

Factores PARA Consolidar UNA Empresa

Cámaras
Fundación INCYDE



UNIÓN EUROPEA
Fondo Social Europeo



Factores
PARA **Consolidar**
UNA **Empresa**

© **FUNDACIÓN INCYDE. SERVICIO DE ESTUDIOS. CÁMARAS DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE ESPAÑA**

Trabajo realizado con la colaboración del Centro de Estudios Económicos Tomillo

Depósito Legal: M-20627-2001

Diseño y maquetación:

PRINT A PORTER, COMUNICACIÓN. Madrid

Imprime:

IMPRESA MODELO

Salvador Alonso, 12. 28019 Madrid

Presentación

Las dificultades que sufren las empresas tras su nacimiento, tienen importantes implicaciones sobre el crecimiento y el empleo. En la Economía Empresarial, las claves de la riqueza y competitividad se encuentran en la incorporación de ideas, innovación y tecnología a todos los sectores económicos. Un entorno más creativo sitúa a las empresas en el centro del proceso económico, como núcleo de innovación y agentes de cambio. Por tanto, “emprender” es una clave para el proceso actual y futuro de crecimiento competitivo, cuyos resultados estarán condicionados por la inclinación de la población a crear empresas y la capacidad para consolidarlas.

Entre las variables que influyen positivamente en el grado de consolidación alcanzado por las empresas, se encuentra la experiencia y motivación, los recursos aportados, presencia de mujeres, y el tiempo necesario para obtener beneficios. También factores de entorno como la situación de la demanda y las ayudas públicas. Estos resultados son de gran interés para facilitar el diseño de políticas empresariales, ya que amplían la información existente sobre la consolidación empresarial, y el perfil de las empresas jóvenes.

El trabajo aporta información sobre empresas jóvenes, en general, y sobre los factores determinantes de su consolidación, en particular. Para ello, se ha generado una base de datos con información exhaustiva y estadísticamente representativa del colectivo de empresas creadas en 1998 y todavía activas en 2002. Construida a partir de una encuesta dirigida a los fundadores de las empresas, la explotación de la base de datos permite obtener un conjunto de resultados novedosos.

Las Cámaras de Comercio, junto con la Fundación INCYDE (Instituto Cameral para la Creación y Desarrollo de la Empresa), y la colaboración del Fondo Social Europeo, continúan, con esta nueva entrega una línea editorial dedicada exclusivamente a la creación y desarrollo de la actividad empresarial en España.

José Manuel Fernández Norniella
Presidente

The background features a grayscale image of business professionals in a meeting, overlaid with a white grid and a thick, dark gray line graph that trends upwards from the bottom left towards the top right. The text is centered and overlaid on a dark horizontal band.

Factores
PARA Consolidar
UNA Empresa

Índice de
contenidos

Tabla de contenidos

I. INTRODUCCIÓN	13
II. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO	17
II.1. FACTORES DETERMINANTES DE LA CONSOLIDACIÓN	18
II.2. TRABAJO DE CAMPO	23
II.3. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA	29
III. LAS EMPRESAS JÓVENES EN ESPAÑA	33
III.1. RASGOS GENERALES DE LAS EMPRESAS Y SU ENTORNO	33
III.2. LAS EMPRESAS DE LAS REGIONES OBJETIVO 1 Y DEL RESTO DE ESPAÑA	55
III.3. ANÁLISIS POR SECTORES	74
III.4. ANÁLISIS SEGÚN TAMAÑOS EMPRESARIALES	91
III.5. CONCLUSIONES	106
IV. LOS FACTORES DE LA CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL	111
IV.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS DE CONSOLIDACIÓN ALTA, MEDIA Y BAJA	111
IV.2. ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS FACTORES DE CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL	114
IV.3. ANÁLISIS DISCRIMINANTE DE LOS FACTORES DE CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL	143
IV.4. CONCLUSIONES	154
V. CONCLUSIONES	159
V. 1. PERFIL DE LA EMPRESA JOVEN EN ESPAÑA	159
V. 2. PERFIL DE LA EMPRESA JOVEN. ANÁLISIS REGIONAL, SECTORIAL Y POR TAMAÑOS	160
V.3. LA CONSOLIDACIÓN EMPRESARIAL	163
BIBLIOGRAFÍA	169
ANEXO. CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA	173

The background features a grayscale image of business professionals in a meeting, overlaid with a white grid and a thick, dark gray line graph that trends upwards from the bottom left to the top right. The text is centered over this background.

Factores PARA Consolidar UNA Empresa

I. Introducción

Introducción

La falta de información sistemática dificulta la comprensión del fenómeno de la consolidación e impide orientar la política de apoyo a la empresa, que tiene como objetivo fundamental la creación de un marco favorable al nacimiento y consolidación de empresas, eliminando obstáculos y barreras a la actividad de los emprendedores. Por lo tanto, ampliar la información sobre el marco en el que las empresas jóvenes se desenvuelven y los aspectos (internos y externos) susceptibles de mejorar las perspectivas de consolidación resultará de vital interés para el diseño de políticas dirigidas a mejorar la actuación de la PYME.

Los objetivos principales del estudio son los siguientes:

- ✍ **Establecer el perfil que define a las empresas jóvenes españolas.** Se mostrará cómo son las empresas jóvenes españolas, esto es, cuál es su tamaño y su crecimiento desde la creación, con qué activos (humanos y materiales) iniciaron su andadura o las características del entorno en que se desenvuelve su actividad (competencia, demanda, etc).
- ✍ **Investigar la existencia de disparidades entre las empresas jóvenes según regiones, sectores o tamaños empresariales.** Con este análisis se determinará si existen ciertos rasgos que diferencian a las empresas jóvenes en función de su localización, sector de actividad o tamaño inicial.
- ✍ **Determinar los factores que se encuentran tras el diferente grado de consolidación de las empresas.** La cuestión clave que se responderá es si existen ciertas características de las empresas o del entorno que favorecen la consolidación de las empresas, y cuáles parecen ser las características más relevantes.

Estos objetivos se abordan en las secciones III y IV, que vienen precedidas de una revisión de la metodología del estudio (sección II). En la sección V, por último, se recogen las conclusiones del trabajo.

En la sección II se realiza una descripción de los principales aspectos de la metodología utilizada para cumplir los objetivos establecidos. En primer lugar, se revisa la literatura existente sobre los factores susceptibles de condicionar las posibilidades de consolidación empresarial, que de forma genérica se han clasificado en tres grupos: características de los socios, otras características de las empresas y factores del entorno. En segundo lugar, se describen las características del trabajo de campo efectuado para

obtener información sobre los aspectos anteriores en las empresas españolas creadas en 1998. Por último, se describen las técnicas estadísticas empleadas para explotar los resultados de la encuesta y, así, cumplir los objetivos del estudio.

La sección III establece el perfil de las empresas jóvenes españolas, y se investiga si existen ciertos rasgos diferenciales de las empresas jóvenes en función de su localización, sector de actividad o tamaño inicial. La información básica se obtiene de la encuesta realizada a las empresas creadas en 1998, que permite determinar con detalle cómo son las empresas, esto es, cuál fue su tamaño inicial y cuánto han crecido desde 1998, cuántos socios fundaron las empresas y qué características tienen estos socios, qué estrategias emplean o cómo les afecta el entorno en el que desarrollan su actividad.

La cuestión de la consolidación empresarial se aborda en la sección IV. Tras determinar el grado de consolidación empresarial de las empresas encuestadas (a partir de la valoración del crecimiento pasado y de las perspectivas de futuro), se realiza un análisis descriptivo de las empresas de consolidación alta, media y baja, que permite obtener resultados preliminares sobre los factores explicativos de la consolidación. Éstos se completan mediante el análisis discriminante de las empresas de consolidación alta y baja, que arroja información adicional sobre los aspectos que, en conjunto, resultan más críticos para la consolidación.

Finalmente, las conclusiones del estudio se recogen en la sección V. Con respecto al perfil de las empresas jóvenes españolas, el estudio realizado apunta a que existen ciertas disparidades en términos de tamaño, características de los socios, características internas de las empresas, e incluso en el entorno empresarial, según la región donde se ubica la empresa, el sector de actividad y el tamaño inicial. En cuanto a los factores de la consolidación empresarial, la investigación muestra que las empresas con más recursos iniciales (más socios, más inversión), creadas por empresarios con mayor experiencia previa y más motivados tienen mejores perspectivas de consolidación. Además, las iniciativas creadas por empresarios más jóvenes y por mujeres cuentan con mayores probabilidades de alcanzar un grado de consolidación elevado. Pero los factores del entorno, como la situación de demanda y las ayudas públicas, también inciden en la trayectoria de las empresas. En fin, estos resultados resultarán de indudable interés para apoyar los procesos de creación y consolidación de empresas, que son clave para la generación de empleo.

The background of the slide is a grayscale photograph of a business meeting. Several people in professional attire are visible, some looking at a screen or document. Overlaid on this is a white line graph that trends upwards from the bottom left towards the top right. The graph has several data points connected by straight lines. The overall aesthetic is professional and data-oriented.

Factores PARA Consolidar UNA Empresa

II. Metodología del Estudio

Metodología del Estudio

El presente trabajo tiene dos objetivos fundamentales. Por una parte, se trata de identificar los rasgos que caracterizan a las empresas jóvenes españolas y su entorno, y, por otra parte, se investigan cuáles de estos rasgos resultan más relevantes para lograr la consolidación de las empresas jóvenes. Para ello, se ha adoptado una metodología que consta de cuatro etapas sucesivas.

En un primer momento, se revisó la literatura existente sobre los factores susceptibles de condicionar las posibilidades de consolidación empresarial. Esto condujo a una primera lista de factores que potencialmente serían determinantes del grado de consolidación de las empresas estudiadas. De forma genérica, los factores de consolidación se agrupan bajo los epígrafes de “características de los empresarios creadores de las empresas”, “factores internos y estratégicos” (dentro de éstos el tamaño inicial es clave) y “factores del entorno”.

En la segunda etapa, una vez delimitados los factores (potencialmente) determinantes de la consolidación, se realizó un trabajo de campo para obtener información sobre los mismos en las empresas españolas. El grupo de empresas estudiadas son las empresas jóvenes, en particular, las iniciativas nacidas en 1998 que, al inicio de 2002, continúan activas.

En la tercera etapa, se realizó una primera explotación de los resultados de la encuesta, con el objetivo de determinar las características generales de las empresas jóvenes españolas y del entorno en que desarrollan su actividad.

En la última fase del estudio se aborda específicamente la cuestión de la consolidación, en particular, se investiga qué rasgos de las empresas y su entorno tienen más relevancia para la consolidación. La información básica para este análisis es la procedente de la encuesta.

El resto de la sección se describe la metodología del estudio. En el apartado II.1 se revisa la literatura existente en el ámbito de la gestión empresarial sobre las características de las empresas y de su entorno susceptibles de determinar las posibilidades de consolidación empresarial. El trabajo de campo efectuado (diseño del cuestionario de la encuesta, determinación del universo que se desea estudiar y de una muestra representativa del universo) se describe en II.2. Por último, las técnicas de análisis estadístico empleadas en el estudio se recogen en II.3.

II.1. Factores determinantes de la consolidación

Los factores que explican la consolidación empresarial han sido identificados de forma genérica por la literatura sobre gestión empresarial que investiga cuáles son los determinantes de los resultados de la actuación empresarial (business performance). Los problemas que ha debido abordar esta literatura son de diversa índole. Por una parte, ha sido necesario encontrar variables que aproximasen el “éxito empresarial”, para identificar así a las empresas con una mejor actuación empresarial. Por otra parte, se han debido determinar los factores potencialmente determinantes de la actuación (o éxito) empresarial.

En lo tocante a la aproximación del “éxito empresarial”, **hay una parte importante de la literatura que establece una equivalencia entre “éxito empresarial” y “supervivencia” de las empresas.** A título meramente ilustrativo, baste mencionar los estudios de Wagner (1994) o Mata y Portugal (1994) de la relación entre el tamaño inicial de las empresas y los resultados de la actuación empresarial, aproximada ésta por la supervivencia. O los numerosos trabajos sobre la relación entre el capital humano de los emprendedores y la actuación empresarial, aproximada igualmente por la tasa de supervivencia².

El enfoque basado en la equiparación del éxito empresarial con la supervivencia se encuentra ciertamente legitimado por los modelos dinámicos de la organización industrial. Un axioma básico de estos modelos es que las empresas jóvenes que obtienen beneficios deciden permanecer en el mercado, mientras que las que incurren en pérdidas terminan abandonando la actividad. Un ejemplo representativo es el modelo de Jovanovic (1982), en el que las empresas entran en el mercado con información imperfecta sobre su rentabilidad futura, y permanecen activas sólo en el caso de que, una vez que empiecen a recibir información sobre su rentabilidad a largo plazo, descubran ser eficientes. Otra ventaja del enfoque es que la supervivencia es fácilmente identificable en las bases de datos sobre empresas, lo que facilita los trabajos empíricos destinados a identificar los factores clave para el “éxito” empresarial (entendido como supervivencia).

No obstante estas ventajas, el enfoque basado en la tasa de supervivencia presenta una seria limitación. A saber, **resulta discutible que la supervivencia sea necesariamente, o en todo caso, sinónimo de “éxito” empresarial,** porque una empresa puede continuar activa, pero con condiciones económico-financieras de gran vulnerabilidad. El problema radica en que la supervivencia es sólo una aproximación indirecta del resultado de la actuación empresarial y, en todo caso, no permite distinguir entre emprendedores con éxito, en términos económicos, y emprendedores que no han tenido éxito (económico), pero su tenacidad, obstinación u otras motivaciones personales les hacen mantener abierta una iniciativa con dudas sobre su rentabilidad³. En otras palabras, en el corto plazo, la decisión de mantener abierto un negocio o cerrarlo podría no depender sólo de la situación económico-financiera del mismo, sino ser también el reflejo de las características del emprendedor.

²Por ejemplo, véase Cressy (1996) y Taylor (1999).

³Entre otros estudios, cabe destacar los trabajos de Harada (2001) y Schiller y Creuson (1997), que han profundizado en la problemática que surge al identificar el éxito empresarial con la supervivencia.

Estas dificultades han llevado a aproximar los resultados de la actuación empresarial, o el éxito empresarial, por variables alternativas a la supervivencia. Así, algunos estudios han empleado variables económicas (como los beneficios, el crecimiento del empleo o la facturación, la productividad o los ingresos del empresario) y la valoración que hacen las empresas de la evolución de estas variables. A título de ejemplo, podemos citar los recientes estudios de Peña (2001), Harada (2001) y Gelderen et al (2000). En el trabajo de Peña (2001) se emplea una muestra de 114 empresas creadas en 1997/98, que continuaban activas, cuyo éxito se establece en función del grado de cumplimiento de las expectativas de los empresarios en cuanto al crecimiento de los beneficios y el empleo. Harada (2001) utiliza tres indicadores para determinar el éxito de las empresas: la obtención de beneficios, nivel de ventas efectivo respecto al que se preveía en el momento de crear la empresa e ingresos del emprendedor en comparación con el nivel de ingresos anterior a la creación de la empresa. Todas estas variables toman valor 0 ó 1, de manera que la situación de las empresas consideradas puede ser de éxito o de fracaso (no considera situaciones intermedias). Por último, Gelderen et al. (2000) construyeron un índice de éxito empresarial en base a seis variables económicas (facturación, beneficios, empleo, renta, cumplimiento de los objetivos y percepción subjetiva del éxito).

En resumen, el enfoque dominante para identificar las empresas con mejores resultados empresariales (o empresas con “éxito”) se ha basado tradicionalmente en la supervivencia empresarial, como variable clave que define el “éxito” al ser la supervivencia una variable necesaria, aunque no siempre suficiente, para el éxito. Sin embargo, en los últimos años, la constatación de que las empresas activas no tienen necesariamente una posición económica-financiera sólida, y que ésta es susceptible de presentar importantes variaciones, ha conducido a redefinir el “éxito empresarial”, en el sentido de centrar la atención en variables económicas y el grado de cumplimiento de objetivos de las empresas activas. La supervivencia, en este último enfoque, deja de ser condición suficiente para convertirse en condición necesaria para el “éxito”.

Por lo que se refiere a los **factores determinantes de la actuación empresarial** (definida ésta por la supervivencia o mediante indicadores económicos), los aspectos destacados por la literatura pueden agruparse en las siguientes rúbricas: características de los emprendedores, rasgos internos y estratégicos de las empresas y factores de entorno.

En cuanto a los **emprendedores**, se ha subrayado *la influencia que ejercen sobre la actuación empresarial el número de socios que crea una empresa, el sexo y el capital humano de los empresarios. En efecto, algunos estudios empíricos apuntan a que la trayectoria de las empresas es más favorable cuando son creadas por un grupo de socios y no por un único fundador* (Woo et al. 1989, Peña 2001). Esto puede explicarse por el hecho de que, al aumentar el número de socios, crecen también los recursos de la empresa y su capacidad de afrontar cambios e imprevistos. Y este aumento de recursos (humanos y materiales) en las empresas creadas por un equipo de socios tiene más importancia en el éxito de la empresa más acusadas son las limitaciones para obtener financiación y para contratar personal asalariado.

El **sexo de los creadores de las empresas** también ha sido considerado como un factor susceptible de afectar a los resultados de las empresas. Existen numerosos estudios sobre el impacto del género en las decisiones de empleo, los diferenciales de salarios, las oportunidades de promoción, etc. En general, estos estudios han investigado si las mujeres presentan unos resultados significativamente inferiores a los de los hombres. En el ámbito de las empresas, Harada (2001) encontró que la probabilidad de éxito (definido por los beneficios obtenidos y por el logro de una facturación superior a la prevista), es menor en las empresas creadas por mujeres, lo que podría apuntar a que éstas soportan obstáculos específicos o más intensos que los hombres.

Un último aspecto de los socios fundadores de las empresas que ha recibido notable atención para explicar el éxito empresarial es el capital humano. El concepto de **capital humano** es complejo, incluye el conocimiento práctico, las habilidades y las capacidades aprendidas o innatas de un individuo, pero también la salud de las personas y la calidad de los hábitos de trabajo. En la práctica, la literatura ha empleado un conjunto de indicadores para aproximar la cantidad de capital humano que poseen los emprendedores, entre los que cabe destacar los relativos al *nivel de formación, la experiencia, la motivación y la edad, y se ha investigado su impacto sobre el éxito empresarial.*

La hipótesis básica en tales estudios es que al aumentar el capital humano de los empresarios, se expanden las probabilidades de éxito empresarial, pero la evidencia obtenida al respecto es mixta. Por una parte, ciertas investigaciones sugieren que el **nivel de estudios** del emprendedor está positivamente relacionado con la probabilidad de supervivencia (Hay y Ross 1989; Cooper et al. 1989), pero otros trabajos encuentran que el nivel de formación ejerce un impacto negativo sobre las probabilidades de éxito (Harada 2001). Por otra parte, se ha encontrado evidencia empírica de que la **experiencia** previa de los neo-empresarios, gestionando empresas o trabajando por cuenta ajena dentro del sector, contribuye de forma decisiva a cumplir las metas empresariales (Cooper et. al. 1989, Peña 2001, Harada 2001), e incluso que otras experiencias menos directas, como las recibidas del entorno familiar, son relevantes para el éxito (Duchesneau y Gartner 1990).

Otro aspecto del capital humano que ha sido considerado es la **motivación** de los creadores de la empresa, bajo la hipótesis de que las características personales, como la tenacidad, el interés y ambición por lograr una empresa rentable y competitiva son factores relevantes que influyen decisivamente en las perspectivas de las empresas jóvenes. Un aspecto clave para la motivación es la razón por la que se crea la empresa, puesto que la motivación de un desempleado que crea una empresa con financiación pública no será, en principio, comparable a la de un emprendedor que partía de una situación laboral estable e invierte sus ahorros personales (Peña, 2001). Además, se encuentra la cuestión de cómo evoluciona la motivación una vez que se ha creado la empresa, ya que la mayoría de los negocios requieren lo que MacMillan y Narasimha (1987) describen como un esfuerzo a largo plazo y sostenido por parte del emprendedor.

Finalmente, **la edad** de los empresarios es otro aspecto determinante del capital humano. Se ha argumentado que una mayor edad conlleva también un mayor capital humano, por la acumulación de experiencia y conocimientos. Por tanto, se esperaría que la

edad y las probabilidades de éxito se encontraran positivamente relacionadas⁴. La evidencia en este sentido no es concluyente, algunos estudios han encontrado una relación positiva, pero en otros casos se ha encontrado que la edad del empresario ejerce un impacto negativo sobre las probabilidades de éxito. En esta línea apunta el trabajo de Harada (2001), quien considera que la edad del empresario es, en realidad, una medida inversa de su capital humano.

Los rasgos internos de las empresas y sus estrategias son un segundo grupo de factores destacados por la literatura para explicar la actuación de las empresas. Dentro de este grupo, se encuentran los siguientes aspectos:

✍ **El tamaño inicial de las empresas.** Existe abundante evidencia empírica que apoya la hipótesis de que las empresas que nacen con un mayor tamaño tienen una actuación superior que las empresas con menor dimensión inicial⁵. La explicación tradicional de la relación inversa entre tamaño inicial y supervivencia se basa en la incapacidad de las empresas pequeñas para operar con una escala eficiente. Por tanto, soportarán mayores costes unitarios de producción que la competencia. Además, menor tamaño entraña menor capacidad de negociación (con proveedores y clientes), menor capacidad de obtener financiación, etc. Pese a que habitualmente el tamaño está relacionado con restricciones financieras, otras explicaciones enfatizan que un menor tamaño inicial podría revelar una menor confianza del empresario en el éxito. Esto es, las empresas jóvenes que tengan menos confianza en su potencial optarán por invertir menos que las empresas con más confianza en el éxito, para minimizar las pérdidas que generaría, en su caso, el cierre del negocio. De ahí, la menor tasa de supervivencia de las empresas pequeñas frente a las que tienen mayor tamaño.

✍ **Las estrategias empresariales.** Algunos estudios han puesto de manifiesto que cierto tipo de estrategias empresariales favorecen la buena marcha de las empresas. Así, Arrighetti y Vivarelli (1999) encuentran que la innovación, como motivación del empresario, favorece el logro de mejores resultados (crecimiento del empleo y rentabilidad) en las empresas jóvenes. Otros estudios han subrayado el efecto positivo para la supervivencia y el crecimiento empresarial de las estrategias basadas en la diferenciación de producto (Sandberg y Hofer 1987) y en la calidad (Kalleberg y Leicht 1991).

Por último, **las características del entorno en el que operan las empresas** son con frecuencia mencionadas como determinantes de la actuación y éxito empresarial. Aspectos tales como el nivel de competencia y demanda de la industria, las economías de localización o urbanización o las instituciones de apoyo a las empresas son susceptibles de afectar a los beneficios empresariales y, por tanto, pueden influir en la senda de la actuación de las empresas. No obstante, los estudios empíricos donde se investiga el impacto de los factores de entorno son más la excepción que la norma⁶. La mayoría de la investigación empírica se ha centrado en las características del empresario y los restantes rasgos internos de las empresas, pero se ha prestado poca atención al potencial impacto del entorno.

⁴Cressy (1996) desarrolló un modelo que presenta la propiedad de que la probabilidad de supervivencia es una función creciente de la edad del empresario.

⁵Véase, por ejemplo, Wagner (1994), Mata y Portugal (1994) y, para el caso de España, el libro sobre "La Creación de Empresas en España" del Consejo Superior de Cámaras (2001).

⁶Cabe destacar el estudio de Peña (2001) sobre el impacto de las incubadoras de empresas sobre el éxito empresarial.



En la *Tabla 1* se resumen los principales resultados de los estudios efectuados sobre los factores determinantes de la actuación empresarial.

TABLA.1

LOS FACTORES DETERMINANTES DE LA ACTUACIÓN EMPRESARIAL

Impacto sobre la actuación empresarial

Características de los emprendedores

Número de socios	Positivo (Woo et al 1989, Peña 2001)
Género (Mujer empresaria)	Negativo (Hay y Ross 1989, Cooper et al 1989), Negativo (Harada 2001)
Capital Humano	
NIVEL DE ESTUDIOS	Positivo (Hay y Ross 1989, Cooper et al 1989), Negativo (Harada 2001)
EXPERIENCIA EMPRESARIAL	Positivo (Cooper et al 1989, Peña, Harada 2001)
MOTIVACIÓN	Positivo
EDAD DE LOS EMPRENDEDORES	Negativo (Harada 2001)

Características interiores de las empresas

Tamaño inicial	Positivo (Wagner 1994, Mata y Portugal 1994, Consejo Superior de Cámaras 2001)
Estrategias empresariales	
INNOVACIÓN	Positivo (Arrighetti y Vivarelli 1999)
DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTOS	Positivo (Sandberg y Hofer 1989)
CALIDAD	Positivo (Kalleberg y Leicht 1991)

Características del entorno empresarial*

DEMANDA Y COMPETENCIA	
ECONOMÍAS DE ESPECIALIZACIÓN, LOCALIZACIÓN Y URBANIZACIÓN	
AYUDAS PÚBLICAS	

**Presumiblemente, la demanda, las economías de localización y las ayudas públicas afectarán positivamente pero faltan estudios empíricos que contrasten estas hipótesis.*

II.2. Trabajo de campo

Los objetivos del presente estudio son: 1) definir el perfil de las empresas emergentes y caracterizar el entorno en que desarrollan su actividad y 2) arrojar luz sobre los factores que favorecen la consolidación empresarial en los primeros años de vida. Ello exige disponer de abundante información sobre las características de los creadores de las empresas, los rasgos internos y estratégicos de las empresa y los factores del entorno. Para obtener tal información se ha realizado una *encuesta dirigida a emprendedores españoles, creadores de una iniciativa empresarial en el año 1998, que continúa activa en 2002*. Los rasgos principales de este trabajo de campo (diseño del cuestionario, delimitación del universo y selección de la muestra) se describen a continuación.

Diseño del cuestionario

El cuestionario empleado en la encuesta, adjunto en el correspondiente anexo, se diseñó para obtener información básica que permitiera caracterizar a las empresas jóvenes, valorar su grado de consolidación e identificar los factores determinantes de la consolidación.

Para aproximar el **grado de consolidación** de las empresas, se siguió el enfoque basado en la valoración por parte de los propietarios de las empresas de variables económicas, enfoque que ha sido empleado en ciertos estudios para determinar los resultados de la actuación empresarial, como se vio en el apartado anterior. En concreto, las empresas se clasificaron en el grupo de consolidación alto, bajo o medio en función de su valoración del crecimiento desde la creación hasta la actualidad, por una parte, y de las perspectivas de crecimiento en los dos próximos años, por otra parte. Por tanto, en el cuestionario se incluyeron cuestiones dirigidas a obtener la valoración de las empresas del crecimiento pasado y de las perspectivas de futuro. La utilización de esta información para clasificar las empresas según su grado de consolidación se explica con más detalle en IV.1.

El núcleo del cuestionario está dirigido a obtener información sobre los factores potencialmente determinantes de la consolidación. De acuerdo con la literatura existente, recogida en II.1, tales factores incluyen las características de los creadores de las empresas, otras características internas de las empresas y los factores externos. En cuanto a las **características de los fundadores**, la información recabada se refiere al número de socios (y el porcentaje de la empresa que posee cada socio), el sexo y el capital humano. Este último se aproxima mediante indicadores del nivel de formación general y especializada, de la experiencia empresarial y en creación de empresas. También se tiene en cuenta la edad y motivación de los socios como aspectos determinantes del capital humano. En cuanto a la motivación, se aproxima por el número de horas dedicado a la empresa, además de distinguir entre empresas creadas para salir del desempleo de aquellas constituidas con otros objetivos principales (como mejorar el patrimonio familiar o trabajar por cuenta propia).

En el terreno de las **características internas de las empresas y sus estrategias**, se incluyó un amplio conjunto de cuestiones a fin de lograr una caracterización tan detallada como posible de las empresa y, posteriormente, determinar si efectivamente explican las posibilidades de consolidación empresarial. Las cuestiones incluidas arrojan información sobre:

- ✍ Tamaño de la empresa (facturación, número de asalariados).
- ✍ Esfuerzo dedicado a planificar la creación de la empresa, que se aproxima por los meses dedicados a planificar la creación de las empresas y por la realización de un plan de viabilidad para ayudar a decidir la creación de la empresa.
- ✍ Inversión (inversión inicial y forma de financiación).
- ✍ Beneficios (tasa de reinversión de beneficios y tiempo previsto y efectivo para obtener beneficios).
- ✍ Cotes (Gastos variables y fijos).
- ✍ Capital humano de los trabajadores asalariados (nivel de estudios) y tipo de contrato de trabajo.
- ✍ Estrategia competitiva de las empresas.

Por lo que se refiere a los **factores de entorno de las empresas**, se recabó información sobre los siguientes aspectos:

- ✍ Tamaño del municipio donde se ubica la empresa.
- ✍ Demanda pasada y actual.
- ✍ Grado de competencia pasada y actual.
- ✍ Uso de ayudas públicas en la creación de la empresa.
- ✍ Uso de servicios de asesoramiento de expertos o servicios de viveros de empresas y estructuras similares.

Además de la información precedente, se aprovechó la encuesta para obtener información complementaria relevante para caracterizar y conocer mejor las empresas jóvenes y su entorno. Así, se instó a los encuestados a dar una valoración de los obstáculos a la creación y gestión de empresas.

Universo de estudio

El universo objeto de estudio lo componen las empresas ubicadas en España nacidas en el año 1998 y que continúan activas en la actualidad. Por lo tanto, debemos definir claramente qué se entiende por empresa y determinar cuántas empresas creadas en 1998 continúan activas, como paso previo para delimitar el universo o población sobre la que se desea obtener información.

En cuanto a la definición de empresa, siguiendo la metodología del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística (INE), se considera como tal a *"una organización sometida a una unidad rectora que puede ser, según los casos, una*

persona física, una persona jurídica o una combinación de ambas y constituida con miras a ejercer en uno o varios lugares actividades de producción de bienes o servicios" (DIRCE 1999, pp.11).

Nuestro universo está formado por las empresas nacidas en 1998 que continúan activas en la actualidad (inicio de 2002). Este número, como tal, no se encuentra disponible, pero puede estimarse a partir de los datos del Directorio Central de Empresas sobre altas, bajas y permanencias. Para ello, partimos de las cifras de altas empresariales del año 1998, recogidas en el DIRCE-1999 (datos actualizados a 1 de enero de 1999), que se muestran en la *Tabla 2*:

TABLA.2

EMPRESAS NACIDAS EN 1998						
	Total	Sin asalariados	De 1 a 5	De 6 a 9	De 10 a 19	De 20 o más
Industria	24.447	11.449	10.003	1.382	1.036	577
Construcción	47.089	25.777	16.489	2.249	1.611	963
Servicios	267.626	182.051	76.875	4.699	2.561	1.440
Total nacional	339.162	219.277	103.367	8.330	5.208	2.980

Fuente: DIRCE (1999)

En el año 1998, nacieron en España 339.162 empresas, de las que 267.626 (el 78,2% del total) pertenecían al sector servicios, 47.089 (13,8%) eran empresas de construcción, y 24.447 (7%) eran empresas industriales. El 64% de las empresas jóvenes (219.277 unidades) no tenía asalariados en el momento de constituirse, un 30% tenía entre 1 y 5 asalariados, y sólo el 4,7% tenía 6 o más asalariados.

Vistas estas cifras de natalidad, resta determinar cuántas de estas empresas creadas en 1998 permanecían activas al inicio del año 2002. Con esta finalidad, se emplearán las tasas de supervivencia de las empresas creadas en 1995, obtenidas a partir de una explotación a medida realizada por el INE de los datos del DIRCE. Estas tasas muestran el porcentaje de empresas nacidas en 1995 que continúa activa n años después de la creación. Así, en la *Tabla 3*, se recogen las tasas de supervivencia a tres años, indicativas del porcentaje de empresas creadas en 1995 que se mantiene activo al inicio del cuarto año de vida.

TABLA.3

TASA DE SUPERVIENCIA EMPRESARIAL A TRES AÑOS (de 1996 a 31 de diciembre de 1999)			
	Sin asalariados	De 1 a 5	De 6 o más
Industria	61,6%	76,5%	80,0%
Construcción	54,7%	68,3%	73,4%
Servicios	56,5%	67,5%	81,2%

Fuente: Estimación propia con datos del DIRCE



En este estudio se supondrá que el porcentaje de empresas que sobrevive cada año posterior al nacimiento es el mismo en las empresas nacidas en 1995 (dato conocido) que en las empresas nacidas en 1998 (dato desconocido). La lógica de esta hipótesis deriva de que, en conjunto, la mortalidad prematura de las empresas no debe experimentar cambios significativos anuales, pues refleja el impacto de una serie de factores en buena medida estructurales, que no se modifican a corto plazo⁷. De hecho las tasas de supervivencia de las empresas creadas en 1995 son prácticamente idénticas a las de las empresas nacidas en 1996⁸. Todo lo anterior sugiere que las probabilidades de supervivencia (porcentaje de empresas que continúa activo n años después de la creación) son similares para las empresas creadas en 1995 y en 1998 (al igual que lo son las tasas de supervivencia de las empresas creadas en 1995 y 1996).

Bajo tal supuesto, el número total de empresas nacidas en 1998 que sigue en activo al inicio de 2002 es de 207.839. Estas empresas son las 339.162 creadas en 1998, menos las que sufrieron baja en 1999, 2000 y 2001. Este número se ha obtenido multiplicando las tasas de supervivencia a tres años (porcentaje de empresas que, tres años después de su creación, permanecen activas), por sectores de actividad y tamaño empresarial (Tabla 3) por las altas totales del año 1998 (Tabla 2).

TABLA.4

UNIVERSO DE EMPRESAS NACIDAS EN 1998 Y ACTIVAS AL INICIO DE 2002

	Sin asalariados	De 1 a 5	De 6 o más	Tota
Industria	7.051	7.650	2.396	17.097
Construcción	14.092	11.269	3.539	28.899
Servicios	102.908	51.870	7.065	161.843
Total	124.050	70.788	13.000	207.839

Fuente: Estimación propia con datos del DIRCE

En los gráficos siguientes se muestra información básica sobre el universo de empresas que se estudiará. En primer lugar, el Gráfico 1. recoge el porcentaje de empresas del universo según su sector de actividad. Se aprecia que la gran mayoría de las empresas, el 78%, se dedica a actividades de servicios, sólo el 22% son empresas de industria y construcción.

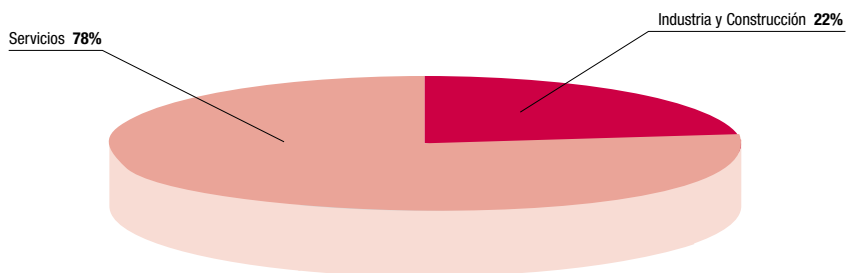
Por lo que se refiere al número de asalariados de las empresas del universo, el 60% de éstas no tenía asalariados en el momento de su creación. El resto son empresas con, al menos, 1 asalariado cuando fueron constituidas.

⁷Por ejemplo, las dificultades de financiación, los problemas de acceso a clientes, la falta de información sobre los mercados, etc.

⁸Las tasas de supervivencia de las empresas creadas en 1996 han sido calculadas a partir de datos facilitados por el INE. Estas tasas no se han recogido en el texto por ser prácticamente iguales a las de las empresas nacidas en 1995.

GRÁFICO.1

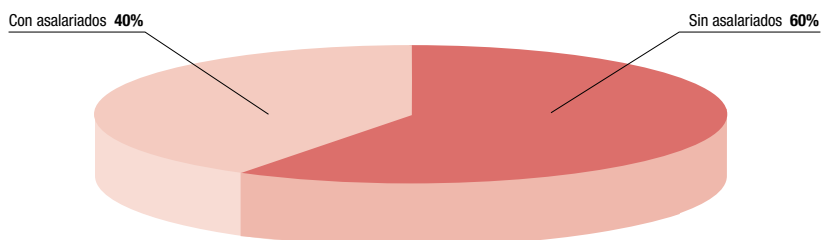
DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DEL UNIVERSO



Fuente: Estimación propia a partir de datos del INE

GRÁFICO.2

DISTRIBUCIÓN DEL UNIVERSO: EMPRESAS CON Y SIN ASALARIADOS



Fuente: Estimación propia a partir de datos del INE

Para concluir, debemos hacer una referencia a la distribución de las empresas del universo entre las regiones objetivo 1 y el resto de regiones españolas. La información disponible para calcular tal distribución es el número de total de empresas por Comunidades Autónomas, pues no hay en la actualidad información sobre demografía empresarial a escala regional. En la Tabla 5 se muestra la distribución por Comunidades Autónomas de las empresas españolas existentes en 1998. En este estudio se supondrá que no existen fuertes disparidades regionales en las tasas de entrada de empresas, ni en las tasas de supervivencia, por lo que la distribución de las empresas del universo (creadas en 1998 y activas en 2002) entre regiones sería igual a la distribución regional del número total de empresas. Bajo tal hipótesis, la distribución regional de las empresas del universo sería la recogida en la Tabla 5.

