

**La actitud emprendedora y su influencia en la dinámica de creación empresarial.
Análisis de la realidad española.**

Portela, Marta

García Conde, Cristina

Zuasti Retamar, Mariana

Rubén Lado

ABSTRACT

Los resultados de las investigaciones empíricas permiten afirmar que la detección de oportunidades, así como la posesión de habilidades y conocimientos necesarios para emprender son factores vitales a la hora de llevar a cabo una iniciativa emprendedora. Sin embargo, también es posible afirmar que el incremento de la actividad emprendedora motivada por la necesidad de autoempleo del emprendedor influye en el incremento del temor al fracaso, y ello puede generar una dinámica perjudicial a la creación de empresas a medio plazo.

El modelo propuesto pretende apoyar el proceso de toma de decisiones de las Administraciones Públicas a la hora de orientar las medidas de estímulo de la actitud emprendedora. Este trabajo contribuye al estudio del emprendimiento y la creación empresarial desde una perspectiva multidisciplinar, incorporando los enfoques psicológico, sociológico y económico desde una perspectiva dinámica, lo que permite analizar en profundidad aspectos no detectados con otras metodologías.

1 INTRODUCCIÓN

El espíritu emprendedor es uno de los principales motores de la innovación, la competitividad y el crecimiento de la economía. Por este motivo, en la actual situación de crisis económica, la creación y consolidación de nuevas empresas capaces de poner en marcha la economía global se ha convertido en uno de los mayores retos a los que se enfrentan las instituciones políticas.

En la puesta en marcha de una iniciativa emprendedora influyen toda una serie de factores que juegan un papel destacado en dicho proceso. La detección y aprovechamiento de las oportunidades que existen en el mercado, la complejidad administrativa, los obstáculos financieros o la necesidad de adquirir nuevos conocimientos y habilidades son algunas de las muchas variables implicadas en el proceso.

Por este motivo, la intencionalidad emprendedora se encuentra condicionada por multiplicidad de factores que actúan de estímulo o de barrera a la hora de desarrollar el carácter emprendedor en los individuos. Se podrían englobar en tres grupos: factores socio-demográficos, variables de percepción y factores de contexto (tanto social como económico). Todos ellos han sido objeto de numerosos estudios que se han multiplicado en las últimas décadas, debido al creciente interés surgido en torno al emprendimiento y cuáles son las medidas que pueden actuar de impulso para su desarrollo en la sociedad.

Una de las variables más destacadas a la hora de llevar a cabo estudios empíricos es la capacidad para percibir oportunidades en el entorno (Lundström y Stevenson, 2005; Shane, 2003:105) ya que el núcleo del emprendimiento es la orientación hacia la visión de oportunidades (Krueger, 2003). Así, un individuo se animará a poner en marcha una nueva empresa si detecta que hay una oportunidad de negocio que puede aprovechar (Shane, 2003).

Pero aunque el individuo sea capaz de detectar en el entorno esa oportunidad clave, es necesario que cuente con las habilidades y conocimientos necesarios para llevar a cabo su idea de negocio, ya que nadie de forma racional decidirá exponerse a situaciones que no sabe cómo resolver. Por este motivo, esta variable ha sido también analizada por numerosos estudios, y la literatura señala como un elemento fundamental

para iniciar una actividad de creación de empresas el stock de conocimientos y habilidades que el futuro emprendedor atesora en base a su experiencia previa y la educación recibida (Ihrig *et al.*, 2006).

Este estudio pretende analizar cuáles son los determinantes del emprendimiento, es decir, cuáles son las variables que presentan una mayor influencia en el individuo a la hora de decidirse a llevar a cabo una actividad emprendedora. Para ello hemos tomado como base de partida la encuesta del proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor), que busca determinar la intencionalidad emprendedora de la población de los países y regiones objeto de análisis.

La estructura del estudio es la siguiente: en el punto dos se hace una revisión de la literatura que ha analizado los diferentes factores que influyen en el emprendimiento, en el punto tres se detalla la metodología empleada así como la definición de las variables incluidas en el modelo econométrico, en el punto cuatro se comentan los resultados obtenidos y se presenta el modelo conceptual que refleja la dinámica posible entre las variables detectadas. Por último, en el punto cinco se enuncian las conclusiones extraídas del estudio llevado a cabo y se proponen medidas de incentivo a una actitud emprendedora que no alimente dinámicas perjudiciales a la creación empresarial futura.

2 FACTORES DETERMINANTES DEL EMPRENDIMIENTO

Desde los modelos decisionales de elección de carrera se considera la conducta de emprender como resultado de un proceso de decisión meditado y complejo en el que el individuo elige su futuro profesional entre las alternativas de crear una empresa propia o trabajar por cuenta ajena (Baumol, 1990; Campbell, 1992; Douglas & Sheperd, 2000).

