcha de sus proyectos, otros, por el contrario, conforman su decisión a partir de aspectos mucho menos coyunturales.

Así, por ejemplo, los datos del *Flash Eurobarometer* muestran que un grupo importante de potenciales emprendedores, aunque tengan ya decidido convertirse en empresarios, no saben muy bien a qué actividad dedicarse, con lo que entran en el mercado cuando surge la idea (o la «oportunidad»). La aparición de nuevos productos o mercados favorece la entrada de este tipo de emprendedor.

En sentido inverso, otro grupo significativo de personas, que tienen ya perfectamente definido su proyecto, esperan a contar con los recursos financieros necesarios para arrancar. Este tipo de empresarios es especialmente sensible a los cambios en las condiciones financieras. Otras situaciones que pueden condicionar esa puesta en marcha son la aparición de un socio adecuado, los cambios en las circunstancias familiares o la insatisfacción con la situación previa.

En último término, para una parte significativa de los empresarios el desencadenante principal de

su decisión lo constituye la falta de mejores alternativas.

Las diferencias en la velocidad de respuesta a los cambios en la coyuntura económica que muestran los diferentes tipos de potenciales emprendedores tienen implicaciones que no cabe ignorar. Las fluctuaciones de la actividad emprendedora temprana podrían tender a ser más pronunciadas —y el proceso innovador más intenso— en la medida en que los nuevos emprendedores respondan con más vigor a los cambios en las expectativas y condiciones de los mercados o, lo que viene a ser lo mismo, si hay un mayor porcentaje de potenciales emprendedores que decida iniciar su actividad por motivos de oportunidad de mercado en lugar de hacerlo por condicionantes personales.

Como señala Vivarelli (2004), las explicaciones sobre los motivos que llevan a los empresarios a tomar su decisión de entrada en el mercado pueden agruparse en dos grandes grupos: las basadas en factores de arrastre (o *pull factors*, siguiendo la terminología anglosajona) y las basadas en factores de empuje (o *push factors*).

En la mayor parte de los modelos del primer grupo —los basados en factores de arrastre—, los emprendedores son homogéneos y disfrutan de información perfecta a partir de la cual optimizan sus decisiones bajo la expectativa de beneficios superiores (Khemani y Shapiro, 1986; Acs y Audretsch, 1989a; Geroski, 1991; Geroski y Schwalbach, 1991). Esa maximización de beneficios esperados es descontada incluyendo los costes derivados de las barreras de entrada exógenas, como las economías de escala o los costes de inversión (Mansfield, 1962; Orr, 1974; Baldwin y Gorecki, 1987; Geroski y Schwalbach, 1991) y las barreras de entrada endógenas, como los costes hundidos de innovación (Sutton, 1991).

Otros autores, por el contrario, centran su análisis en las características individuales y circunstanciales de emprendedores heterogéneos. A diferencia de la anterior, esta línea de la literatura destaca la importancia de los factores no económicos en el proceso emprendedor, como los diferentes perfiles personales y profesionales de los potenciales empresarios y sus diversas motivaciones.

Debe advertirse, no obstante, que ambas aproximaciones, lejos de ser excluyentes, se complementan, al dirigirse a diferentes tipos de emprendedor. Con todo, la evidencia obtenida para España parece indicar que la mayor parte de nuestros empresarios arrancaron su actividad movidos fundamentalmente por motivos personales. Que este inicio se haya debido a factores personales o,

por el contrario, haya sido el resultado de una decisión fríamente meditada no es un hecho en modo alguno neutral sobre los futuros resultados del proyecto empresarial: no sólo afecta a los primeros pasos de su andadura, sino que influye, en muchos casos de forma determinante, sobre la evolución futura del negocio, en tanto que muchos de sus aspectos no pueden ser luego modificados sin incurrir en altos costes.

ESTUDIO EMPÍRICO ↓

El presente trabajo se basa en la información de una encuesta específica realizada durante el primer semestre de 2006 a un conjunto de 507 emprendedores, seleccionados aleatoriamente a partir de las empresas que aparecen en la base de datos SABI (1). La utilización de esta base de datos como punto de partida asegura una suficiente representatividad del tejido productivo español y permite conocer los aspectos económico-financieros de las empresas pertenecientes a los empresarios encuestados.

Para determinar el grado de optimización en el proceso de decisión de puesta en marcha del proyecto empresarial se sometió a los empresarios a un cuestionario en el que, entre otros temas, se les preguntaba por los motivos que les llevaron a escoger, una vez decidido que deseaban convertirse en empresarios, el momento concreto de la creación de la empresa, su localización y el tipo de actividad que desarrollarían. Los empresarios debían expresar mediante respuestas abiertas los tres principales motivos que determinaron sus decisiones en cada uno de los tres ámbitos de análisis.