TABLA.5

DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LAS EMPRESAS DE 1998 Y DE LAS EMPRESAS DEL UNIVERSO (NACIDAS EN 1998, ACTIVAS AL INICIO DE 2002)

	Total empresas (1998)	% respecto al total	Total empresas del universo
Regiones objetivo 1			
Andalucía	359.426	14,3%	29.658
Asturias	46.612	1,9%	3.846
Canarias	100.008	4,0%	8.252
Castilla y León	143.953	5,7%	11.878
Castilla-La Mancha	98.147	3,9%	8.099
Comunidad Valenciana	266.763	10,6%	22.012
Extremadura	46.501	1,8%	3.837
Galicia	157.045	6,2%	12.959
Murcia	65.523	2,6%	5.407
Ceuta y Melilla	6.659	0,3%	549
Total Objetivo 1	1.290.637	51,2%	106.497
Resto regiones			
Aragón	78.476	3,1%	6.475
Baleares (Islas)	67.132	2,7%	5.539
Cantabria	31.447	1,2%	2.595
Cataluña	489.656	19,4%	40.404
Madrid	357.833	14,2%	29.527
Navarra	38.294	1,5%	3.160
País Vasco	146.928	5,8%	12.124
La Rioja	18.398	0,7%	1.518
Total resto	1.228.164	48,8%	101.342
Total España	2.518.801	100,0%	207.839

Fuente: Estimación propia a partir de datos del INE
Número total de empresas. DIRCE 1999 (31 diciembre de 1998) 207.839

Por tanto, el universo de empresas ascendería a 207.839, de las que 106.497 se encontrarían en regiones objetivo 1 y el resto (101.342) en las ocho Comunidades Autónomas que no forman parte de las regiones objetivo 1. La distribución porcentual de estas empresas por sectores (industria y construcción, por una parte, y servicios, por otra) y tamaño (empresas sin asalariados y con asalariados) se supone igual, en los dos los grupos de regiones considerados, a la del conjunto de España (Gráfico 1 y Gráfico 2).

Muestra y trabajo de campo

La muestra diseñada para esta investigación es de tipo proporcional, estratificada por tamaños (empresas sin asalariados y empresas con asalariados), sectores (industria y construcción, por una parte, servicios, por otra) y regiones (regiones objetivo 1 y resto). Para la distribución de las encuestas realizadas dentro de cada estrato (sector, tamaño y regiones) se repartieron las encuestas a realizar de forma proporcional.

TABLA.6

	Universo	Muestra	Error muestral máximo (+/-)
Regiones Objetivo 1	106.497	400	5,0
Resto de regiones españolas	101.342	400	5,0
Industria y construcción	45.996	399	5,0
Servicios	161.843	401	5,0
Empresas sin asalariados	124.050	293	5,9
Empresas con asalariados	83.788	507	4,4
Total	207.839	800	3,5

Fuente: Cámaras de Comercio

El ámbito geográfico es el territorio económico español, y el tamaño de la muestra es de 800 cuestionarios válidos. El reparto de las encuestas por sectores, tamaños y zonas geográficas se resume en la Tabla 6. En ésta también figuran el tamaño del universo y el error muestral máximo en condiciones habituales de muestreo (nivel de confianza del 95,5% y probabilidad de $p=q=0,5$ -2 sigma-).

II.3. Técnicas de análisis de la información de la encuesta

La mayor parte del trabajo se fundamenta en el análisis descriptivo de la información de la encuesta. En particular, la caracterización de las empresas jóvenes (sección III) y la determinación preliminar de los factores de consolidación empresarial (sección IV.2) se basan en el estudio de los valores medios de las distintas variables sobre las que se ha obtenido información a partir de la encuesta.

No obstante, con vistas a determinar los factores más importantes para la consolidación, el análisis descriptivo resultaba insuficiente por dos razones. En primer lugar, porque la relación entre el grado de consolidación y cada variable se establece individualmente en dicho análisis, sin tener en cuenta cómo afectan simultáneamente todas las variables a las perspectivas de consolidación. En segundo lugar, porque el análisis descriptivo no permite mostrar qué variables o grupos de variables son más determinantes para la consolidación. Por esta razón, **se completó el análisis descriptivo con técnicas de análisis discriminante.**



El objetivo del análisis discriminante es describir de forma algebraica los rasgos diferenciales de las observaciones de varios grupos (mutuamente excluyentes) y encontrar factores discriminantes cuyos valores numéricos sean tales que los grupos se separen tanto como sea posible. Como técnica de análisis multivariante, el análisis discriminante incorpora las interrelaciones entre las distintas variables explicativas.

El procedimiento genera una función discriminante basada en las combinaciones lineales de las variables predictoras que proporcionan la mejor discriminación posible entre los grupos (mayor distancia). En nuestro caso, como se verá en IV.3, el análisis discriminante muestra qué variables son las que diferencian más al grupo de empresas de consolidación alta del grupo de consolidación baja.



Factores PARA Consolidar UNA Empresa

III. Las empresas jóvenes en España

Las empresas jóvenes en España

En 1998 se crearon en España 339.162 empresas, de las que 207.839 continúan activas en la actualidad. ¿Cómo son estas jóvenes empresas? ¿Con qué equipo humano y material iniciaron su andadura? ¿Cuáles fueron sus estrategias para iniciar la actividad y para consolidarse en el mercado? ¿Qué obstáculos soportan? Estas interrogantes se abordaran en la presente sección, que realiza un análisis exhaustivo de las características generales de las empresas jóvenes españolas y del entorno en que desarrollan su actividad, a fin de avanzar en la identificación de sus rasgos y estrategias. El análisis se basa en la explotación de la encuesta realizada a 800 empresas españolas creadas en el año 1998, cuyos rasgos básicos (universo, muestra y error muestral) se comentaron en II.2.

El estudio se realiza, en primer lugar, para el conjunto de las empresas constituidas en 1998 (activas al inicio de 2002). Posteriormente, se efectúa un análisis de los rasgos de las empresas y del entorno según regiones (regiones objetivo 1 y resto), sectores de actividad (industria y construcción, por una parte, y servicios, por otra) y tamaños (empresas creadas sin asalariados y con asalariados), que pondrá de relieve si existen ciertos rasgos diferenciales de las empresas jóvenes en función de su localización, sector de actividad o tamaño inicial.

Resta señalar que, a fin de simplificar la terminología, nos referimos a nuestro universo de estudio, esto es, **las empresas españolas creadas en 1998 que continúan activas en 2002**, como “empresas jóvenes” o “empresas creadas en 1998”.

III.1. Rasgos generales de las empresas y su entorno

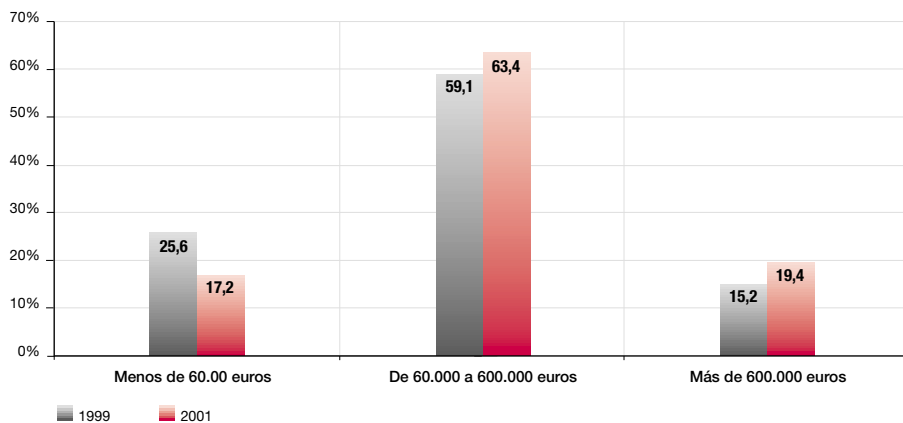
Tamaño

De acuerdo con las cifras de facturación, que ayudan a aproximar el tamaño empresarial, **las empresas jóvenes tienen una dimensión reducida**, pues el 25% facturó menos de 60.000 euros en el año 1999 (Gráfico 3). La mayoría de las empresas, el 59,1% del total, facturó entre 60.000 y 600.000 euros, y sólo el 15,2% facturó por encima de los 600.000 euros en 1999. Ahora bien, se aprecia claramente **la tendencia a aumentar el tamaño de las empresas** en los primeros años de vida pues, en 2001, el porcentaje de empresas con facturación inferior a 60.000 euros es inferior en 8 puntos porcentuales al registrado en 1999. Ello se corresponde con un aumento de peso,

respecto al año 1999, de las empresas con facturación entre 60.000 y 600.000 euros (+4,3 puntos porcentuales) y de las que facturan más de 600.000 euros (+4,2 puntos porcentuales).

GRÁFICO.3

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN SU FACTURACIÓN



Fuente: Cámaras de Comercio

La tendencia de las empresas jóvenes a aumentar su dimensión se observa igualmente al analizar otra variable representativa del tamaño, a saber, el empleo⁹. Como se recoge en la Tabla 7, el 64% de las empresas creadas en 1998 no tenía asalariados. Dos años más tarde, el porcentaje de empresas sin asalariados ha caído en 26 puntos porcentuales. Por lo tanto, **aunque la mayoría de las empresas (el 64% de las creadas en 1998) nace sin asalariados, en los años siguientes es elevado el número de empresas que aumenta su dimensión contratando personal asalariado**. Así, en 2001, de las empresas creadas en 1998, sólo carecen de asalariados el 38%.

⁹El empleo, como variable representativa de la evolución del tamaño de las empresas, presenta la ventaja de estar libre de la influencia del aumento del nivel general de precios. Por el contrario, un crecimiento de la facturación refleja, en parte, la tendencia alcista de los precios y no un aumento efectivo del tamaño de las empresas.

TABLA.7

TAMAÑO DE LAS EMPRESAS. EVOLUCIÓN

	1998	2001
Empresas sin asalariados (% sobre el total)	64	38
Tamaño de la empresa mediana (con asalariados en 1998)	2	3

Fuente: Cámaras de Comercio.

No sólo las empresas nacidas sin asalariados tienden a contratar personal, además, **las empresas con asalariados en el momento de su nacimiento aumentan posteriormente su tamaño al expandir la plantilla**. En efecto, la empresa mediana (con asalariados en 1998), esto es, la que se sitúa en el centro de la distribución de las empresas según el número de asalariados, pasa de tener dos a tres asalariados entre 1998 y 2001¹⁰.

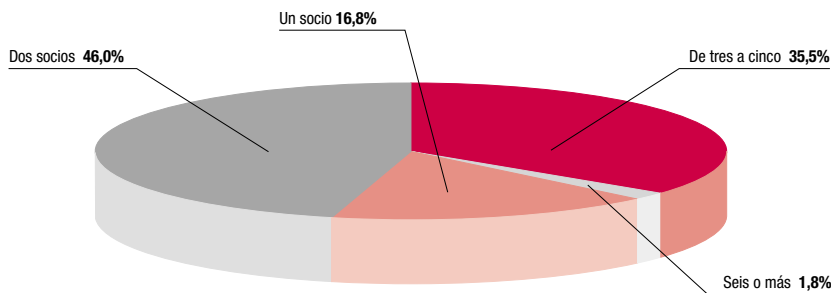
Los socios fundadores

La encuesta muestra que las empresas españolas nacidas en 1998 tienen, en promedio, **2,5 socios** cada una. El 16,8% de las empresas tenía un solo socio y el 46% contaba con dos socios (Gráfico 4). También son relativamente numerosas las empresas de entre tres y cinco socios (suponen el 35,5% del total), mientras que las empresas con seis o más socios son sólo el 1,8% del total de empresas.

Los datos anteriores evidencian que las empresas españolas de 1998 han sido creadas de forma mayoritaria por **grupos de socios**. Sólo un 16,8% de las empresas fueron constituidas por un único socio fundador.

GRÁFICO.4

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN EL NÚMERO DE SOCIOS FUNDADORES



Fuente: Cámaras de Comercio

¹⁰La mediana es el valor central de una serie de datos ordenados en orden de magnitud. En este caso, la colección de datos es el número de asalariados de las empresas (ordenados de menor a mayor), y el tamaño de la empresa mediana es el número de asalariados que tiene la empresa situada en el centro de tal colección de datos.



En las empresas con más de un socio (el 83,2% del total), cabe preguntarse **qué tipo de estructura de propiedad predomina**, si la estructura igualitaria, donde cada socio tiene la misma participación, o si, por el contrario, la propiedad de las empresas está relativamente concentrada en manos de alguno/s de los socios, coexistiendo socios minoritarios. Los resultados de la encuesta apuntan a que **la distribución igualitaria de las empresas es la más común**, pues en un 51% de las empresas con más de un socio la propiedad se reparte por igual entre todos los fundadores. Resta, por tanto, un 49% de las empresas, donde la distribución no es igualitaria. Dentro de estas empresas, el 40% tiene un socio mayoritario.

Por lo que se refiere al sexo de los socios fundadores de las empresas, los resultados de la encuesta muestran que **la mayoría de los creadores de empresas son hombres**. En efecto, del número total de socios creadores de las empresas nacidas en 1998 y activas en la actualidad, el 66% son hombres y el 34% mujeres (Gráfico 5).

GRÁFICO.5

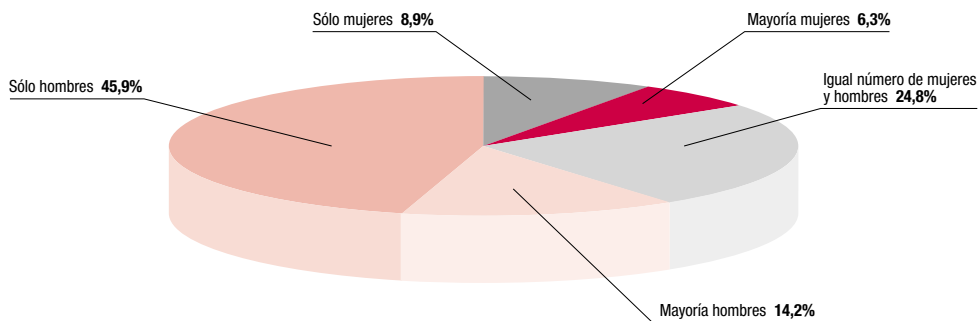
DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DE LOS SOCIOS DE LAS EMPRESAS



Fuente: Cámaras de Comercio

Existen **fuertes disparidades entre la presencia de hombres y de mujeres**. En efecto, las empresas creadas únicamente por mujeres son sólo el 8,9% del total, mientras que las empresas constituidas sólo por hombres representan el 45,9% del total (Gráfico 6). También se advierten diferencias en las empresas con mayoría de socios femeninos (el 6,3%) y de socios masculinos (14,2% del total). En el 24,8% de las empresas, el número de socios y socias es el mismo. Se advierte que **las mujeres están mucho menos presentes en las empresas jóvenes que los hombres**. Los varones participan en el 91% de las empresas jóvenes, mientras que **las mujeres sólo son socias del 54%** de las mismas. Además, en un 60% de las empresas jóvenes, los socios son exclusiva o mayoritariamente hombres, mientras que las empresas creadas exclusiva o mayoritariamente por mujeres son tan sólo el 15% del total.

GRÁFICO.6 DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN EL SEXO DE LOS SOCIOS FUNDADORES



Fuente: Cámaras de Comercio

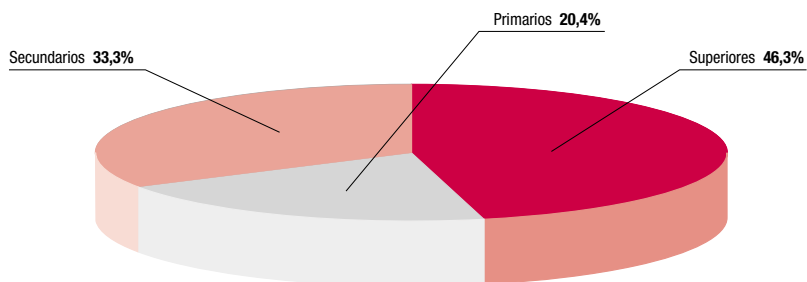
Los datos anteriores parecen ilustrar que **la inclinación a emprender es mayor entre los hombres que entre las mujeres**, tras lo que podrían encontrarse barreras sociales, culturales y, en general, unas condiciones de entorno poco favorables a la aparición de mujeres emprendedoras. Resta verificar si, además, las empresas gestionadas por hombres (de forma mayoritaria o exclusiva) tienen mejores perspectivas de consolidación que las gestionadas por mujeres, cuestión que se investiga en la sección IV.

Finalmente, cabe referirse al **capital humano** de los creadores de las empresas, entendido como el conjunto de habilidades y conocimientos del empresario, susceptible de condicionar su capacidad para crear y gestionar empresas. Como se mencionó en II.1., la formación y experiencia de los empresarios, la motivación y la edad (como variable indicativa de la experiencia y conocimientos adquiridos) son los aspectos comúnmente considerados para valorar el capital humano de los empresarios.

Por lo que se refiere a la formación, se distinguirá entre la formación general y la especializada en el ámbito de la administración de empresas. En cuanto a la primera, **una parte importante de los socios de las empresas creadas en 1998 poseía estudios superiores** (el 46,3% de los socios). Además, el 33,3% cuenta con estudios secundarios. De esta manera, sólo el 20,4% de los socios tenía, como máximo, estudios primarios (Gráfico 7). Sin embargo, **los estudios especializados son menos frecuentes** entre los creadores de empresas: sólo el 30,6% de los socios fundadores había realizado estudios relacionados con la gestión y administración de empresas con anterioridad a la creación de la empresa.

GRÁFICO.7

NIVEL DE ESTUDIOS DE LOS SOCIOS DE LAS EMPRESAS CREADAS EN 1998



Fuente: Cámaras de Comercio

La **experiencia en gestión y creación de empresas** es otro aspecto básico del capital humano de los empresarios. En el caso de las empresas creadas en 1998, hay un 59,6% en las que al menos uno de los socios había realizado, con anterioridad a la creación de la empresa, tareas de gestión empresarial. **Otro tipo de experiencia, procedente de la creación de empresas, es menos común:** sólo en un 29,3% y en un 22,6% de las empresas hay al menos un socio que haya creado, con anterioridad, alguna empresa en el mismo sector o en otro sector, respectivamente (Tabla 8).

En conjunto, hay un 67,4% de las empresas creadas en 1998 en las que al menos uno de los socios tiene experiencia en gestión empresarial y/o en creación de empresas (en el mismo sector o en otros sectores de actividad). Pero el **32,6% de las empresas son creadas sin que los socios cuenten con experiencia previa de gestión empresarial o hayan fundado con anterioridad otras empresas.**

TABLA.8

EXPERIENCIA PREVIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL DE LOS SOCIOS

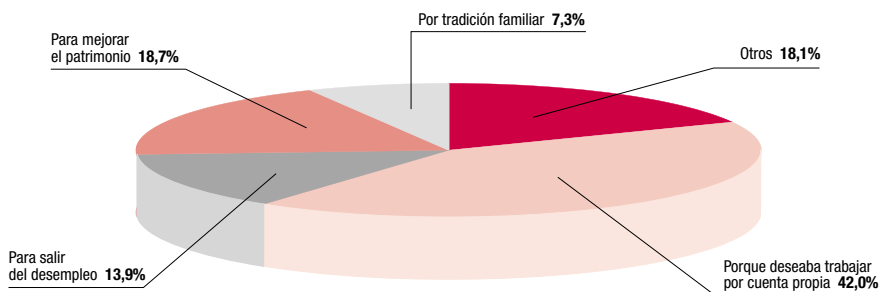
Porcentaje de empresas en las que alguno de los socios:	%
Había realizado con anterioridad tareas de gestión empresarial	59,6
Había fundado alguna empresa en el sector	29,3
Había fundado alguna empresa en otro sector	22,6

Fuente: Cámaras de Comercio

En cuanto a la **motivación de los socios**, la motivación es en sí una variable de carácter cualitativo, difícilmente cuantificable o susceptible de aproximación a través de encuestas. No obstante, podemos emplear como indicativo del compromiso de los nuevos empresarios el número de horas que dedican a las empresas jóvenes. En el caso de las empresas jóvenes de 1998, **los socios han dedicado, en promedio, 8,7 horas diarias a la empresa desde su constitución.**

GRÁFICO.8

PRINCIPAL MOTIVO POR EL QUE SE CREÓ LA EMPRESA



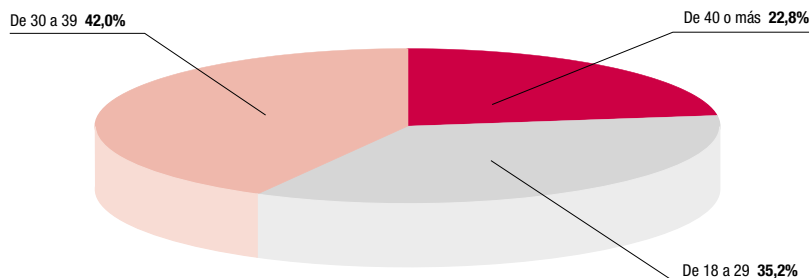
Fuente: Cámaras de Comercio

Otro aspecto potencialmente determinante de la motivación es la razón por la que se constituyó la empresa pues, como se subrayó en II.1., cabe esperar que la motivación sea menor cuando se crea una empresa para salir del desempleo que cuando se abandona un buen empleo para poner en marcha una iniciativa. En el segundo de los casos, el coste de oportunidad del fracaso empresarial es, en principio, superior al que se sufriría si, estando desempleado, se crea una empresa que a la postre fracasa. En la práctica, en el 13,9% de las empresas se ha señalado como razón principal para crear la empresa la intención de salir del desempleo (Gráfico 8). Pero el motivo más mencionado es el **deseo de trabajar por cuenta propia**, señalado por el 42% de las empresas. También destaca el deseo de mejorar el patrimonio, que es la principal causa por la que se creó el 18,7% de las empresas y, en menor medida, la tradición familiar (mencionada como principal causa para crear la empresa, en un 7,3% de los casos).

Por lo que se refiere a la **edad de los socios**, la media es de 36 años (en el momento en que la empresa fue constituida). La edad mínima de los socios es de 18 años y la máxima de 59, pero la gran mayoría de los socios tenía entre 30 y 39 años en el momento de crear la empresa. En particular, el 35% de los socios tenía de 18 a 29 años de edad, el 42% contaba entre 30 y 39 años, y el 23% restante tenía 40 años o más (Gráfico 9).

GRÁFICO.9

EDAD MEDIA DE LOS SOCIOS FUNDADORES DE LAS EMPRESAS CREADAS EN 1998



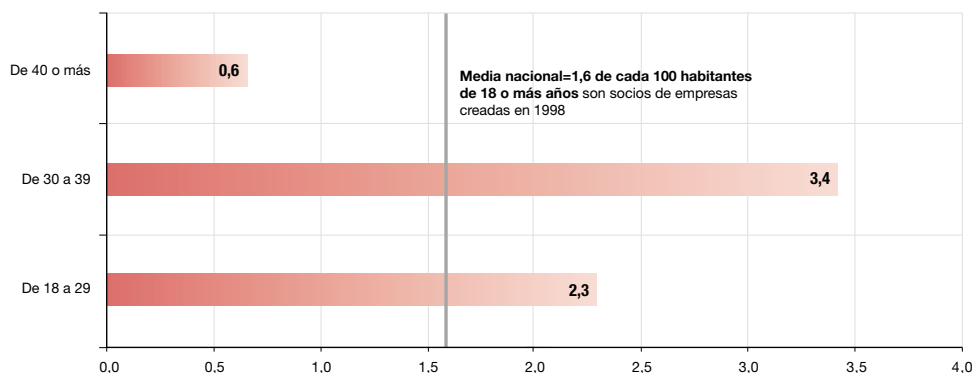
Fuente: Cámaras de Comercio



Estos datos apuntan a una relación entre la inclinación a crear empresas y la edad de la población. Para determinar si existe en efecto tal relación, se ha calculado el ratio del número de socios de las empresas creadas en 1998 (y activas en 2002) respecto a la población, distinguiendo tres tramos de edad. Dicho ratio (Gráfico 10) muestra que **1,6 de cada 100 habitantes de 18 o más años son socios de las empresas creadas en 1998**, pero esta cifra es un 27% mayor en el grupo de edad de 18 a 29 años (2,3 de cada 100 habitantes de 18 a 29 años de edad son socios de las empresas creadas en 1998). Cuando se considera la población de 30 a 39 años de edad, el ratio alcanza un valor máximo, igual a 3,4. Esto es, en España, de cada 100 habitantes con edad comprendida entre los 30 y 39 años, 3,4 son socios de empresas creadas en 1998. El valor más bajo se presenta entre la población de más de 40 años de edad (0,6 socios por cada 100 habitantes).

GRÁFICO.10

SOCIOS FUNDADORES POR CADA 100 HABITANTES, POR TRAMOS DE EDAD



Fuente: Cámaras de Comercio

En suma, de acuerdo con los resultados anteriores, la inclinación a crear empresas es elevada en la población con edad comprendida entre los 18 y 29 años de edad, alcanza un máximo en la población con 30-40 años de edad y, a partir de dicha edad, se presentan los valores mínimos. Por tanto, la edad parece ser un factor determinante de la inclinación a crear empresas, y ello sugiere que **un proceso de envejecimiento de la población es una amenaza para el desarrollo del espíritu de empresa.**

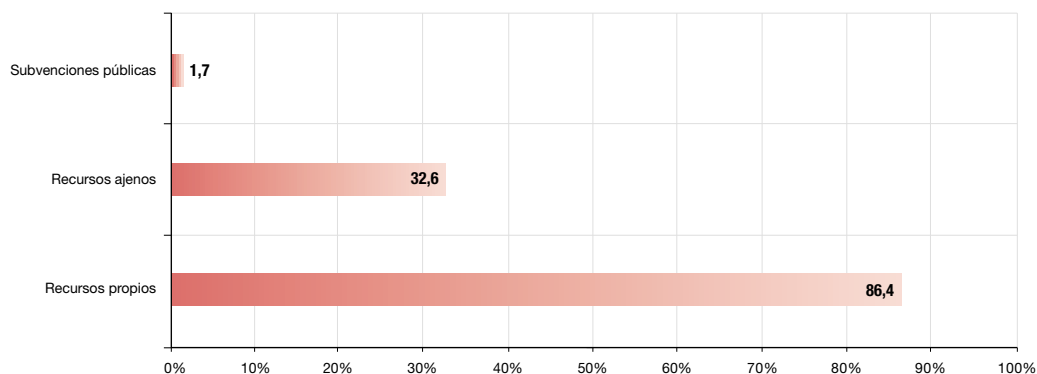
Otras características de las empresas y su estrategia

Con el objeto de establecer el perfil que define a las empresas jóvenes, esto es, a las creadas en 1998 que continúan activas en 2002, conviene considerar, además de su tamaño y de las características de los socios, otros aspectos internos de las empresas. Así, el esfuerzo realizado para crear la empresa, la inversión inicial y el modo de financiarla, los beneficios y gastos de la empresa, las características del personal asalariado y las estrategias competitivas son aspectos críticos que ayudan a determinar cómo son y cómo se comportan las empresas jóvenes.

En cuanto al **esfuerzo dedicado a planificar la creación de la empresa**, el tiempo empleado en la planificación y la realización de un plan de viabilidad pueden utilizarse para dar una idea del esfuerzo de planificación realizado. Pues bien, las empresas nacidas en 1998 han dedicado en promedio cinco meses a planificar la creación de la empresa. La realización de un plan de viabilidad, como instrumento que ayudara a decidir la creación de la empresa, es algo minoritario: sólo el 35% de las empresas han realizado tal plan.

GRÁFICO.11

PORCENTAJE DE EMPRESAS JÓVENES QUE HAN EMPLEADO RECURSOS PROPIOS, RECURSOS AJENOS Y SUBVENCIONES PÚBLICAS PARA FINANCIAR LA INVERSIÓN INICIAL. (Respuesta múltiple)



Fuente: Cámaras de Comercio

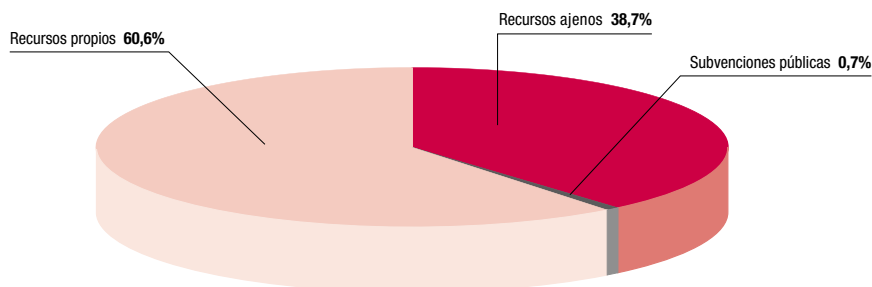
La inversión inicial realizada para constituir la empresa presenta importantes variaciones entre las empresas analizadas. La inversión media es, aproximadamente, igual a 36.000 euros, pero la inversión realizada por la empresa mediana (la que se encuentra en el centro de la distribución de las empresas en función del tamaño de la inversión inicial) es muy inferior (12.000 euros). Para financiar la inversión inicial, el 86,4% de las empresas ha empleado recursos propios de los socios, el 32,6% ha utilizado recursos ajenos y sólo el 1,7% de las empresas se han beneficiado de subvenciones públicas (Gráfico 11).



De la inversión total efectuada para poner en marcha las empresas, **el 60,6% fue financiado mediante recursos propios. Un 38,7% se financió mediante recursos ajenos.** Las subvenciones públicas tienen, por tanto, un escaso peso como fuente de financiación de la inversión inicial, pues sólo el 0,7% de la misma se financió con fondos públicos.

GRÁFICO.12

PORCENTAJE DE LA INVERSIÓN INICIAL FINANCIADO CON RECURSOS PROPIOS, RECURSOS AJENOS Y SUBVENCIONES PÚBLICAS



Fuente: Cámaras de Comercio

En suma, se aprecia el protagonismo de los fondos propios de los empresarios para financiar la creación de las empresas. Aun siendo cierto que ciertas consideraciones (estratégicas y de coste) puedan hacer más atractiva la financiación con recursos propios que con recursos ajenos, **no puede descartarse que las dificultades de acceso a los recursos ajenos se encuentren, al menos en parte, tras el predominio de los fondos propios como fuente de financiación.** Pues, como se verá más adelante, para un 36,6% de las empresas, el acceso a la financiación y su coste fue un obstáculo muy importante para la creación de la empresa (véase la Tabla 10). A estas empresas se añade otro 14,7%, que considera la dificultad de acceso a la financiación y su costes un obstáculo importante. Por tanto, se han constatado dificultades de acceso a la financiación inicial de las empresas, cuyo efecto más inmediato parece ser el uso relativamente moderado de recursos ajenos por parte de las empresas creadas¹¹.

En el capítulo de los beneficios, resulta interesante conocer la estimación que hicieron las empresas, en el momento de creación de las mismas, del tiempo necesario para obtener beneficios (antes de impuestos). En principio, cuanto mayor sea el tiempo que transcurre antes de que la empresa genere beneficios, mayores serán las dificultades de las empresas, que deberán contar con reservas suficientes para financiar la marcha de la empresa. Al reducirse el tiempo necesario para obtener beneficios, se aliviaría la presión financiera sobre la empresa, cuestión importante dadas las dificultades que se constatan para obtener financiación en el momento de la creación de la empresa y con posterioridad.

¹¹Otra implicación de las dificultades de acceso a la financiación es que ciertos proyectos empresariales, con rentabilidad potencial a medio plazo, podrían no ver la luz a causa de la falta de financiación. Este efecto, sin embargo, no se aprecia en el presente estudio, puesto que se concentra en las empresas que, a pesar de las dificultades y obstáculos, han podido ser creadas.

En la práctica, **la mayoría de las empresas, el 61,6%, estimó en el momento de su creación que debería transcurrir más de un año para obtener beneficios** (Tabla 9). Un 21,5% consideró que se obtendrían beneficios entre seis meses y un año después de la creación de la empresa. Sólo un 16,8% estimó un plazo inferior a seis meses para obtener beneficios. Estas previsiones se mostraron acertadas en un 60% de los casos, mientras que un 23,5% de las empresas tuvo que esperar más tiempo del previsto inicialmente para obtener beneficios. En el extremo opuesto se encuentra el 16,4% de las empresas, que obtuvieron beneficios en un plazo inferior al previsto en el momento de crear la empresa.

TABLA.9

TIEMPO NECESARIO PARA OBTENER BENEFICIOS (ESTIMADO Y EFECTIVO)

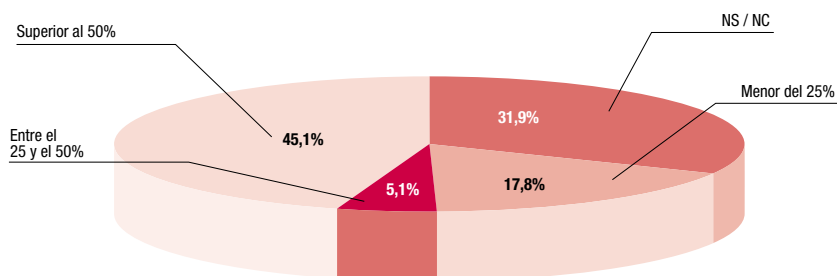
Tiempo estimado		Tiempo efectivo	
Menos de 6 meses	16,8%	Inferior a lo previsto	16,4%
De 6 meses a 1 año	21,5%	Similar a lo previsto	60,1%
Más de 1 año	61,6%	Superior a lo previsto	23,5%

Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere a la tasa de reinversión de beneficios, en el período analizado las empresas del estudio **han reinvertido una parte importante de los beneficios**. El 17,8% de las empresas ha reinvertido, en promedio, menos del 25% de los beneficios, el 5,1% ha reinvertido entre el 25 y el 50%, y un **45,1% de las empresas reinvierte más del 50% de los beneficios** (Gráfico 13). Estas altas tasas de reinversión de beneficios podrían estar ligadas a la financiación del crecimiento de las empresas jóvenes pues, como se ha visto anteriormente, las empresas experimentan una fuerte expansión tras su nacimiento. Las exigencias de financiación del crecimiento, unidas a las dificultades de acceso a la recursos ajenos, podrían explicar, por tanto, la elevada propensión a la reinversión de beneficios de las empresas jóvenes.

GRÁFICO.13

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN SU TASA DE REINVERSIÓN DE BENEFICIOS



Fuente: Cámaras de Comercio

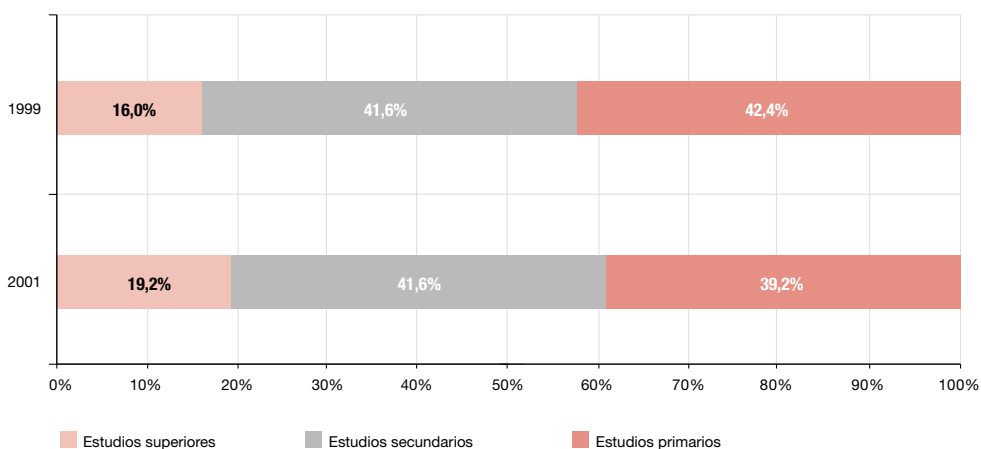


En cuanto a los **gastos de las empresas jóvenes**, se ha distinguido entre gastos variables y gastos fijos. Los primeros incluyen, básicamente, los salarios y materias primas empleadas en la producción de la empresa. En el año 2001, la empresa mediana (la que se sitúa en el centro de la distribución de las empresas, ordenadas de menor a mayor valor del ratio gasto/facturación) tuvo un gasto variable equivalente al 48% de su facturación. A su vez, los gastos fijos, que incluyen capítulos como alquileres, luz y teléfono, tenían un peso en la facturación igual al 13,8% en 2001. Por lo tanto, el gasto total (variable más fijo) de la empresa mediana ascendía, en 2001, al 61,8% de su facturación¹².

GRÁFICO.14

NIVEL DE ESTUDIOS MÁXIMO DE LOS TRABAJADORES ASALARIADOS.

(Porcentaje de asalariados con estudios primarios, secundarios y superiores).



Fuente: Cámaras de Comercio

En lo tocante al **personal de las empresas**, conviene determinar el nivel de formación de los asalariados, que puede interpretarse como una medida del capital humano de los trabajadores de la empresa. Éste, junto con el capital humano de los socios fundadores, constituye el **capital humano total de las empresas jóvenes**. Pues bien, el nivel de estudios de los trabajadores asalariados en 1999 era relativamente bajo, pues un 42,4% del total de los asalariados tenía, como máximo, estudios primarios, y un 41,6% tenía estudios secundarios. Sólo el 16% de los asalariados de las empresas jóvenes contaba, en 1999, con estudios superiores (Gráfico 14).

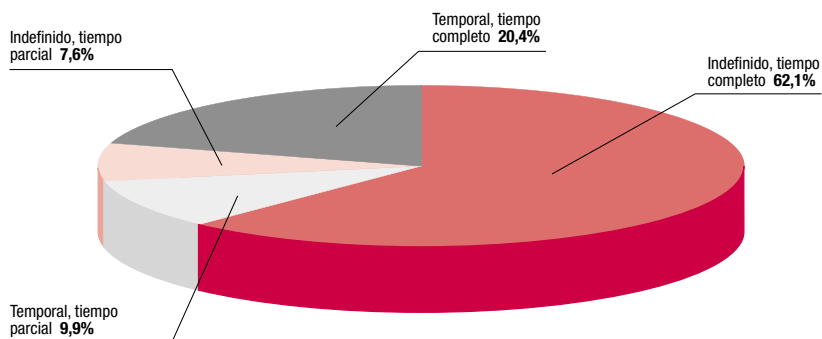
¹²La cuestión sobre los gastos variables y fijos ha sido respondida por un número reducido de empresas. Por esta razón, los resultados sobre la relación gastos/facturación se ofrece sólo a nivel agregado. En los posteriores análisis por regiones, sectores y tamaños, no se analiza esta cuestión, pues el reducido número de observaciones haría posible que se cometieran importantes errores estadísticos.