En los últimos años, ha ido creciendo el interés por la relación existente entre la innovación, el emprendimiento y el desarrollo económico. De hecho, está cada vez más extendida la idea de que la innovación influye de forma directa en el desarrollo económico de los países. Por este motivo, uno de los factores a tener en cuenta a la hora de analizar el éxito de una iniciativa emprendedora es precisamente su carácter

innovador. En los mercados actuales, , el éxito o fracaso de un nuevo negocio puede venir determinado de forma decisiva precisamente por saber detectar esa oportunidad de carácter innovador que subyace en el entorno.

De acuerdo con la literatura, podemos considerar que los factores que influyen en la decisión de un individuo de llevar a cabo una iniciativa emprendedora en lugar de optar por un empleo por cuenta ajena se pueden clasificar en:

- **Factores individuales:** tales como las características demográficas (sexo, edad, estado civil, situación familiar), salud, ingresos, estado del trabajo actual, capital humano individual (educación, experiencia laboral), las características psicológicas personales (actitudes, el optimismo, la preferencia por la independencia); analizados por los autores que plantean el enfoque psicológico del emprendimiento, (McClelland 1971; Carsrud y Johnson 1989).
- **Factores sociales:** capital social y las normas sociales. Correspondientes al enfoque sociológico, con autores como (Shapiro y Sokol 1982; Aldrich y Zimmer 1986; Busenitz et al. 2000; Steyaert y Katz 2004; Manolova et al. 2008).
- **Factores macroeconómicos:** ingreso per cápita, el sistema financiero y de calificación crediticia o el ciclo económico, los cuales se incluyen en el enfoque económico, (Audretsch y Thurik 2001; Audretsch y Keilbach 2004; Parker 2004; Wennekers et al. 2005).

No existe sin embargo consenso sobre el efecto que provoca cada uno de estos factores. Las conclusiones obtenidas difieren dependiendo del ámbito de análisis, ya sean los países objeto de estudio, o el ámbito sectorial en el que se desarrolla la iniciativa de creación empresarial.

En este trabajo integraremos los enfoques psicológico, sociológico y económico, analizando en primer lugar los factores que se refieren a las características que diferencian a los emprendedores, e integrando posteriormente este análisis a aquellos aspectos detectados en los enfoques sociológico y económico. Detallamos a continuación la relevancia de las variables edad, género, educación percepción (confianza y aversión al riesgo) y contexto macro-económico en los estudios de emprendimiento.

- **Edad:** el espíritu emprendedor tiende a desarrollarse en personas jóvenes. Así Reynolds et al. (2003) encontraron evidencias empíricas que mostraban como los individuos con edades comprendidas entre los 25 y los 34 años eran los candidatos que tenían más probabilidades de convertirse en emprendedores.

- **Género:** en cuanto a las diferencias de género, si bien es cierto que existen estudios que han encontrado que los factores que influyen en el emprendimiento de hombres y mujeres tienden a ser los mismos (Langowitz and Minniti; 2005), existen otros estudios que nos muestran lo contrario, especialmente en relación a factores de percepción. Mueller y Conway Dato-On (2008) demostraron que los hombres están más inclinados a la actividad emprendedora, debido a que presentan mayores niveles de autoconfianza para esta actividad. Pero además de esto, existen investigaciones que demuestran que las mujeres perciben que su entorno es más difícil y menos apropiado para llevar a cabo dicha actividad emprendedora (Zhao et al., 2005). Por este motivo, los índices de emprendimiento de las mujeres se sitúan por debajo de los hombres. Como complemento a los estudios anteriores, Green (2000) alude que la respuesta a este planteamiento puede originarse debido a las diferencias existentes en stock de capital humano y capital social entre individuos de ambos sexos.

- **Educación:** la literatura considera la educación como uno de los indicadores del capital humano. No obstante, a menudo se hace referencia a que los emprendedores destacan más por su talento que por la educación específica que hayan recibido (Murphy et al., 1991; Leazar, 2002). Por este motivo, las relaciones establecidas entre la educación y la creación de nuevos negocios son inciertas, a excepción de aquellos países más ricos donde se ha demostrado que la formación de posgrado ha tenido efectos positivos en la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras de alta tecnología (Blanchflower, 2004).

No obstante, los emprendedores (ya sean consolidados o potenciales) suelen tener un nivel educativo superior por término medio al del resto de la población activa y al de empresarios ya establecidos (Contín *et al*, 2007).