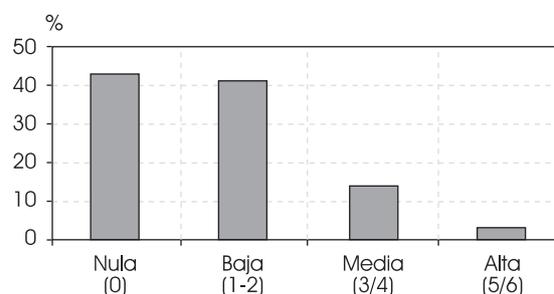
A partir de la información recabada, se construyó un índice que mostrara el grado de optimización, o, en caso contrario, de inercia, del proceso de puesta en marcha de los proyectos empresariales. Los motivos aducidos en cada uno de los aspectos fueron valorados por el equipo investigador asignándoles un valor de cero, en el caso de que no se hubiera realizado una selección entre las alternativas existentes, sino que se hubiera actuado sólo por inercia. Al caso de elegir la mejor de las alternativas, sin ningún tipo de restricción apriorística, se le asignó un valor de dos. Y, cuando se consideró que la elección había estado significativamente afectada por algún tipo de condicionante, se le asignó un valor de uno.

Mediante la agregación de los tres índices parciales obtenidos se generó un índice sintético en el que el cero indicaba una absoluta inercia en la actuación, y el seis, valor máximo, suponía una completa optimización en el proceso de iniciativa empresarial. Es el indicador de Grado de optimización

de la decisión de puesta en marcha que se ofrece en adelante.

La distribución de los empresarios españoles objeto de estudio en función de este índice reveló una altísima concentración de éstos en los valores más bajos. Algo más del 80% de los empresarios se encuadra en valores iguales o inferiores a dos. En el otro extremo, con valores altos de cinco o seis sólo aparece un escaso 3%. Por razones de simplicidad, se han agrupado los valores en cuatro categorías: nula, baja, media o alta optimización de la decisión de puesta en marcha de los proyectos empresariales (gráfico 1).

GRÁFICO 1
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA
SEGÚN GRADO
DE OPTIMIZACIÓN
EN LA DECISIÓN DE PUESTA
EN MARCHA



FUENTES:
II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

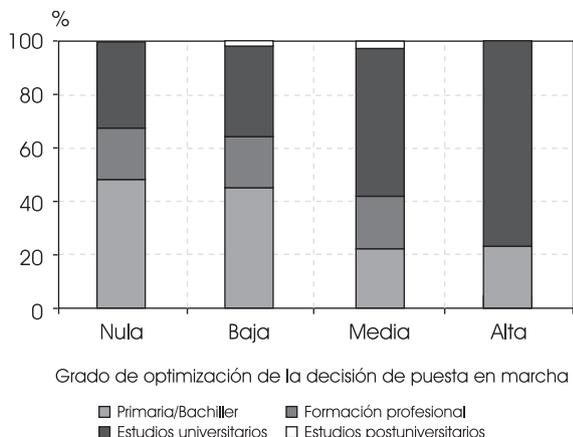
Decisión emprendedora y características de los empresarios ↓

Las características de los empresarios agrupados de acuerdo con este índice de optimización/inercia muestran importantes diferencias respecto de varios aspectos relevantes de sus perfiles emprendedores: su nivel formativo, la tradición empresarial en la familia y las experiencias de fracaso empresarial previo.

La formación del empresariado español muestra una clara distribución en forma de U, en la que coexisten dos grandes grupos con niveles formativos muy distintos, separados por un grupo bastante más reducido con formación intermedia. A nivel general, el porcentaje de empresarios con un nivel formativo básico se sitúa alrededor del 42%, mientras que el grupo con estudios superiores alcanza

GRÁFICO 2

NIVEL DE FORMACIÓN DEL EMPRESARIO



FUENTES: II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

el 40% y los empresarios con formación profesional apenas suponen el 18% del total.

Si se desagregan estos resultados atendiendo a nivel de optimización de la decisión de puesta en marcha de la empresa, se observa una clara relación con el nivel formativo (gráfico 2). Conforme el índice aumenta, revelando un mayor grado de reflexión acerca de las alternativas y oportunidades de negocio, mayor es también el nivel formativo medio de los empresarios. Es interesante advertir cómo, entre los empresarios con un grado de optimización alto, el 80% tiene estudios universitarios, porcentaje que se reduce hasta el 20% para los que sólo cuentan con formación básica. Se observa también en este grupo de alta optimización que no hay empresarios con estudios de formación profesional ni postuniversitarios, probablemente debido a que estos perfiles generan una orientación más precisa en la actividad a desarrollar.

El entorno familiar constituye uno de los aspectos más influyentes en la génesis de nuevos emprendedores, afectando tanto a la cantidad de ellos como a sus características. Una amplia mayoría de empresarios españoles, casi un tercio, manifiesta que en su familia existe cierta tradición empresarial. La importancia del entorno empresarial como formador del capital emprendedor se pone más en evidencia si se tiene en cuenta que las familias de los empresarios sólo suponen un reducido porcentaje del total dentro de nuestra sociedad, lo que indica que la tasa de surgimiento de emprendedores en su seno es muy superior a la del resto de familias.