Entre 1999 y 2001 se han producido ciertos cambios en el nivel de formación de los trabajadores. En particular, destaca la pérdida de peso de los asalariados con estudios primarios (-3 puntos porcentuales) y el simultáneo aumento de protagonismo de los trabajadores con estudios superiores (+3 puntos porcentuales). Ello apunta a **una mejora del capital humano de los asalariados en los primeros años de vida de las empresas.**

GRÁFICO.15

TIPO DE CONTRATO DE LA MAYORÍA DE PERSONAL ASALARIADO DE LA EMPRESA

(Distribución porcentual de las empresas según el tipo de contrato mayoritario, 2001)



Fuente: Cámaras de Comercio

Resulta llamativo **el predominio de los contratos a tiempo completo e indefinidos en las empresas jóvenes.** El Gráfico 15 muestra que, en el año 2001, había un 62,1% de las empresas en las que el tipo de contrato mayoritario era a tiempo completo e indefinido. A mucha distancia le sigue el contrato temporal a tiempo completo, que es el de la mayoría de los asalariados en un 20,4% de las empresas. Los contratos a tiempo parcial (temporales o indefinidos) se encuentran mucho menos extendidos en las nuevas empresas. Sólo hay un 17,5% de las empresas en las la mayoría de los asalariados tengan tales contratos.

Para concluir, conviene referirse a las **estrategias competitivas empleadas por las empresas jóvenes.** En este sentido, es posible distinguir entre las estrategias adoptadas en los momentos iniciales, a fin de abrirse un hueco de mercado, y las estrategias que posteriormente fueron más relevantes para lograr los objetivos de las empresas.

Por lo que se refiere a **las estrategias empleadas en los momentos iniciales para hacerse un hueco en el mercado,** el Gráfico 16, que recoge la puntuación media que las empresas otorgan a las diversas estrategias (0 = ninguna importancia, 10= Máxima importancia), muestra la relevancia otorgada a la **calidad y el servicio** como estrategia competitiva. “Tener mejor calidad que la competencia” y “dar un buen servicio” se encuentran a la cabeza del ranking de las estrategias más valoradas. A cierta distancia se encuentran las estrategias basadas en la explotación de un nicho de mercado y la

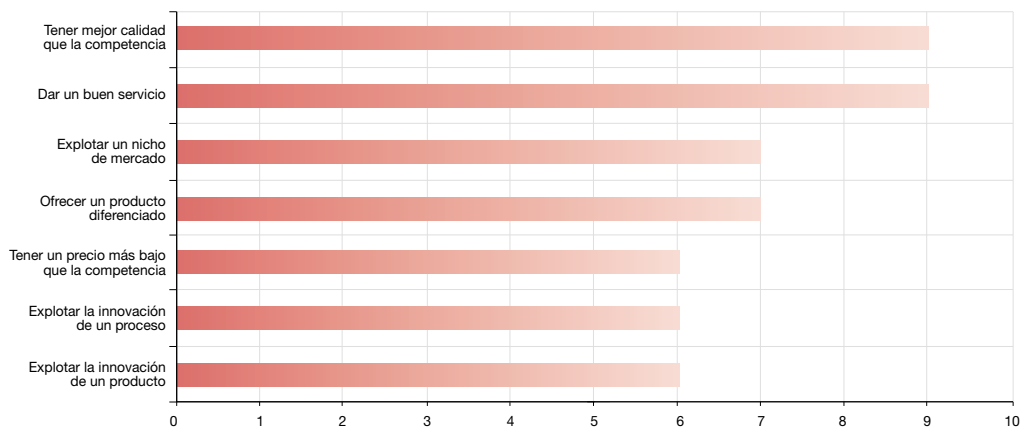


oferta de un producto diferenciado. Por último, figuran las estrategias basadas en precio y en innovación, con una importancia relativamente menor.

GRÁFICO.16

IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS EMPLEADAS PARA HACERSE UN HUECO EN EL MERCADO

(Valor medio; 0 = Nada importante, 10 = Máxima importancia)



Fuente: Cámaras de Comercio

Las empresas jóvenes parecen otorgar un papel clave a la calidad y al servicio dentro de su estrategia competitiva inicial dirigida a hacerse un hueco en el mercado. La variable precio en sí no parece tener gran peso como estrategia para posicionar a las empresas jóvenes. Este resultado no resulta sorprendente, pues en una economía abierta como la actual es cada día más difícil mantener una posición competitiva basada únicamente en precios bajos, ya que antes o después aparecerá una empresa capaz de ofrecer precios más bajos, que eliminará la ventaja competitiva de las empresas con estrategias basadas en precios. En este contexto, las estrategias basadas en calidad y servicio, parece ser más aptas para preservar la ventaja competitiva de las empresas, pues son una fórmula para diferenciarse de la competencia y adecuarse a los mercados que demandan cada vez más calidad y servicio.

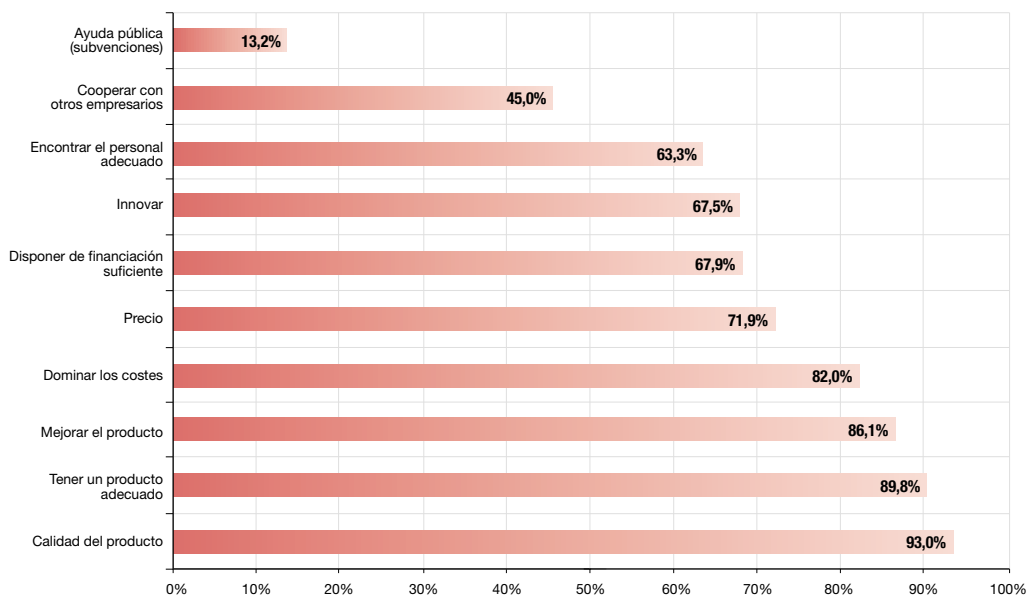
Resulta llamativo el papel relativamente poco importante de la innovación, de productos y procesos, como estrategia para hacerse un hueco de mercado. En los últimos años ha ganado peso la hipótesis de que la innovación es un motor fundamental para la creación de empresas jóvenes, y hay alguna evidencia empírica en este sentido que apunta a que la entrada de empresas es más elevada en los sectores más innovadores de la economía. Por lo tanto, en el caso de las empresas analizadas, se esperaría que la innovación fuera un aspecto clave de la estrategia competitiva inicial. Pero lo cierto es que el conjunto de las empresas considera que **la innovación tiene un papel estratégico relevante, aunque de menor importancia que otros aspectos.**

La calidad y el servicio se erigen como las estrategias dominantes de las empresas en el momento de su creación para hacerse un hueco entre sus competidoras. Cabe preguntarse si una vez creadas las empresas y tras varios años de andadura, estos aspectos siguen siendo considerados como críticos, o si, por el contrario, hay otros factores que las empresas consideran más importantes para el logro de sus objetivos. Para responder a esta interrogantes, se muestra en el Gráfico 17 una serie de aspectos potencialmente relevantes para el logro de los objetivos empresariales, así como el porcentaje de empresas que considera que cada uno de los mismos ha sido efectivamente relevante.

GRÁFICO.17

ASPECTOS QUE HAN SIDO RELEVANTES PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES

(% empresas que los consideran relevantes)



Fuente: Cámaras de Comercio

Si tomamos el porcentaje de empresas que considera que cada uno de los aspectos ha sido relevante para cumplir sus objetivos como indicativo de su importancia estratégica, no cabe duda que **la calidad y la mejora del producto tienen una importancia paradigmática**, al igual que sucedía en los momentos iniciales de la empresa a fin de hacerse un hueco de mercado. Como puede observarse en el Gráfico 17, **el 93% y el 86,1% de las empresas consideran que la calidad y la mejora del producto ha sido un factor clave para lograr sus objetivos, respectivamente**. También se da un peso elevado a contar con un producto adecuado (un 89,8% de las empresas considera que ha sido relevante para cumplir objetivos). El control de costes es también un elemento clave, pues un 82% de las empresas lo considera relevante para lograr sus objetivos. El precio ha sido un factor relevante para conseguir los objetivos para el 71,9% de las empresas, mientras que un **67,5% de las empresas cree que la innovación ha sido importante para lograr los objetivos empresariales**. La disponibilidad de financiación y encontrar personal adecuado son también aspectos considerados como importantes por una parte muy mayoritaria de las empresas. Finalmente, **la cooperación empresarial y, sobre todo, la ayuda pública, son los aspectos a los que las empresas han concedido una menor importancia para el logro de sus objetivos**.

En resumen, en el momento de crear las empresas, la calidad y el servicio son los factores a los que se conceden más relevancia para lograr un hueco de mercado. Posteriormente, la calidad, unida a las características del producto y su mejora y al control de costes, han sido claves para el cumplimiento de los objetivos empresariales. También tiene relevancia, para lograr los objetivos de una parte mayoritaria de las empresas, contar con recursos suficientes y adecuados (financieros y recursos humanos), el precio y la innovación.

Entorno empresarial y obstáculos

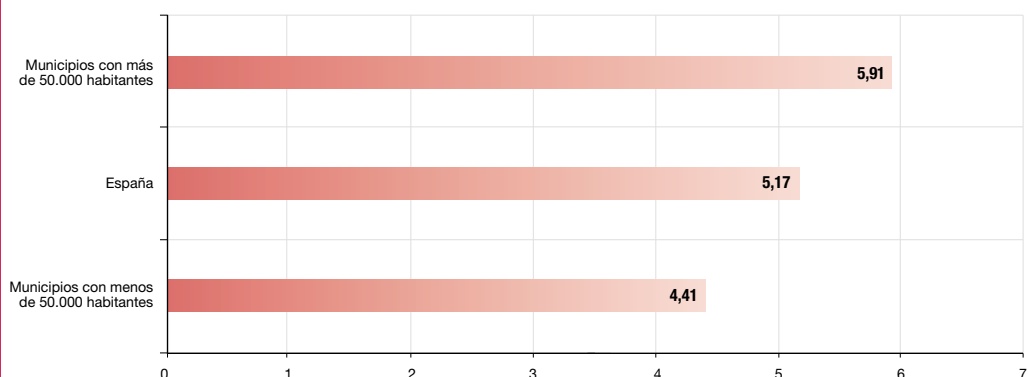
¿Cómo es el entorno en el que se desenvuelven las empresas jóvenes? ¿Dónde se encuentran ubicadas? ¿Y cómo es la competencia y la demanda? ¿Se han empleado ayudas públicas? ¿Cuál ha sido el impacto de las ayudas? ¿Y qué obstáculos encuentran las empresas para ser creadas y con posterioridad? El interés de estas cuestiones, que se abordan a continuación, estriba en que, en principio, **las posibilidades y resultados de las empresas jóvenes dependen no sólo de los recursos y habilidades de las empresas, sino también de las oportunidades y riesgos del entorno** (véase la sección II.1). Aspectos tales como la localización en núcleos más o menos densamente poblados, la competencia, la demanda de mercado y las ayudas públicas son susceptibles de afectar a la consolidación de las empresas, y esta posibilidad hace relevante el estudio del entorno en el que se desarrolla la actividad de las empresas jóvenes.

Un primer rasgo que sirve para caracterizar el entorno de las empresas jóvenes es el tamaño del núcleo de población en que éstas se encuentran localizadas. En el conjunto de las empresas jóvenes, el 41,8% se haya en municipios con menos de 50.000 habitantes, y el 58,2% restante en municipio de más de 50.000 habitantes. **Por tanto, la mayoría de las empresas jóvenes se encuentra localizada en los municipios de mayor tamaño, con más de 50.000 habitantes**.

El número de empresas jóvenes (las creadas en 1998 y activas en 2002) es, en relación a la población total, mayor en los municipios de más de 50.000 habitantes. Como puede observarse en el Gráfico 18, el número de empresas jóvenes por cada 1.000 habitantes es igual a 4,41 en los municipios de menos de 50.000 habitantes, cifra inferior en un 34% a la registrada en los municipios de más de 50.000 habitantes (con 5,91 empresas jóvenes por cada 1.000 habitantes). Estos resultados, sugieren que **la natalidad empresarial es más acusada en los municipios con más habitantes.**

GRÁFICO.18

NÚMERO DE EMPRESAS CREADAS EN 1998 (ACTIVAS EN 2002) POR CADA 1.000 HABITANTES

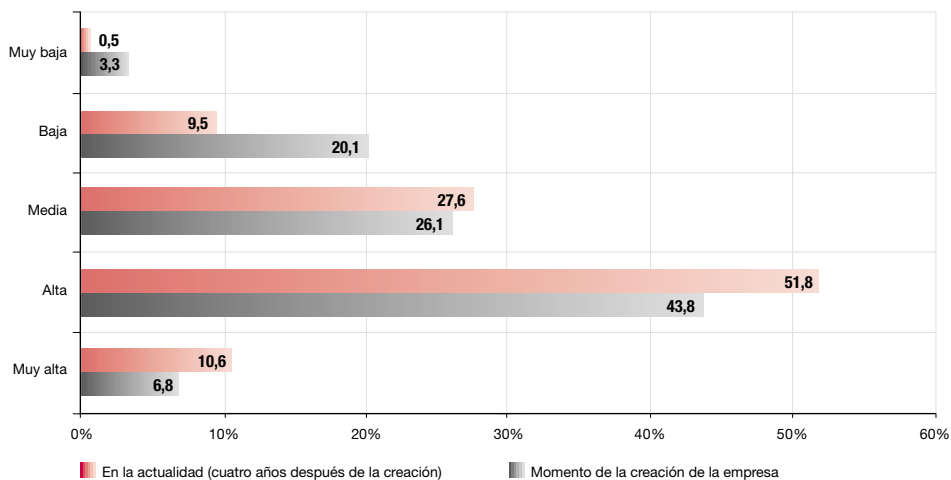


Fuente: Cámaras de Comercio

En cuanto al **nivel de demanda de los productos y servicios de las empresas**, cabe distinguir entre la situación existente en el momento de crear la empresa y cuatro años más tarde (esto es, en 1998 y al inicio del año 2002). **En el momento de creación de las empresas, una parte sustancial de las mismas consideraba que la demanda era baja o muy baja** (un 23,4% del total), **pero la mayoría de las empresas** (un 50,6%) **creía que la demanda era alta o muy alta** (Gráfico 19). Cuatro años después, cae de forma notable el porcentaje de empresas que considera la demanda baja o muy baja (-13 puntos porcentuales entre 1998 y 2001), al aumentar la parte de las empresas que considera la demanda de sus productos o servicios alta o muy alta (+12 puntos porcentuales).



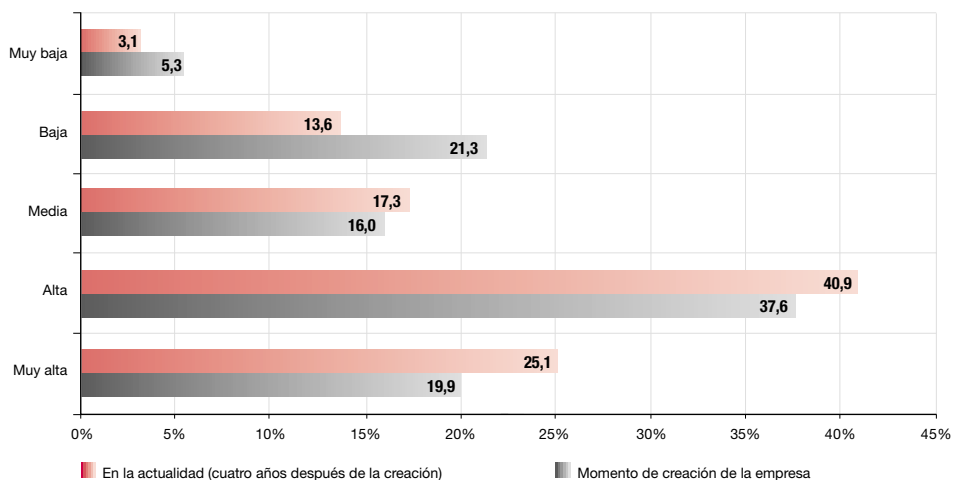
GRÁFICO.19 VALORACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL NIVEL DE DEMANDA DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS



Fuente: Cámaras de Comercio

Por tanto, cuatro años después de la creación de las empresas **ha aumentado el porcentaje de las mismas que considera que la demanda de sus productos y servicios es alta o muy alta**. Una posibilidad para explicar este resultado es que las empresas jóvenes se hayan visto beneficiadas del buen momento del ciclo económico, que haya conducido a un aumento de la demanda respecto el nivel existente en el momento en que las empresas fueron creadas. Pero también hay que tener en cuenta que la información de las empresas sobre su demanda efectiva es imperfecta hasta que entran en el mercado y comienzan a operar. Por ello, el aumento de empresas que considera su demanda alta o muy alta podría explicarse en parte por la nueva información recibida tras entrar en el mercado.

GRÁFICO.20 VALORACIÓN DE LAS EMPRESAS DEL NIVEL DE COMPETENCIA



Fuente: Cámaras de Comercio

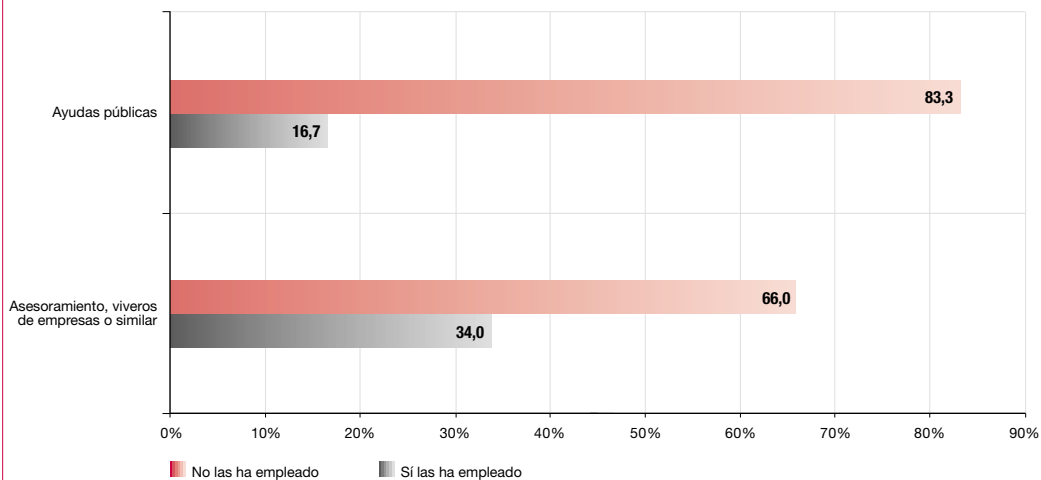
¿Cómo es la competencia que afecta a las empresas jóvenes? Distinguiremos, como en el caso de la demanda, entre la situación existente, según las empresas, en el momento de creación de las empresas y la situación actual. La mayoría de las empresas, un 57,5% del total, opinaba que la competencia era alta o muy alta en el momento de crear la empresa. Cuatro años después de la creación de las empresas, el porcentaje de las mismas que considera la competencia alta o muy alta se ha elevado hasta el 66% (Gráfico 20). Este aumento puede deberse, como se señaló en el caso de la demanda, al hecho de que las empresas, una vez creadas, es cuando se enfrentan efectivamente a las condiciones de mercado, lo que en este caso particular supone hacer frente a una competencia más alta de lo previsto antes de iniciar la actividad empresarial.

En conclusión, en el momento de crear las empresas, la mayoría de las mismas consideraba que la demanda de sus productos o servicios era alta o muy alta, y que la competencia era también elevada. Tras entrar en el mercado y operar durante varios años, ha aumentado la parte de las empresas que considera tener una demanda alta o muy alta, pero también crece el porcentaje de empresas que opina estar sometido a una competencia alta o muy alta.

Un elemento importante del entorno de las empresas es el **sistema de ayudas** de las que eventualmente pueden beneficiarse para lanzar y consolidar las iniciativas. En la práctica, hay una parte importante de las empresas creadas en 1998 (y activas en 2002) que han sido asesoradas por expertos o ayudadas por los servicios de viveros de empresas o estructuras similares (en total, un 34% de las empresas). En cuanto a las ayudas públicas, **el 16,7% de las empresas se benefició de ayudas públicas para la creación** de las mismas (Gráfico 21). Por tanto, un 83,3% de las empresas no ha utilizado tales ayudas para lanzar las iniciativas.



GRÁFICO.21 USO DE AYUDAS PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

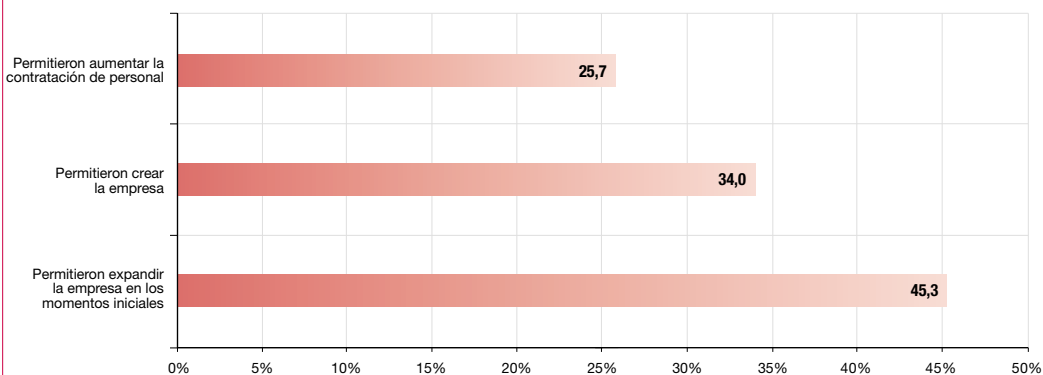


Fuente: Cámaras de Comercio

¿Cuál es el impacto de las ayudas públicas en las empresas beneficiarias? Sobre todo, **las ayudas han permitido a numerosas empresas usuarias expandirse en los momentos iniciales** (un 45,3% de las empresas que las han utilizado). Esto sugiere que las ayudas públicas tienen un papel relevante para impulsar el crecimiento de las empresas jóvenes en sus primeras etapas. Pero hay incluso empresas que consideran que no hubieran podido crear la empresa en caso de no contar con la ayuda pública (el 34% de las beneficiarias de las ayudas). El impacto de las ayudas sobre la contratación de personal parece menos marcado: sólo el 25,7% de las empresas beneficiarias considera que las ayudas permitieran aumentar la contratación de personal (Gráfico 22).

GRÁFICO.22

IMPACTO DE LAS AYUDAS PÚBLICAS EN LAS EMPRESAS BENEFICIARIAS



Fuente: Cámaras de Comercio

Para finalizar, se investigará cuáles han sido los principales obstáculos que han encontrado las empresas jóvenes, en el momento de la creación y con posterioridad. **En el período de creación de la empresa**, cabe destacar **la dificultad para encontrar personal adecuado** (Tabla 10). Para un 42,4% de las empresas, encontrar personal adecuado para lanzar la empresa fue un obstáculo muy importante, y para un 15,4% fue bastante importante. Por tanto, **para un 57,4% de las empresas jóvenes, encontrar el personal adecuado supuso un obstáculo bastante o muy importante**. Además, en el ámbito de los recursos humanos, las empresas han destacado el problema que supone **el coste del personal**, considerado como un obstáculo bastante o muy importante por el 53,5% de las empresas. A los problemas relacionados con los recursos humanos se suman los de acceso a la financiación y su coste, pues un 51,3% de las empresas considera que las dificultades de financiación (y su coste) es un obstáculo bastante o muy importante.

TABLA.10

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN LA IMPORTANCIA CONCEDIDA A LOS OBSTÁCULOS A LA CREACIÓN DE EMPRESAS

	Muy poco importante	Poco importante	Media	Bastante importante	Muy importante
Trámites para la creación de la empresa (tiempo requerido)	27,5%	9,6%	17,6%	15,1%	30,1%
Búsqueda de clientes	25,0%	7,0%	16,2%	19,8%	32,0%
Dificultad para obtener financiación y su coste	26,5%	7,2%	15,1%	14,7%	36,6%
Problemas para encontrar personal adecuado	25,6%	4,7%	11,9%	15,4%	42,4%
Encontrar información sobre el mercado	31,9%	10,6%	22,1%	17,4%	17,9%
Coste de personal	25,6%	4,7%	16,3%	19,5%	34,0%
Falta de acuerdo entre socios fundadores	82,7%	3,8%	4,4%	2,9%	6,2%

Fuente: Cámaras de Comercio

La búsqueda de clientes y los trámites para la creación de la empresa son también considerados como obstáculos bastante o muy importantes por una parte relevante de las empresas jóvenes (el 51,8% y el 45,1%, respectivamente). Los obstáculos considerados menos importantes son encontrar información sobre el mercado y, sobre todo, la falta de acuerdo entre los socios fundadores.



TABLA.11

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN LA IMPORTANCIA CONCEDIDA A LOS OBSTÁCULOS ENCONTRADOS TRAS LA CREACIÓN DE EMPRESAS

	Muy poco importante	Poco importante	Media	Bastante importante	Muy importante
Presión fiscal y trámites fiscales	15,6%	5,6%	14,2%	19,7%	44,9%
Búsqueda de clientes	25,4%	9,4%	17,5%	21,9%	25,8%
Dificultad para obtener financiación y su coste	31,1%	9,8%	13,2%	14,7%	31,1%
Problemas para encontrar personal adecuado	26,3%	5,5%	8,9%	16,1%	43,2%
Coste de personal	24,7%	5,7%	16,5%	20,8%	32,3%
Falta de acuerdo entre socios fundadores	84,4%	3,8%	4,5%	3,5%	3,8%
Retrasos en los cobros a los clientes	37,8%	9,5%	12,4%	17,2%	23,1%

Fuente: Cámaras de Comercio

Cabe preguntarse qué sucede una vez que las empresas han sido creadas, ¿persisten las dificultades para encontrar personal adecuado y de acceso a financiación? ¿O bien surgen otros obstáculos más importantes para el desenvolvimiento de las empresas? La Tabla 11 sugiere que, **tras la creación de las empresas, el obstáculo sentido como más importante por un mayor número de empresas es la presión fiscal y los trámites fiscales**. Un 64,6% de las empresas jóvenes considera que éstos suponen un obstáculo bastante o muy importante. También se mantiene el problema de los recursos humanos (encontrar personal adecuado y su coste), pero la dificultad de acceso a la financiación parece perder importancia respecto a la encontrada en el momento de creación de las empresas. Esto es, el porcentaje de empresas que, tras su creación, considera un obstáculo bastante o muy importante el acceso a la financiación es el 45,8%, mientras que en el momento de creación de las empresas este porcentaje es superior en 6 puntos porcentuales. Respecto a la búsqueda de clientes y la falta de acuerdo entre socios fundadores, el porcentaje de empresas que, tras el inicio de la actividad, los considera obstáculos bastante o muy importantes es similar al correspondiente al momento de creación de la empresa. Por último, cabe destacar el problema de los retrasos en los cobros a clientes, considerado un obstáculo bastante o muy importante por el 40,3% de las empresas.

III.2. Las empresas de las Regiones Objetivo 1 y del resto de España

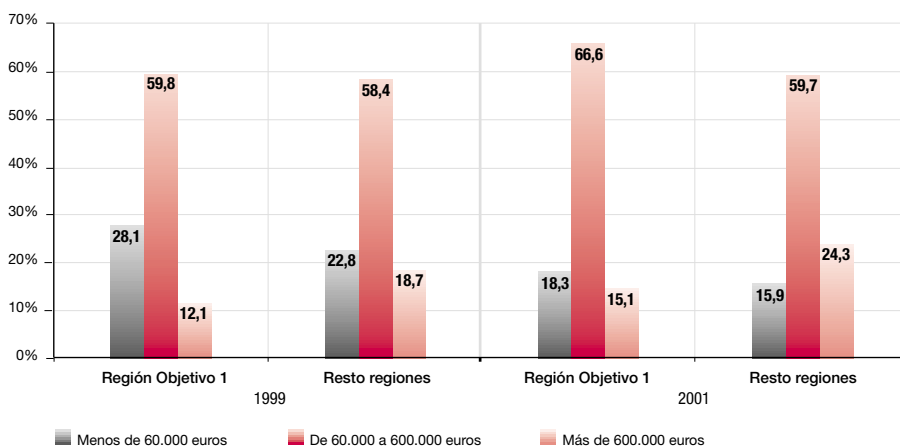
En este apartado se analizan las características generales de las empresas españolas creadas en 1998 (activas en 2002), distinguiendo entre las ubicadas en las regiones objetivo 1 y las localizadas en las restantes regiones españolas. Veremos en qué casos se producen disparidades en los rasgos o el comportamiento de las empresas en función de su localización geográfica.

Tamaño

Un primer aspecto que parece distinguir a las empresas jóvenes de las regiones objetivo 1 es su tamaño medio, que es menor que el de las empresas situadas en el resto de las regiones españolas. Inicialmente, en 1999, el año inmediatamente posterior a su creación, el 28,1% de las empresas de las regiones objetivo 1 facturaba menos de 60.000 euros, mientras que en el resto de las regiones este porcentaje fue del 22,8% (Gráfico 23). Por tanto, **las empresas jóvenes de muy pequeña dimensión, con facturación anual inferior a los 60.000 euros, son relativamente más importantes en las regiones objetivo 1**. Por otra parte, las empresas con facturación entre 60.000 y 600.000 euros representaban el 59,8% del total en las regiones objetivo 1, porcentaje próximo al registrado en las restantes regiones (el 58,4%). En fin, las empresas de mayor tamaño inicial, con facturación superior a 600.000 euros, tienen un peso bajo en las regiones objetivo 1 ya que suponen el 12,1% del total de empresas de estas regiones, frente al 18,7% registrado en las restantes regiones españolas.

GRÁFICO.23

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN SU FACTURACIÓN



Fuente: Cámaras de Comercio



La facturación de las empresas jóvenes tiende a aumentar entre 1999 y 2001, tanto en las empresas de las regiones objetivo 1 como en las de las restantes regiones españolas. Para ilustrarlo, baste subrayar la importante reducción del porcentaje de empresas que factura menos de 60.000 euros al año, que se sitúa en 10 puntos porcentuales en las regiones objetivo 1 y en 7 puntos porcentuales en las restantes regiones (Gráfico 23). Ahora bien, **se mantienen las diferencias de tamaño entre las regiones objetivo 1 y el resto**, hecho que evidencia el peso de las empresas que facturan menos de 60.000 euros (mayor en las regiones objetivo 1) y el de las que facturan más de 600.000 euros (menor en las regiones objetivo 1).

TABLA 12

TAMAÑO DE LAS EMPRESAS JÓVENES. EVOLUCIÓN

	Región Objetivo 1		Resto Regiones	
	1998	2001	1998	2001
Empresas sin asalariados (% sobre el total)	64,0	38,3	64,0	37,5
Tamaño de la empresa mediana (empresa con asalariados sólo)	2	2	2	3

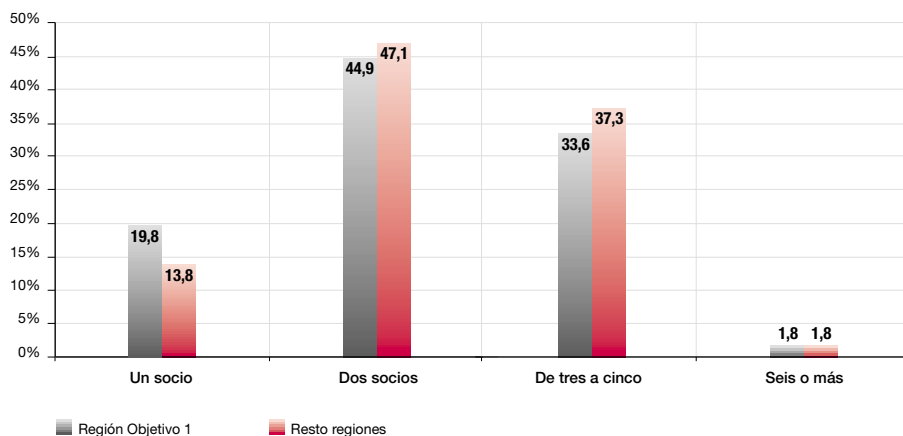
Fuente: Cámaras de Comercio

Las disparidades de tamaño de las empresas también se advierten al analizar las cifras de empleo. Si bien el porcentaje de empresas con asalariados es similar en todas las regiones españolas (38% en 2001), **el tamaño de las empresas con asalariados es inferior en las regiones objetivo 1** (Tabla 12). En efecto, en 2001, en las empresas con asalariados, la empresa mediana tenía 2 asalariados en las regiones objetivo 1, mientras que en el resto de las regiones la empresa mediana tenía 3 asalariados.

Los socios fundadores

Por lo que se refiere a los socios creadores de las empresas, las empresas jóvenes de las regiones objetivo 1 tienen, en promedio, 2,3 socios fundadores, cifra algo inferior a la de las empresas ubicadas en las restantes regiones españolas (2,5).

GRÁFICO.24 DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN EL NÚMERO DE SOCIOS FUNDADORES



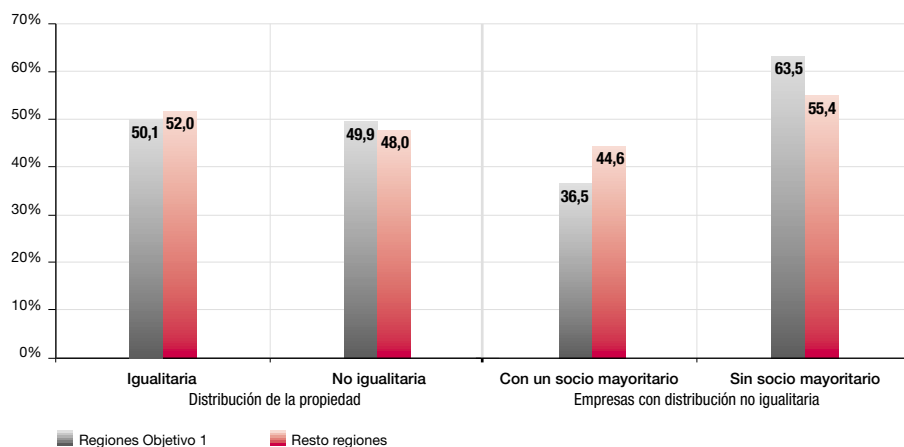
Fuente: Cámaras de Comercio

La distribución de las empresas jóvenes en función del número de socios, que se recoge en el Gráfico 24, ilustra interesantes disparidades entre las regiones objetivo 1 y las restantes regiones. Sobre todo, destaca el hecho de que **las empresas constituidas con un solo socio sean relativamente más importantes en las regiones objetivo 1** (suponen un 19,8% del total de empresas frente al 13,8% registrado en las restantes regiones). Por el contrario, las empresas con dos socios y las que tienen de tres a cinco socios son relativamente menos numerosas en las regiones objetivo 1 que en las restantes regiones. En conjunto, estas empresas representan el 78,5% del total de empresas de las regiones objetivo 1, cifra inferior en 6 puntos porcentuales a la registrada en las restantes regiones españolas.

En lo tocante a **la estructura de propiedad**, no se aprecian marcadas diferencias regionales en cuanto a la importancia relativa de las empresas con una distribución igualitaria y no igualitaria de la propiedad. Como se observa en el Gráfico 25, en las regiones objetivo 1, en el 50,1% de las empresas con más de un socio, la propiedad se distribuye de forma igualitaria, porcentaje similar al registrado en las restantes regiones españolas (el 52%). Pero dentro del grupo de empresas con un reparto no igualitario de la propiedad, **las empresas con un socio mayoritario son relativamente menos importantes en las regiones objetivo 1**. El 36,5% de las empresas de las regiones objetivo 1 (sin reparto igualitario de la propiedad) tienen un socio mayoritario, mientras que en las restantes regiones se alcanza un porcentaje del 44,6% de empresas que cuenta con un socio mayoritario.