- **Percepción:** mientras que los factores socio-demográficos y económicos han sido ampliamente analizados por la literatura, no sucede lo mismo con las variables de percepción, en parte debido a la escasez de datos disponibles, así como a la complejidad que supone introducirlas en un modelo. Las variables de percepción son aquellos factores que describen percepciones subjetivas y creencias, sin necesidad de que tengan

que obedecer a circunstancias objetivas. Estas variables son consideradas como las características distintivas más importantes del comportamiento de los emprendedores (Kirzner, 1973, 1979).

a) Confianza: la literatura ofrece múltiples estudios que analizan la relación que existe entre la confianza en las habilidades que posee el individuo y su capacidad para emprender (Vázquez, Gómez & Vieira, 2010; Doh & Acs, 2010)

Siguiendo este enfoque, otros estudios hacen hincapié en la importancia que tiene para el futuro emprendedor conocer a otros que ya lo son, es decir, las redes con las que mantiene contacto ese individuo. Relacionado con esto, Minniti (2004) ha analizado el aumento de la confianza de los individuos generada por la existencia de precedentes y modelos a seguir, y el efecto que su conocimiento tiene en la reducción de la ambigüedad en el entorno del potencial emprendedor.

Tanto la confianza como la pertenencia a redes son dos variables que nos permiten, junto con las normas sociales, medir el concepto de capital social.

b) Aversión al riesgo: la relación entre la decisión de emprender y la aversión al riesgo ha sido también analizada por la literatura. Así, los estudios inciden en que la reducción de la percepción de fracaso hace que aumente la probabilidad de que un individuo se decida a iniciar un nuevo negocio (Weber and Milliman, 1997). La conducta emprendedora generalmente se ha relacionado con niveles moderados de propensión al riesgo en el individuo (McClland, 1961; Sexton y Bowman, 1983). Sin embargo, se plantean ciertas contradicciones en cuanto a la relación entre la propensión al riesgo y la decisión de emprender. Así, algunos estudios empíricos confirman que existe una mayor propensión al riesgo en emprendedores fundadores de su propia empresa que en directivos de empresas ya creadas (Begley y Boyd, 1987). Otros estudios indican que los emprendedores no tienen una mayor propensión al riesgo que los directivos y la población general (Low y McMillan, 1988).

Basándose en estos resultados, cobra fuerza la idea de que la clave para diferenciar entre emprendedores y no emprendedores se encuentra en la tolerancia al riesgo, es decir, cómo el individuo procesa la información que le llega del entorno y es capaz de detectar oportunidades. Siguiendo esta línea, Palich y Bagby (1995)

encontraron evidencias de que los emprendedores ven de forma más positiva que otros individuos determinados escenarios en los que desarrollar un nuevo negocio. Así, los emprendedores son más propensos a ver escenarios con oportunidades donde otros tan solo ven una baja rentabilidad en relación al riesgo que entraña.

- **Contexto macro-económicos:** los estudios de corte económico han dado especial relevancia a los factores de contexto, y han demostrado que la decisión de emprender se encuentra también influida por el entorno en el que se toma (Chell and Baines, 2000).

Thurik et al. (2002) proporcionan un análisis detallado de aquellos factores contextuales que influyen en el nacimiento de una iniciativa emprendedora, argumentando que la tecnología, el nivel de desarrollo económico, la cultura y las instituciones influyen en la detección de oportunidades para el desarrollo de un nuevo negocio. Añaden además que los factores culturales e institucionales tienen impacto en la decisión de emprender, debido a la capacidad que tienen éstos para influir sobre las habilidades, recursos y preferencias de los individuos.

Así los diferentes niveles de emprendimiento que se dan entre los diferentes países se ven influidos no sólo por variables económicas, demográficas o de percepción, sino también por el entorno macroeconómico y el efecto país

3 METODOLOGÍA

Para cumplir los objetivos planteados en el estudio, se ha partido del análisis previo de la panorámica del estado del nivel de emprendimiento en España durante el año 2010. Estos datos nos han permitido determinar y explicar aquellos aspectos (ya sean socio demográficos, de percepción o de contexto) que más influyen a la hora de llevar a cabo una actividad emprendedora. Para ello utilizamos la información facilitada por la encuesta del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) del año 2010 para España. Este informe ofrece datos que permiten profundizar en el conocimiento de los rasgos del emprendedor y las características de las primeras etapas del proceso de creación de

El proyecto parte de una encuesta a la población adulta, en la que se trata de determinar la intencionalidad emprendedora de la población de los países y regiones

objeto de análisis. Podemos distinguir las siguientes fases dentro del proceso emprendedor:

- a. Emprendimiento potencial: comprende a aquellos emprendedores que se espera pongan en marcha una iniciativa dentro de los tres próximos años.
- b. Emprendimiento incipiente naciente: las iniciativas clasificadas en esta categoría son aquellas que presentan menos de 3 meses de actividad.
- c. Emprendimiento incipiente nuevo: dentro de las iniciativas incipientes se consideran nuevas aquellas iniciativas que se encuentran entre los 3 y los 42 meses de actividad.
- d. Emprendimiento consolidado: son aquellas iniciativas que están en actividad desde hace más de 42 meses.

Para caracterizar dicho emprendimiento se crea el Índice TEA (Total Entrepreneurial Activity Index) que mide la actitud emprendedora de un determinado territorio. Este indicador ofrece información acerca del espíritu emprendedor de la población, entendiendo este no sólo desde el punto de vista mercantil y de creación de empresas, sino desde el punto de vista de puesta en marcha y gestión de iniciativas.