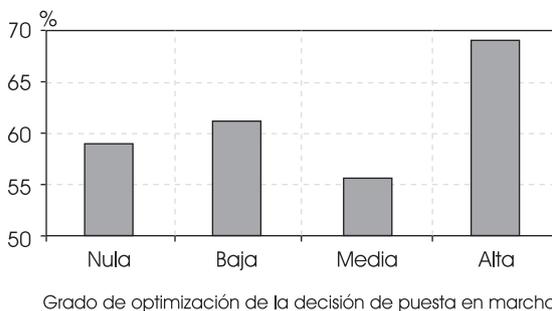
La presencia de emprendedores pertenecientes a familias con antecedentes empresariales es claramente creciente con el grado de optimización de la puesta en marcha del proyecto empresarial (gráfico 3). Y parece, en concreto, que el entorno familiar desempeña un papel más importante como factor de prevención de los riesgos de la actividad empresarial y, por tanto, de la necesidad de reducirlos mediante un proceso de optimización, que como elemento generador de inercias a través de la continuación de los negocios familiares. Así, las familias «empresarias» son importantes porque, más que empresarios continuadores de la actividad familiar, generan emprendedores que pueden saltar a otro tipo de actividades o en otros lugares distintos. Desde este punto de vista, las dificultades para la transmisión intergeneracional de la empresa que repetidamente se señalan en la literatura pueden tener una valoración positiva: aunque en muchos casos no se continúa la empresa, sí se trasmite el espíritu empresarial.

El porcentaje de empresarios que declara haber sufrido un fracaso empresarial anterior es muy reducido, de apenas un 16%. Este resultado sugiere o bien que el grado de éxito de los empresarios españoles es extraordinariamente alto o, lo que parece más probable, dadas las escasas posibilidades de supervivencia de las empresas de nueva creación, que los empresarios que han sufrido fracasos tienen luego serias dificultades para volver a poner en marcha un nuevo proyecto.

En las sociedades con una mayor valoración de la función empresarial, como la norteamericana, se considera que el empresario que ha tenido un re-

GRÁFICO 3

PERTENENCIA DEL EMPRESARIO A UNA FAMILIA CON ANTECEDENTES EMPRESARIALES



FUENTES: II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

vés en su actividad cuenta con una experiencia que le puede ser útil en el futuro y, por tanto, ello no supone un freno importante para la puesta en marcha de nuevos proyectos. Por el contrario, en España, al igual que ocurre en otros países europeos, ese fracaso se valora muy negativamente, lo que dificulta que los empresarios con experiencias de fracaso vuelvan a considerar la posibilidad de crear una empresa, por el desgaste personal, además del patrimonial, que ello supone.

Los datos del FE parecen apoyar esta hipótesis. La *ratio* de abandono (2) de la actividad empresarial en España es muy alta, al igual que ocurre en la mayoría de los países de la Unión Europea, lo que contrasta con los niveles de otros países, como Estados Unidos o Irlanda, donde llega a ser hasta cuatro veces menor (Pablo y García, 2007).

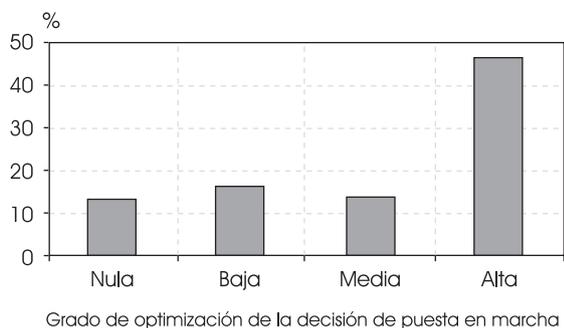
Según la información de la encuesta realizada, tras un fracaso empresarial, la mayor parte de los empresarios españoles ya no vuelve a operar en el mismo sector, a pesar de contar con una serie de conocimientos o de costes hundidos que podrían resultar difícilmente aprovechables en otros sectores. En el gráfico 4 puede observarse cómo, entre los empresarios con fracasos previos, la mayor parte opta por poner en marcha su empresa con un elevado grado de optimización de las alternativas disponibles.

La explicación de este hecho parece encontrarse en las propias causas de su fracaso empresarial anterior. Así, preguntados sobre este punto los empresarios previamente «fallidos», éstos señalaron cuatro grandes grupos de causas: las relacionadas con sus propias características y actuaciones

personales; las ligadas con la organización y la gestión de su empresa; los problemas de orden sectorial, y lo que podría denominarse como «problemas externos».

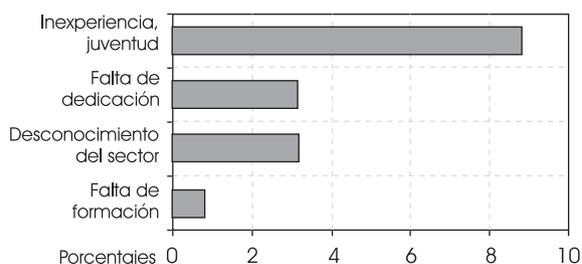
Entre las del primer grupo —el más relevante para los objetivos de este trabajo—, la principal causa aducida, a gran distancia de las demás, fue la inexperiencia o juventud, en un 9% de los casos; tras ella, aunque con sólo un 3% del total, se encontraba la falta de dedicación y el desconocimiento del sector. Es interesante subrayar que tan sólo un 1% consideraba que su falta de formación fuera un