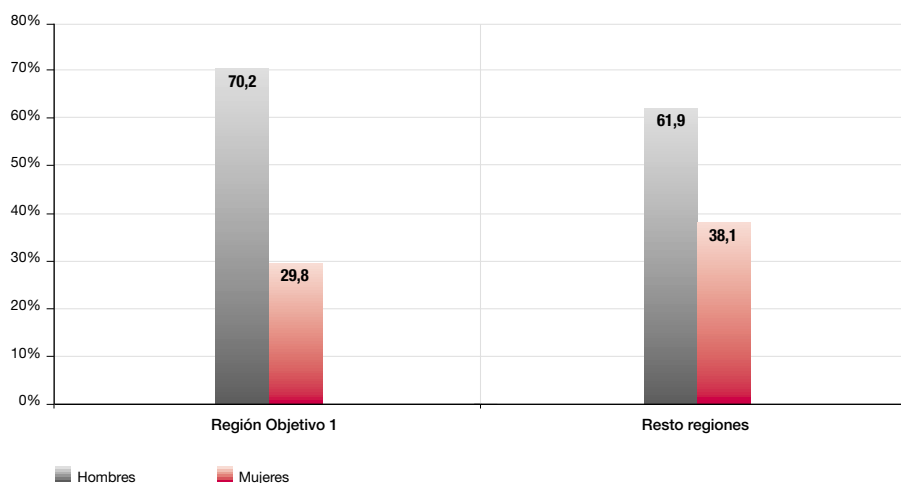
GRÁFICO. 25 ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD DE LAS EMPRESAS. (Sólo empresas con más de un socio)



Fuente: Cámaras de Comercio

En cuanto al sexo de los socios creadores de las empresas nacidas en 1998, se advierten algunas disparidades entre las regiones objetivo 1 y las restantes regiones, que recogemos a continuación. En primer lugar, **la participación de las mujeres en el número total de socios es inferior en las regiones objetivo 1**. Si en el conjunto de España, las mujeres suponen el 34% de los socios, en las regiones que no son objetivo 1 esta cifra alcanza el 38,1%. Con una participación de las mujeres en el número total de socios del 29,8%, **las regiones objetivo 1 son aquellas en las que las mujeres tienen un menor peso en el número total de socios** (Gráfico 26).

GRÁFICO. 26 SEXO DE LOS SOCIOS FUNDADORES DE LAS EMPRESAS

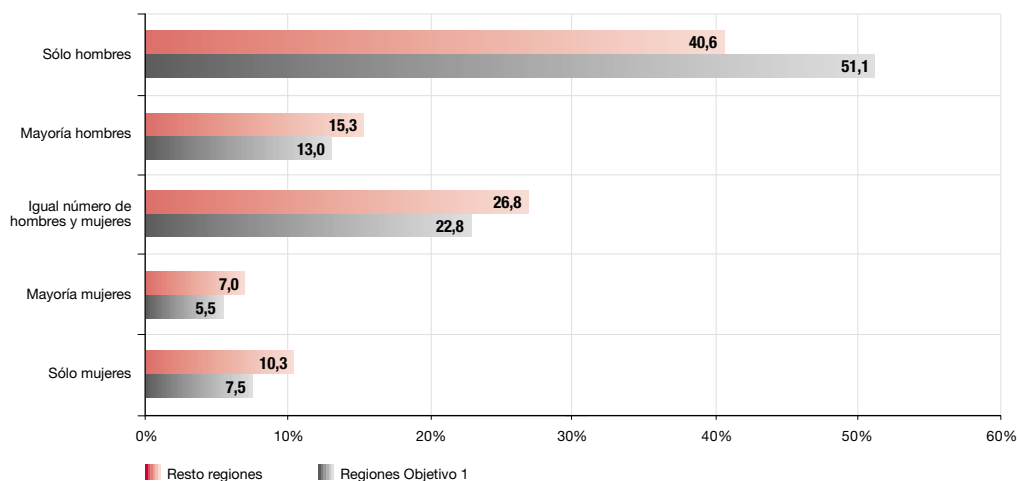


Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere a la presencia de hombres y mujeres en las empresas, se advierte que **las mujeres están mucho menos presentes en las empresas jóvenes de las regiones objetivo 1**. En efecto, el porcentaje de empresas en las que los socios son sólo mujeres, mayoritariamente mujeres o hay igual número de hombres y mujeres es inferior en las regiones objetivo 1 al registrado en las restantes regiones españolas (Gráfico 27). De esta manera, en las regiones objetivo 1, las mujeres tienen algún tipo de presencia (absoluta, mayoritaria, minoritaria o igualitaria) en el 49% de las empresas, mientras que en las restantes regiones casi el 60% de las empresas tiene alguna mujer entre los socios fundadores. Estos datos parecen apuntar a una menor inclinación empresarial del colectivo femenino en las regiones objetivo 1.

GRÁFICO. 27

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS CREADAS EN 1998 SEGÚN EL SEXO DE LOS SOCIOS FUNDADORES



Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere al capital humano de los creadores de las empresas, todos los indicadores de formación y de experiencia apuntan a que **los socios de las empresas jóvenes de las regiones objetivo 1 tienen menor capital humano que los de las restantes regiones españolas**.

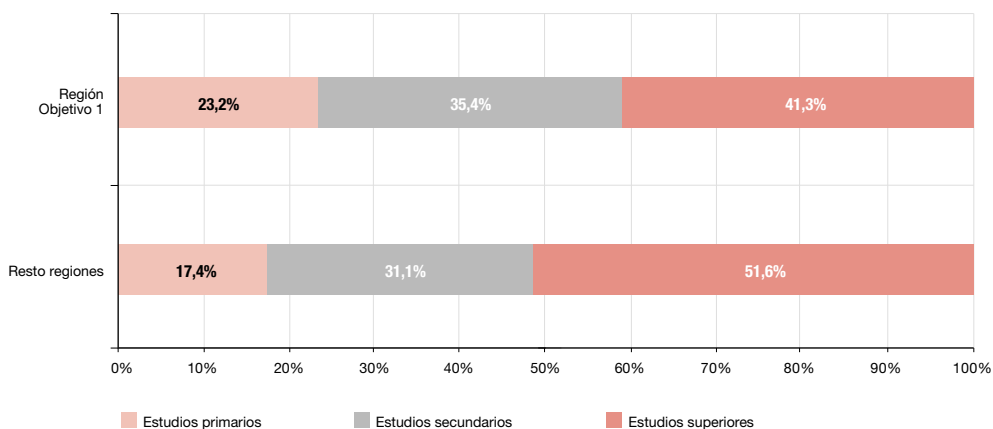
En cuanto a la **formación**, el nivel de estudios es más bajo entre los socios de las empresas situadas en las regiones objetivo 1, pues un 23,2% de los mismos tiene, como máximo, estudios primarios, mientras que en el caso de los socios de las restantes regiones este porcentaje es el 17,4% (Gráfico 28). A su vez, los socios con estudios superiores representan el 41,3% del total de socios de las regiones objetivo 1, cifra inferior en, aproximadamente, 10 puntos porcentuales a la registrada entre los socios de las empresas de las restantes regiones españolas. En el ámbito de la formación especializada, en gestión y administración de empresas, también se aprecia que los socios de las empresas situadas en las regiones objetivo 1 tienen con menor frecuencia este tipo de formación: sólo el 27,8% de los mismos ha realizado estudios de gestión y adminis-



tración de empresas, mientras que el 33,3% de los socios de las empresas de las restantes regiones españolas ha efectuado tales estudios (Gráfico 29).

GRÁFICO.28

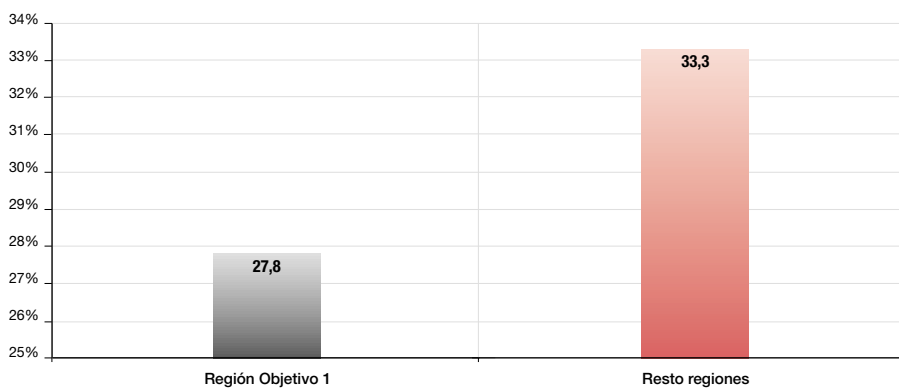
SOCIOS CON ESTUDIOS PRIMARIOS, SUPERIORES Y MEDIOS. (Porcentaje respecto al total)



Fuente: Cámaras de Comercio

GRÁFICO.29

SOCIOS FUNDADORES CON ESTUDIOS EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
(Porcentaje respecto al total)



Fuente: Cámaras de Comercio

En conclusión, el nivel de formación de los socios fundadores de las empresas jóvenes situadas en las regiones objetivo 1 es más bajo que el de los socios de las empresas ubicadas en las restantes regiones, pues el porcentaje de socios con estudios superiores y con estudios sobre gestión y administración de empresas en las regiones objetivo 1 es muy inferior al registrado en las restantes regiones españolas.

Por lo que respecta a la experiencia previa en gestión y creación de empresas, ésta es algo menor en el caso las empresas situadas en las regiones objetivo 1, aunque las diferencias no son muy acusadas. La Tabla 13 muestra que el porcentaje empresas situadas en regiones objetivo 1 en las que alguno de los socios había realizado con anterioridad tareas de gestión empresarial (58,3%) es más bajo que el registrado en las empresas de las restantes regiones (61%). Lo mismo sucede con las empresas en las que los socios habían creado previamente alguna empresa en el mismo o en otros sectores, que son relativamente menos numerosas en las regiones objetivo 1.

TABLA 13

EXPERIENCIA PREVIA EM GESTIÓN EMPRESARIAL

	Región Objetivo 1	Resto Regiones
Había realizado con anterioridad tareas de gestión empresarial	58,3%	61,0%
Había fundado alguna empresa en el sector	27,8%	30,8%
Había fundado alguna empresa en otro sector	22,2%	23,1%

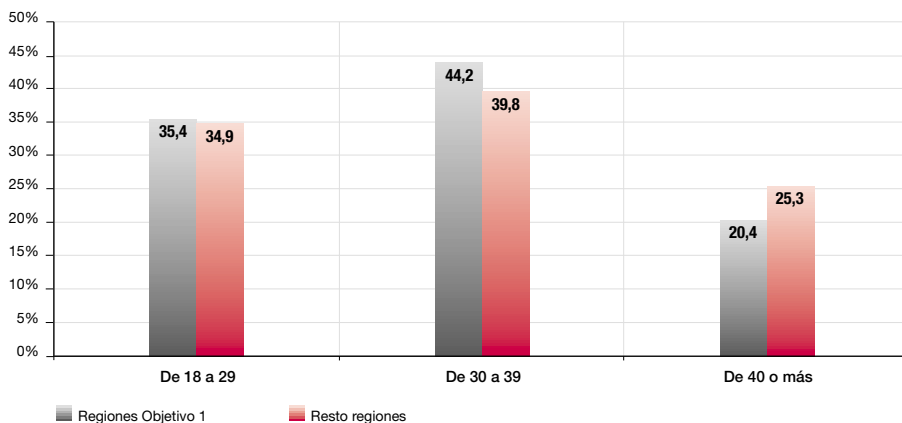
Fuente: Cámaras de Comercio

En el ámbito de la motivación, no se han constatado disparidades manifiestas en los indicadores empleados para aproximar la **motivación** de los socios. Por una parte, el tiempo diario que han dedicado a la empresa desde su creación es similar en las regiones objetivo y en las restante regiones españolas (cerca de nueve horas diarias). Por otra parte, el principal motivo señalado para crear la empresa es, en ambos grupos de regiones, el deseo de trabajar por cuenta propia, seguido del objetivo de mejorar el patrimonio. “Salir del desempleo” es la principal razón por la que se creó cerca del 14% de las empresas en ambos grupos de regiones.

Resta señalar que la persona media creadora de una empresa en 1998 (activa hoy) tenía 35,3 años en las regiones objetivo 1 y 37 en las restantes regiones españolas. **La mayor juventud de los nuevos empresarios de las regiones objetivo 1** se advierte al analizar la distribución de los socios por tramos de edad (Gráfico 30). En las regiones objetivo 1, los socios con edades comprendidas entre los 18 y 29 años y entre los 30 y 39 años tienen un peso, respecto al número total de socios, algo superior al registrado en las restantes regiones españolas. Por otra parte, en las regiones objetivo 1, los socios con edad superior a 40 años son 20,4% del total, cifra baja en comparación con la de las restantes regiones (un 25,3%).

GRÁFICO.30

EDAD DE LOS SOCIOS FUNDADORES DE LAS EMPRESAS CREADAS EN 1998



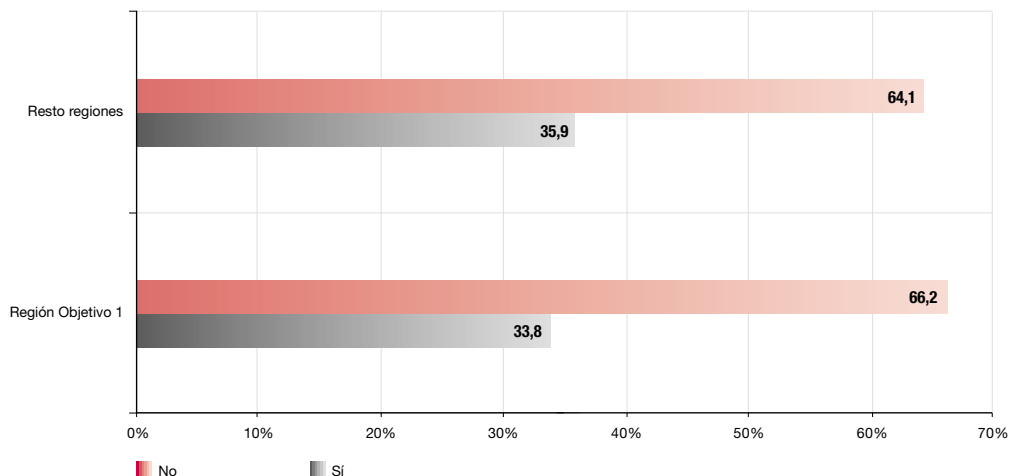
Fuente: Cámaras de Comercio

Otras características de las empresas y su estrategia

Tanto en términos de tamaño como por las características de los socios, se han constatado ciertas peculiaridades que diferencian a las empresas jóvenes (creadas en 1998 y activas en 2002) en las regiones objetivo 1 de las restantes regiones españolas. A continuación, se analizan otras características internas de las empresas y sus estrategias, a fin de determinar si también se producen disparidades entre las empresas de uno y otro grupo de regiones.

Por lo que se refiere al **esfuerzo dedicado a la planificación de las empresas**, éste parece similar en ambos grupos de regiones, a tenor de los valores que arrojan los indicadores empleados para aproximar este esfuerzo. En efecto, las empresas nacidas en 1998 (activas en 2002) habían dedicado en promedio cinco meses a planificar la creación de la empresa, tanto las de las regiones objetivo 1 como las restantes. Por otra parte, la realización de un plan de viabilidad, para ayudar a decidir si crear o no la empresa, es algo menos frecuente en las empresas de las regiones objetivo 1, pero las disparidades no son muy acusadas (un 33,8% de las empresas de las regiones objetivo 1 y un 35,9% de las restantes regiones realizó un plan de viabilidad -Gráfico 31).

GRÁFICO.31 ¿REALIZÓ UN PLAN DE VIABILIDAD ANTES DE CREAR LA EMPRESA?



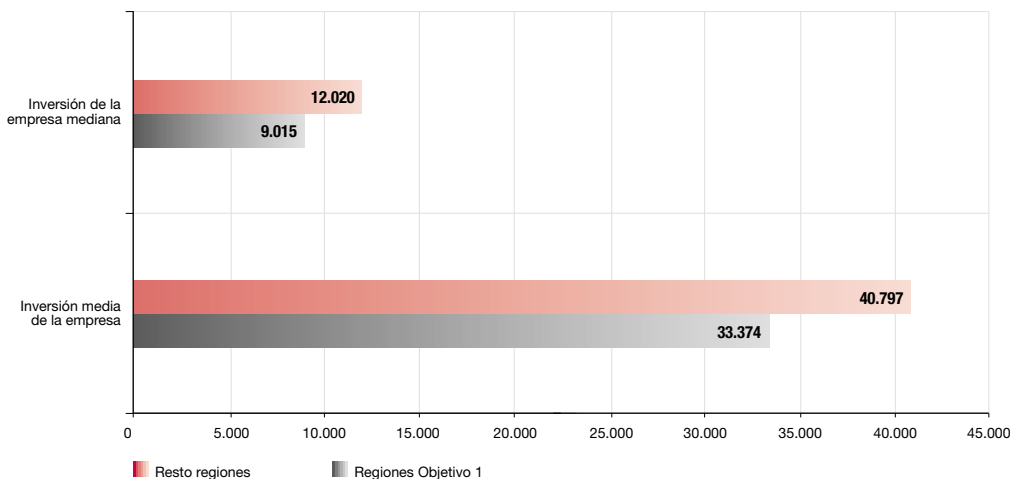
Fuente: Cámaras de Comercio

La inversión inicial realizada para constituir la empresa ha sido inferior en las regiones objetivo 1, con una media por empresa de 33.374 euros, inferior en unos 7.000 euros a la inversión media de las empresas situadas en las restantes regiones españolas (Gráfico 32). La empresa mediana de las regiones objetivo 1 efectuó una inversión de 9.015 euros, cifra que alcanza los 12.020 euros en la empresa mediana de las restantes regiones españolas.

En suma, **la inversión inicial es inferior en las empresas de las regiones objetivo 1**, en línea con *el menor tamaño inicial de las empresas creadas en estas regiones*, fenómeno que ha sido documentado anteriormente, pues un menor tamaño inicial de las empresas debe conducir, en principio, a menores necesidades de inversión.

GRÁFICO. 32

INVERSIÓN INICIAL DE LAS EMPRESAS JÓVENES . (euros)



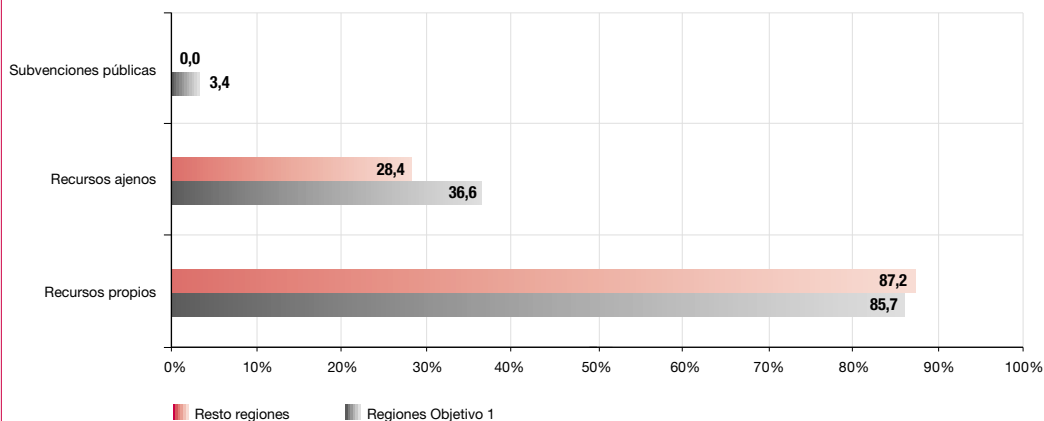
Fuente: Cámaras de Comercio

En cuanto a **la financiación de la inversión inicial**, cabe subrayar el empleo más común de recursos ajenos y de las subvenciones públicas en las empresas jóvenes de las regiones objetivo 1 (Gráfico 33). El 36,6% de estas empresas ha empleado recursos ajenos para obtener los fondos necesarios para lanzar la empresa. En las empresas de las restantes regiones, se han utilizado recursos ajenos sólo en un 28,4% de los casos. Por otra parte, el uso de las subvenciones públicas para financiar las inversiones iniciales es minoritario, pero muy superior en las empresas de las regiones objetivo 1. Un 3,4% de las mismas ha financiado parte de la inversión con fondos públicos, mientras que en las empresas de las restantes regiones este porcentaje es próximo a cero. Por último, los recursos propios son empleados por un 85,7% de las empresas de las regiones objetivo 1 y un 87,2% de las restantes regiones.

De la inversión total efectuada para crear las empresas jóvenes de las regiones objetivo 1, el 58,9% procedió de recursos propios, el 39,6% de recursos ajenos y el 1,7% de subvenciones públicas (Gráfico 34). El origen de los fondos empleados para financiar la inversión en las empresas de las restantes regiones no difiere sustancialmente, salvo por el peso prácticamente nulo de las subvenciones públicas.

GRÁFICO.33

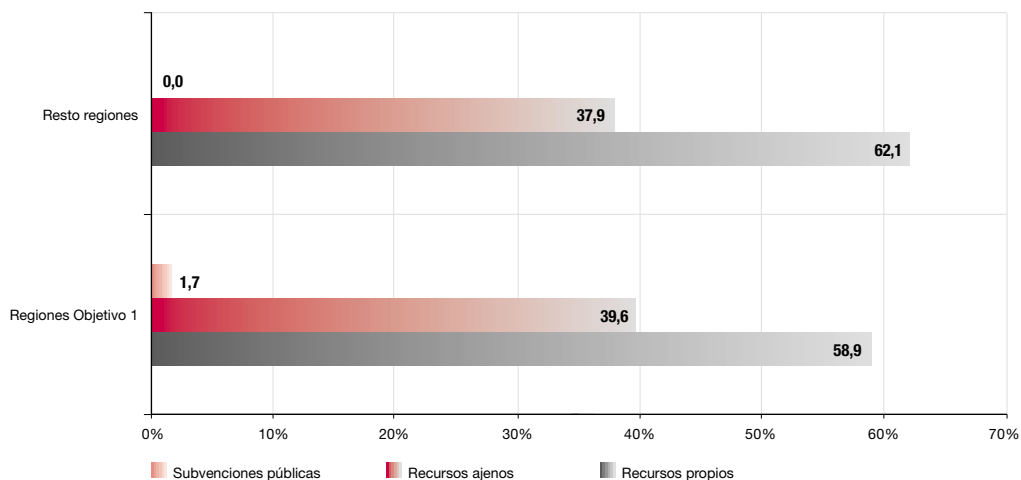
PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE HAN EMPLEADO RECURSOS PROPIOS, RECURSOS AJENOS Y SUBVENCIONES PÚBLICAS PARA FINANCIAR LA INVERSIÓN INICIAL. (Respuesta múltiple)



Fuente: Cámaras de Comercio

GRÁFICO.34

PORCENTAJE DE LA INVERSIÓN INICIAL FINANCIADO CON RECURSOS PROPIOS, RECURSOS AJENOS Y SUBVENCIONES PÚBLICAS



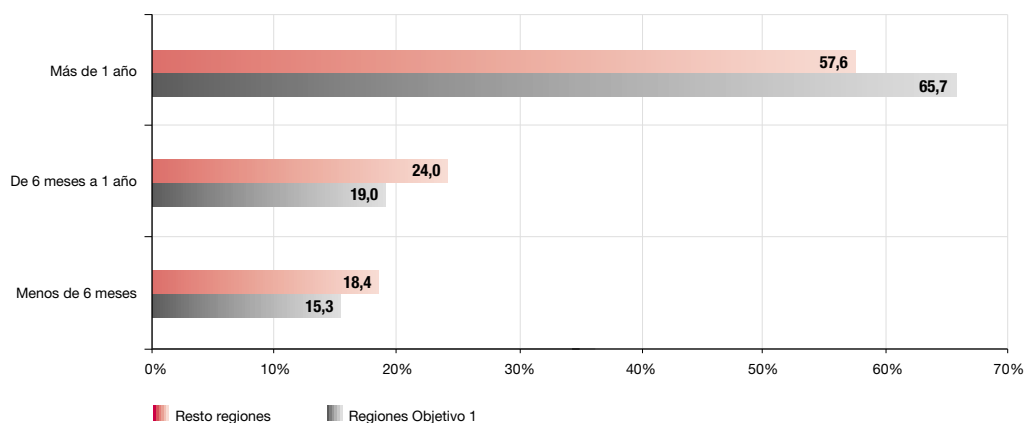
Fuente: Cámaras de Comercio



En el capítulo de los beneficios, **en el momento de su creación, las empresas de las regiones objetivo 1 estimaron que tardarían más tiempo en obtener beneficios que las empresas de las restantes regiones** (Gráfico 35). En particular, el 65,7% de las empresas de las regiones objetivo 1 consideró que transcurriría más de un año antes de tener beneficios, mientras que en las empresas de las restantes regiones españolas este porcentaje es muy inferior (un 57,6%). Sólo el 15,3% de las empresas de las regiones objetivo 1 estimó un plazo inferior a los seis meses para la obtención de beneficios, frente al 18,4% que se registra en las empresas de las restantes regiones.

GRÁFICO. 35

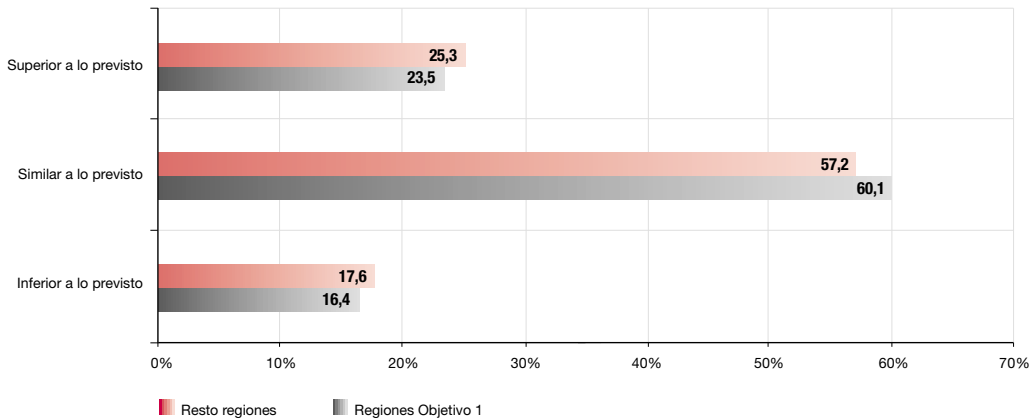
TIEMPO PREVISTO PARA LA OBTENCIÓN DE BENEFICIOS EN EL MOMENTO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA



Fuente: Cámaras de Comercio

El porcentaje de empresas que estimó, en el momento de su creación, de forma correcta el tiempo que transcurriría en obtener beneficios es similar en las empresas de las regiones objetivo 1 (60,1% del total) y en las empresas de las restantes regiones (57,2%). Tampoco se aprecian disparidades significativas en el porcentaje de empresas de las regiones objetivo 1 y de las restantes regiones que tardaron más tiempo o menos tiempo en obtener beneficios de lo previsto en el momento de crear las empresas (Gráfico 36).

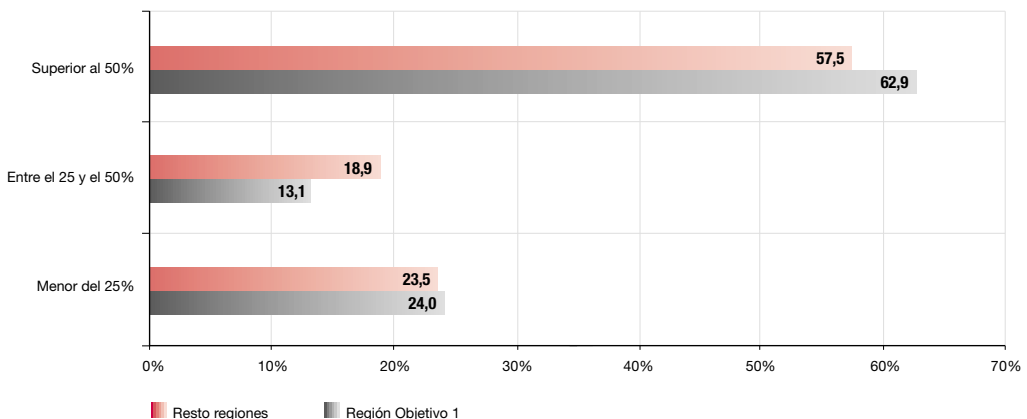
GRÁFICO. 36 TIEMPO EFECTIVO TRANSCURRIDO HASTA OBTENER BENEFICIOS



Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere a la **tasa de reinversión de beneficios**, ésta es similar, en promedio anual desde la creación, en las empresas de las regiones objetivo 1 y las del resto de las regiones (en torno al 60%). No obstante, se observa que hay un porcentaje mayor de empresas con tasas de reinversión superiores al 50% en las regiones objetivo 1 (el 62,9% del total frente al 57,5% que se registra en las restantes regiones). Por el contrario, el porcentaje de empresas que reinvierte entre el 25% y el 50% de los beneficios es significativamente menor en las regiones objetivo 1 (Gráfico 37).

GRÁFICO.37 DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN SU TASA DE REINVERSIÓN DE BENEFICIOS



Fuente: Cámaras de Comercio

El nivel de formación de los trabajadores asalariados es menos elevado en las empresas creadas en las regiones objetivo 1. En 1999, el 47,8% de los trabajadores asalariados de estas empresas tenía, como máximo, estudios primarios, mientras que en las empresas de las restantes regiones sólo el 36,6% de los asalariados tenía el nivel de estudios primarios (Tabla 14). Los trabajadores con estudios superiores representaban, en 1999, el 12,9% del total de los asalariados de las empresas de las regiones objetivo 1, porcentaje inferior en 6,5 puntos porcentuales al registrado en las restantes regiones. Por tanto, si se toma el porcentaje de asalariados con estudios superiores como indicativo del nivel de formación, cabe afirmar que éste era menor en 1999 en las empresas que habían sido creadas en las regiones objetivo 1.

Entre 1999 y 2001 ha aumentado el nivel formativo de los asalariados de las empresas jóvenes, hecho que se evidencia por el mayor peso de los asalariados con estudios superiores. **No obstante, se sigue manteniendo la distancia que separa, en términos de formación, a los trabajadores de las empresas de las regiones objetivo 1 y de las restantes regiones.** Aunque los trabajadores con estudios primarios pierden peso entre 1999 y 2001 en las empresas de las regiones objetivo 1 (-4 puntos porcentuales), éstos siguen siendo el colectivo más numeroso en 2001 (un 43,9% de los asalariados tiene estudios primarios en dicho año). A su vez, los asalariados con estudios superiores pasan del 12,9% en 1999 al 15% en 2001, pero esta última cifra se encuentra aún muy alejada del 23,5% que registran las empresas de las restantes regiones españolas. En éstas, además, el colectivo de asalariados más numeroso en 2001 es el de los trabajadores con estudios secundarios.

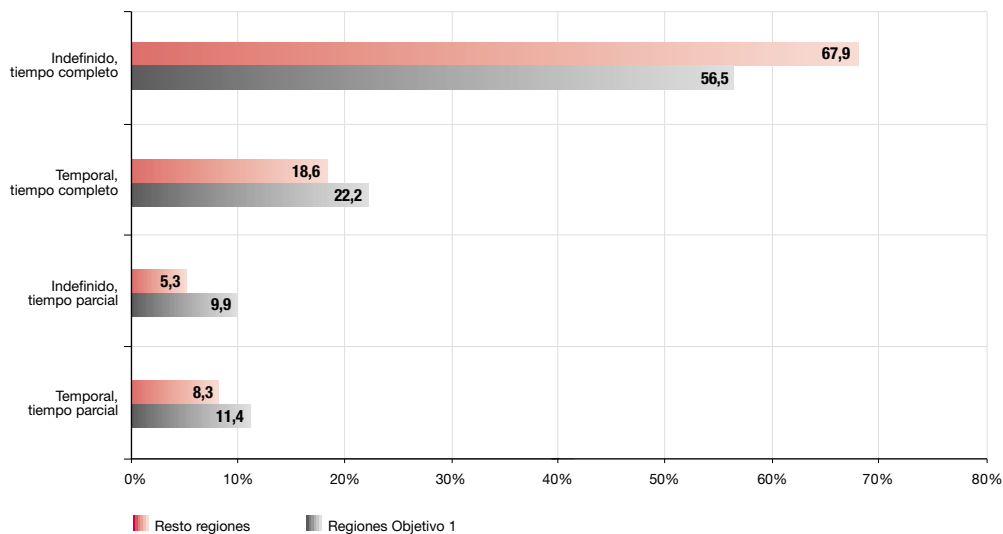
TABLA.14

NIVEL DE ESTUDIOS MÁXIMO DE LOS TRABAJADORES ASALARIADOS			
1999	Universitarios	Secundarios	Primarios
Regiones objetivo 1	12,9%	39,3%	47,8%
Resto regiones	19,4%	44,1%	36,6%
2001	Universitarios	Secundarios	Primarios
Regiones objetivo 1	15,0%	41,1%	43,9%
Resto regiones	23,5%	42,1%	34,4%

Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere al tipo de contrato, resulta llamativa **la menor presencia de los contratos indefinidos y a tiempo completo en las empresas jóvenes de las regiones objetivo 1.** En efecto, las empresas donde tal contrato se aplica a la mayoría del personal asalariado suponen el 56,5% del total de las empresas de las regiones objetivo 1, esto es, un porcentaje inferior en 11 puntos porcentuales al que se registra en las empresas de las restantes regiones (Gráfico 38). En conjunto, las empresas que tienen mayoritariamente contratos indefinidos (a tiempo completo o parcial) son el 66,5% del total de las empresas de las regiones objetivo 1. En las restantes regiones este porcentaje es el 73%, y esta cifra, superior a la registrada en las empresas de las regiones objetivo 1, sugiere que la temporalidad es mayor en las empresas jóvenes de las regiones objetivo 1.

GRÁFICO.38 TIPO DE CONTRATO DE LA MAYORÍA DE PERSONAL ASALARIADO DE LA EMPRESA. 2001



Fuente: Cámaras de Comercio

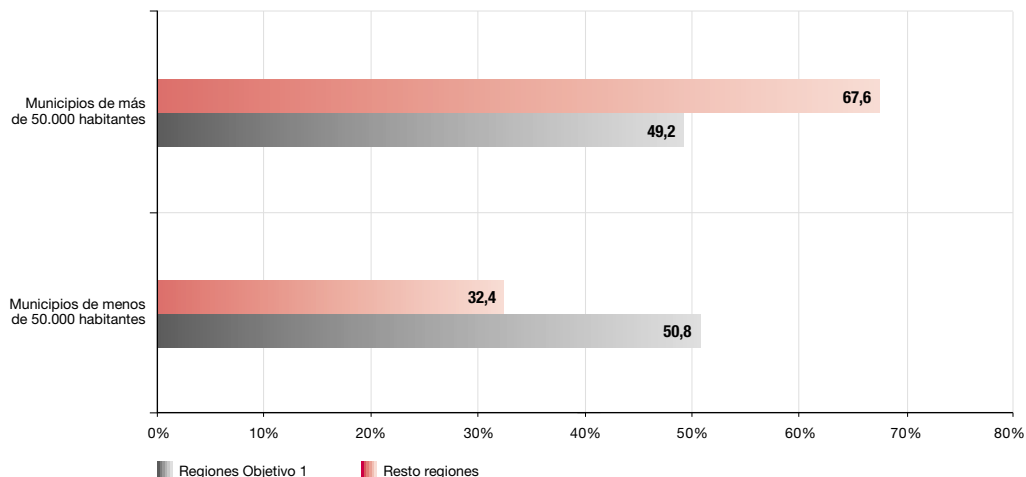
Para finalizar con el análisis de los rasgos internos de las empresas jóvenes, resta mencionar que las estrategias empleadas para hacerse un hueco en el mercado no presentan diferencias relevantes entre las empresas situadas en las regiones objetivo 1 y en las restantes regiones españolas. En las dos zonas, las empresas destacan sobre todo la importancia concedida al servicio y la calidad dentro de su estrategia competitiva. Pero en el terreno de los aspectos considerados más importantes para el logro de los objetivos, se observan algunas diferencias, sobre todo, el menor número de empresas de las regiones objetivo 1 que considera relevante la cooperación empresarial (el 39% del total frente al 51% de las restantes regiones españolas).

Entorno empresarial y obstáculos

En el terreno de los factores de entorno, se constatan algunas disparidades entre las regiones objetivo 1 y las restantes regiones. Así, en primer lugar, **las empresas jóvenes de regiones objetivo 1 están más concentradas en municipios de menos de 50.000 habitantes** que las empresas de las restantes regiones objetivo. En efecto, del total de empresas creadas en 1998 (y activas en 2002), casi el 51% de las situadas en las regiones objetivo 1 se encuentran establecidas en municipios de menos de 50.000 habitantes (Gráfico 39). Este porcentaje es muy elevado en comparación con el que se registra en las restantes regiones españolas (el 32%).



GRÁFICO.39 UBICACIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES



Fuente: Cámaras de Comercio

En segundo lugar, en el momento de creación de las empresas, el porcentaje de las mismas que consideraba que la demanda de sus productos o servicios era alta o muy alta era algo inferior en las regiones objetivo 1 al registrado en las restantes regiones españolas (un 48,6% y un 52,7%, respectivamente). Cuatro años más tarde, sin embargo, **el porcentaje de empresas que considera alta o muy alta su demanda es mayor en las regiones objetivo 1**. Además, en estas regiones hay un porcentaje de empresas que considera la demanda baja o muy baja que es inferior en unos 4 puntos porcentuales al correspondiente a las restantes regiones (Tabla 15). Todo lo anterior podría sugerir que las empresas de las regiones objetivo 1 son más conservadoras en la estimación de su demanda, o bien que tienen una información más imperfecta sobre la demanda efectiva.

TABLA.15

NIVEL DE DEMANDA DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS		
MOMENTO DE LA CREACIÓN DE LA EMPRESA		
	Regiones Objetivo 1	Resto Regiones
Alta o muy alta	48,6%	52,7%
Media	29,9%	22,1%
Baja o muy baja	21,5%	25,1%
CUATRO AÑOS DESPUÉS DE LA CREACIÓN		
	Regiones Objetivo 1	Resto Regiones
Alta o muy alta	62,9%	61,8%
Media	29,2%	25,8%
Baja o muy baja	7,8%	12,4%

Fuente: Cámaras de Comercio

Por otra parte, **las empresas que consideraban tener una competencia alta o muy alta en el momento de su creación eran algo menos numerosas en las regiones objetivo 1 que en las restantes regiones, y este fenómeno se acentúa cuatro años después de la creación de las empresas.** Efectivamente, la Tabla 16 muestra que en el momento de la creación de las empresas, el 56,4% de las situadas en las regiones objetivo 1 consideraba que la competencia era alta o muy alta, porcentaje algo inferior al de las empresas de las restantes regiones (58,5%). En la actualidad, el porcentaje de empresas que opina que la competencia es alta o muy alta ha aumentado hasta el 63% en las regiones objetivo 1, mientras que en las restantes regiones este porcentaje es algo mayor del 69%.