El índice TEA se desglosa en diversas categorías, ofreciendo así datos de evolución por:

- El sexo y la edad del emprendedor: se distingue la actividad emprendedora por sexo y en función de los siguientes grupos de edad: 18-24 años, 25-34 años, 35-44 años, 45-54 años y 55-64 años.
- El nivel de renta: se analiza el nivel de renta de los emprendedores españoles, con intervalos variables en función de los datos.
- El nivel de estudios: se clasifica a los emprendedores en las siguientes categorías de educación: sin estudios, enseñanza obligatoria, bachillerato, formación profesional y estudios universitarios.
- La motivación para emprender: debido a su capacidad de guía en el proceso de diseño de medidas, uno de los elementos necesarios es analizar las principales motivaciones que favorecen el emprendimiento. Por ello, se analizan las siguientes motivaciones:

a. Oportunidad: la principal motivación es que se ha detectado una oportunidad de negocio y se buscan diversos objetivos: una mayor independencia, mayores ingresos o el mantenimiento de los ingresos.

b. Necesidad: la principal motivación es la falta de alternativas laborables.

c. Otras motivaciones o una mezcla de las dos anteriores: en este apartado se incluyen aquellas motivaciones distintas de lo que podemos identificar como oportunidad o necesidad.

- Motivaciones del abandono: en todas las fases del proceso emprendedor existen obstáculos y barreras que dificultan que se genere el clima apropiado para la creación empresarial. Así, un cierto número de iniciativas deben abandonar su actividad por diversos motivos, entre los cuales destacan la ausencia de rentabilidad, los problemas de financiación, las razones personales o la oportunidad para vender.

El trabajo de campo de la encuesta GEM 2010 se realizó entre los meses de abril y junio de 2010 a una muestra de 26.388 ciudadanos con residencia en España y edades comprendidas entre los 18 y los 64 años.

3.1 Definición de las variables

A continuación pasamos a definir las variables que han sido incluidas en el análisis empírico.

Tabla 1: Variables del modelo

VARIABLE DEPENDIENTE
TEA: (Total Entrepreneurial Activity Index): es una variable cualitativa que toma valores 1 y 0 dependiendo de si el individuo tiene actitud emprendedora o no.
VARIABLES EXPLICATIVAS
A) Variables socio-demográficas
<p><u>Sexo</u>: es una variable ficticia que toma valor 1 si el encuestado es hombre y 0 si es mujer.</p> <p>Edad: es una variable de tipo cuantitativo, agrupada por intervalos, que recoge la edad del encuestado en años.</p> <p><u>Educación</u>: es una variable ficticia agrupada por intervalos que tomará valor 1, 2 y 3 dependiendo de si el encuestado tiene estudios primarios, secundarios o universitarios.</p> <p><u>Capital social</u>: es una variable ficticia con la que tratamos de aproximarnos al concepto de capital social, en este caso medido a través de la pregunta de si el encuestado ha conocido o conoce personalmente a alguien que haya puesto en marcha un negocio en los últimos dos años. Toma valor 1 y 0 dependiendo de si la respuesta es afirmativa o negativa.</p>
B) Variables de percepción
<p><u>Oportunidad</u>: es una variable ficticia que mide la percepción del encuestado de encontrar buenas oportunidades para poner en marcha un negocio en el entorno que le rodea en los próximos 6 meses. Toma valor 1 y 0 dependiendo de si la respuesta del encuestado es afirmativa o negativa.</p> <p><u>Habilidades</u>: es una variable ficticia que mide la percepción del encuestado sobre si cree que posee los conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para la puesta en marcha de un negocio; esto nos permite evaluar el grado de autoconfianza que posee. Toma valor 1 y 0 dependiendo de si la respuesta del encuestado es afirmativa o negativa.</p> <p><u>Fracaso</u>: es una variable ficticia que mide hasta qué punto el miedo al fracaso es un obstáculo para que el encuestado decida poner en marcha un negocio. Toma valor 1 y 0 dependiendo de si la respuesta es afirmativa o negativa.</p>
C) Variables de contexto
<p><u>Ocupación</u>: es una variable ficticia expresada en intervalos que indica el estatus a nivel de empleo del encuestado. Tomará valor 1, 2, 3, 4 y 5 dependiendo de si se trata de</p>

trabajadores por cuenta ajena, autónomos, desempleados, estudiantes y otros (donde se incluyen jubilados y amas de casa).

Ingresos: es una variable de tipo cuantitativo, agrupada por intervalos que nos indica los ingresos anuales del hogar del individuo encuestado en euros.