GRÁFICO 4
FRACASO EMPRESARIAL ANTERIOR



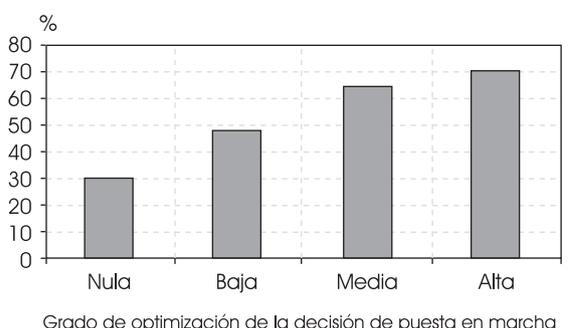
FUENTES:
II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

GRÁFICO 5
CAUSAS DEL FRACASO EMPRESARIAL (CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO)



FUENTES:
II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

GRÁFICO 6
REALIZACIÓN PREVIA DE UN PLAN DE NEGOCIO



FUENTES:
II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

elemento determinante en la quiebra de su empresa (gráfico 5).

La falta de un proceso de decisión basado en criterios de optimización queda patente en el escaso número de empresarios que realiza un plan de negocio antes de poner en marcha su proyecto empresarial. Sólo un 43% de los empresarios encuestados declararon haber realizado algún tipo de cálculo formal previo (o plan de negocio) para evaluar sus posibilidades de éxito, en una secuencia claramente creciente, como parece también lógico, con el grado de optimización de la puesta en marcha del proyecto (gráfico 6).

Preferencias del momento, lugar y sector para iniciar el proyecto empresarial

A continuación se muestran los resultados obtenidos en las preguntas relacionadas con la decisión de creación de una nueva empresa, agrupados en términos de la elección del momento, el lugar y el sector del proyecto empresarial (3). La elección del orden en que se presentan estas decisiones es, en gran medida, arbitraria: dependiendo de las motivaciones de cada empresario, se genera una cadena de decisiones distintas que dan lugar a una variedad de tipologías de empresarios.

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

Por el contrario, los empresarios que surgen «por oportunidad» muestran un perfil marcado típicamente por la selección inicial del sector en función de la ocasión detectada, para elegir en un paso subsiguiente el lugar, atendiendo a criterios sobre todo económicos. El momento suele venir dado también por la oportunidad, tendiéndose a aproximarle lo máximo posible al surgimiento de ésta.

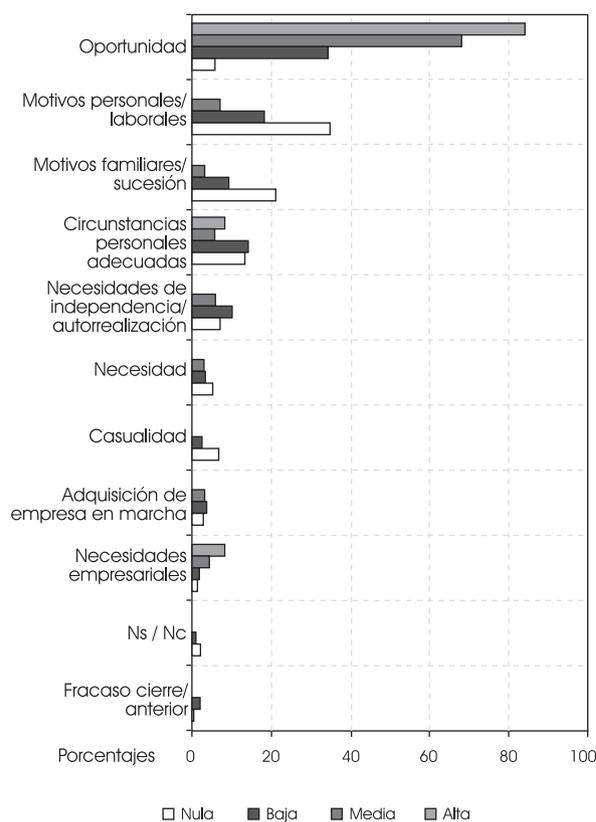
La decisión del momento. Los desencadenantes de la decisión temporal declarados por los empresarios encuestados son muy variados, pero coincidentes, en líneas generales, con la literatura al respecto, pudiéndose agrupar en dos grandes grupos: los relacionados con la aparición de oportunidades y los ligados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

De esta forma, la motivación más comúnmente declarada es la «oportunidad», con casi el 28% de

los casos; si a ésta se le añaden otras motivaciones relacionadas en alguna medida con ella, ya sea la «adquisición de empresas en marcha» o las «necesidades empresariales», se alcanza aproximadamente un tercio del total.

Los motivos relacionados con la «necesidad» o, mejor, con cuestiones personales o familiares, suponen un porcentaje sensiblemente superior, prácticamente dos tercios del total, aunque expresados a través de múltiples respuestas que, en muchos casos, se solapan. El motivo «necesidad», estrictamente considerado, expresa un porcentaje de respuestas sorprendentemente bajo, a tenor de la información ofrecida por el GEM. Sin embargo, hay indicios suficientes para pensar que, tras otras respuestas más ambiguas, como «circunstancias personales» o «motivos personales/laborales», se esconde un buen número de empresarios que

GRÁFICO 7
MOTIVACIONES DE LA ELECCIÓN DEL MOMENTO



FUENTES:
II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

tuvieron que elegir el momento de la puesta en marcha de su proyecto apremiados por un entorno personal difícil (gráfico 7).