TABLA.16

NIVEL DE COMPETENCIA		
MOMENTO DE LA CREACIÓN DE LA EMPRESA		
	Regiones Objetivo 1	Resto Regiones
Alta o muy alta	56,4%	58,5%
Media	15,7%	16,3%
Baja o muy baja	27,8%	25,3%
CUATRO AÑOS DESPUÉS DE LA CREACIÓN		
	Regiones Objetivo 1	Resto Regiones
Alta o muy alta	63,0%	69,3%
Media	18,2%	16,3%
Baja o muy baja	18,7%	14,4%

Fuente: Cámaras de Comercio

El uso de las ayudas es notablemente superior en las empresas situadas en las regiones objetivo 1 (Tabla 17). El 39,1% de éstas han sido asesoradas por expertos o ayudadas por los servicios de viveros de empresas o estructuras similares. En las restantes regiones, las empresas que han sido objeto de tal ayuda son relativamente menos numerosas (un 30% del total). En cuanto a las ayudas públicas, **el 20% de las empresas de las regiones objetivo 1 se benefició de ayudas públicas para la creación** de las mismas, mientras que en las restantes regiones se han beneficiado de ayudas públicas para la creación el 13,2% de las empresas.

TABLA.17

EMPRESAS BENEFICIARIAS DE AYUDAS PÚBLICAS Y DE ASESORAMIENTO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA

AYUDA PÚBLICA	Regiones Objetivo 1	Resto Regiones
SI	20,0%	13,2%
NO	80,0%	86,8%

ASESORAMIENTO	Regiones Objetivo 1	Resto Regiones
SI	39,1%	30,0%
NO	60,9%	70,0%

Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere a los **obstáculos al desarrollo empresarial**, cabe destacar el elevado porcentaje de empresas que considera que los recursos humanos son un obstáculo bastante o muy importante, tanto en el momento de la creación de las empresas como con posterioridad. Estos obstáculos parecen ser algo menos importantes para las empresas de las regiones objetivo 1, pues el porcentaje de las mismas que considera los recursos humanos un obstáculo bastante o muy importante es menor al registrado en las restantes regiones (Tabla 18). Esto sucede igualmente con los trámites para la creación de las empresas, la búsqueda de información sobre el mercado, la falta de acuerdo entre socios fundadores y, sobre todo, la presión y trámites fiscales, aunque las disparidades entre el porcentaje de empresas de las regiones objetivo 1 y del resto de regiones que considera que estos obstáculos son bastante o muy importantes no son muy acusadas.

TABLA.18

PORCENTAJES DE EMPRESAS JÓVENES QUE CONSIDERA LOS OBSTÁCULOS BASTANTE O MUY IMPORTANTES

En la creación de la empresa	Regiones Objetivo 1	Resto Regiones
Trámites para la creación de la empresa (tiempo requerido, coste)	43,8%	46,6%
Búsqueda de clientes	53,3%	50,4%
Dificultad para obtener financiación y su coste	52,8%	49,6%
Problemas para encontrar personal adecuado	56,3%	59,4%
Encontrar información sobre el mercado	33,7%	37,1%
Coste personal	53,5%	53,4%
Falta de acuerdo entre los socios fundadores	7,6%	10,6%
Tras la creación de la empresa	Regiones Objetivo 1	Resto Regiones
Presión fiscal y trámites fiscales	61,9%	67,5%
Búsqueda de clientes	47,1%	48,3%
Dificultad para obtener financiación y su coste	47,1%	44,6%
Problemas para encontrar personal adecuado	57,0%	61,6%
Coste personal	51,3%	55,1%
Falta de acuerdo entre los socios fundadores	6,3%	8,3%
Retrasos en los cobros a clientes	43,0%	37,6%

Fuente: Cámaras de Comercio

III.3. Análisis por sectores

En este apartado se analiza el perfil de las empresas creadas en 1998 (activas en 2002) dentro de la industria y de los servicios¹⁴, con el objetivo de determinar si existen diferencias sectoriales relevantes en cuanto a las características de las empresas jóvenes o su evolución.

Tamaño

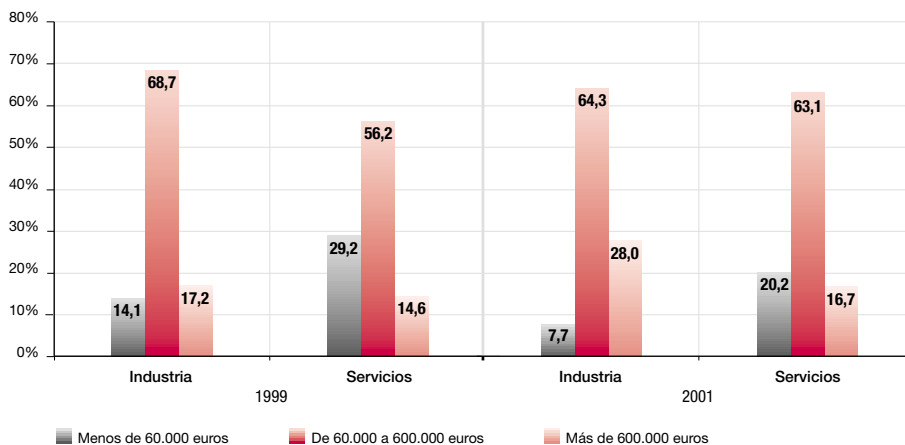
En lo que se refiere al tamaño de las empresas jóvenes, las cifras de facturación y empleo muestran que **las empresas industriales nacen con un mayor tamaño que las de servicios, y estas disparidades se mantienen** a pesar del incremento de tamaño que experimentan tras el nacimiento las empresas de ambos sectores.

Las cifras de facturación apuntan, en efecto, a un mayor tamaño inicial de las empresas industriales (Gráfico 40). En 1999, las empresas de menor dimensión, con facturación inferior a 60.000 euros, suponían el 14,1% de las industriales, mientras que en los servicios estas empresas tienen un protagonismo mucho más acusado (representan el 29,2% del total). Las empresas de tamaño mediano, con facturación entre 60.000 y 600.000 euros, eran relativamente más numerosas en la industria (suponían el 68,7% de las empresas jóvenes industriales) que en los servicios (56,2% del total), al igual que sucedía con las empresas que facturaban más de 600.000 euros.

Entre 1999 y 2001 ha aumentado la facturación de las empresas, tanto en la industria como en los servicios, como evidencia el hecho de que haya disminuido el peso de las empresas que facturan menos de 60.000 euros y, al mismo tiempo, haya aumentado el de las empresas que facturan más de 600.000 euros. Ahora bien, las disparidades entre la industria y los servicios se mantienen. Para ilustrar este punto baste mencionar que, en 2001, el 28% de las empresas industriales facturó más de 600.000 euros y sólo el 7,7% facturó menos de 60.000 euros. En los servicios, el 16,7% de las empresas facturó más de 600.000 euros y 20,2% menos de 60.000 euros.

¹⁴Recuérdese que bajo el epígrafe "industria" incluimos tanto las empresas de industria como de construcción.

GRÁFICO.40 DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN SU FACTURACIÓN



Fuente: Cámaras de Comercio

El mayor tamaño medio de las empresas industriales se refleja en las cifras de empleo (Tabla 19). En 1998, el 52% de las empresas industriales (68% de las de servicios) no tenía asalariados, cifra que cae hasta el 28,5% (40,6%) en 2001. Dentro del grupo de las empresas con asalariados, en la industria, la empresa mediana nació con 3 asalariados, frente a los 2 asalariados de la empresa mediana de servicios. **En 2001, la empresa mediana en la industria cuenta con cuatro asalariados, el doble que en los servicios.**

TABLA.19

TAMAÑO DE LAS NUEVAS EMPRESAS. EVOLUCIÓN

	Industria		Servicios	
	1998	2001	1998	2001
Empresas sin asalariados (% sobre el total)	52,0	28,5	68,0	40,6
Tamaño de la empresa mediana (empresas con asalariados sólo)	3	4	2	2

Fuente: Cámaras de Comercio

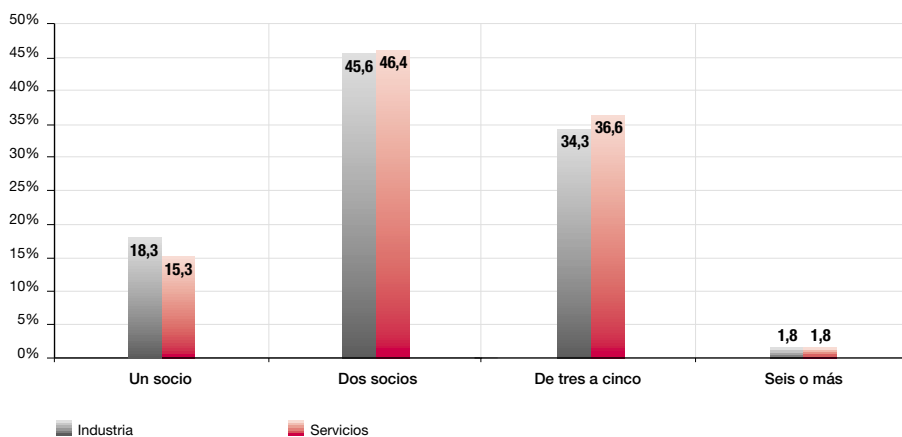
Los socios fundadores

Aunque las empresas jóvenes industriales tienen un mayor tamaño que las de servicios, de acuerdo con las cifras de facturación y empleo, **el número de socios, que también aproxima el tamaño empresarial, es, en promedio, algo superior en las empresas de servicios** (2,5 socios por empresa frente a los 2,4 de la industria)¹⁵.

La distribución de las empresas creadas en 1998 según el número de socios fundadores muestra que **las empresas con un solo socio son relativamente más importantes en la industria** (suponen un 18,3% del total, cifra superior en tres puntos porcentuales a la registrada en los servicios). Lo contrario sucede con **las empresas de dos socios y de tres a cinco socios, que son relativamente más numerosas en el sector servicios** (representan el 83% en los servicios y el 80% en la industria). En el caso de las empresas creadas con seis o más socios, no se aprecian diferencias entre la industria y los servicios (Gráfico 41).

GRÁFICO.41

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN EL NÚMERO DE SOCIOS FUNDADORES

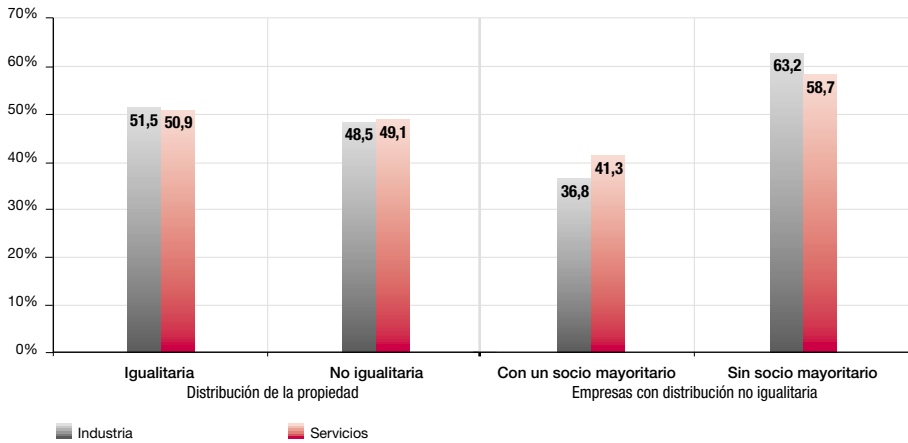


Fuente: Cámaras de Comercio

Dentro de las empresas con más de un socio, la distribución igualitaria de la propiedad se da un porcentaje similar de empresas de industria y de servicios (en torno al 51%). Ahora bien, en las empresas con reparto no igualitario de la propiedad, la existencia de un socio mayoritario es algo más común en las empresas de servicios que en las industriales. Como se recoge en el Gráfico 42, el 36,8% de las empresas industriales (sin reparto igualitario de la propiedad) tienen un socio mayoritario, mientras que en de servicios se alcanza un porcentaje del 41,3%.

¹⁵Para aproximar el tamaño de las empresas, las variables habitualmente empleadas son el número de trabajadores y las cifras de facturación. El número de socios no se ha utilizado para aproximar el tamaño, pero el hecho de que los socios aporten capacidad de producción a la empresa (mano de obra y/o capital) hace posible utilizar esta variable como aproximativa del tamaño.

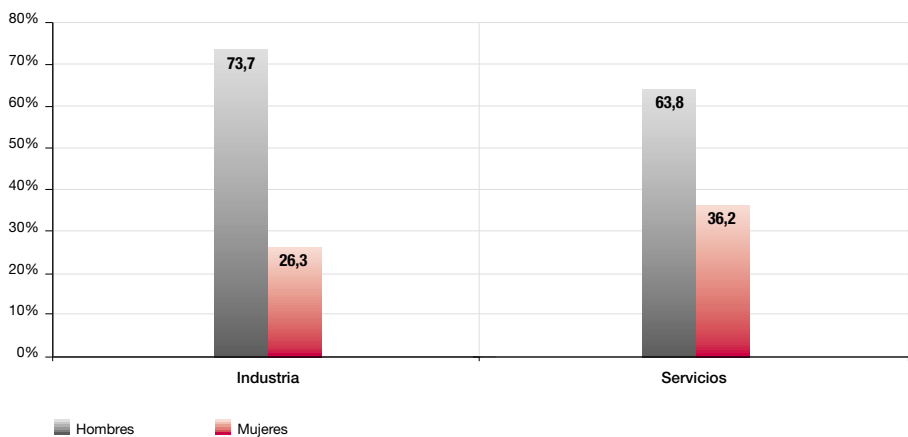
GRÁFICO.42 ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD DE LAS EMPRESAS. (Sólo empresas con más de un socio)



Fuente: Cámaras de Comercio

En lo referente al sexo de los socios de las empresas creadas en 1998, se advierte que **en la industria, en comparación con los servicios, las mujeres tienen una menor presencia.** En efecto, el Gráfico 43 muestra que las mujeres están menos presentes en las empresas industriales, porque sólo el 26,3% de los socios de las empresas jóvenes industriales son mujeres, mientras que en los servicios este porcentaje alcanza el 36,2%.

GRÁFICO.43 SEXO DE LOS SOCIOS DE LAS EMPRESAS



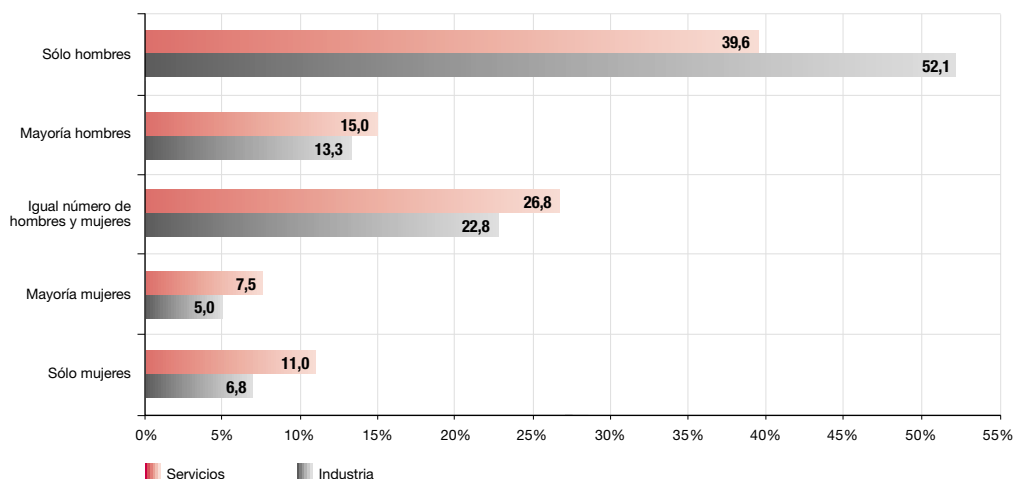
Fuente: Cámaras de Comercio



El Gráfico 44 muestra que el 52,1% de las empresas jóvenes industriales tiene únicamente socios de sexo masculino, mientras que en los servicios las empresas fundadas exclusivamente por hombres son relativamente menos numerosas (el 39,6% del total). Esto implica que, **en la industria, las mujeres se encuentran presentes** (de forma exclusiva, mayoritaria, minoritaria o igualitaria) **sólo en el 48% de las empresas, mientras que en los servicios hay un 60,4% de las empresas con socios de sexo femenino.**

GRÁFICO.44

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN EL SEXO DE LOS SOCIOS FUNDADORES

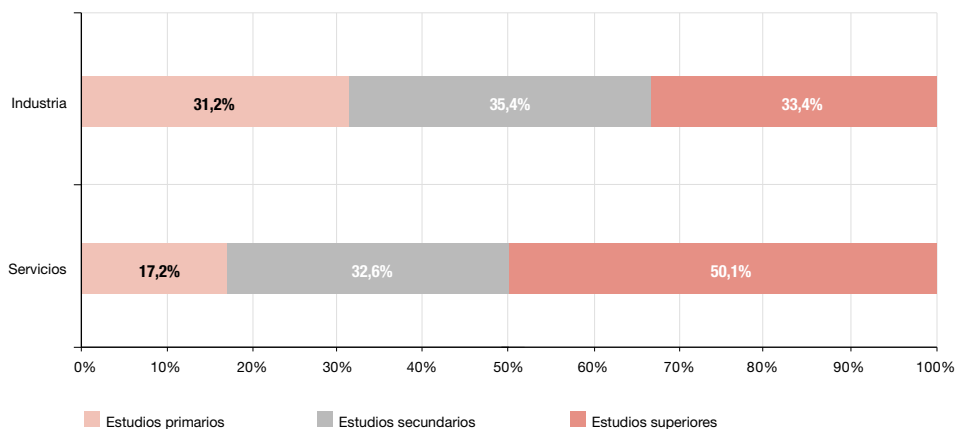


Fuente: Cámaras de Comercio

En cuanto al **capital humano de los socios fundadores**, los indicadores del **nivel formativo de los socios sugieren que éste es mayor en el caso de los creadores de empresas de servicios**. Por una parte, los socios de las empresas jóvenes de servicios tienen un nivel de estudios superior al de los socios de las empresas industriales. En las empresas industriales creadas en 1998, el 31,2% de los socios tiene estudios primarios y sólo el 33,4% tiene estudios superiores (Gráfico 45). En las empresas jóvenes de servicios hay un menor porcentaje de socios con estudios primarios (el 17,2% del total), mientras que los socios con estudios superiores tienen un peso del 50,1%, superior en casi 20 puntos porcentuales al registrado en la industria. Los socios con estudios secundarios son algo más numerosos, en relación al total, en las empresas industriales que en las de servicios (suponen el 35,4% de los socios creadores de empresas industriales y el 32,6% de los de empresas de servicios).

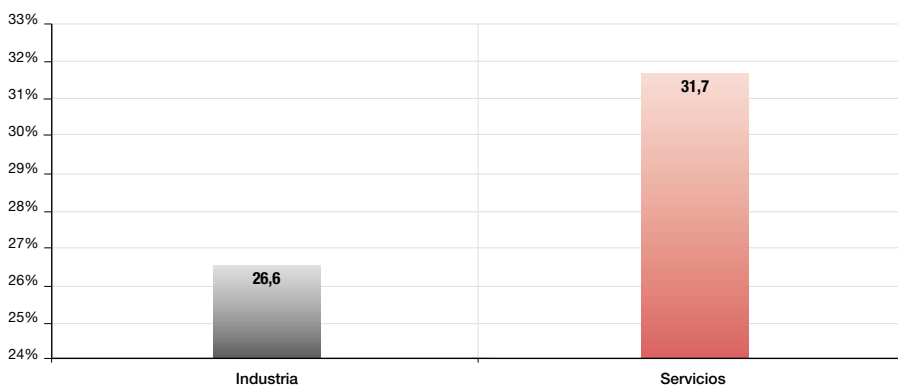
Otro indicador del nivel formativo, el porcentaje de socios que ha realizado estudios de gestión y administración de empresas, también apunta a un mayor nivel de formación de los creadores de empresas de servicios. En conjunto, el 31,7% de los socios fundadores de empresas de servicios cuenta con estudios sobre gestión y administración de empresas, cifra superior en unos cinco puntos porcentuales a la que se registra en el caso de los socios de empresas industriales (Gráfico 46).

GRÁFICO.45 SOCIOS CON ESTUDIOS PRIMARIOS, SUPERIORES Y MEDIOS. (Porcentaje respecto al total)



Fuente: Cámaras de Comercio

GRÁFICO.46 SOCIOS FUNDADORES CON ESTUDIOS EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (Porcentaje respecto al total)



Fuente: Cámaras de Comercio

En suma, los resultados de la encuesta sugieren que es más común que los creadores de empresas de servicios tengan estudios superiores y que hayan efectuado estudios de gestión y administración de empresas. Además, **en los servicios, hay un mayor porcentaje de empresas en las que los socios tenían experiencia en gestión empresarial.** Como se observa en la Tabla 20, en un 60,8% de las empresas de servicios alguno de los socios había realizado, antes de crear la empresa, tareas de gestión empresarial, cifra que supera a la registrada en las empresas industriales en más de dos puntos porcentuales. También es superior el porcentaje de empresas de servicios en las que alguno de los socios creó con anterioridad empresas en otros sectores de actividad (un 24,6% del total de empresas de servicios, frente al 20,7% de las empresas industriales). No obstante, hay relativamente más empresas industriales que de servicios en las que alguno de los socios fundó con anterioridad alguna empresa en el mismo sector.

TABLA.20

EXPERIENCIA PREVIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Porcentaje de empresas en la que alguno de los socios:		
	Industria	Servicios
Había realizado con anterioridad tareas de gestión empresarial	58,4	60,8
Había fundado alguna empresa en el sector	30,3	28,3
Había fundado alguna empresa en otro sector	20,7	24,6

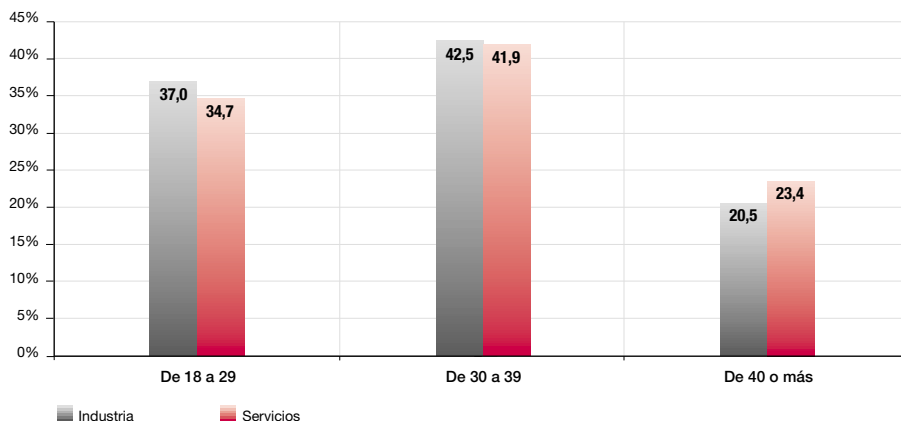
Fuente: Cámaras de Comercio

No se observan diferencias significativas entre la industria y los servicios en cuanto al número de horas dedicadas a la empresa y el **motivo principal que condujo a la creación de las empresas**. El motivo más mencionado es, en ambos sectores, el **deseo de trabajar por cuenta propia**.

Para terminar con la descripción de las características de los socios, resta señalar que **la edad media de los socios es inferior en las empresas de la industria que en los servicios**. El promedio de edad de los socios, en el momento de crear la empresa, es de 35 años en las empresas industriales, uno menos que en las empresas de servicios. La mayor juventud de los creadores de empresas industriales se aprecia en la distribución por edades de los socios (Gráfico 47). El 37% de los socios de las empresas jóvenes industriales tenía, en el momento de fundar la empresa, entre 18 y 29 años, y el 42,5% tenía entre 30 y 39 años, mientras que en los servicios, estos porcentajes son inferiores (el 34,7% y el 41,9%, respectivamente). Por el contrario, los socios con 40 o más años son relativamente más numerosos en las empresas de servicios, donde suponen el 23,4% del total (tres puntos porcentuales más que en la industria).

GRÁFICO.47

EDAD DE LOS SOCIOS FUNDADORES DE LAS EMPRESAS CREADAS EN 1998



Fuente: Cámaras de Comercio

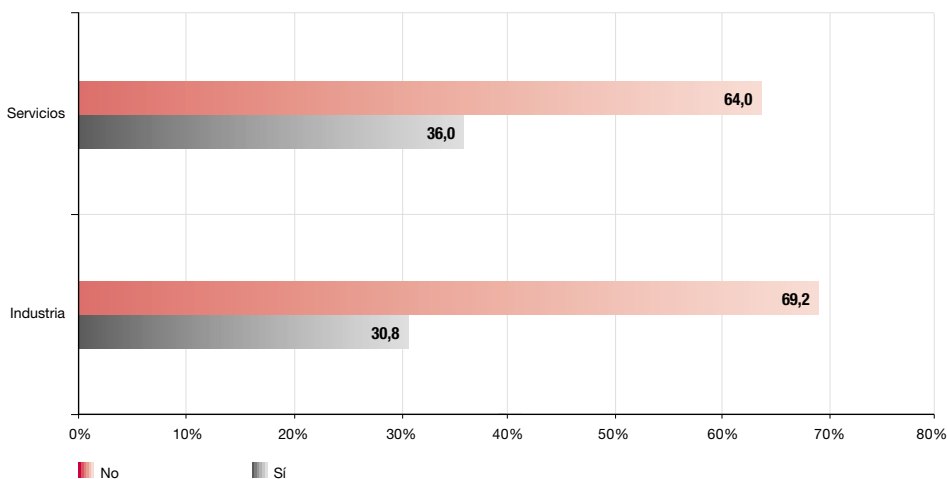
Otras características de las empresas y su estrategia

A continuación se consideran otros aspectos internos que definen el perfil de las empresas jóvenes de industria y de servicios.

En primer lugar, cabe subrayar que **el esfuerzo realizado para planificar la creación de las empresas es similar en la industria y los servicios**, en el sentido de que en ambos sectores las empresas han dedicado, en promedio, el mismo tiempo (cinco meses) a planificar la creación. Eso sí, los planes de viabilidad parecen ser más comunes en las empresas de servicios, pues un 36% de las mismas ha efectuado un plan de viabilidad antes de crear la empresa, mientras que en la industria este porcentaje es el 31% (Gráfico 48).

GRÁFICO.48

¿REALIZÓ UN PLAN DE VIABILIDAD ANTES DE CREAR LA EMPRESA?



Fuente: Cámaras de Comercio

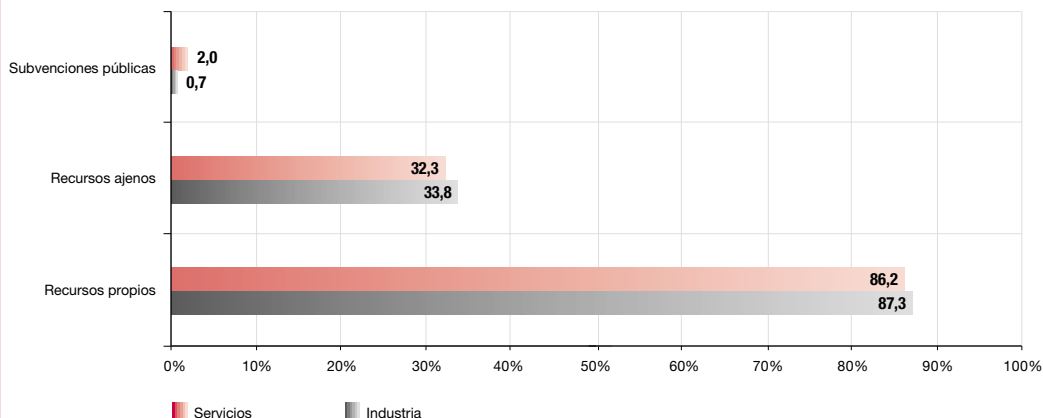
Resulta, en principio, sorprendente que haya menos empresas industriales que de servicios que realicen un plan de viabilidad para ayudar a decidir la creación de la empresa, ya que en la industria las empresas tienen un mayor tamaño medio inicial y se realiza una inversión superior a la de las empresas de servicios (la inversión inicial de la empresa mediana es igual a 12.000 euros en la industria, frente a los 9.000 euros de las empresas de servicios). El hecho de que se incurra en una mayor inversión inicial haría pensar que el proceso de planificación fuera más profundo en las empresas industriales, y en particular, que fuera más común la realización de planes de viabilidad. Pero los datos obtenidos no apuntan en esta dirección.



Por lo que se refiere a **las fuentes de financiación de la inversión inicial**, no existen prácticamente diferencias en el número de empresas de industria y de servicios que emplean recursos propios (cerca del 87% del total de las empresas) y recursos ajenos (en torno al 33%). Pero las subvenciones públicas son relativamente más empleadas por las empresas de servicios que por las industriales, como se observa en el Gráfico 49. Un 2% de las empresas de servicios ha utilizado subvenciones públicas para financiar la inversión inicial, frente al 0,7% de las empresas industriales.

GRÁFICO.49

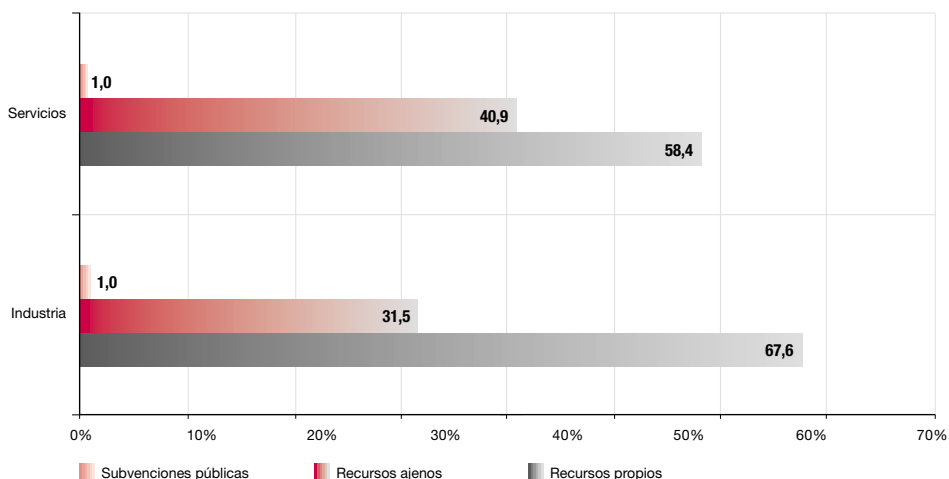
PORCENTAJE DE LAS EMPRESAS JÓVENES QUE HAN EMPLEADO RECURSOS PROPIOS, RECURSOS AJENOS Y SUBVENCIONES PÚBLICAS PARA FINANCIAR LA INVERSIÓN INICIAL. (Respuesta múltiple)



Fuente: Cámaras de Comercio

GRÁFICO.50

PORCENTAJE DE LA INVERSIÓN INICIAL FINANCIADO CON RECURSOS PROPIOS, RECURSOS AJENOS Y SUBVENCIONES PÚBLICAS

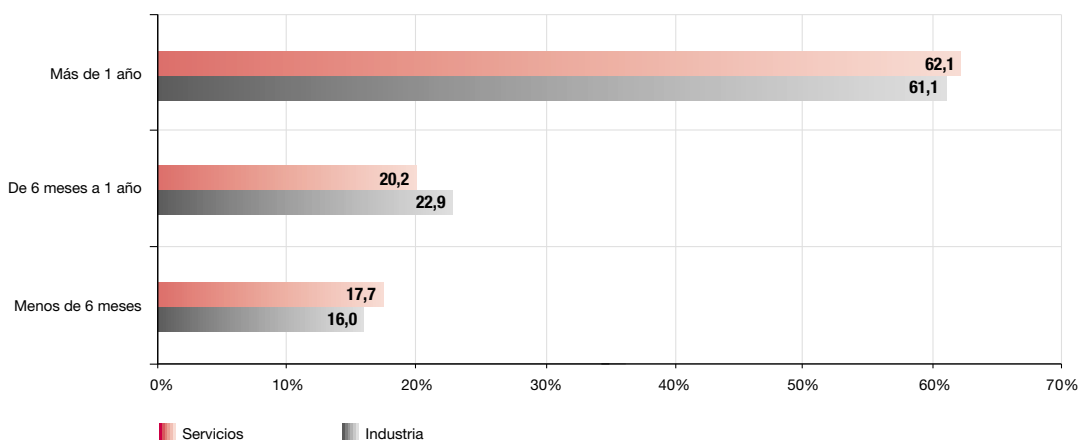


Fuente: Cámaras de Comercio

Aunque el porcentaje de empresas que emplea recursos propios y recursos ajenos es similar en la industria y los servicios, lo cierto es **que los recursos propios son una fuente de financiación de la inversión inicial más importante en las empresas jóvenes industriales**. En efecto, el 67,6% de la inversión inicial necesaria para crear las empresas industriales fue financiado con recursos propios, mientras que en las empresas de servicios los recursos propios cubrieron el 58,4% de la inversión inicial (Gráfico 50). Por otra parte, en las empresas de servicios, el 40,9% de la inversión inicial se financió con recursos ajenos, un porcentaje muy superior al registrado en las empresas industriales (31,5%). En fin, las subvenciones públicas han cubierto un porcentaje similar de la inversión inicial en la industria y los servicios (el 1%), a pesar de que haya un mayor número relativo de empresas industriales que de servicios que hayan accedido a estas subvenciones.

GRÁFICO. 51

TIEMPO PREVISTO PARA LA OBTENCIÓN DE BENEFICIOS EN EL MOMENTO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA



Fuente: Cámaras de Comercio

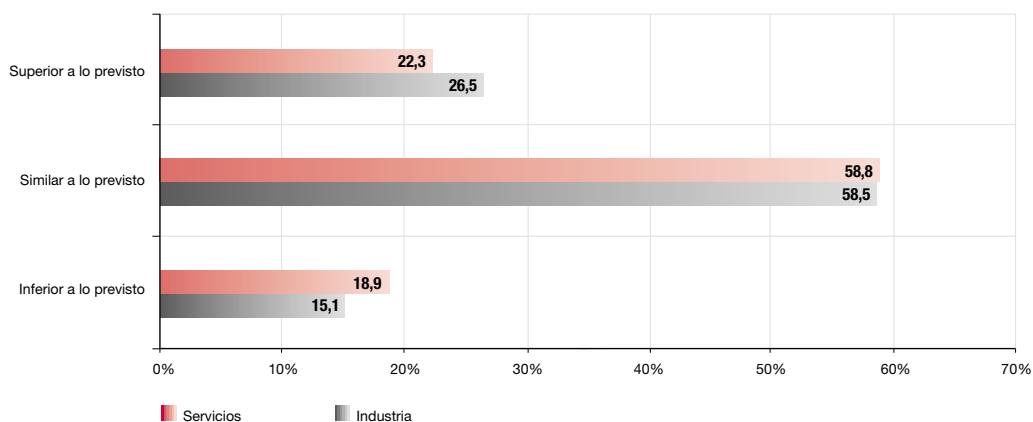
En cuanto al tiempo previsto para obtener beneficios tras la creación de la empresa, no existen disparidades relevantes entre las empresas industriales y las de servicios. La gran mayoría (el 62% de las empresas de servicios y el 61% de las industriales) consideró que transcurriría más de un año antes de obtener beneficios (Gráfico 51). Entre el 20% y el 22% de las empresas estimó que serían necesarios de seis meses a un año a fin de generar beneficios. Y en torno al 17% de las empresas previó un plazo inferior a seis meses para obtener beneficios.



En la práctica, **el 59% de las empresas jóvenes de servicios y las industriales obtuvieron beneficios en un plazo similar al previsto en el momento de crear la empresa** (Gráfico 52). El porcentaje de empresas que ha subestimado el tiempo necesario para obtener beneficios es mayor en la industria (26,5% del total de empresas industriales) que en los servicios (22,3% del total de empresas de servicios). Lo contrario sucede con el porcentaje de empresas que sobreestimó el tiempo que sería necesario para obtener beneficios, que es menor en la industria (15,1% del total de empresas industriales) que en los servicios (18,9% del total de empresas de servicios). En conjunto, estos datos sugieren que **la tendencia a cometer errores de previsión en cuanto al tiempo necesario para obtener beneficios es similar en la industria y en los servicios**, pues en ambos casos se registra un mismo porcentaje de empresas que no aciertan en sus previsiones (esto es, el tiempo efectivo es mayor o menor del previsto). Pero **las empresas industriales han subestimado más el tiempo necesario para obtener beneficios que las de servicios**.