Fuente: Elaboración propia

3.2 *Definición del modelo econométrico*

El objetivo de este estudio es explicar como influyen las variables del enfoque psicológico a la decisión de emprender. Para ello se ha optado por llevar a cabo una regresión logística con las variables anteriormente especificadas, de modo que puedan obtenerse resultados concluyentes sobre cuáles son los determinantes del emprendimiento. Dicha regresión sigue la siguiente función de distribución logística:

$$P_i = E(Y_i = 1 / X_i) = \frac{1}{1 + e^{-Z_i}}$$

$$\text{donde } Z_i = \beta_0 + \beta_i * X_i$$

Con este tipo de modelos la probabilidad no se sale del intervalo 0,1 aunque Z_i oscila entre $-\infty$ y ∞ . Además, aunque el *logit* es lineal con respecto a X_i , no lo son las probabilidades. Así, la probabilidad se irá acercando a tasas cada vez más bajas cuando X_i se vaya haciendo también cada vez más pequeño. Por otro lado, la probabilidad se irá acercando a a tasas cada vez más altas cuando el valor de X_i se vaya haciendo cada vez mayor.

4 RESULTADOS

4.1 *Resultados estadísticos y econométricos*

Analizando cada grupo de variables definidas previamente, los datos estadísticos proporcionados por el Informe GEM 2010 para España indican, respecto a las variables socio-demográficas, que el 50,2% de los encuestados afirma que cree tener los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para abrir un nuevo negocio, factor que puede asociarse con un mayor nivel de autoconfianza a la hora de llevar a cabo una iniciativa emprendedora. No obstante, para el 44,8% de los individuos, el miedo al

fracaso constituye un obstáculo importante a la hora de decidirse a emprender. De esto se deduce que, aunque el individuo se vea con los conocimientos y habilidades suficientes para poner en marcha un negocio, probablemente no lo vaya a hacer, ya que la situación que percibe en el entorno no es lo suficientemente alentadora como para superar la sensación de miedo que representa la posibilidad de fracaso de su negocio.

Respecto a las variables de percepción y contexto, identificamos cuatro variables que hemos incluido en el modelo por considerar que influyen de manera determinante en la decisión de un individuo de llevar a cabo una actividad emprendedora. Fueron incorporadas las variables de percepción y la pertenencia a redes por parte del individuo (ésta última asociada al concepto de capital social). Las variables de contexto se referían a la percepción de oportunidades ofrecidas por el entorno a la creación de nuevas empresas. A continuación, se incluye una tabla con la distribución de probabilidades de dichas variables (Tabla 2)

Tabla2: Distribución de probabilidades

	Si	No
Oportunidad	18.8%	81.2%
Habilidades	50.2%	49.8%
Fracaso	44.8%	55.2%
Capital social	32,4%	67,6%

Fuente: Elaboración propia

El 81,2% de los encuestados considera que en los próximos seis meses no habrá oportunidades en el entorno (Oportunidad) para llevar a cabo una iniciativa emprendedora; esto nos indica que la visión que tienen del entorno que les rodea es bastante negativa, hecho derivado principalmente de la crisis económica actual, a pesar de que más de la mitad cree poseer conocimientos y habilidades suficientes para crear una empresa (50,2%) (habilidades). Por otro lado, el indicador de capital social es bajo. Tan solo un 32,4% de los encuestados admite haber conocido en los últimos dos años a alguien que haya puesto en marcha un nuevo negocio.

En la siguiente tabla se presentan las correlaciones que existen entre la variable dependiente y las explicativas y entre las propias variables explicativas:

Tabla 3: Correlaciones

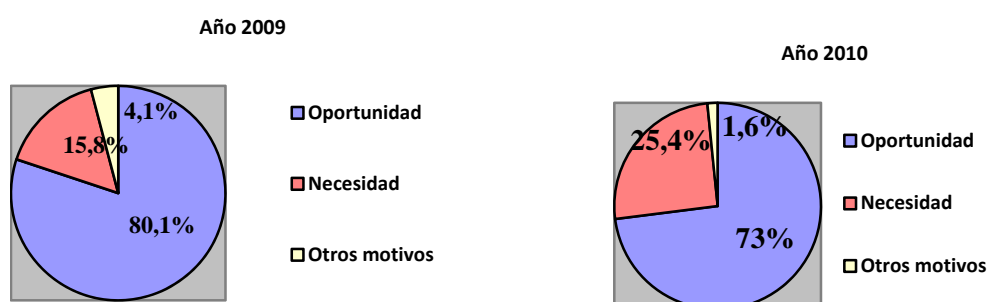
	Capital Social	Oport.	Hab.	Fraca.	Sexo	Edad	Ingreso	Educa	Ocup.	TEA
Capital social	1									
Oportunidad	,111**	1								
Habilidades	,189**	,069**	1							
Fracaso	-,021**	-,086**	-,082**	1						
Sexo	-,087**	-,067**	-,121**	,057**	1					
Edad	-,139**	-,055**	-,025**	-,017**	-,001	1				
Ingresos	,085**	,056**	,122**	-,059**	-,159**	-,041**	1			
Educación	,103**	,052**	,162**	-,042**	-,042**	-,189**	,361**	1		
Ocupación	-,060**	-,010	-,125**	,021**	,182**	,014*	-,293**	-,290**	1	
TEA	,115**	,077**	,175**	-,058**	-,052**	-,045**	,046**	,057**	-,026**	1