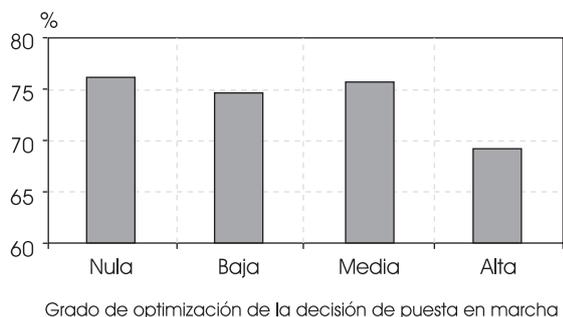
La decisión de iniciar un proyecto empresarial no supone, en el común de los casos, su inmediata puesta en marcha. La falta de recursos financieros, las trabas burocráticas o las dificultades en la localización de determinados activos necesarios pueden hacer que ésta, de modo efectivo, se retrase. En el gráfico 8 se muestra cómo, aunque la gran mayoría de los empresarios —y ello es así en cada uno de los distintos estratos de «grado de optimización» en que éstos se han agrupado— consiguió iniciar su proyecto empresarial en menos de un año, cerca de un 30% necesitó un plazo mayor.

La elección del lugar. Más relevante, si cabe, que la decisión del momento es la del lugar, ya que ésta presenta, muchas veces, un grado de flexibilidad mucho menor. Si el empresario advierte que el momento en que ha arrancado su empresa no es el más adecuado, tiene cierta discrecionalidad para acelerar o, por el contrario, ralentizar su desarrollo. Pero si percibe que el lugar escogido no es el más adecuado, sus consecuencias perdurarán, en la mayor parte de los casos, durante toda la vida de la empresa.

Por ello, resulta interesante observar cómo la mitad de los empresarios escoge la localización de su empresa simplemente atendiendo a su lugar de residencia, en particular entre los de menor grado de optimización (gráfico 9). Aunque el ámbito regional más cercano al lugar donde vive ofrece ciertas

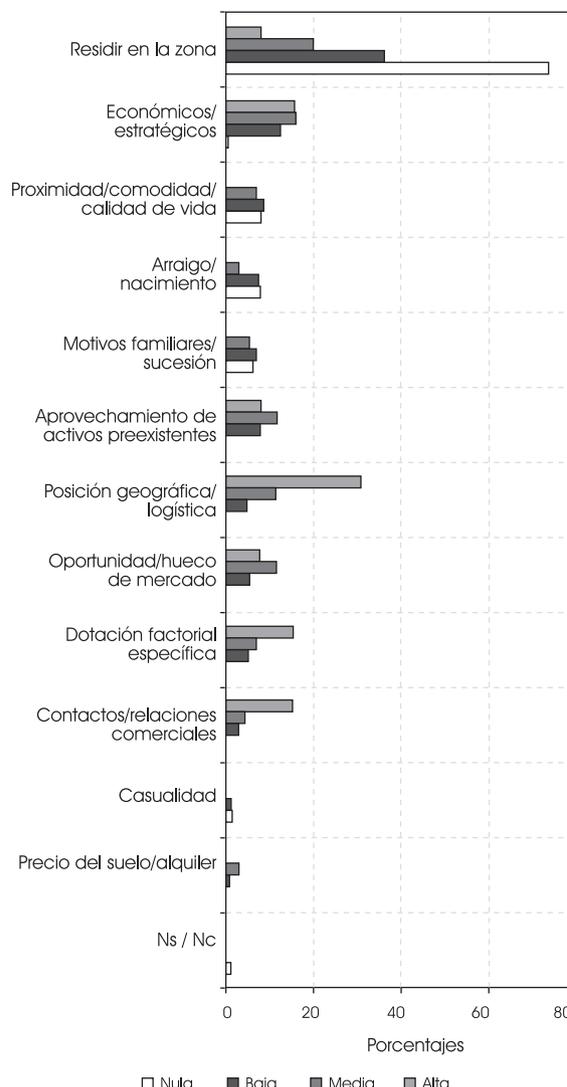
ventajas en términos de experiencia y conocimiento del mercado, los muy altos niveles observados de proximidad territorial —e incluso por razón de «nacimiento»— parecen sugerir más bien cuestiones de arraigo personal o de comodidad que motivaciones puramente económicas. Las fuertes diferencias interregionales en las tasas de paro que han caracterizado desde hace décadas, y aún hoy, a la economía española hacen también más

GRÁFICO 8
PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE REQUIRIERON MENOS DE UN AÑO HASTA LA PUESTA EN MARCHA EFECTIVA



FUENTES: II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

GRÁFICO 9
MOTIVACIONES DE LA ELECCIÓN DE LA LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LA EMPRESA



FUENTES: II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

perceptible esa motivación de «arraigo» por parte de nuestros empresarios.

Por el contrario, las cuestiones más ligadas al paradigma económico de la optimización de la localización ocupan un lugar muy secundario en las motivaciones de la mayoría de los empresarios. Así, la fuerte relación entre el lugar de residencia de los empresarios y el de creación de sus empresas genera una importante inercia en la actividad económica de las regiones que puede acarrear diferencias interregionales de rentabilidad empresarial luego muy difíciles de ser compensadas por la movilidad del factor empresarial.