GRÁFICO. 52

TIEMPO EFECTIVO TRANSCURRIDO HASTA OBTENER BENEFICIOS

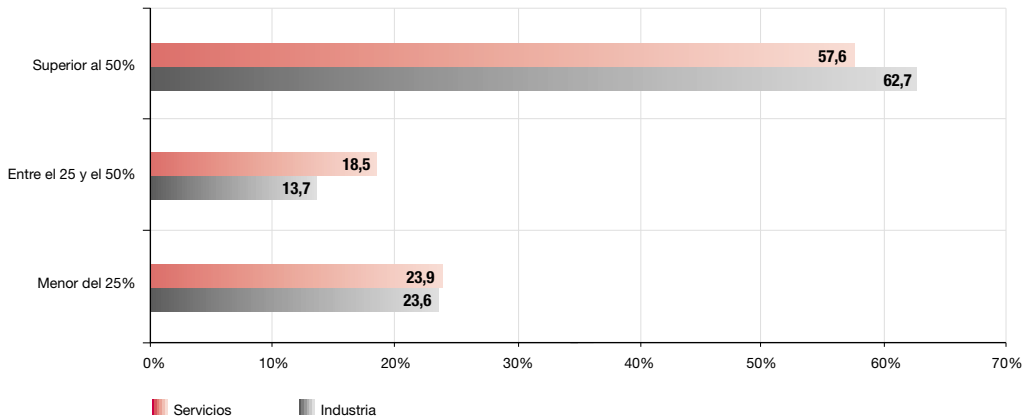


Fuente: Cámaras de Comercio

La **tasa de reinversión de beneficios** es algo mayor en las empresas industriales creadas en 1998 que en las de servicios. En promedio, esta tasa alcanza la media anual del 65% en la industria y del 63% en los servicios. La distribución de las empresas en función de su tasa de reinversión media refleja esta mayor tendencia a reinvertir beneficios de las empresas industriales (Gráfico 53). El porcentaje de empresas industriales y de servicios que reinvierte menos del 25% es similar, y el porcentaje de empresas con tasas de reinversión entre el 25% y el 50% es superior en los servicios, pero **el grupo de empresas con tasas de reinversión por encima del 50% es relativamente mayor en la industria que en los servicios**. En particular, un 62,7% de las empresas industriales ha reinvertido, en promedio, más del 50% de los beneficios, mientras que en los servicios este porcentaje es el 57,6%.

GRÁFICO. 53

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN SU TASA DE REINVERSIÓN DE BENEFICIOS



Fuente: Cámaras de Comercio

El nivel de estudios de los trabajadores asalariados de las empresas de servicios es más elevado que el de las empresas industriales. En 1999, el 57,4% de los asalariados de las empresas industriales creadas en 1999 tenía como máximo estudios primarios, y este porcentaje apenas se reduce dos años más tarde. Los asalariados de la industria con estudios secundarios representaban el 33,2% del total en 1999, y el 34,2% en 2001. En fin, los asalariados de las empresas industriales con estudios universitarios suponían, en 1999, el 9,3% del total, porcentaje que se eleva hasta el 10,5% en 2001 (Tabla 21).

TABLA.21

NIVEL DE ESTUDIO DE LOS TRABAJADORES ASALARIADOS

1999	Universitarios	Secundarios	Primarios
Industria	9,3%	33,2%	57,4%
Servicios	20,2%	46,9%	32,9%
2001	Universitarios	Secundarios	Primarios
Industria	10,5%	34,2%	55,2%
Servicios	25,0%	46,5%	28,5%

Fuente: Cámaras de Comercio

En las empresas de servicios, el peso de los trabajadores con estudios primarios es muy inferior al registrado en las empresas industriales. En 1999, el 32,9% de los asalariados de las empresas de servicios creadas en 1998 tenía como máximo estudios primarios (57% en la industria), y este porcentaje cae hasta el 28,5% dos años más tarde. A su vez, los asalariados con estudios superiores tienen un protagonismo muy superior en las empresas de servicios. En 1999, estos trabajadores eran el 20,2% del total, cifra que sube hasta el 25% en 2001 y que contrasta con el 10,5% de asalariados universitarios

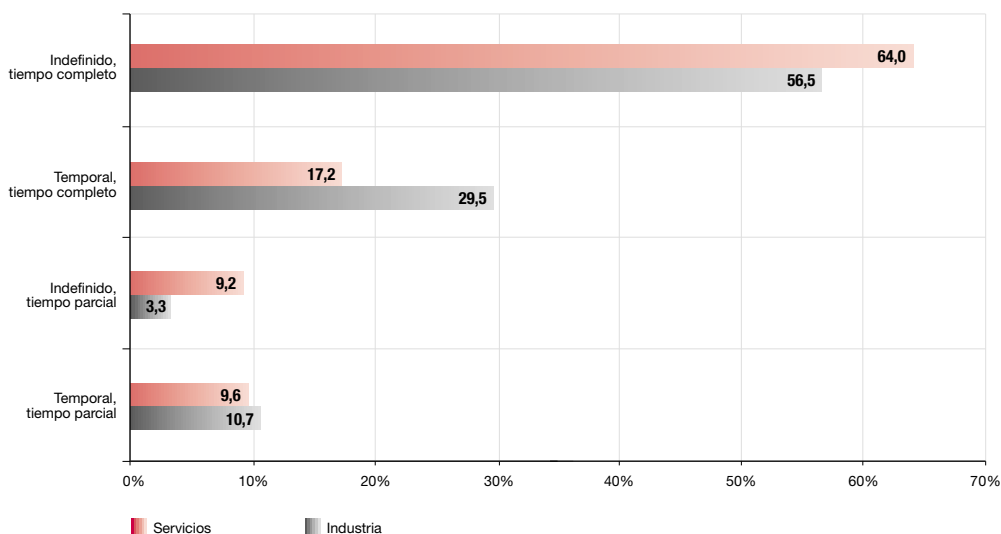


que se registra en la industria. La participación de los trabajadores asalariados con estudios secundarios es superior en los servicios y se mantiene prácticamente inalterada en torno al 46% entre 1999 y 2001.

Los trabajadores asalariados de las empresas jóvenes de la industria y los servicios no sólo se diferencian por su nivel de estudios, además se observan marcadas disparidades en la **importancia de los contratos temporales**. Tanto en las empresas de servicios como en las industriales predominan los contratos indefinidos a tiempo completo, pero éstos tienen mayor protagonismo en las empresas de servicios (en un 64% de éstas, la mayoría de los asalariados tiene contratos indefinidos a tiempo completo, y esta cifra es superior en ocho puntos porcentuales a la registrada en la industria). En las empresas jóvenes industriales, los contratos temporales a tiempo completo tienen una importancia mucho mayor que en los servicios: en un 29% de las empresas industriales con asalariados creadas en 1998, el contrato mayoritario es temporal a tiempo completo, frente al 17% de las empresas de servicios.

GRÁFICO.54

TIPO DE CONTRATO DE LA MAYORÍA DE PERSONAL ASALARIADO. 2001



Fuente: Cámaras de Comercio

En conjunto, las empresas con predominio de contratos temporales son el 26,8% de las de servicios y el 40,2% de las industriales. Estos datos **ilustran la mayor temporalidad del empleo las empresas jóvenes industriales en comparación con las de servicios**, fenómeno que también se da en el conjunto de las empresas de cualquier edad¹⁶.

¹⁶Por ejemplo, el Anuario de Estadísticas Laborales del INEM ofrece evidencia de la mayor temporalidad que se presenta en las empresas de industria y construcción en comparación con las de servicios.

Para concluir, cabe subrayar que no se advierten grandes disparidades en las estrategias empleadas para hacerse un hueco entre los competidores por las empresas jóvenes de industria y construcción. Una excepción es **la estrategia innovadora basada en nuevos productos**, que es relativamente más valorada por las empresas industriales que las de servicios. También resulta notable que, para el logro de los objetivos empresariales, el factor precio y el control de costes se hayan considerado como factores relevantes por un mayor porcentaje de empresas industriales que de servicios. Tras estos resultados podría encontrarse **el mayor grado de competencia al que, en principio, se ven sometidas las empresas industriales**, debido sobre todo a la naturaleza de sus productos, que pueden ser transportados y vendidos a consumidores situados en cualquier emplazamiento, mientras que los servicios suelen exigir la proximidad física del productor y el comprador, lo que dificulta su comercialización. Además, la mayor competencia a la que se ven sometidas

las empresas industriales se explica por la apertura a la competencia externa, que es mayor que en los servicios. En este contexto, parece razonable que el control de costes y precios y las estrategias diferenciadoras (como la innovación) sean más relevantes en la industria que en los servicios.

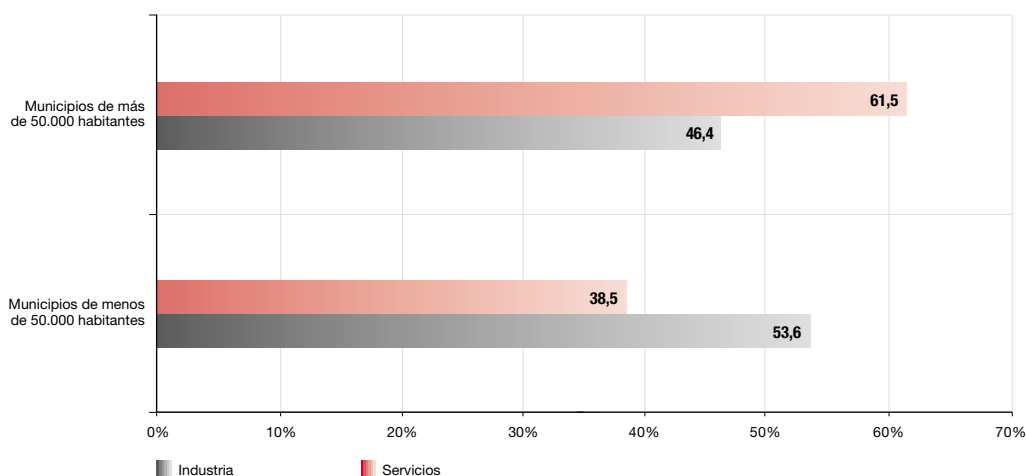
Entorno empresarial y obstáculos

Las empresas jóvenes industriales tienen a localizarse en municipios de menos de 50.000 habitantes en mayor medida que las empresas de servicios.

En total, el 53,6% de las empresas industriales creadas en 1998 (activas en 2002) se encuentran en municipios de menos de 50.000 habitantes, el 46,4% restante se localiza en municipios con población por encima de los 50.000 habitantes. En los servicios, por el contrario, la mayoría de las empresas jóvenes (el 61,5% del total) se encuentra en municipios de más de 50.000 habitantes.

GRÁFICO.55

UBICACIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES



Fuente: Cámaras de Comercio

¿Por qué se ha creado un porcentaje de empresas de servicios en municipios de más de 50.000 habitantes mayor que el de empresas industriales? Una posible explicación reside en los costes de la congestión, esto es, los costes asociados a la fabricación en grandes núcleos de población, como los relacionados con el suelo. Estos costes inducen a la localización de las empresas en lugares menos poblados, con menores costes de fabricación. A su vez, la posibilidad de elegir el lugar de localización de la empresa es mayor en el caso de la industria, no así en el caso de las empresas de servicios, que en general deben encontrarse junto a la clientela, dado que los servicios exigen, en la mayoría de los casos, la proximidad física entre la empresa proveedora y el consumidor de los mismos. En resumen, tras el mayor peso de las empresas industriales creadas en los municipios de menos de 50.000 habitantes pueden encontrarse los costes de congestión que, unidos al carácter comercializable de los bienes industriales, impulsarían la localización de empresas jóvenes en municipios de menor dimensión.

TABLA.22

NIVEL DE DEMANDA DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS		
MOMENTO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA		
	Industria	Servicios
Alta o muy alta	47,3%	51,5%
Media	29,2%	25,2%
Baja o muy baja	23,5%	23,2%
CUATRO AÑOS DESPUÉS DE LA CREACIÓN		
	Industria	Servicios
Alta o muy alta	61,1%	62,8%
Media	30,0%	26,8%
Baja o muy baja	8,9%	10,4%

Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere al nivel de demanda en el momento de creación de las empresas, el porcentaje de las mismas que consideraba alta o muy alta la demanda de sus productos o servicios era algo inferior en las empresas industriales al registrado en las de servicios (un 47,3% y un 51,5%, respectivamente). Cuatro años después, **ha aumentado el porcentaje de empresas que considera alta o muy alta la demanda, tanto en la industria como en los servicios**, y se ha reducido la diferencia entre el porcentaje de empresas de uno y otro sector que considera alta o muy alta la demanda (Tabla 22).

El nivel de competencia en el momento de la creación de las iniciativas era, en opinión de las empresas, superior en la industria que en los servicios. Un 59,7% de las empresas de la industria consideraba que la competencia era alta o muy alta, porcentaje superior en casi tres puntos porcentuales al registrado en los servicios. A su vez, el 24,1% de las empresas industriales considera que, en el momento de la creación de la empre-

sa, la competencia era baja o muy baja, mientras que en los servicios este porcentaje es el 27,3% (Tabla 23). Cuatro años después de la creación, ha aumentado el número de empresas que considera que la competencia es alta o muy alta, tanto en la industria como en los servicios.

TABLA.23

NIVEL DE COMPETENCIA		
MOMENTO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA	Industria	Servicios
Alta o muy alta	59,7%	56,9%
Media	16,1%	16,0%
Baja o muy baja	24,1%	27,3%
CUATRO AÑOS DESPUÉS DE LA CREACIÓN	Industria	Servicios
Alta o muy alta	67,7%	65,6%
Media	15,8%	17,7%
Baja o muy baja	16,5%	16,7%

Fuente: Cámaras de Comercio

En cuanto a **las ayudas**, las empresas que han sido asesoradas por expertos o ayudadas por los servicios de viveros de empresas o estructuras similares son algo más numerosas en el sector servicios que en la industria. Un 35,4% de las empresas de servicios se han beneficiado de este tipo de asesoramiento, cifra superior en tres puntos porcentuales a la registrada en la industria. Pero en lo que se refiere a las ayudas públicas a la creación de empresas, en el sector industrial se han empleado por un mayor número de empresas (en relación al total) que en los servicios. En particular, el 19,7% de las empresas industriales se beneficiaron de ayudas públicas, mientras que las empresas de servicios que las emplearon son el 15,9% del total (Tabla 24).

TABLA.24

EMPRESAS BENEFICIARIAS DE AYUDAS PÚBLICAS Y DE ASESORAMIENTO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA		
Ayuda pública	Industria	Servicios
Si	19,7%	15,9%
No	80,3%	84,1%
Asesoramiento	Industria	Servicios
Si	32,4%	35,4%
No	67,6%	64,6%

Fuente: Cámaras de Comercio

En fin, se advierte que hay ciertos obstáculos que son percibidos de forma más intensa en la industria que en los servicios. Sobre todo, cabe subrayar **los problemas para encontrar personal adecuado y el coste del personal**, que son considerados como obstáculos bastante o muy importantes por un porcentaje de empresas industriales muy superior al de empresas de servicios, antes y después de crear la empresa (Tabla 25). También se observa que en las empresas industriales, las dificultades de obtención de financiación para crear la empresa parecen mayores que en las empresas de servicios, lo que podría explicar el mayor porcentaje de su inversión inicial financiado con recursos propios.

TABLA.25

PORCENTAJE DE LAS EMPRESAS JÓVENES QUE CONSIDERA LOS OBSTÁCULOS BASTANTE O MUY IMPORTANTES		
En la creación de la empresa	Industria	Servicios
Trámites para la creación de la empresa (tiempo requerido, coste)	46,9%	43,5%
Búsqueda de clientes	48,3%	55,4%
Dificultad para obtener financiación y su coste	54,8%	47,6%
Problemas para encontrar personal adecuado	64,7%	50,9%
Encontrar información sobre el mercado	36,3%	34,5%
Coste personal	56,2%	50,6%
Falta de acuerdo entre los socios fundadores	7,4%	10,8%
Tras la creación de la empresa	Industria	Servicios
Presión fiscal y trámites fiscales	67,3%	62,1%
Búsqueda de clientes	44,7%	50,8%
Dificultad para obtener financiación y su coste	47,3%	44,4%
Problemas para encontrar personal adecuado	64,8%	53,8%
Coste personal	58,5%	47,8%
Falta de acuerdo entre los socios fundadores	6,6%	8,1%
Retrasos en los cobros a clientes	42,8%	37,8%

Fuente: Cámaras de Comercio

Lo contrario sucede con la búsqueda de clientes, que es considerada como un obstáculo bastante o muy importante por un porcentaje de empresas de servicios muy superior al de empresas industriales, tanto en el momento de crear la empresa como con posterioridad.

III.4. Análisis según tamaños empresariales

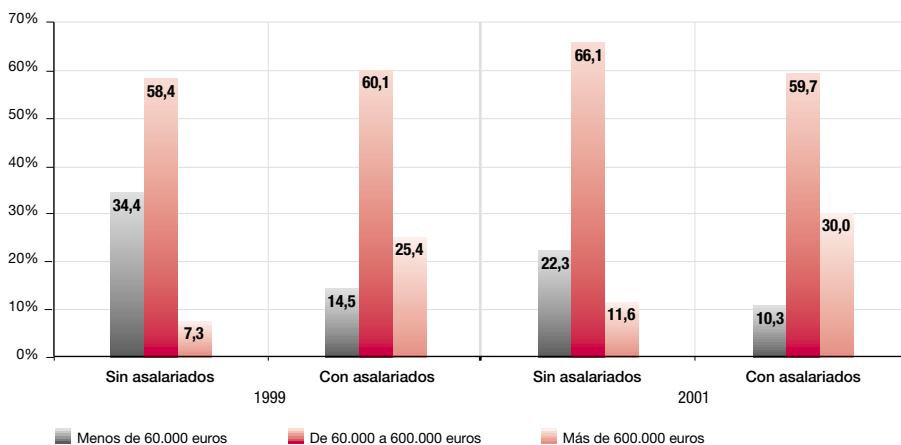
En este apartado se analizan las características que presentan las empresas, en términos de organización, evolución y estrategia, según tengan o no asalariados en el momento de su nacimiento. Debe subrayarse que nos referimos en todo momento a las empresas “con asalariados” o “sin asalariados” en el momento en el que fueron constituidas, con independencia de que en la actualidad tengan o no asalariados en plantilla.

Facturación

Por lo que se refiere a la facturación, **las empresas sin asalariados tienen, como cabe esperar, unas menores cifras de facturación que las empresas con asalariados**. En 1999, el 34,4% de las empresas sin asalariados facturó menos de 60.000 euros, porcentaje muy superior al de las empresas con asalariados (14,5%). El 58,4% de las empresas sin asalariados facturó de 60.000 a 600.000 euros, y sólo el 7,3% facturó más de 600.000 euros, porcentajes más bajos que los correspondientes a las empresas con asalariados.

GRÁFICO.56

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN SU FACTURACIÓN



Fuente: Cámaras de Comercio

Entre 1999 y 2001 se produce un fuerte aumento de la facturación de las empresas sin asalariados. Esto viene ilustrado por la notable pérdida de peso de las empresas sin asalariados con facturación inferior a 60.000 euros, que pasan de representar el 34,4% del total en 1999 al 22,3% en 2001 y la evolución favorable del tramo con mayor facturación. No obstante, **la distancia entre las empresas creadas con y sin asalariados sigue siendo notable:** en 2001 sólo el 11,6% de las empresas sin asalariados factura más de 600.000 euros, mientras que en las empresas con asalariados este porcentaje alcanza el valor del 30% (Gráfico 56).

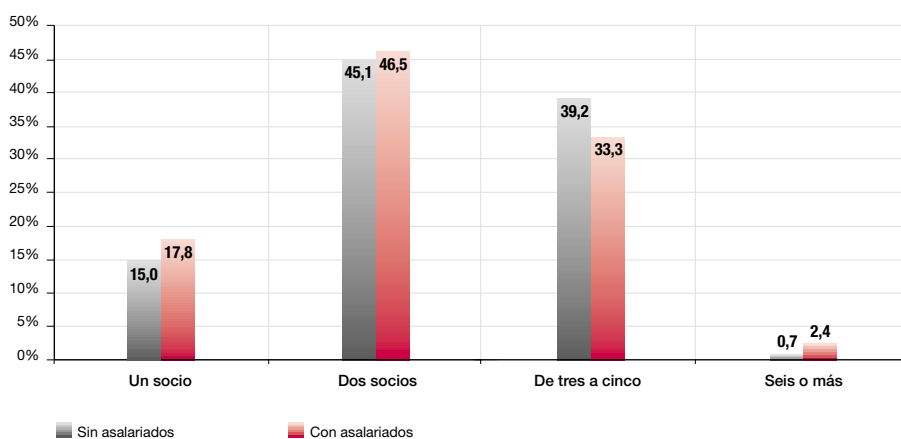


Los socios fundadores

No se aprecian diferencias significativas en el número medio de socios fundadores de las empresas con y sin asalariados, que es igual a 2,5 en ambos casos. El Gráfico 57 muestra que las empresas con un solo socio o con dos socios son relativamente más abundantes en el grupo de las empresas con asalariados. En total, el 64,3% de las mismas tiene uno o dos socios fundadores (60% en las empresas sin asalariados). Las empresas con un número de socios entre tres y cinco son más numerosas, en relación al total, en el grupo de las empresas sin asalariados (suponen el 39,2%, frente al 33,3% registrado en las empresas con asalariados), pero las empresas de seis o más socios son notablemente más importantes en el grupo de empresas con asalariados.

GRÁFICO.57

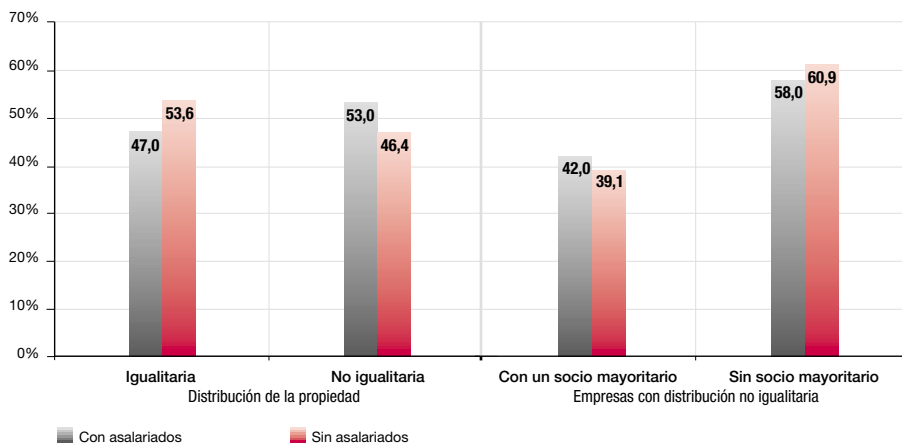
DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN EL NÚMERO DE SOCIOS FUNDADORES



Fuente: Cámaras de Comercio

Dentro de las empresas con más de un socio, **la distribución igualitaria de la propiedad entre los socios es más común en las empresas sin asalariados**. En total, el 53,6% de las mismas distribuyen la propiedad de forma igualitaria entre los socios, frente al 47% que se registra en las empresas sin asalariados. La presencia de un socio mayoritario es más común en las empresas con asalariados: un 42% de las empresas con asalariados (sin reparto igualitario de la propiedad) tienen un socio mayoritario, porcentaje superior en 3 puntos porcentuales al registrado en las empresas sin asalariados (Gráfico 58).

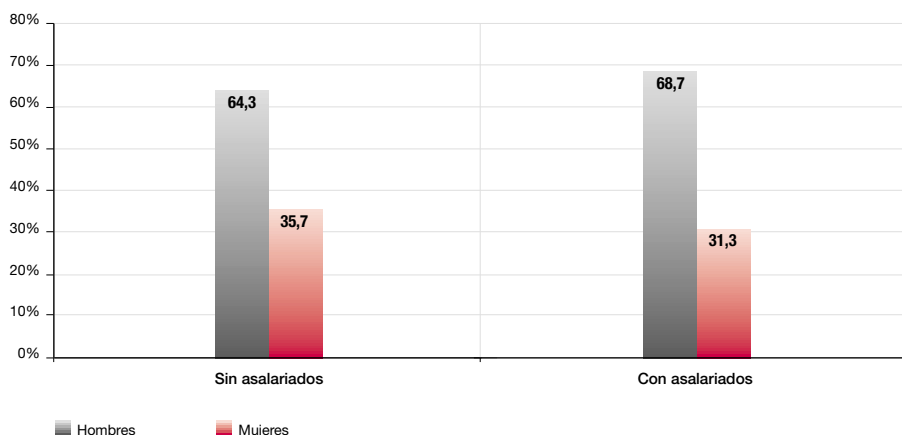
GRÁFICO.58 ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD DE LAS EMPRESAS. (Sólo empresas con más de un socio)



Fuente: Cámaras de Comercio

Las mujeres tienen una participación mayor en las empresas sin asalariados que en las empresas con asalariados. En las últimas, sólo el 31,3% de los socios son mujeres, mientras que en las empresas sin asalariados las mujeres llegan a representar el 35,7% del total de los socios (Gráfico 59). En otras palabras, aunque las mujeres tienen una presencia reducida como socias de las empresas jóvenes, su participación es algo mayor en las empresas sin asalariados. Por tanto, **las mujeres parecen más inclinadas a crear empresas sin asalariados que empresas con asalariados.**

GRÁFICO.59 SEXO DE LOS SOCIOS DE LAS EMPRESAS



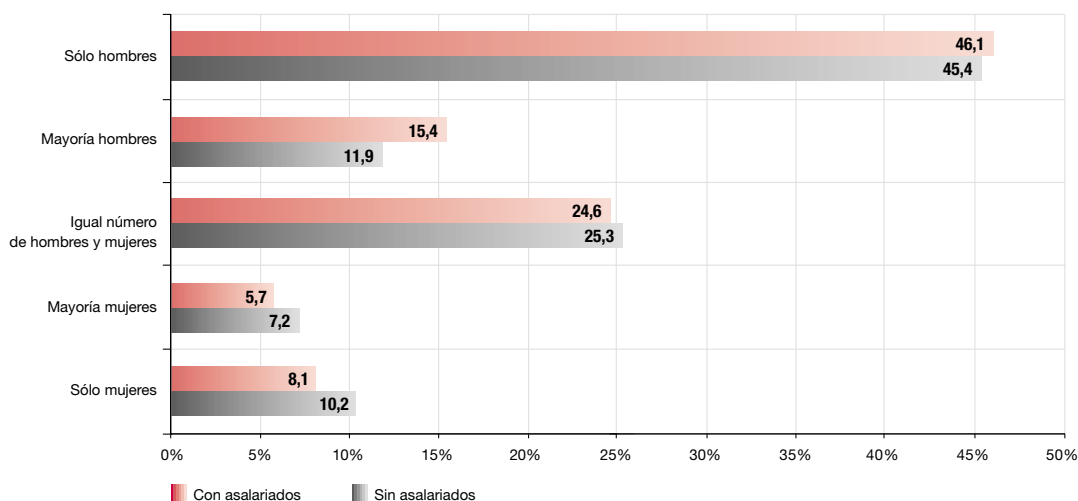
Fuente: Cámaras de Comercio



La mayor presencia de las mujeres como socias en empresas sin asalariados se refleja en **los mayores porcentajes de empresas con socios exclusiva o mayoritariamente femeninos** que se registran en el grupo (Gráfico 60). En efecto, las empresas sin asalariados que tienen sólo o mayoritariamente socios femeninos son el 17,4% del total (13,8% en las empresas con asalariados). También se refleja en el porcentaje de empresas con hombres como socios mayoritarios, que es el 15,4% y el 11,9% en las empresas con y sin asalariados, respectivamente. No obstante la mayor inclinación de las mujeres a crear empresas sin asalariados, el porcentaje de empresas en las que no hay ninguna socia es prácticamente igual en las empresas con y sin asalariados (aproximadamente el 45%).

GRÁFICO.60

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN EL SEXO DE LOS SOCIOS FUNDADORES



Fuente: Cámaras de Comercio

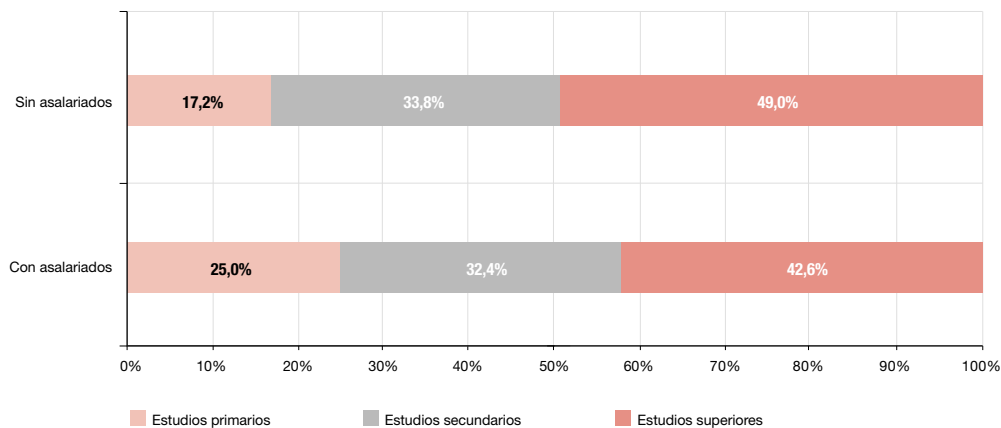
¿Existen disparidades en el capital humano de los empresarios creadores de empresas con asalariados y sin asalariados? Si se atiende al porcentaje de socios con estudios primarios, secundarios y superiores, se observa que **el nivel de estudios de los socios de empresas con asalariados es inferior al de los socios de empresas sin asalariados**. En efecto, el 25% de los socios creadores de empresas con asalariados tiene, como máximo, estudios primarios, porcentaje superior en ocho puntos porcentuales al de los socios de empresas sin asalariados. Y en estas últimas, el 49% de los socios tiene estudios superiores, frente al 42,6% que se obtiene en las empresas con asalariados (Gráfico 61)

Por tanto, si se toma como indicativo del capital humano de los empresarios su nivel de estudios, se podría concluir que el capital humano de los creadores de empresas sin asalariados es mayor que el de los creadores de empresas con asalariados. Y este hecho parece sorprendente, pues la creación de una empresa con asalariados comporta normalmente una mayor complejidad y un mayor riesgo (por los recursos com-

prometidos), por lo que cabría esperar que los fundadores de este tipo de empresas contarán con más capital humano que los creadores de empresas sin asalariados.

GRÁFICO.61

SOCIOS CON ESTUDIOS PRIMARIOS, SUPERIORES Y MEDIOS. (Porcentaje respecto al total)



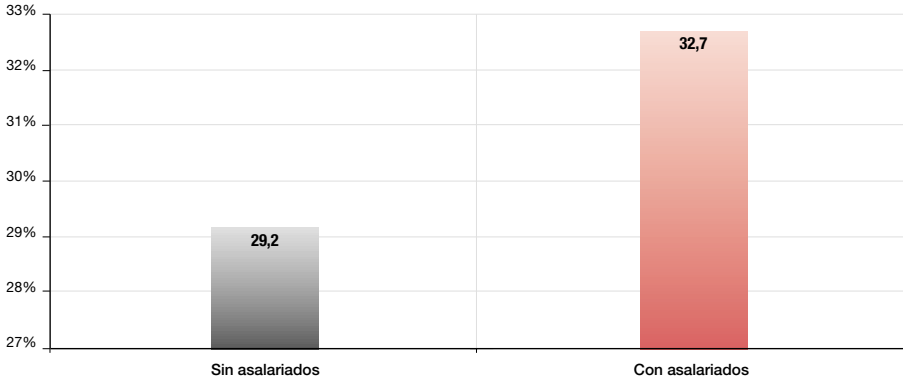
Fuente: Cámaras de Comercio

Pero lo cierto es que **los restantes indicadores de formación y experiencia apuntan a que el capital humano es mayor en las empresas creadas con asalariados. Así, los socios con estudios en gestión y administración de empresas son relativamente más numerosos en las empresas con asalariados.** Un 32,7% de los socios creadores de tales empresas ha efectuado previamente estudios de gestión y administración empresarial, mientras que en el caso de los socios creadores de empresas sin asalariados este porcentaje es el 29,2% (Gráfico 62). Y la experiencia previa en gestión empresarial es claramente superior en los socios creadores de empresas con asalariados. En efecto, como muestra la Tabla 26, en un 61,4% de las empresas con asalariados creadas en 1998 había al menos un socio que había realizado con anterioridad tareas de gestión empresarial, mientras que en las empresas sin asalariados esta cifra es el 56,5%. Las empresas con asalariados en las que algún socio había constituido con anterioridad alguna empresa en el mismo sector o en otros sectores representaban el 31,4% y el 23,3% del total, cifras superiores a las de las empresas sin asalariados.



GRÁFICO.62

SOCIOS FUNDADORES CON ESTUDIOS EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
(Porcentaje respecto al total)



Fuente: Cámaras de Comercio

En conclusión, se puede afirmar que las empresas que se crean con asalariados cuentan con unos socios fundadores con mayor experiencia empresarial, por haberse dedicado sus socios a la gestión empresarial, o haber creado previamente empresas. De hecho, en el 72% de estas empresas, al menos uno de los socios tiene experiencia en gestión empresarial y/o en creación de empresas (sea del mismo sector o de otros sectores de actividad), mientras que en las empresas sin asalariados se registra un porcentaje inferior en ocho punto porcentuales.

TABLA.26

EXPERIENCIA PREVIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Porcentaje de empresas en las que alguno de los socios:	Sin asalariados	Con asalariados
Había realizado con anterioridad tareas de gestión empresarial	56,5%	61,4%
Había fundado alguna empresa en el sector	25,7%	31,4%
Había fundado alguna empresa en otro sector	23,1%	23,3%

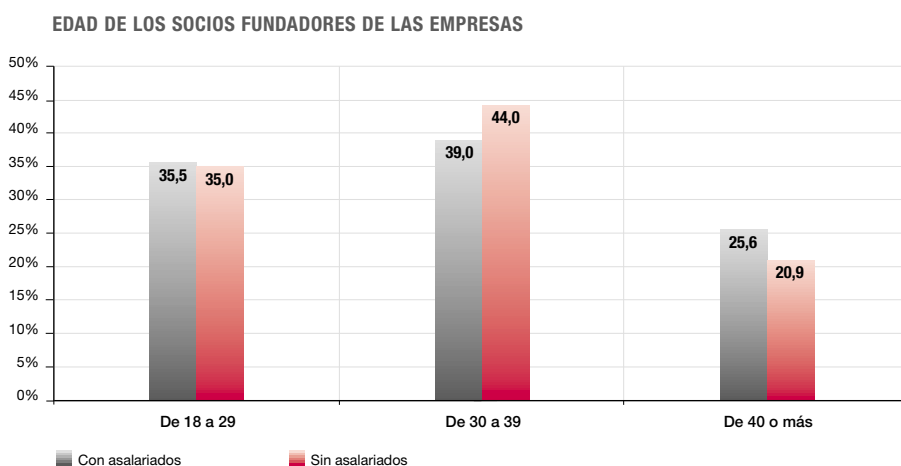
Fuente: Cámaras de Comercio

En el terreno de la motivación, se aprecian ciertas disparidades que apuntan a que ésta es mayor en las empresas con asalariados. Por una parte, el número de horas que, en promedio, los socios han dedicado a la empresa es mayor en el grupo de empresas con asalariados (9,1 horas frente a las 8,5 correspondiente a las empresas sin asalariados). Por otra parte, “salir del desempleo” ha sido el motivo principal por el que se ha creado un mayor número de empresas sin asalariados que con asalariados (un 15,3% frente a un 11,8%). Y, como se señaló en II.1, la creación de una empresa para evitar el desempleo puede conllevar una menor motivación que si, por ejemplo, se abandona un puesto de trabajo para dedicarse a emprender.

Por otra parte, **no se constatan diferencias en la edad media de los socios fundadores de empresas con y sin asalariados**, que está en torno a los 36 años en ambos casos.

No obstante, se aprecia que **en la población con edad entre 30 y 39 años es relativamente más común la creación de empresas sin asalariados**, pues un 44% de los socios que constituyeron una empresa sin asalariados en 1998 tenía esta edad, frente al 39% registrado en el caso de los socios creadores de empresas con asalariados (Gráfico 63). Por el contrario, la propensión a crear empresas con asalariados parece aumentar con la edad, pues el 25,6% de los socios creadores de empresas con asalariados tiene 40 o más años, frente al 20,9% obtenido en el caso de las empresas sin asalariados.

GRÁFICO.63



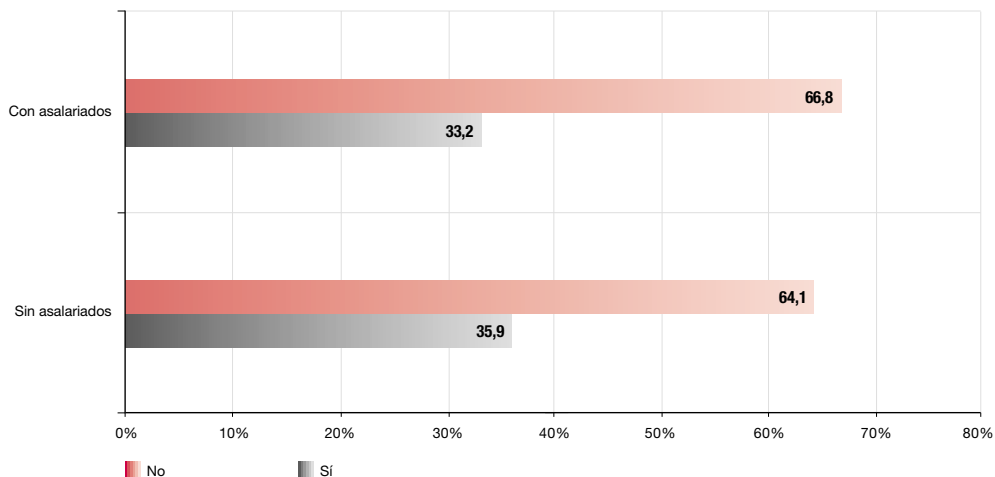
Fuente: Cámaras de Comercio

Otras características de las empresas y su estrategia

A pesar de que las empresas con asalariados tienen un mayor tamaño y comportan, como se verá seguidamente, una inversión inicial superior a la de las empresas creadas sin asalariados, **no se aprecia que el esfuerzo de planificación sea superior al de las empresas sin asalariados**. En efecto, el tiempo dedicado a planificar la creación de la empresa es, en promedio, igual en ambos tipos de empresas (cinco meses). Y, por otra parte, el porcentaje de empresas que efectuó un plan de viabilidad para ayudar a decidir la creación de la empresa, lejos de ser mayor en las empresas con asalariados, como cabría esperar, es algo inferior al correspondiente a las empresas sin asalariados. En concreto, el porcentaje de empresas que realizó un plan de viabilidad es del 33,2% en las empresas con asalariados y del 35,9% en las empresas sin asalariados (Gráfico 64).