Fuente: Elaboración propia

Uno de los objetivos planteados en el estudio era conocer los determinantes de la actividad emprendedora, así como cuál era el estado del nivel de emprendimiento en España. Así, analizando el TEA (Índice de Actividad Emprendedora Total) observamos que este se sitúa en el 4,3%; si lo desglosamos por sexos, el TEA para hombres es del 5,4% mientras que para las mujeres es dos puntos inferior situándose en un 3,2%. Un hecho que justifica aún más las diferencias existentes en la actividad emprendedora entre hombres y mujeres, debido en parte a la diferente percepción del entorno que tienen unos y otros.

En el gráfico 1 podemos observar el peso que tienen los motivos de cada individuo para llevar a cabo la decisión de emprender:

Gráfico 1: Distribución de los motivos que influyen en el TEA



Fuente: Elaboración propia

Resulta especialmente reseñable el aumento del porcentaje referente a aquellos individuos que se deciden a emprender por motivos de necesidad, que en el término de un año se ha visto incrementado en diez puntos porcentuales. Este hecho está derivado de la actual crisis económica, que está desembocando en que muchas personas pierdan

su puesto de trabajo, terminando en las filas del paro, con un futuro bastante incierto ante la falta de indicios de recuperación económica.

Así, como forma de poder seguir adelante, muchos trabajadores por cuenta ajena, que han visto como la posibilidad de recolocarse en un nuevo puesto de trabajo era bastante baja, se han visto obligados a tomar la iniciativa de emprender un negocio por su cuenta, aprovechando los conocimientos y experiencia adquiridos en su puesto de trabajo anterior. Una vía de escape a la que han recurrido más por necesidad, que porque verdaderamente hayan detectado en su entorno una oportunidad de negocio que resulte atractiva para su desarrollo.

Una vez analizados estadísticamente algunos de esos factores se procede a la estimación econométrica especificada anteriormente. Los resultados de las estimaciones se presentan en la tabla siguiente:

Tabla 4: Efectos marginales

	dx/dy	Std. Error	Z
Capital social	0,0242	0,0034	7,11
Oportunidad	0,0162	0,0038	4,28
Habilidades	0,0544	0,0058	9,31
Fracaso	-0,0094	0,0035	-2,71
Sexo	-0,0083	0,0034	-2,42
Edad	-0,0143	0,0017	-8,6
Ingresos	-0,0024	0,0013	-1,81
Educación (estudios primarios)			
Educación(estudios secundarios)	-0,0009	0,0042	-0,21
Educación(estudios terciarios)	-0,0040	0,0043	-0,92
Ocupación(en activo)			
Ocupación(autónomos)	0,1541	0,0097	15,96
Ocupación(en paro)	-0,0151	0,0030	-5
Ocupación(estudiantes)	-0,0209	0,0032	-6,44
Ocupación(otros)	-0,0220	0,0030	-7,35

Fuente: Elaboración propia

Podemos observar que tanto la pertenencia a redes por parte del encuestado, como la detección de oportunidades en el entorno y la posesión de conocimientos, habilidades y experiencia son factores que influyen de forma positiva en la decisión del individuo de llevar a cabo una iniciativa emprendedora; mientras que el miedo al fracaso actúa como freno a esa determinación.

Es reseñable el resultado obtenido en la variable ingresos familiares, ya que está correlacionada de forma negativa con respecto a la variable TEA (aunque no resulta significativa), cuando en gran parte de los estudios se afirma que a mayor nivel de ingresos, más posibilidad tiene el individuo de llevar a cabo un actividad emprendedora. Sin embargo, de este análisis se desprende que aquellos individuos que tengan un menor nivel de ingresos van a tener una mayor probabilidad de abrir un negocio. La explicación a este fenómeno la podemos encontrar en el hecho de que en el GEM del 2010 ha habido un incremento en diez puntos porcentuales de la actividad emprendedora motivada por necesidad. Si esta necesidad la ligamos al hecho de que el individuo tiene problemas económicos (por ejemplo, por haberse quedado sin trabajo), ello nos permite dar por válido el resultado obtenido.

De los resultados se desprende, también, que, aunque mínimamente, el hecho de ser mujer contribuye a una mayor intencionalidad emprendedora.

El efecto de los años sobre la decisión de emprender actúa en sentido negativo; así, en individuos de mayor edad el índice de actividad emprendedora se va reduciendo, mientras que aumenta cuando el encuestado es más joven, y especialmente si tiene titulación universitaria.