No se aprecian, por último, diferencias relevantes en los motivos de la elección del lugar donde se localiza la empresa entre los nuevos empresarios y los ya consolidados, ni tampoco, por razón de género, entre mujeres y hombres.

La elección del sector. Si el momento y el lugar afectan al desarrollo de un proyecto empresarial, la elección del sector determina algunas de sus más profundas características.

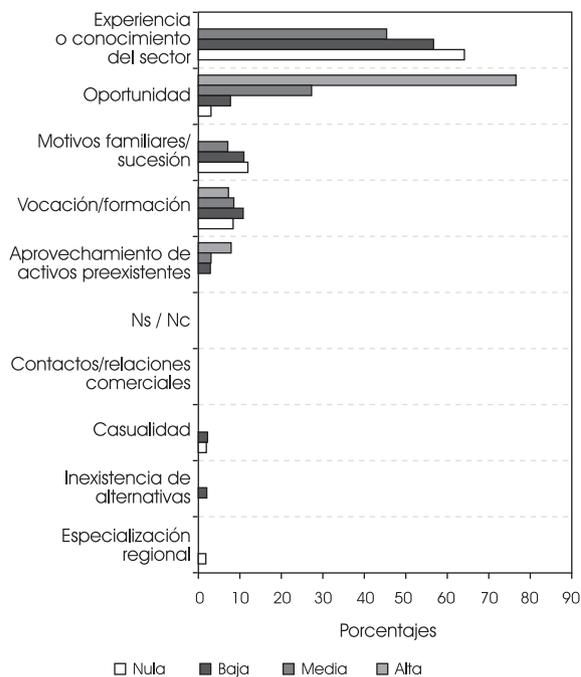
En este sentido, la mayor parte de los empresarios no seleccionan la actividad de su empresa entre todas las posibles, sino que lo hacen restringiendo su búsqueda a un número muy reducido de ellas. Así, un 60% de ellos escoge su sector de actividad en función de sus conocimientos y de su experiencia profesional previa (gráfico 10). Esta aparente «rutina» tiene, no obstante, una lectura ambivalente: porque si, por un lado, puede indicar una reducida capacidad para aprovechar las oportunidades que surgen en otros sectores, especialmente en los nuevos o de mayor desarrollo potencial, por otro, la experiencia y el aprendizaje (*learning-by-doing*) volcados en el nuevo proyecto permiten la reducción de costes y riesgos y, con ello, una mejor optimización de las decisiones.

Otras motivaciones para el emplazamiento sectorial que aparecen en un porcentaje muy considerable de los empresarios españoles —un 25%—, y que también están marcadas por un alto grado de determinismo, son las ligadas a la tradición familiar, la formación y el aprovechamiento de activos específicos, entre otras. En contraste con lo anterior, la elección del sector de actividad por motivos puramente ligados a la apreciación de una oportunidad de negocio (los centrales en los modelos tradicionales de movilidad empresarial) se manifiesta entre apenas el 15% de los empresarios.

Así pues, el conocimiento sectorial y la experiencia previa desempeñan un papel determinante en la elección del sector donde desarrollarán su actividad

GRÁFICO 10

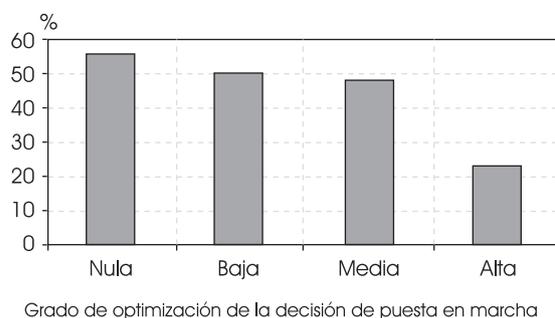
MOTIVACIONES DE LA ELECCIÓN DEL SECTOR



FUENTES: II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

GRÁFICO 11

RELACIÓN DE LA EMPRESA CON LA ACTIVIDAD PROFESIONAL PREVIA DEL EMPRESARIO



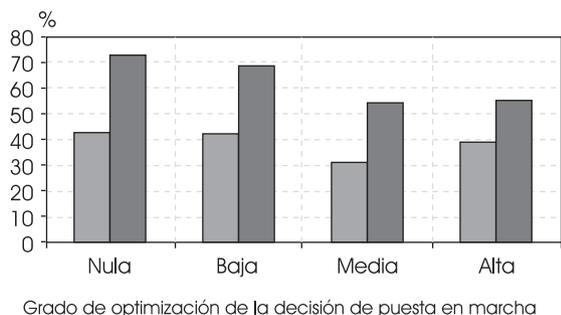
FUENTES: II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

los empresarios españoles. Esto explica que más del 50% declarase que su empresa estaba ligada con su anterior actividad profesional (gráfico 11).

El entorno familiar no sólo influye en la decisión de ser empresario, sino que también lo hace sobre la elección del sector.

El 60% de los empresarios declaró que su actividad estaba bastante o muy relacionada con la desempeñada por algún miembro de su familia; porcentaje que alcanzaba cerca del 76% cuando se trataba de familias con tradición empresarial (gráfico 12).