GRÁFICO.64 ¿REALIZÓ UN PLAN DE VIABILIDAD ANTES DE CREAR LA EMPRESA?

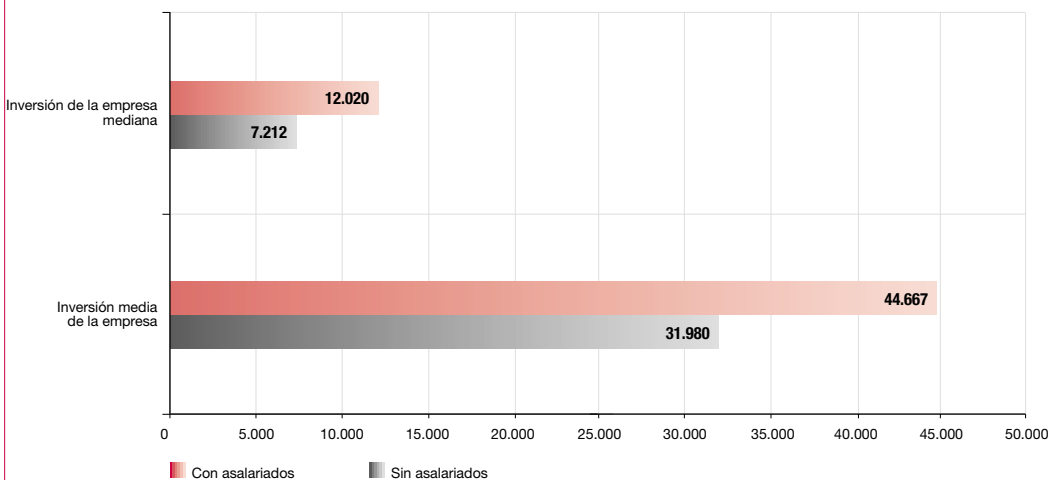


Fuente: Cámaras de Comercio

En cuanto a **la inversión inicial efectuada para poner en marcha las empresas, ésta es superior en las empresas con asalariados**, en línea con el mayor tamaño (aproximado por la facturación) de las empresas con asalariados (Gráfico 65). La empresa mediana sin asalariados, esto es, la que se sitúa en el centro de la distribución de las empresas sin asalariados por su inversión inicial, realizó una inversión igual a 7.212 euros. En las empresas que con asalariados, la inversión de la empresa mediana es un 66% superior (12.020 euros)

GRÁFICO.65

INVERSIÓN INICIAL DE LAS EMPRESAS JÓVENES . (euros)

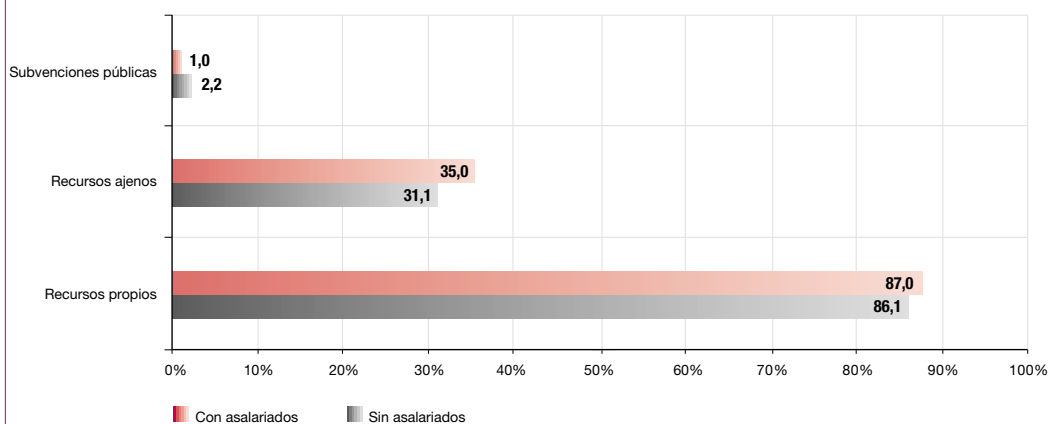


Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere a las fuentes de financiación de la inversión inicial, los recursos propios son empleados por un porcentaje similar de empresas con y sin asalariados (en torno al 87% del total de empresas), pero en el uso de recursos ajenos y subvenciones públicas se aprecian disparidades que conviene subrayar. En primer lugar, **el acceso a los recursos ajenos es relativamente más frecuente entre las empresas con asalariados**, que han empleado esta fuente en un 35% de los casos, mientras que el porcentaje de empresas sin asalariados con recursos ajenos es del 31% (Gráfico 66). El acceso de un número relativamente inferior de empresas sin asalariados a recursos ajenos podría ser el reflejo de una menor necesidad de financiación, puesto que su inversión inicial es inferior a la efectuada por las empresas con asalariados.

GRÁFICO.66

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE HAN EMPLEADO RECURSOS PROPIOS, RECURSOS AJENOS Y SUBVENCIONES PÚBLICAS PARA FINANCIAR LA INVERSIÓN INICIAL. (Respuesta múltiple)



Fuente: Cámaras de Comercio

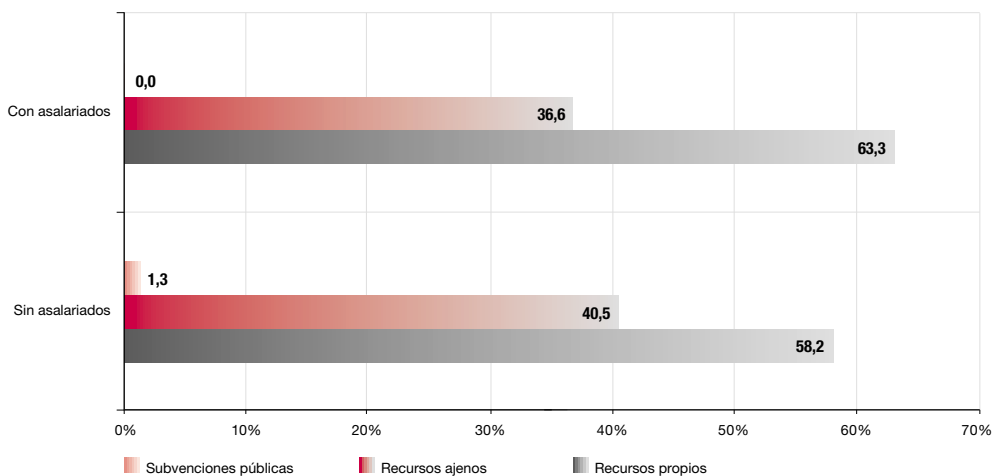
En segundo lugar, se observa que **el acceso a fondos públicos para financiar la inversión inicial es muy superior en las empresas que fueron creadas sin asalariados**. Como se recoge en el Gráfico 66, el 2,2% de las mismas empleó subvenciones públicas, mientras que en las empresas con asalariados este porcentaje es muy inferior (el 1,0%).

A pesar de que las empresas sin asalariados acceden menos a recursos ajenos que las empresas con asalariados, el porcentaje de su inversión inicial financiado con estos recursos es un 40,5% del total, superior que el correspondiente a las empresas con asalariados (Gráfico 67). En estas últimas, por otra parte, el porcentaje de la inversión inicial financiado con subvenciones públicas es casi nulo, mientras que en las empresas sin asalariados estas subvenciones cubren el 1,3% de la inversión.



GRÁFICO.67

PORCENTAJE DE LA INVERSIÓN INICIAL FINANCIADO CON RECURSOS PROPIOS, RECURSOS AJENOS Y SUBVENCIONES PÚBLICAS

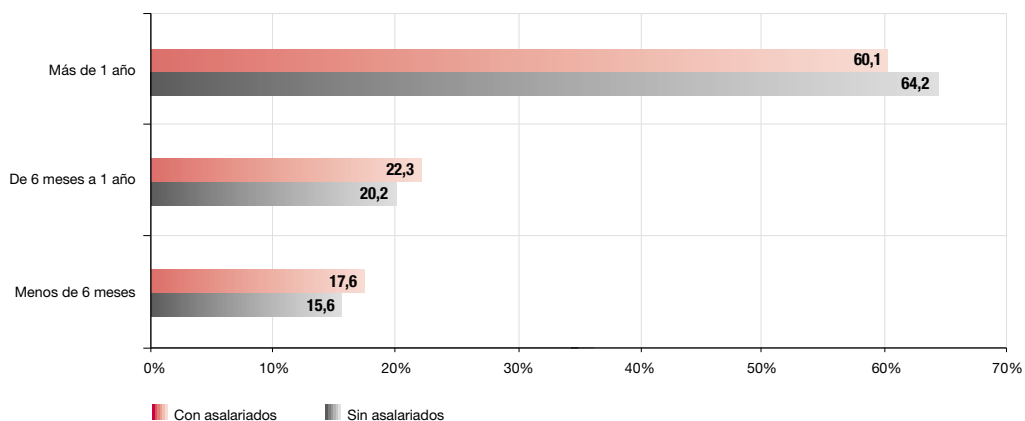


Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere a los beneficios de las empresas, **el tiempo previsto en el momento de la creación de la empresa para obtener beneficios es superior en las empresas sin asalariados**. En un 64,2% de estas empresas, se previó que se tardaría más de un año en obtener beneficios y sólo el 15,6% estimó que obtendría beneficios en menos de seis meses (Gráfico 68). A su vez, en las empresas con asalariados, el porcentaje de empresas que estimó que tardaría más de un año en obtener beneficios es el 60%, y sólo el 18% estimó que obtendría beneficios en menos de seis meses.

GRÁFICO.68

TIEMPO PREVISTO PARA LA OBTENCIÓN DE BENEFICIOS

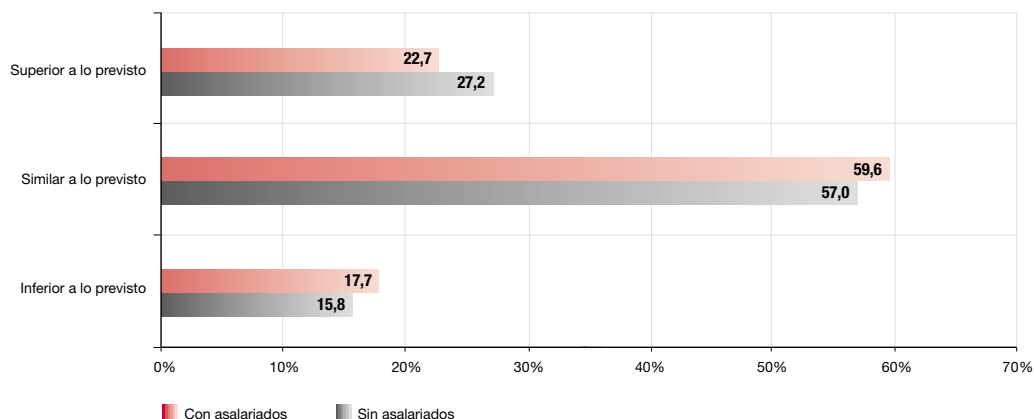


Fuente: Cámaras de Comercio

En el Gráfico 69 se muestra la distribución de las empresas según el tiempo que, finalmente, transcurrió antes de obtener beneficios. El porcentaje de empresas que estimó, en el momento de su creación, de forma correcta el tiempo que transcurriría en obtener beneficios es similar en las empresas con asalariados (59,6% del total) y en las empresas sin asalariados (57%). Pero cabe señalar que el porcentaje de empresas sin asalariados que ha tardado en obtener beneficios más tiempo del previsto (27,2% del total) es algo superior al correspondiente a las empresas con asalariados (22,7%).

GRÁFICO.69

TIEMPO EFECTIVO TRANSCURRIDO HASTA OBTENER BENEFICIOS



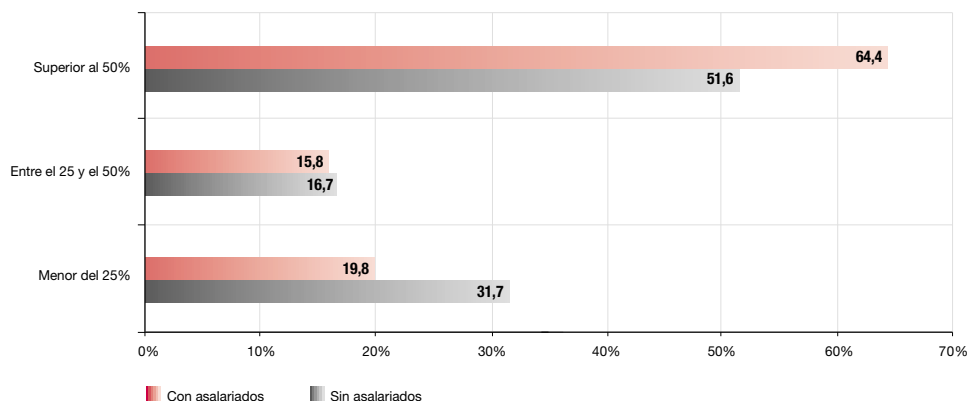
Fuente: Cámaras de Comercio

La tasa de reinversión de beneficios en las empresas con asalariados es muy superior a la de las empresas sin asalariados. En efecto, el 31,7% de las empresas sin asalariados reinvierten, en promedio anual, menos del 25% de los beneficios, mientras que en las empresas con asalariados este porcentaje es el 19,8% (Gráfico 70). El porcentaje de empresas que invierte entre el 25% y el 50% es similar en ambos grupos de empresas. Por último, las empresas con asalariados que reinvierten más del 50% de los beneficios suponen el 64,4% del total, cifra superior a la registrada en las empresas sin asalariados (51,6%).



GRÁFICO.70

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES SEGÚN SU TASA DE REINVERSIÓN DE BENEFICIOS (Porcentaje de empresas)



Fuente: Cámaras de Comercio

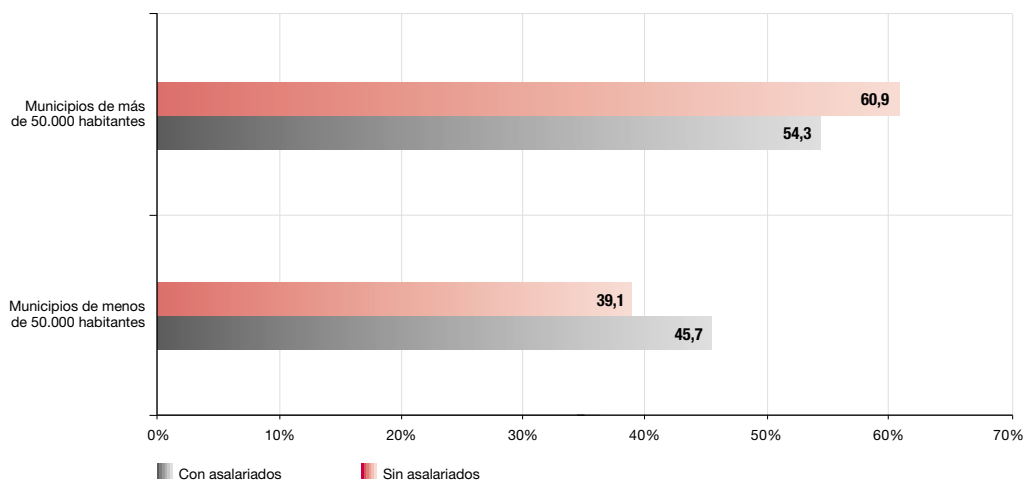
Para concluir, cabe subrayar que no se advierten disparidades importantes en las estrategias que emplearon las empresas para hacerse un hueco entre los competidores en el momento de su creación en función de que tengan o no asalariados. Pero en el terreno de los factores que han sido más relevantes para alcanzar los objetivos empresariales, sí se constatan algunas particularidades. Sobre todo, destaca **la mayor importancia que conceden las empresas con asalariados a la innovación y a las ayudas públicas**. Un 73% de estas empresas considera que innovar ha sido relevante para cumplir sus objetivos, mientras que en las empresas sin asalariados este porcentaje es el 63%. En cuanto a las ayudas públicas, el 15% de las empresas con asalariados cree que han sido importantes para alcanzar los objetivos empresariales, cifra superior en 4 puntos porcentuales a la registrada en las empresas sin asalariados.

Entorno empresarial y obstáculos

Aunque el mayor porcentaje de las empresas se ha creado en núcleos de más de 50.000 habitantes, en las empresas sin asalariados se observa una tendencia más acusada a la localización en estos municipios que en las empresas con asalariados. En efecto, el porcentaje de las empresas jóvenes con asalariados situadas en municipios de menos de 50.000 habitantes es el 54,3% del total, frente al 60,9% de las empresas sin asalariados. (Gráfico 61)

GRÁFICO.61

UBICACIÓN DE LAS EMPRESAS JÓVENES



Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que respecta a la valoración del nivel de demanda, el número de empresas que consideraba que la demanda era alta o muy alta en el momento de creación de las empresas es, respecto al número total de empresas, similar en las empresas con y sin asalariados (un 50,6% del total). Cuatro años más tarde, el porcentaje de empresas que considera alta o muy alta la demanda es algo superior en las empresas sin asalariados (Tabla 27).

TABLA.27

NIVEL DE DEMANDA DE LOS PRODUCTOS/SERVICIOS

Momento de creación de la empresa	Con asalariados	Sin asalariados
Alta o muy alta	50,6%	50,6%
Media	27,9%	24,9%
Baja o muy baja	21,6%	24,5%
Cuatro años después de la creación	Con asalariados	Sin asalariados
Alta o muy alta	61,3%	63,1%
Media	29,8%	26,0%
Baja o muy baja	8,9%	10,9%

Fuente: Cámaras de Comercio



En cuanto a **la valoración de la competencia**, tanto en el momento de creación de las empresas como cuatro años más tarde, hay un número relativamente mayor de empresas con asalariados que considera que su competencia es alta o muy alta. El porcentaje de empresas con asalariados que opina que la competencia es alta o muy alta supera en, aproximadamente, cinco puntos porcentuales al registrado en las empresas sin asalariados (Tabla 28).

TABLA.28

NIVEL DE COMPETENCIA DE LA EMPRESA		
Momento de creación de la empresa	Con asalariados	Sin asalariados
Alta o muy alta	60,0%	55,8%
Media	15,0%	16,7%
Baja o muy baja	25,0%	27,6%
Cuatro años después de la creación		
Alta o muy alta	68,0%	64,8%
Media	17,6%	17,1%
Baja o muy baja	14,3%	18,2%

Fuente: Cámaras de Comercio

Por lo que se refiere a las ayudas públicas, las empresas sin asalariados que han sido asesoradas por expertos o ayudadas por los servicios de viveros de empresas o estructuras similares son algo más numerosas que las empresas con asalariados (Tabla 29). En total, el 36,5% (32%) de las empresas sin asalariados (con asalariados) ha empleado tales ayudas. En cambio, las ayudas públicas a la creación de empresas han sido relativamente más empleadas por las empresas con asalariados (un 18,4% se ha beneficiado de estas ayudas, frente al 15,6% de las empresas sin asalariados).

TABLA.29

EMPRESAS BENEFICIARIAS DE AYUDAS PÚBLICAS Y DE ASESORAMIENTO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA		
Ayuda pública	Con asalariados	Sin asalariados
Si	18,4%	15,6%
No	81,6%	84,4%
Asesoramiento		
Si	32,0%	36,5%
No	68,0%	63,5%

Fuente: Cámaras de Comercio

Las empresas sin asalariados sufren ciertos obstáculos con mayor intensidad, a tenor de las cifras sobre el porcentaje de empresas que consideran los diversos obstáculos bastante o muy importantes, que se resumen en la Tabla 30. Así sucede, sobre todo, con **la búsqueda de clientes, los trámites para crear la empresa y la presión y trámites fiscales, que son considerados obstáculos bastante o muy importante por un porcentaje superior de empresas sin asalariados**. El menor tamaño de estas empresas y los menores recursos de los que disponen para realizar todas las tareas que comporta la gestión empresarial deben encontrarse tras estas mayores dificultades de las empresas sin asalariados.

TABLA.30

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CONSIDERA LOS OBSTÁCULOS BASTANTE O MUY IMPORTANTES		
En la creación de la empresa	Con asalariados	Sin asalariados
Trámites para la creación de la empresa (tiempo requerido, coste)	42,7%	49,4%
Búsqueda de clientes	50,0%	55,0%
Dificultad para obtener financiación y su coste	51,5%	50,7%
Encontrar información sobre el mercado	35,0%	36,1%
Falta de acuerdo entre los socios fundadores	8,2%	10,7%
Tras la creación de la empresa	Con asalariados	Sin asalariados
Presión fiscal y trámites fiscales	63,9%	66,0%
Búsqueda de clientes	45,8%	50,8%
Dificultad para obtener financiación y su coste	45,2%	46,9%
Problemas para encontrar personal adecuado	64,8%	53,8%
Falta de acuerdo entre los socios fundadores	7,6%	6,9%
Retrasos en los cobros a clientes	42,86%	36,3%

Fuente: Cámaras de Comercio

III.5. Conclusiones

La encuesta realizada a empresas creadas en 1998, que continúan activas en la actualidad, ha permitido obtener información de primera mano con la cual se han identificado los rasgos característicos de las empresas jóvenes españolas y del entorno en el que se desenvuelve su actividad.

Así, el estudio realizado muestra que las empresas nacen con un tamaño pequeño, pero aumentan su dimensión en los primeros años de vida. Las empresas de las regiones objetivo 1, las de servicios y las que nacen sin asalariados tienen un volumen de facturación inferior a la media.

En promedio, las empresas tienen 2,5 socios fundadores. El 34% de los socios son mujeres, porcentaje indicativo de la menor inclinación a emprender de las mujeres en comparación con los hombres. Esto puede ser el resultado de la existencia de obstáculos culturales, sociales, e incluso institucionales, que afectan en mayor medida a las mujeres y dificultan su participación en el mundo empresarial. En las regiones objetivo 1, en los servicios y en las empresas sin asalariados, la presencia de mujeres es algo superior a la media. Por otra parte, la edad media de los socios es de 36 años, y se ha encontrado que la relación entre la edad y la inclinación a emprender es, inicialmente, creciente, pero se hace decreciente a partir del tramo de edad de 30 a 39 años. Ello apunta a que un proceso de envejecimiento de la población es susceptible de incidir adversamente en el desarrollo del espíritu empresarial.

Una amplia mayoría de los socios tiene estudios secundarios o superiores (el 80% del total), pero el 32,6% de las empresas son creadas sin que los socios cuenten con experiencia de gestión empresarial o hayan fundado con anterioridad otras empresas. La formación especializada y la experiencia de las empresas situadas en las regiones objetivo 1, de las empresas industriales y de las empresas sin asalariados es menor que la media del conjunto de empresas.

Por lo que se refiere al proceso de creación, se ha dedicado en promedio cinco meses a planificar la empresa antes de ponerla en marcha, aunque la realización de un plan de viabilidad ha sido minoritaria (sólo el 35% de las empresas lo ha efectuado). La inversión inicial (que es inferior a la media en las empresas de las regiones objetivo 1, las de servicios y las empresas sin asalariados) ha sido financiada mayoritariamente con recursos propios de los socios, aunque los recursos ajenos también han sido importantes. En cambio, las subvenciones públicas han financiado una parte muy reducida de la inversión inicial (menos del 1%). Por otra parte, se ha constatado que las tasas de reinversión de beneficios son muy elevadas, lo que puede estar relacionado con el coste y con las necesidades de financiación del crecimiento que experimentan las empresas en sus primeros años.

El personal asalariado de las empresas jóvenes tiene sobre todo estudios primarios (42% del total en 1999) y secundarios (41%). El nivel de estudios de los asalariados es inferior a la media en las empresas de las regiones objetivo 1 y en las empresas industriales. Además, los contratos temporales parecen estar más extendidos en las empresas jóvenes de las regiones objetivo 1 y, sobre todo, en la industria.

En el terreno de las estrategias competitivas, en el momento de crear las empresas, la calidad y el servicio son los factores a los se concedió más relevancia para lograr un hueco de mercado. Posteriormente, la calidad, unida a las características del producto y su mejora y al control de costes, han sido claves para el cumplimiento de los objetivos empresariales. El análisis regional, sectorial y por tamaños no apunta a la existencia de importantes disparidades en las estrategias.

Por último, el estudio de los factores de entorno muestra que las empresas jóvenes se encuentran mayoritariamente en núcleos de más de 50.000 habitantes, con la excepción de las empresas creadas en las regiones objetivo 1 y en la industria, que se encuentran sobre todo en núcleos de menos 50.000 habitantes. En el momento de creación de las empresas, se consideraba mayoritariamente que la demanda era alta o muy alta, pero que la competencia también era elevada. Tras operar varios años en el mercado, ha aumentado el número de empresas que considera que la competencia es elevada. Por otra parte, el uso de ayudas públicas para crear la empresa es minoritario (16,7% de las empresas son beneficiarias), y el principal impacto de estas ayudas es impulsar la expansión inicial de las empresas. Las empresas que más han empleado las ayudas públicas son las de las regiones objetivo 1, las industriales y las empresas con asalariados.



Factores **PARA Consolidar** **UNA Empresa**

IV. Factores de Consolidación

Los Factores de la Consolidación Empresarial

En esta sección se presentan los resultados obtenidos con técnicas estadísticas sobre los factores que se encuentran tras las diferencias entre el grado de consolidación alcanzado por las empresas. La cuestión clave que se desea responder es **si existen ciertas características de las empresas o del entorno empresarial que favorecen la consolidación**. Para ello, se han clasificado las empresas de la muestra encuestada en función de su grado de consolidación (alto, medio y bajo), y se han estudiado las características de estas empresas, especialmente las vigentes en el momento de su creación, tratando de identificar los rasgos específicos de las empresas con mayor y menor éxito de consolidación.

No cabe duda de que este es un objetivo ambicioso, pues las causas que intervienen en el desarrollo de las empresas, los resultados de su actuación y el nivel de consolidación son complejos, produciéndose multitud de interacciones que hacen difícil establecer las relaciones de causalidad. A pesar de ello, las técnicas de análisis descriptivo y econométrico que se emplean a continuación, permiten obtener interesantes y abundantes resultados sobre los factores de la consolidación.

La sección consta de cuatro apartados. En IV.1. se describe el criterio operativo que se adoptó para determinar el grado de consolidación de las empresas. El primer análisis de los factores determinantes de la consolidación, a través del estudio descriptivo de las características de las empresas, se recoge en IV.2. Este análisis se completa mediante los estudios de carácter discriminante de las empresas de consolidación alta y baja (IV.3). Por último, en IV.4 se presentan las conclusiones de la sección.

IV.1. Identificación de las empresas de consolidación alta, media y baja

A fin de estudiar de forma sistemática los factores que influyen en la consolidación empresarial, resulta necesario disponer de un criterio operativo para determinar el grado de consolidación de las empresas. Para ello, conviene subrayar, que **la consolidación** alcanzada por una empresa en un cierto momento **es indicativa**, en cierta medida, **de los resultados de la actuación empresarial** (o del “éxito empresarial”). No cabe duda de que una mejor actuación empresarial se corresponderá con una empresa más consolidada, y que las empresas que presenten la actuación empresarial más débil soportarán una consolidación baja o insuficiente. De acuerdo con este razonamiento, *encontrar un criterio que distinga entre empresas con diferente grado de consolidación es equivalente a encontrar un criterio para diferenciar empresas con mejores y peores resultados de la actuación empresarial.*

A su vez, tal y como se mencionó en II.1, **existen dos enfoques para determinar los resultados de la actuación empresarial, susceptibles por tanto de ser utilizados para calcular el grado de consolidación de las empresas.** En el primero, se establece una equivalencia entre “mejores resultados” (o éxito) y supervivencia empresarial. Pero esta aproximación presenta la deficiencia de que *no permite distinguir entre empresas con sólidas condiciones económico-financieras y empresas con condiciones de gran vulnerabilidad que, por alguna razón, continúan activas.* El segundo de los enfoques parte, precisamente, de la constatación de que no todas las empresas que sobreviven tendrán necesariamente una posición económica-financiera sólida, ni contarán con las mismas perspectivas de desarrollo futuro. Por ello, centra la atención en variables económicas de las empresas (como el crecimiento o los ingresos), y en el cumplimiento de los objetivos empresariales. Con ello, la supervivencia pasa de ser condición suficiente a ser condición necesaria para determinar qué empresas obtienen los “mejores resultados”.

El segundo de los enfoques señalado ha sido el empleado en el presente trabajo a fin de determinar el grado de consolidación de las empresas. En nuestro caso, tomar la supervivencia como indicativa de consolidación supondría aceptar que todas las empresas que continúan activas se encuentran consolidadas, y esto resulta altamente insatisfactorio por las diferentes posiciones económico-financieras y perspectivas futuras que pueden presentar en un cierto momento las empresas activas.

Con respecto a las variables (económicas) utilizadas para aproximar el grado de consolidación, se optó por **usar el crecimiento de la empresa**, y en particular la valoración del crecimiento realizada por los creadores de las empresas. De esta manera, las variables empleadas son:

- 1. Valoración del crecimiento de la empresa desde la creación (1998) hasta la actualidad (inicio de 2002).**
- 2. Valoración de las perspectivas de crecimiento en los próximos dos años.**

En cada caso, la valoración podía ser Muy favorable (1), Algo favorable (2), Normal (3), Poco favorable (4) o Muy poco favorable (5).

La principal razón por la que se empleó el crecimiento de la empresa, valorado por los empresarios, como variable crítica para determinar el grado de consolidación es que el cumplimiento de objetivos de crecimiento es indicativo de una buena marcha general de la empresa, y las perspectivas de crecimiento marcan las posibilidades de desarrollo futuro. Por tanto, una valoración más favorable del crecimiento pasado y del crecimiento futuro debe estar reflejando una mayor consolidación empresarial.

Se consideró importante dejar que los empresarios valoraran el crecimiento, en lugar de emplear los datos sobre crecimiento de la facturación o el empleo y las previsiones de aumento de tales variables. Una primera razón para ello es que una empresa podría arrojar una cifra elevada de crecimiento de la facturación (o empleo) y, no obstante, ser insuficiente o poco favorable dados los objetivos empresariales, o las inversiones previamente efectuadas. Una segunda razón estriba en el índice de respuesta relativamente bajo que se obtuvo en las preguntas de la encuesta sobre facturación/empleo, por lo que se hubiera reducido notablemente el número de observaciones (empresas) útiles para analizar con

técnicas estadísticas los factores de la consolidación, hecho que hubiera puesto en cuestión el rigor del análisis¹⁷.

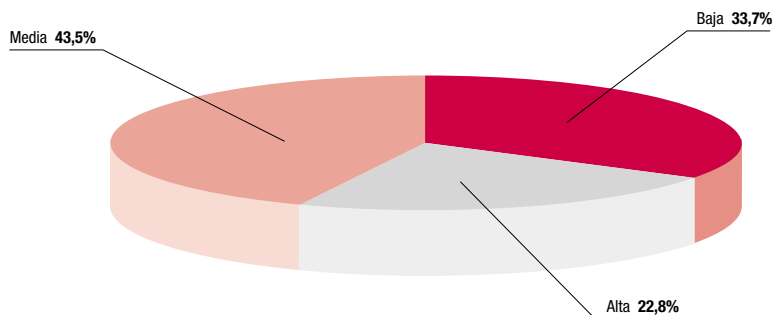
En fin, a partir de la valoración del crecimiento desde la creación y de las perspectivas de crecimiento, con una escala de 1 a 5 (1= Muy favorable...5= Muy poco favorable), se calculó como indicador de consolidación el valor medio de las dos variables anteriores. El valor mínimo del indicador (1) indica máxima consolidación (valoración muy favorable del crecimiento desde la creación y de las perspectivas de crecimiento), y el valor máximo (5) apunta a los peores resultados de consolidación (valoración muy desfavorable del crecimiento desde la actualidad y de las perspectivas de crecimiento).

A efectos de analizar los factores determinantes de la consolidación, resultaba conveniente distinguir entre grupos de empresas con un grado de consolidación similar y, sobre todo, realizar un contraste entre el grupo de mejores resultados y el grupo que arroja peores resultados. Para ello, se distinguió entre:

- ✍ **Empresas de consolidación alta.** Son las empresas que arrojan un valor del indicador de consolidación entre 1 y 1,5, esto es, su valoración global del crecimiento oscila entre la valoración “Muy favorable” y un punto intermedio entre “Muy favorable” y “Algo Favorable”.
- ✍ **Empresas de consolidación media.** Son las empresas que arrojan un valor del indicador de consolidación entre 2 y 2,5, esto es, su valoración global del crecimiento oscila entre la valoración “Algo favorable” y un punto intermedio entre “Algo favorable” y “Normal”.
- ✍ **Empresas de consolidación baja.** Son las empresas que arrojan valores del indicador de consolidación entre 3 y 5, esto es, su valoración global del crecimiento oscila entre la valoración “Normal” y “Muy poco favorable”.

GRÁFICO.72

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EMPRESAS CREADAS EN 1998
SEGÚN SU GRADO DE CONSOLIDACIÓN EN 2002**



Fuente: Cámaras de Comercio

¹⁷ Además, como se verá más adelante, el crecimiento de la facturación y el empleo de las empresas de consolidación alta (con datos sobre facturación y empleo) es superior al de las empresas de consolidación media, y estas últimas registran crecimientos de la facturación y el empleo por encima de las empresas de consolidación baja. Esto apunta a que la determinación del grado de consolidación con las valoraciones de crecimiento de las empresas arrojaría resultados similares a los obtenidos a partir de las cifras de aumento de facturación/empleo, con la diferencia de que, al usar como criterio la valoración de las empresas, se está evitando perder numerosas observaciones (las de las empresas sin cifras de crecimiento de facturación/empleo).

El Gráfico 72 muestra que, de acuerdo con el criterio adoptado, el 22,8% de las empresas del universo estudiado (las empresas creadas en 1998 activas en 2002) tienen un grado de consolidación alto (máximo), y un 33,7% tiene un grado de consolidación bajo (mínimo). El restante 43,5% está constituido por empresas con una consolidación intermedia.

IV.2. Análisis descriptivo de los factores de consolidación empresarial

Habitualmente se ha considerado que las características de los socios, los rasgos internos y estratégicos de las empresas e incluso las características del entorno condicionan los resultados de las empresas. A continuación, se realiza un análisis descriptivo de las características de las empresas y su entorno en las empresas de consolidación alta, media y baja, dirigido a ofrecer unos primeros resultados sobre los factores críticos para la consolidación.

Tamaño de las empresas

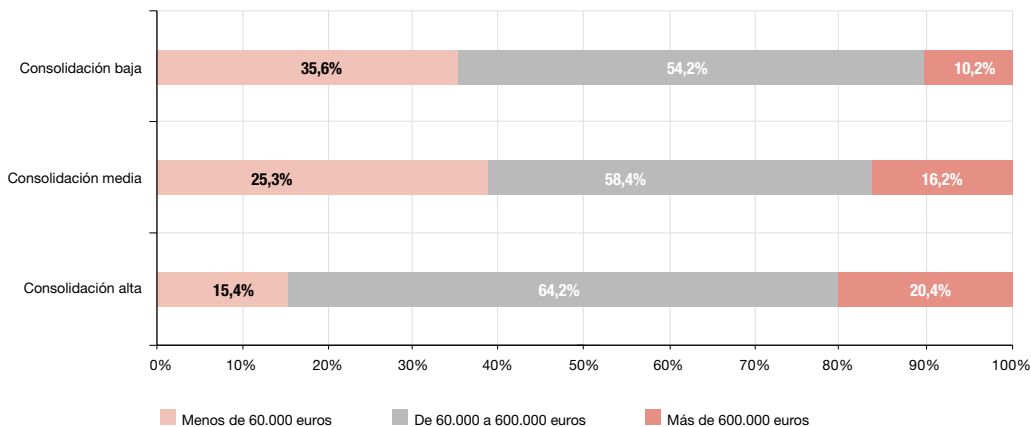
El tamaño de las empresas, y en particular el tamaño inicial, es uno de los aspectos más mencionados en la literatura para explicar la evolución de las empresas tras su nacimiento. Se ha subrayado que un mayor tamaño inicial implica unas mejores perspectivas de las empresas y, desde luego, si se analizan las tasas de supervivencia se constata que éstas son muy superiores en las empresas que se constituyen con un mayor tamaño inicial. Todo ello apunta a que el tamaño inicial de las empresas es un factor relevante para la consolidación, y hace esperar que las empresas de consolidación alta tengan un tamaño superior a las empresas con una consolidación media o baja.

¿Pero son efectivamente más grandes, en el momento de su creación, las empresas de consolidación alta que las de consolidación media o baja? Para responder a esta cuestión, se empleará la facturación y el número de asalariados como variables indicativas del tamaño de las empresas¹⁸.

¹⁸Hay otras variables que pueden utilizarse para aproximar el tamaño empresarial, como el número de socios y la inversión inicial. Tales variables se analizarán posteriormente, en el momento de considerar las características de los socios y otras características internas de las empresas.

GRÁFICO.73

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU FACTURACIÓN INICIAL (1999)



Fuente: Cámaras de Comercio

Si se toma la facturación de 1999 como variable representativa del tamaño inicial, se observa que las empresas de consolidación alta son las que tienen un mayor porcentaje de empresas en los tramos más elevados de tamaño inicial. En efecto, el 20,4% de estas empresas facturó en 1999 más de 600.000 euros, porcentaje muy superior al que se registra en las empresas de consolidación media (16,2%) y, sobre todo, de consolidación baja (10,2%). En el extremo opuesto se encuentran las empresas que facturaron menos de 60.000 euros en 1999, que son relativamente menos numerosas en el grupo de empresas de consolidación alta, pues sólo el 15,4% de las mismas facturó menos de 60.000 euros en 1999, mientras que en las empresas de consolidación baja se llega a alcanzar el porcentaje del 35,6%. Esto es, el peso de las empresas con menor tamaño inicial (facturación inferior a los 60.000 euros) en el grupo de las empresas de consolidación baja es el doble del peso de tales empresas en el grupo de consolidación alta.