Si atendemos a la categoría profesional que tiene el encuestado, la única que está correlacionada positivamente, y además de forma muy clara, con respecto al índice de actividad emprendedora son los autónomos, en los demás casos están correlacionadas en sentido negativo. En el supuesto de trabajadores por cuenta ajena se puede deber en parte a la seguridad que le reporta al individuo el trabajar para otro, sin estar sumido en la incertidumbre que lleva aparejada el emprender un negocio por cuenta propia. Es también destacable el dato de los estudiantes con coeficiente negativo; esto puede deberse en parte a la falta de una cultura del emprendimiento en las Universidades, las cuales quizás pecan en exceso de centrarse demasiado en el aspecto “conocimientos” sin pararse a pensar unos instantes en la utilidad que estos tendrán en el futuro de los estudiantes.

5 CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos en este análisis, podemos afirmar que nos encontramos ante una situación preocupante en cuanto a la iniciativa emprendedora en España se refiere. Y es que no podemos obviar el descenso que se ha producido en el TEA con respecto al año precedente; así el dato para 2010 es del 4,3%, mientras que en el año 2009 era del 5,1% (descenso de casi un punto porcentual).

Como hemos comentado a lo largo de la exposición de los resultados, el emprendimiento por necesidad ha ido cobrando fuerza, derivado de la inestabilidad económica del momento. No obstante, para que una iniciativa emprendedora pueda sostenerse en el largo plazo se necesita, además de experiencia, de conocimientos y formación adecuada para poder desarrollar un proyecto de futuro que reporte beneficios tanto económicos como sociales.

Asimismo, resultan preocupantes los resultados obtenidos respecto a la intencionalidad emprendedora de los estudiantes, hecho que lleva a plantearse varias cuestiones. Por un lado ¿es correcto el enfoque que actualmente se le está dando a la formación universitaria? Tradicionalmente se le ha concedido excesiva atención a la retención de conceptos teóricos sin apenas aplicarlos a un caso práctico, lo que acaba desembocando en que los estudiantes posean enormes cantidades de conceptos, de los cuales desconocen su finalidad práctica. De este modo, aún poseyendo los conocimientos y habilidades necesarios para desarrollar una iniciativa emprendedora, no lo van a hacer, ya que el sistema no se ha preocupado por enseñarles como podrían plasmar los conocimientos adquiridos en un proyecto real.

Para corregir este hecho, desde las instituciones universitarias se debería fomentar ya desde los primeros cursos de las titulaciones el espíritu emprendedor, hacerles ver a los estudiantes a través de jornadas, seminarios y acciones similares que embarcarse en un proyecto empresarial no está exclusivamente reservado para estudiantes de empresa o ingenierías, sino que cada uno, con independencia de la rama de conocimiento en la que se encuentre puede llevar a cabo una idea de negocio.

Por otro lado, no podemos olvidarnos del sistema educativo de base: en los cursos de primaria y secundaria; tan importante como es que los alumnos tengan

conocimientos de matemáticas o historia, lo es también que posean capacidad de trabajo en equipo, creatividad, iniciativa o liderazgo; así como descubrir sus potencialidades y saber cómo explotarlas y también aquellos puntos más débiles para poder mejorarlos y convertirlos en fortalezas.

Para poder desarrollar todo lo expuesto se necesitan de medidas formativas que favorezcan la transmisión de la cultura emprendedora ya desde los niveles educativos más bajos, para de esta manera contribuir a la formación de personas que, en el día de mañana, con los conocimientos que van a ir acumulando a lo largo de su proceso formativo, así como con las capacidades y habilidades que desarrollarán con actividades como las propuestas, podrán desarrollar una iniciativa emprendedora sustentada en bases sólidas y con visión de futuro.

La apuesta por el emprendimiento es vital para la recuperación económica de Europa en general y de España en particular; solo con políticas que fomenten la competitividad y la creatividad y que apuesten por el desarrollo y la innovación vamos a lograr el crecimiento económico de los países y la cohesión social de todos los Estados Miembros. La sociedad necesita de personas capaces de plasmar sus ideas para contribuir al desarrollo, por eso, desde los diferentes organismos públicos debe ponerse todo el empeño en promover el espíritu emprendedor a través de educación y formación como forma de colocar al país en una posición destacada a nivel mundial.