GRÁFICO 12
TRADICIÓN EMPRESARIAL EN LA FAMILIA RELACIONADA CON LA ACTIVIDAD



FUENTES: II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

Las explicaciones de este hecho son básicamente dos. En muchos casos, el inicio de la actividad del empresario coincide con la sucesión en la empresa familiar. Cuando esto es así, las posibilidades de cambiar el ámbito de actividad son mucho menores que cuando la empresa es creada *ex novo*.

Pero aun en el caso de las empresas de nueva creación, el entorno familiar dota al emprendedor de una serie de recursos de orden práctico —contactos, conocimientos específicos— que resultan difícilmente utilizables en sectores de actividad que estén alejados del de la familia. Estos activos no tienen que proceder necesariamente de una actividad empresarial familiar, pueden proceder también de actividades por cuenta ajena.

OPTIMIZACIÓN DEL PROCESO DE ENTRADA Y RESULTADOS

El grado de optimización en la decisión de puesta en marcha de la empresa parece tener un im-

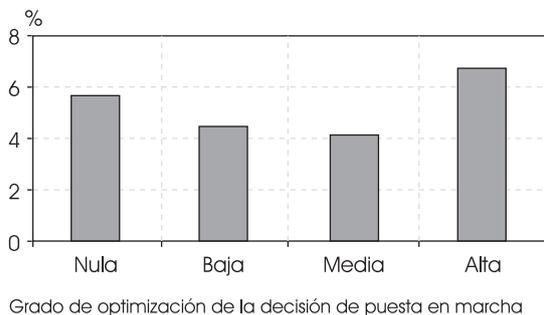
portante efecto sobre su rentabilidad a largo plazo. En el gráfico 13 se muestra la rentabilidad mediana obtenida por los distintos tipos de empresarios. Para ello se han utilizado los datos de SABI de todos los ejercicios disponibles (diez años, para las empresas más antiguas). Como suele ser habitual en este tipo de trabajos, se utilizó la mediana en lugar de la media, por resultar menos sensible a posibles casos extremos que podrían alterar los resultados. En todo caso, la utilización de la media no altera significativamente los resultados que aquí se ofrecen.

Como era previsible, los empresarios que no tuvieron restricciones y pudieron optimizar su decisión de entrada obtuvieron unos niveles de rentabilidad superiores. Sin embargo, se advierte la aparente paradoja de que los siguientes en niveles de rentabilidad son los que tenían una mayor inercia, quedando en los niveles más bajos los que tenían restricciones intermedias.

Esta distribución de rentabilidades en forma de U parece sugerir que lo mejor es tener plena libertad para diseñar la empresa; pero, de no ser así, también ofrece buenos resultados «subirse» a una empresa en marcha, como es el caso de una empresa familiar que pasa de padres a hijos.

Por el contrario, los peores resultados se obtienen cuando hay algún elemento que no permite modificación y afecta —viciándolo— a todo el proceso de puesta en marcha. Ejemplos de esto son el empresario que tiene que montar su negocio *ahora* y debe buscar rápidamente una actividad y un lugar donde desarrollarla, o el que tiene que hacerlo necesariamente *aquí*, con independencia de que se den las circunstancias adecuadas para ello.

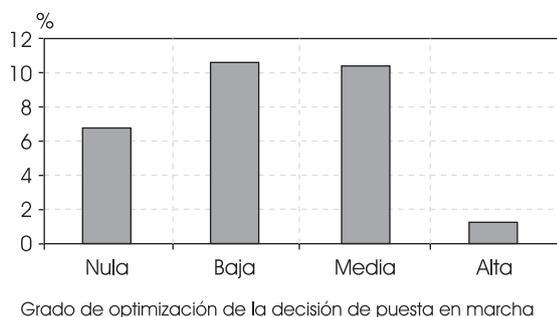
GRÁFICO 13
RENTABILIDAD ECONÓMICA MEDIANA



FUENTES: II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

Es interesante observar, por último, la relación de la rentabilidad con el riesgo. Los dos tipos de empresarios con mayor rentabilidad —los de alta y los de nula optimización— muestran unos niveles de variabilidad de las rentabilidades sensiblemente menores que los grupos de optimización intermedia. En el gráfico 14 se muestra esta variabilidad expresada en términos de un sustituto del coeficiente de variación, calculado como el cociente entre la desviación típica y, en lugar de la media, la mediana.

GRÁFICO 14
VARIABILIDAD DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA MEDIANA



Grado de optimización de la decisión de puesta en marcha

FUENTES:
II Encuesta IUAES sobre actividad emprendedora, SABI y elaboración propia.

CONCLUSIONES ↓

El emprendimiento y la forma en que se toman las decisiones de poner en marcha un proyecto empresarial son variables decisivas en el progreso de cualquier economía de mercado. En este sentido, el alto grado de inercia que se observa en las decisiones individuales de los nuevos empresarios españoles a la hora de establecerse afecta a la capacidad de adaptación de toda la economía. Escasa adaptación a los cambios del entorno que puede limitar seriamente la capacidad de crecimiento a largo plazo.

La evidencia obtenida a partir de nuestra muestra de empresas españolas permite apuntar que la gran mayoría de los empresarios no sigue reglas de optimización en la creación de sus empresas, sino de simple satisfacción de determinados umbrales, y que sus decisiones están muy condicionadas por motivos circunstanciales (e históricos) de diferente índole. Esta realidad —que habría que contrastar si es también un rasgo definitorio de otros países de nuestro entorno— nos aparta, en todo caso, de los

modelos de decisión de entrada empresarial recogidos en la aproximación convencional (maximización de beneficios esperados, incluyendo los costes de las barreras de entrada).

Además de lo anterior, la alta inercia observada genera sobre-entradas en determinados sectores o lugares, mientras que, en otros, las empresas establecidas pueden disfrutar de amplios márgenes durante períodos más largos de lo que las tradicionales barreras a la entrada podrían explicar. El criterio de satisfacción de mínimos también se pone de manifiesto en la decisión del tamaño empresarial.

El momento, el lugar y el sector en los que se concreta el emprendimiento en España tienen más que ver con la necesidad, la proximidad al domicilio y el entorno familiar que con la apreciación, primero, y el aprovechamiento, después, de otras ventajas potenciales. Más, por tanto, con la rutina que con la oportunidad. Más con la inercia que con la optimización de las decisiones para la puesta en marcha de proyectos empresariales a través de planes de negocio.

Se atribuye a Napoleón un aserto célebre: «La capacidad sirve de poco sin oportunidad». La política pública de apoyo al emprendedor debiera, como es lógico, reforzar la formación —y la información— de los potenciales empresarios en aquello que es más necesario para que esa potencialidad se concrete. Se ha mostrado cómo ello está en relación directa con el grado de optimización de la puesta en marcha de proyectos. Pero, quizá, sobre todo, debiera liberar de obstáculos administrativos, aún tan frecuentes en España, la creación de empresas, favoreciendo así el aprovechamiento de las oportunidades de negocio detectadas por quienes desearían convertirse en empresarios.

NOTAS ↓

- (1) La encuesta fue realizada por el Instituto Universitario de Análisis Económico y Social en colaboración con la Fundación Rafael del Pino, para la elaboración del II Informe sobre la actividad emprendedora en España (García, Crespo y Pablo-Martí, 2007). Los detalles metodológicos se recogen en el capítulo II.
- (2) Se define la *ratio* de abandono como la relación existente entre el número de personas que tras haber sido empresarios ya no quieren volver a serlo y las que actualmente lo son o están en proceso de serlo.
- (3) Las respuestas de este apartado no estaban cerradas, con el objeto de ofrecer a los encuestados la máxima libertad, siendo codificadas con posterioridad por los miembros del equipo investigador.

BIBLIOGRAFÍA ↓

ACS, Z.J. y AUDRETSCH, D.B. (1989): «Small-firm Entry in US Manufacturing», *Economica* 56, pp. 255-265.

BALDWIN, J.R. y GORECKI, P. (1987): «Plant Creation Versus Plant Acquisition: The Entry Process in Canadian Manufacturing», *International Journal of Industrial Organization* 5, pp. 27-41.

CALLEJÓN, M. (2003): *Procesos de selección, iniciativa empresarial y eficiencia dinámica*. Barcelona, Universidad de Barcelona, pp. 62-21.

GEROSKI, P.A. (1991): «Domestic and Foreign Entry in the United Kingdom: 1983-1984», en Geroski, P. y SCHWALBACH, J. (eds.), *Entry and Market Contestability: An International Comparison*, Oxford: Basil Blackwell.

GEROSKI, P. y SCHWALBACH, J. (eds.) (1991): *Entry and Market Contestability: An International Comparison*, Oxford: Basil Blackwell.

GRILO, I. y IRIGOYEN, J.M. (2005): «Entrepreneurship in the EU: to wish and not to be», *Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy* (29-2005).

KHEMANI, R.S. y SHAPIRO, D.M. (1986): «The Determinants of New Plant Entry in Canada», *Applied Economics* 18, pp. 1243-1257.

KIRZNER, I. (1973): *Competition and Entrepreneurship*, Chicago and London: The University of Chicago Press.

LÓPEZ-GARCÍA, P. y PUENTE, S. (2006): «Algunos rasgos de la supervivencia de empresas en España», *Boletín Económico del Banco de España*, abril, pp. 76-83.

MANSFIELD, E. (1962): «Entry, Gibrat's Law, Innovation and the Growth of Firms», *American Economic Review*, 52, pp. 1023-1051.

ORR, D. (1974): «The Determinants of Entry: A Study of the Canadian Manufacturing Industries», *Review of Economics and Statistics* 56, pp. 58-66.

PABLO-MARTÍ, F. y GARCÍA, A. (2007): «Dimensión y características de la actividad emprendedora en España», *Economía*, n.º 62, pp. 264-289.

SCHUMPETER, J.A. (1942): *Capitalism, socialism and democracy*, Harper and Row, Nueva York.

SUTTON, J. (1991): *Sunk Costs and Market Structure*, MIT Press, Cambridge (Mass.).

VIVARELLI, M. (2004): «Are All the Potential Entrepreneurs So Good?», *Small Business Economics*, n.º 23, pp. 43-49.