6 BIBLIOGRAFÍA

- Almeida Couto, J.P y Borges Tiago, M.T. (2009) “Propensity for Entrepreneurship Among University Students”. *The Business Review*, Cambridge Vol. 12, No. 1, 308-316.
- Bandura, A. (1977) “Self-Efficacy: The Exercise of Control”. Freeman, New York, NY.
- Baron, R. A. (1998): “Cognitive mechanisms in entrepreneurship: why and when entrepreneurs think differently than other people” en *Journal of Business Venturing*. (13, pp. 275-294).
- Baron, R. A. (2004): “The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship’s basic “why” questions” en *Journal of Business Venturing*. (19, pp. 221-239)
- Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, unproductive and destructive. *Journal of Political Economy*, 98, 893-921.
- Begley, T. M. & Boyd, D. P. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of Business Venturing*, 2, 79-93.
- Blanchflower, D. G., 2004, Self-Employment: More May Not Be Better, NBER Working Paper No. 10286.
- Boyd, N.G. y Vozikis, G.S. (1994) “The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurs”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 18, No. 4, 63–77.
- Brüderl, J., Preisendorfer, P., y Ziegler, R. (1992). Survival Chances of Newly Founded Business Organizations. *American Sociological Review*, 57(2), 227-242.
- Campbell, C. A. (1992). A decision theory model for entrepreneurial acts. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 21-27.
- Chell, E. and S. Baines, 2000, ‘Networking, Entrepreneurship and Micro-Business Behavior’, *Entrepreneurship and Regional Development*, 12, 195–215.
- Contín, I., Larraza, M., Mas. I. (2007). “Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: evidencia a partir de los datos REM de Navarra”, *Revista de empresa*, 20, 10-19.

- Doh, S. & Acs, Z. (2010) “Innovation and Social Capital: A Cross-Country Investigation” *Industry & Innovation*, 17: 3, 241 — 262
- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2000). Entrepreneurship as a utility-maximizing response. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 231-252.
- Greene, P., 2000, ‘Self-Employment as an Economic Behavior: An Analysis of Self-Employed Women’s Human and Social Capital’, *National Journal of Sociology* 12(1), 1–55.
- Kirzner, I. M., 1973, *Competition and Entrepreneurship*, Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M., 1979, *Perception, Opportunity, and Profit*, Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Langowitz, N. and M. Minniti, 2005, *Gender Differences and Nascent Entrepreneurship* Working paper.
- Langowitz, N. y Minniti, M. (2007) “The Entrepreneurial Propensity of Women”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 31, No. 3, 341-364.
- Leazar, E. P., 2002, *Entrepreneurship*, NBER Working Paper N.9109.
- Low, M. B., & McMillan, I. C. (1988). *Entrepreneurship: Past research and future challenges*. *Journal of Management*, 14(2), 139-161.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: VanNostrand.
- Minniti, M., 2004, ‘Entrepreneurial Alertness and Asymmetric Information in a Spin-Glass Model’, *Journal of Business Venturing* 19(5), 637–658.
- Mueller, S.L. y Conway Dato-On, M. (2008) “Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy”. *Journal of Development Entrepreneurship*, Vol. 13, No.1, 3-20.
- Murphy, K. M., A. Shleifer and R. Vishny, 1991, ‘The Allocation of Talent: Implications for Growth’, *Quarterly Journal of Economics* 106, 503–530.
- Palich, L. E., D. R. Bagby (1995): “Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: challenging conventional wisdom”. *Journal of business venturing*, 10 (6): 425-438
- Reynolds, P.D., Camp, S.M., Bygrave, W.D., Autio, E. y Hay, M. (2001) “Global Entrepreneurship Monitor - 2001 Executive Report”. Babson College, IBM, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership and London Business School.

- Reynolds, P. D., B. Bygrave and M. Hay, 2003, Global Entrepreneurship Monitor Report, Kansas City, MO: E. M. Kauffman Foundation.
- Sexton D. L. & Bowman, N. B. (1983). *Comparative entrepreneurship characteristics of students: Preliminary results. En J. A. Hornaday, J. A. Timmons & K. H. Vesper (Eds.), Frontiers of Entrepreneurshi Research (pp. 213-232). Wellesley, M.A: Babson Centre for Entrepreneurial Studies.*
- Shane, S; Locke, E. A.; Collins, C. J. (2003): “Entrepreneurial motivation” en *Human Resource Management Review*. (13, pp. 257-279).
- Shepherd, D. A. y Wiklund, J (2005): *Entrepreneurial Small Business. A resource-based perspective*. Reino Unido: Edward Elgar.
- Simon, M; Houghton, S. M.; Aquino, K. (1999): “Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies” en *Journal of Business Venturing*. (15, pp. 113-134)
- Thurik, A. R., L. M. Uhlaner and S. Wennekers, 2002, ‘Entrepreneurship and Its Conditions: A Macro Perspective’, *International Journal of Entrepreneurship Education* 1(1), 25–64.
- Vazquez, E.; Gomes, S.; Vieira, E. (2010). Entrepreneurship and economic growth in Spanish and Portuguese Regions. *Regional and Sectoral Economics Studies. Issue 10-2*
- Weber, E. U. and R. A. Milliman, 1997, ‘Perceived Risk Attitudes: Relating Risk Perception to Risky Choice’, *Management Science* 43, 123–144.
- Wooldridge, J. (2006). *Introducción a la econometría: un enfoque moderno*. Editorial Thomson
- Zhao, H., Scott, E.S. y Hills, G.E. (2005) “The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions”. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 90, No. 6, 1265–1272.