Los datos sobre número de asalariados muestran igualmente que las empresas de consolidación alta nacen con un tamaño superior al de las empresas con un grado inferior de consolidación (Tabla 31). Por una parte, el porcentaje de empresas con asalariados es máximo en las empresas de consolidación alta: el 44,5% de las mismas tenía personal asalariado en 1998, cifra superior en unos siete puntos porcentuales a la registrada en las empresas de consolidación media y baja. Además, dentro del grupo de empresas con asalariados (en 1998), el número de empleados es mayor en las empresas de consolidación alta. La empresa mediana (con asalariados) de consolidación alta tenía 3 asalariados, mientras que las empresas de consolidación media y baja tenían 2 asalariados.

TABLA.31

TAMAÑO INICIAL DE LAS EMPRESAS: ASALARIADOS		
Porcentaje de empresas con asalariados en 1998		
Consolidación alta	Consolidación media	Consolidación baja
44,5%	37,5%	37,7%
Número de asalariados de la empresa mediana en 1998 (solo con asalariados)		
Consolidación alta	Consolidación media	Consolidación baja
3	2	2

Fuente: Cámaras de Comercio

En resumen, tanto las cifras iniciales de facturación como las de empleo muestran que el tamaño inicial es mayor en las empresas de consolidación alta que en las de consolidación media y baja. Esto sugiere que **el hecho de que una empresa nazca con un tamaño superior favorece la consolidación empresarial.**

Conviene por último referirse **al crecimiento de las empresas** desde la creación hasta la actualidad. Puesto que la definición del grado de consolidación se ha basado en la valoración subjetiva del crecimiento por parte de los empresarios, cabe suponer que, en conjunto, las empresas de consolidación alta registren cifras de crecimiento elevadas en comparación con las empresas de consolidación media y, especialmente, respecto a las empresas de consolidación baja.

TABLA.32

CRECIMIENTO DE LA FACTURACIÓN Y EL NÚMERO DE ASALARIADOS (TASA DE AUMENTO ACUMULADO POR EMPRESA)			
	Consolidación alta	Consolidación media	Consolidación baja
Facturación*	69,0%	49,0%	41,0%
Número de asalariados**	133,7%	60,8%	51,8%

*Crecimiento 1999-2001.

**Crecimiento 1998-2001, sólo de empresas creadas con asalariados.

Fuente: Cámaras de Comercio

La información que se recoge en la Tabla 32 apunta en este sentido. Por una parte, la tasa media de crecimiento acumulado de la facturación, entre 1999 y 2001, es del 69% en las empresas de consolidación alta, esto es, se registra una cifra de crecimiento de la facturación muy por encima de la que experimentan las empresas de consolidación media (49%) y baja (41%). Por otra parte, el número de asalariados de las empresas creadas con asalariados ha aumentado en más de un 100% en las empresas de consolidación alta entre 1998 y 2002, mientras que en las empresas de consolidación media el aumento es del 60,8% y en el grupo de consolidación baja se registra una cifra de aumento del empleo todavía inferior (el 51,8%).

En conclusión, las empresas con consolidación alta experimentan tasas de aumento de la facturación y el empleo que son superiores a las que experimentan las empresas menos consolidadas. Esto implica que, como cabría esperar, la valoración que las empresas hacen de su crecimiento es coherente con las cifras efectivas de crecimiento. Esto es, las empresas con valoración más favorable crecen más (en facturación y empleo) que las empresas con valoración menos favorable.

Los socios fundadores

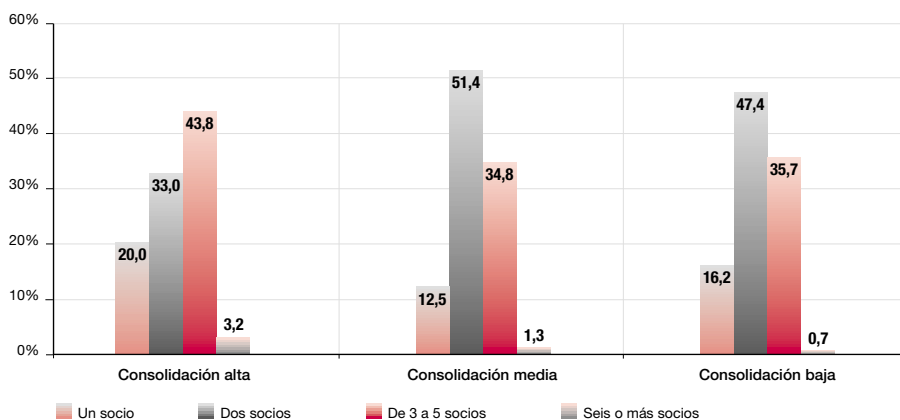
Los estudios sobre los determinantes de los resultados empresariales han aportado evidencia, no siempre concluyente, sobre el impacto de las características de los socios en la trayectoria empresarial. Así, se ha encontrado que un mayor número de socios y un mayor capital humano de los mismos favorece el éxito empresarial, aunque no resulta claro qué tipo de capital humano (formación, experiencia...) es más relevante. También se tiene cierta evidencia de que las empresas creadas y dirigidas por mujeres tienen menos éxito que las de los hombres.

En fin, el equipo de socios fundadores de las empresas parece tener un papel clave en el desarrollo posterior de las iniciativas. Por esta razón, cabe esperar que los socios fundadores de las empresas de consolidación alta presenten unos rasgos específicos, que los distinguan de los socios de las empresas menos consolidadas, y expliquen el mayor éxito de tales empresas. A continuación se analizarán los rasgos básicos de los socios fundadores en las empresas de consolidación alta, media y baja, con el objetivo de determinar si en efecto existen disparidades en función del grado de consolidación.

Por lo que se refiere al **número de socios fundadores**, los resultados de la encuesta apuntan a que las empresas más consolidadas fueron creadas por un mayor número de socios. En concreto, el número medio de socios en las empresas de consolidación alta es igual a tres, mientras que en las empresas de consolidación media y baja se tienen dos socios en promedio.

GRÁFICO.74

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN EL NÚMERO DE SOCIOS FUNDADORES



Fuente: Cámaras de Comercio

La distribución de las empresas según el número de socios fundadores, que se recoge en el Gráfico 74, muestra que las empresas con un solo socio son relativamente más numerosas en el grupo de las empresas de consolidación alta (un 20% de las mismas tiene un solo socio), a pesar de que el número medio de socios sea mayor en estas empresas. El mayor tamaño medio del equipo de fundadores en el grupo de consolidación alta deriva de **la mayor importancia relativa de las empresas con tres o más socios**. Efectivamente, 46% de las empresas de consolidación alta tienen más de tres socios fundadores, porcentaje que supera al registrado en las empresas de consolidación media y baja en más de 10 puntos porcentuales.

En conclusión, las empresas de consolidación alta tienen un mayor número medio de socios que las empresas con menor grado de consolidación, sobre todo por el mayor predominio de empresas con tres o más socios. Ello apunta a que **la creación de empresas con un mayor número de socios es un factor favorable para el proceso de consolidación empresarial**.

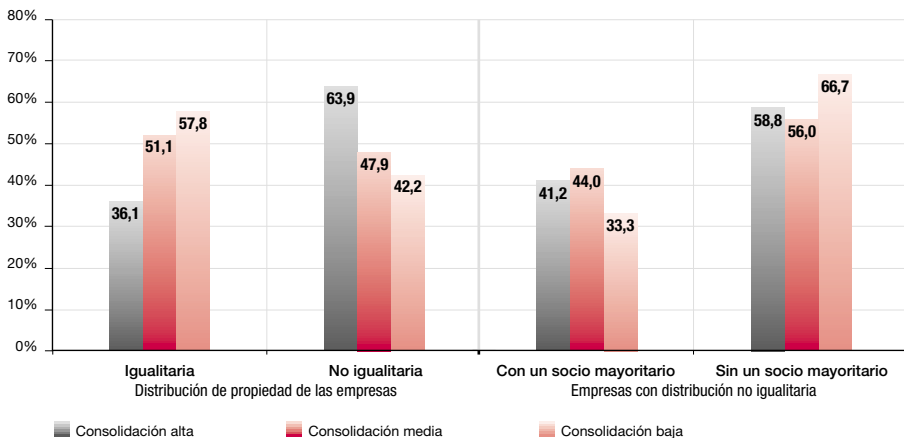
Un aspecto potencialmente relevante para la consolidación es **la estructura de la propiedad**¹⁹. En el caso de que la existencia de un socio mayoritario favorezca la marcha de la empresa, al agilizar la toma de decisiones y reducir el impacto de eventuales faltas de acuerdo entre los socios, las empresas con un socio mayoritario deberían mostrar un mayor grado de consolidación.

¿Cuál es en la práctica la estructura de propiedad de las empresas con diferente grado de consolidación? Para responder a esta cuestión se consideran inicialmente las empresas que tienen más de un socio (Gráfico 75). En este grupo, la distribución igualitaria de la propiedad es relativamente menos común en el caso de las empresas de consolidación alta. Sólo en el 36,1% de las empresas de consolidación alta (con más de un socio) se distribuye la propiedad de forma igualitaria, porcentaje muy inferior al registrado en las empresas de consolidación media (51,1%) y baja (57,8%). Por lo tanto, la distribución no igualitaria de la propiedad es más frecuente en las empresas de consolidación alta.

Ahora bien, dentro de las empresas con distribución no igualitaria de la propiedad, la existencia de un socio mayoritario no es más común en las empresas de consolidación alta, como puede apreciarse en la información del Gráfico 75. Un 41,2% de las empresas con distribución no igualitaria y consolidación alta tiene un socio mayoritario, porcentaje superior al registrado en las empresas de consolidación baja (33,3%), pero inferior al de las empresas con consolidación media (44%).

¹⁹La estructura de la propiedad no ha sido considerada, según nuestra información disponible, como factor determinante de los resultados de la actuación empresarial en la literatura empírica sobre la cuestión (véase II.1).

GRÁFICO.75 ESTRUCTURA DE PROPIEDAD DE LAS EMPRESAS. (empresas con más de un socio)



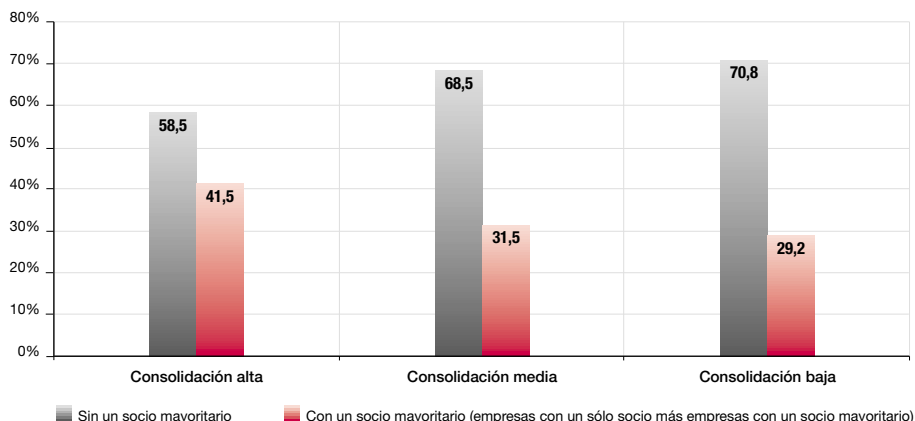
Fuente: Cámaras de Comercio

Por ello, tener una idea clara de la mayor o menor importancia en términos de consolidación de las empresas con un socio mayoritario, conviene sumar al número total de empresas con un socio mayoritario las empresas que cuentan con un único socio. La razón de ello es que, presumiblemente, el efecto de contar con un socio mayoritario es facilitar la gestión de la empresa (toma de decisiones) y reducir el impacto de eventuales problemas entre los socios. En el caso de las empresas gestionadas por un único socio, estas ventajas serán máximas, pues con un “socio absoluto” desaparecen por completo los problemas de toma de decisiones y de conflictos entre socios.

En el Gráfico 76 se muestra el peso de las empresas con un socio mayoritario o único respecto al número total de empresas, según el grado de consolidación. Resulta inmediato comprobar que las empresas que no tienen un socio mayoritario o único ganan importancia, en relación al total de empresas, conforme disminuye el grado de consolidación de las empresas. En consecuencia, las estructuras de propiedad caracterizadas por la existencia de un socio único o mayoritario son más frecuentes en las empresas de consolidación alta, donde un 41,5% de las empresas tienen tal estructura de propiedad. En el grupo de consolidación media, sólo un 31,5% de las empresas tiene un socio mayoritario o único, y en las empresas de consolidación baja se registra un porcentaje algo inferior (el 29,2%).

GRÁFICO.76

NÚMERO TOTAL DE EMPRESAS CON UN SOCIO MAYORITARIO O ÚNICO. (Porcentaje respecto al total)



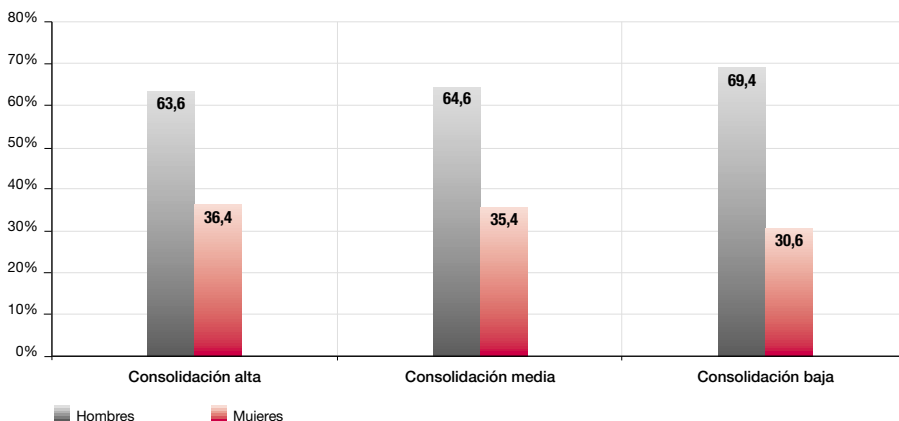
Fuente: Cámaras de Comercio

Como reflexión final en este punto, el análisis de la estructura de la propiedad de las empresas muestra que la distribución igualitaria (dentro de las empresas con más de un socio) es menos común en el grupo de consolidación alta que en el de consolidación media y, sobre todo, baja. Las empresas con un socio mayoritario o único son más frecuentes conforme aumenta el grado de consolidación. Todos estos resultados sugieren que **las empresas con un socio mayoritario o único son más proclives a la consolidación empresarial.**

Este último resultado no entra en contradicción con el fenómeno apuntado anteriormente de que un mayor número de socios favorece la consolidación empresarial. Que las empresas creadas por más socios tengan mejores perspectivas de consolidación es comprensible habida cuenta de que ello aumenta los recursos (humanos y materiales) de la empresa. A su vez, el impacto positivo de la existencia de un socio mayoritario está sugiriendo que, dentro de los beneficios que comporta tener un mayor número de socios, resulta positivo que haya una cierta unidad de mando en la empresa. *Tener más socios implica disponer de más recursos en la empresa, y si a ello se añade la presencia de un socio mayoritario se tendrá una empresa con una capacidad de organización y gestión presumiblemente superior a las de las empresas sin socio mayoritario.*

En cuanto **al sexo de los socios fundadores**, se constata que hay más mujeres, en relación al número total de socios, en las empresas de mayor grado de consolidación. Como se recoge en el Gráfico 77, el 36,4% de los socios de las empresas de consolidación alta son mujeres, cifra similar a la de las empresas de consolidación media (35,4%), pero superior en seis puntos porcentuales a la registrada en las empresas de consolidación baja.

GRÁFICO.77 SEXO DE LOS SOCIOS FUNDADORES DE LAS EMPRESAS

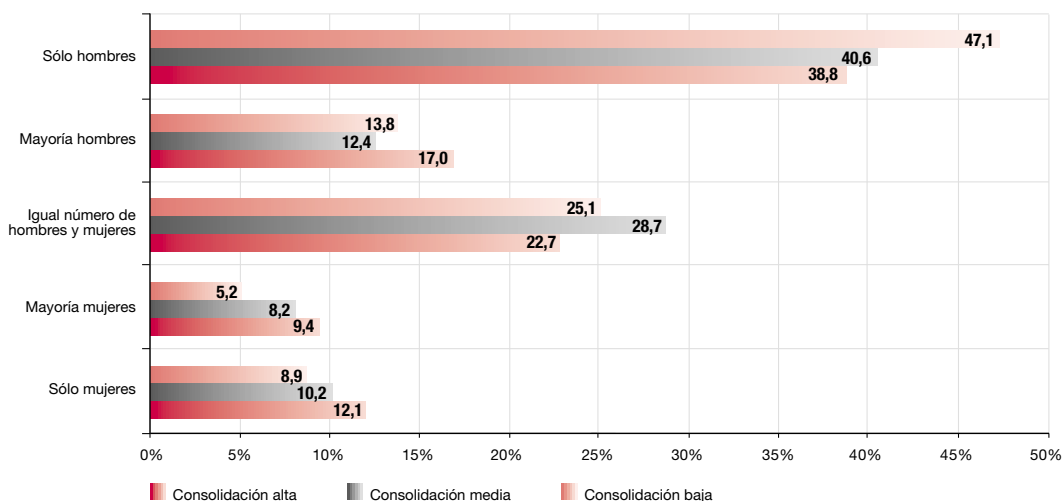


Fuente: Cámaras de Comercio

La presencia de las mujeres es mayor en las empresas de consolidación alta.

Para ilustrar este punto, baste mencionar que las empresas donde las mujeres no tienen ninguna presencia como socias, esto es, las empresas con equipos de socios formados exclusivamente por hombres, son el 38,8% del total en el grupo de consolidación alta, el 40,6% en el grupo de consolidación media y el 47,1% en el grupo de consolidación baja (Gráfico 78). En el extremo contrario se encuentran las empresas con equipos de socios fundadores constituidos únicamente mujeres, que suponen el 12,1% del total en las empresas de consolidación alta, el 10,2% del total en las de consolidación media y el 8,9% del total en el grupo de consolidación baja.

GRÁFICO.78 DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN EL SEXO DE LOS SOCIOS FUNDADORES



Fuente: Cámaras de Comercio

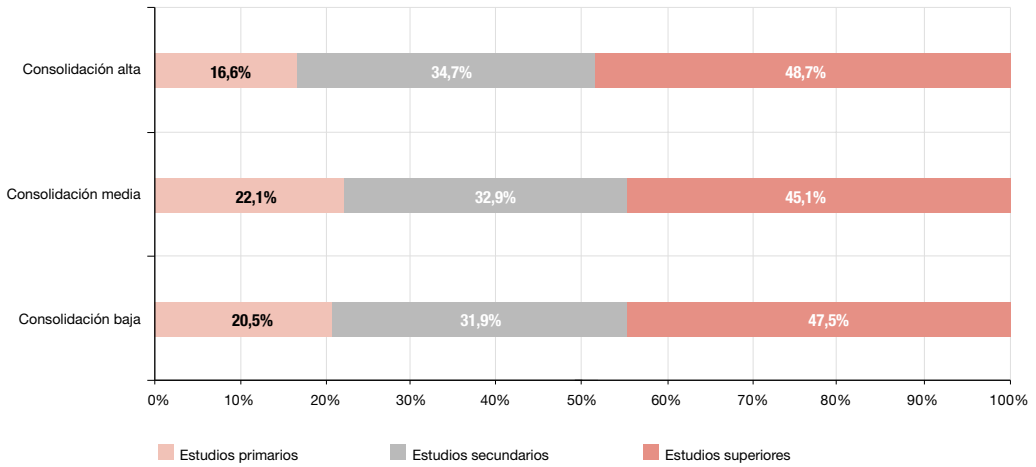
Por lo tanto, los datos sobre el sexo de los creadores de las empresas revelan que las empresas de consolidación alta cuentan con un número relativamente mayor de mujeres como socias, que están más presentes que en las empresas de consolidación media y baja. Aunque las disparidades entre el porcentaje de socios femeninos según el grado de consolidación de las empresas no sean excesivas, lo cierto es que los datos no arrojan evidencia que apoye la hipótesis de que los resultados empresariales sean menos favorables en las empresas creadas por mujeres. Todo lo contrario, la evidencia aportada sugiere que **la presencia de mujeres en los equipos creadores de las empresas favorece la consolidación empresarial.**

En el terreno del **capital humano**, conviene referirse a los indicadores de formación, experiencia, edad y motivación, y determinar si existen ciertos aspectos del capital humano que inciden positivamente en las perspectivas de consolidación.

Por lo que se refiere a la **formación de los socios de las empresas**, no se advierte claramente que en las empresas con consolidación alta los socios tengan un mayor nivel de estudios que en las empresas con menor grado de consolidación (Gráfico 79). Ciertamente, el porcentaje de socios con estudios primarios (como máximo) es algo menor en las empresas de consolidación alta (16,6% del total) que en las de consolidación media (22,1%) o baja (20,5%), y los socios con estudios secundarios son relativamente más numerosos en las empresas de consolidación alta (un 34,7% del total frente al 32,9% y el 31,9% registrado en las empresas de consolidación media y baja, respectivamente), aunque las diferencias son poco significativas.

El porcentaje de socios con estudios superiores, que hemos tomado en este trabajo como indicativo del nivel de formación, **presenta escasas disparidades entre grupos de empresas y, además, no sigue un patrón claro**, pues no aumenta o disminuye siempre que se consideren empresas con mayor (menor) consolidación. En efecto, en las empresas de consolidación empresarial alta el 48,7% de los socios tiene estudios superiores, cifra algo superior a la de las empresas de consolidación media (el 45,1%). Pero el porcentaje de socios de empresas de consolidación media con estudios superiores es inferior al registrado en las empresas de consolidación baja (47,5%, cifra cercana a la de las empresas de consolidación alta).

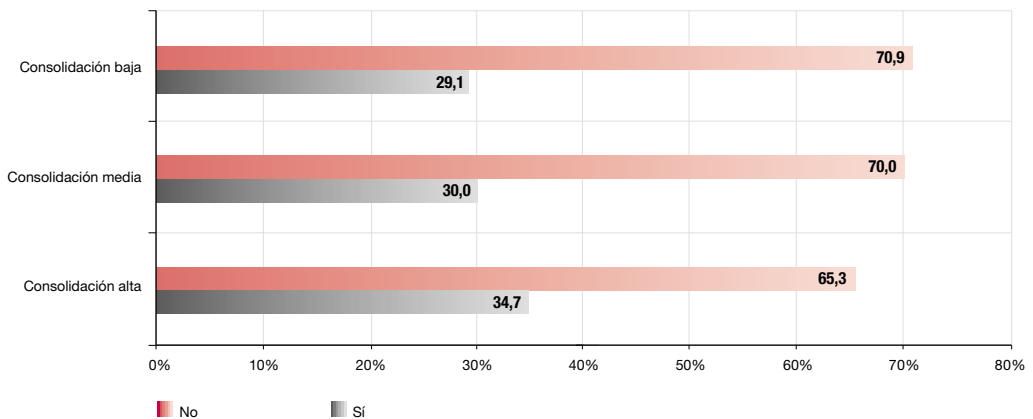
GRÁFICO.79 SOCIOS CON ESTUDIOS PRIMARIOS, SUPERIORES Y MEDIOS. (Porcentaje respecto al total)



Fuente: Cámaras de Comercio

En cuanto a los **estudios especializados**, el porcentaje de socios que ha efectuado, con anterioridad a la creación de las empresas, estudios de gestión y administración de empresas crece al considerar empresas con mayor nivel de consolidación. Como se observa en la información del Gráfico 80, el 34,7% de los socios de las empresas de consolidación alta ha realizado tales estudios, mientras que en las empresas de consolidación media y baja este porcentaje es el 30% y el 29,1%, respectivamente.

GRÁFICO.80 SOCIOS FUNDADORES CON ESTUDIOS EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (Porcentaje respecto al total)



Fuente: Cámaras de Comercio



En el terreno de la experiencia empresarial previa, se constatan disparidades sistemáticas en la experiencia según el grado de consolidación alcanzado.

Todos los indicadores de experiencia apuntan a que ésta es máxima en las empresas de consolidación alta, intermedia en las empresas de consolidación media y mínima en las de consolidación baja (Tabla 33). En efecto, el porcentaje de empresas en las que alguno de los socios había realizado tareas de gestión empresarial (antes de crear la empresa) es del 62,6% en el grupo de consolidación alta, cifra superior a la registrada en las empresas de consolidación media (59,3%) y, sobre todo, baja (55,3%). A su vez, en el 29,6% de las empresas de consolidación alta hay algún socio que había fundado previamente una empresa dentro del mismo sector, porcentaje similar al de las empresas de consolidación media (28,9%), pero algo superior al de las empresas de consolidación baja (25,2%). Por último, en cuanto a las empresas en las que algún socio había creado previamente una empresa en otro sector, se registra un porcentaje mínimo en el grupo de consolidación baja (22,2%), seguido del grupo de consolidación media (23,4%), y a considerable distancia del porcentaje registrado en el grupo de consolidación alta (28,5%).

TABLA.33

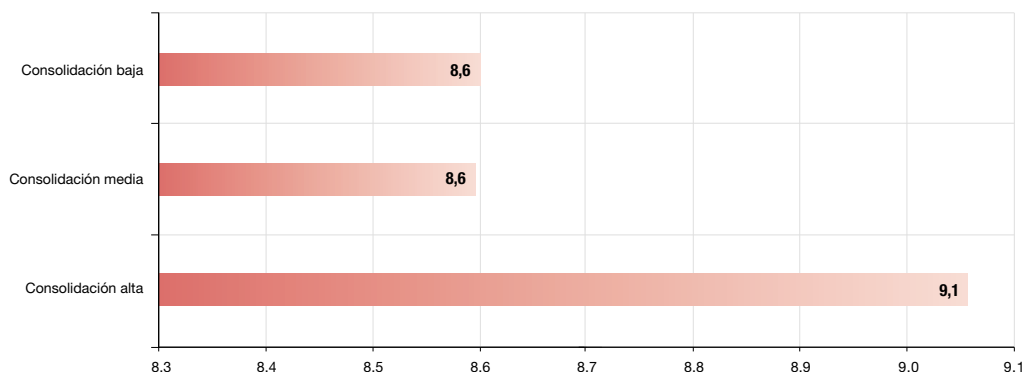
EXPERIENCIA PREVIA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Porcentaje de empresas en que alguno de los socios:	Consolidación		
	Alta	Media	Baja
Había realizado con anterioridad tareas de gestión empresarial	62,6%	59,3%	55,3%
Había fundado alguna empresa en el sector	29,6%	28,9%	25,2%
Había fundado alguna empresa en otro sector	28,5%	23,4%	22,2%

Fuente: Cámaras de Comercio

Junto con la formación y la experiencia, **la motivación** de los creadores de las empresas es susceptible de explicar las posibilidades de consolidación. Un primer indicador de la motivación es el número de horas que los socios dedican a la empresa, pues cabe sostener que los empresarios más comprometidos y con mayor voluntad de consolidar la empresa dedicarán a ésta más horas y ello, a su vez, facilitaría la consolidación. En la práctica, se aprecian algunas diferencias en el número medio de horas que las empresas dedican a la empresa según el grado de consolidación alcanzado. Las empresas donde los socios han dedicado, desde la creación, un mayor número de horas son las que actualmente figuran como empresas de consolidación alta. Como se recoge en el Gráfico 81, en las empresas de consolidación baja y media, el número medio de horas que dedican los socios es 8,6, frente a las 9,1 horas que se registra en las empresas de consolidación alta.

GRÁFICO.81 NÚMERO DE HORAS DIARIAS QUE LOS SOCIOS DEDICAN A LA EMPRESA



Fuente: Cámaras de Comercio

En cuanto a **los motivos por los que se crearon las empresas**, se aprecian interesantes disparidades entre los motivos más mencionados en las empresas con distinto grado de consolidación. Sobre todo, destaca el mayor número de empresas de consolidación baja que señala como motivo principal “salir del desempleo” (un 20,4% de estas empresas, frente al 11,1% y el 9,8% de las empresas de consolidación media y alta, respectivamente (Tabla 34). El hecho de que el motivo “salir del desempleo” sea más frecuente en las empresas con menor consolidación parece apoyar la idea de que **la motivación de los empresarios es inferior cuando se crea una empresa para salir del desempleo**, quizás porque se arriesga menos que si se abandona un empleo para dedicarse a lanzar una empresa.

TABLA.34

PRINCIPAL MOTIVO POR EL QUE SE CREÓ LA EMPRESA

	Consolidación		
	Alta	Media	Baja
Porque deseaba trabajar por cuenta propia	43,6%	47,2%	35,1%
Para salir del desempleo	9,8%	11,1%	20,4%
Para mejorar el patrimonio	21,5%	20,7%	15,4%
Por tradición familiar	7,1%	6,2%	9,0%
Otros	17,9%	14,9%	20,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Cámaras de Comercio

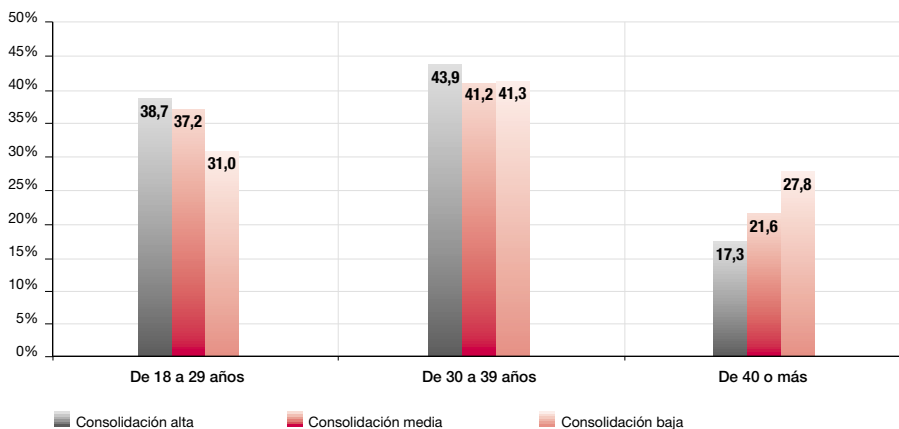
También resulta interesante que el motivo “mejorar el patrimonio” sea más importante en las empresas de consolidación alta (un 21,5% de éstas señala que la principal razón para crear la empresa fue mejorar el patrimonio) que en las empresas de consolidación media (20,7%) y, especialmente, baja (sólo el 15,4% señala “mejorar el patrimonio” como principal motivo). Esto apunta a que **las empresas creadas con el objetivo principal de mejorar la situación económica de los creadores tienen mayores probabilidades de alcanzar una consolidación elevada**. Una posible explicación deriva de que, si se crea una empresa para mejorar el patrimonio, el coste de oportunidad del fracaso es especialmente elevado, pues el fracaso comporta, en general, una pérdida de patrimonio. Por tanto, un individuo guiado por el objetivo principal de mejorar su patrimonio valorará de forma cuidadosa y exhaustiva la viabilidad del negocio antes de lanzarse al mismo, y una vez iniciado realizará todos los esfuerzos posibles para consolidarlo. De ahí, las mejores perspectivas de consolidación de las empresas creadas para mejorar el patrimonio.

El último indicador de capital humano que se considera es **la edad de los creadores de las empresas**. En general, se ha considerado que la edad es un indicador relevante del capital humano porque sirve para aproximarse a conceptos como la experiencia y conocimientos adquiridos a lo largo del tiempo, lo que ha llevado a argumentar que las probabilidades de consolidación serán mejores cuando los creadores de la empresa tengan más edad. Esto es, que la edad media de los socios aumentará al considerar grupos de empresas más consolidadas.

En el caso de las empresas españolas creadas en 1998, no se aprecia tal relación directa entre la edad de los socios y grado de consolidación. Por el contrario, **la edad media de los socios, en el momento de creación de las empresas, disminuye al aumentar el grado de consolidación empresarial**. En efecto, la edad media de los creadores de empresas de consolidación alta es 33,2 años, y aumenta en el caso de los socios de las empresas de consolidación media (35,4) y baja (35,7).

La menor edad media de los socios de las empresas de mayor consolidación se debe, sobre todo, a la mayor importancia relativa de los socios más jóvenes (entre 18 y 29 años). Como puede observarse en el Gráfico 82, en las empresas de consolidación alta el 38,7% de los socios tiene entre 18 y 29 años, porcentaje algo por encima del correspondiente a las empresas de consolidación media (37,2%), pero sobre todo superior al registrado en las empresas de consolidación baja (31%). Los socios con edad comprendida entre 30 y 39 años son también relativamente más numerosos en las empresas de consolidación alta (43,9% del total) que en las de consolidación media y baja (41,2%). La mayor importancia relativa de los socios con edad entre 18 y 39 años en las empresas de consolidación alta conduce a una escasa presencia de socios con 40 o más años. Este grupo de socios representa el 17,3% del total en las empresas de consolidación alta, frente al 21,6% y el 27,8% registrado en las empresas de consolidación media y baja, respectivamente.

GRÁFICO.82 EDAD DE LOS SOCIOS FUNDADORES



Fuente: Cámaras de Comercio

En conclusión, **la edad de los socios aparece como un factor importante para la consolidación empresarial, pues los socios de las empresas de consolidación alta son, en promedio, más jóvenes que los de las empresas de consolidación media y, sobre todo, baja.**

El impacto adverso de la edad sobre la consolidación puede explicarse si se tiene en consideración que, en realidad, la edad es un indicador complejo del capital humano. Pues, por una parte, **al aumentar la edad crece la experiencia**, y con ello, previsiblemente, las posibilidades de consolidación. Pero, por otra parte, **la capacidad de trabajo y la dedicación a la empresa**, que es clave dado el esfuerzo y dedicación que supone poner en marcha una empresa, **es mayor en individuos más jóvenes**, y ello favorecería la consolidación de las empresas creadas por socios más jóvenes.

Podemos observar como, en efecto, **la edad es un indicador directo de la experiencia e inverso de la dedicación a la empresa**. En la Tabla 35, que muestra los valores de los indicadores de experiencia en las empresas creadas en 1998 según la edad media de los socios fundadores, se aprecia con nitidez que, al aumentar la edad media, crece el porcentaje de empresas en las que alguno de los socios había realizado tareas de gestión empresarial o fundado empresas. Esto puede tomarse como indicativo de la existencia de una relación directa entre la edad y la experiencia. A su vez, el número diario de horas que los socios dedican a la empresa disminuye en las empresas en que los socios tienen, en promedio, más edad, lo que apunta a una relación inversa entre edad y dedicación a la empresa. Incluso se aprecian ciertas disparidades en la razón por la que se crean las empresas: el motivo “salir del desempleo” se hace más frecuente en las empresas creadas por socios de mayor edad y, como se verá más adelante, este tipo de motivación es más común en las empresas menos consolidadas.

TABLA.35

EDAD, MOTIVACIÓN Y EXPERIENCIA

Edad media de los socios	De 18 a 29	De 30 a 39	De 40 o más
Motivación			
Horas diarias	9,44	8,98	8,24
% Empresas creadas para salir del desempleo	11,5%	13,5%	16,2%
Experiencia			
Porcentaje de empresas en que alguno de los socios:			
Había realizado alguna vez tareas de gestión empresarial	41,3%	60,2%	69,7%
Había fundado alguna empresa en el sector	20,4%	27,7%	33,2%
Había fundado alguna empresa en otro sector	21,1%	20,5%	31,4%

Fuente: Cámaras de Comercio

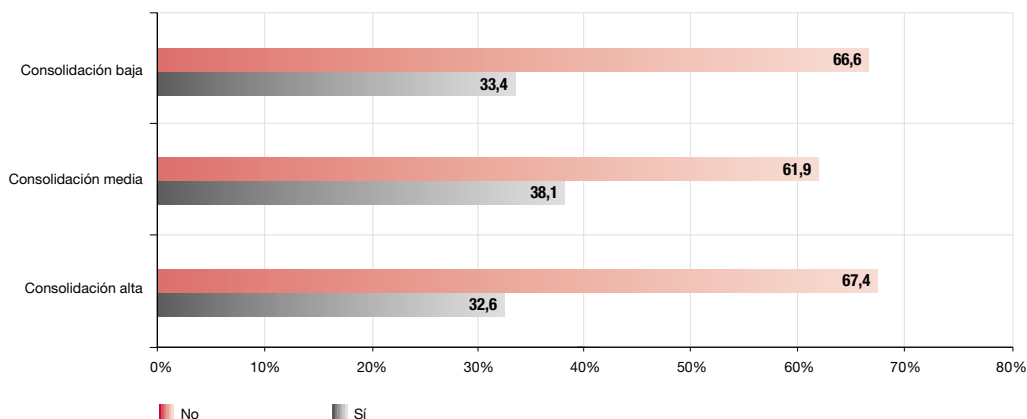
Dado que la edad actúa como variable aproximativa tanto de la experiencia como de la motivación, el hecho de que la edad de los socios aparezca como un factor adverso para la consolidación no debe tomarse como indicativo de que la experiencia no es importante para la consolidación. Lo que sucede es que, puesto que la edad es un indicador directo de la experiencia e inverso de la capacidad de esfuerzo en el trabajo, **al aumentar la edad de los socios entran dos fuerzas en conflicto: la experiencia (mayor) y la motivación (menor)**. El hecho de que la edad aparezca negativamente relacionada con el grado de consolidación de las empresas estudiadas sugiere que el efecto desfavorable sobre las perspectivas de consolidación derivado de la pérdida de motivación de los socios al aumentar su edad es relativamente más importante que el efecto favorable que sobre la consolidación ejerce la mayor experiencia de los socios.

Otras características de las empresas y sus estrategias

En este subapartado se consideran otras características de las empresas potencialmente relevantes para explicar el grado de consolidación. En particular, se analizará el esfuerzo realizado para crear la empresa, la inversión inicial y las fuentes de financiación, los beneficios, el nivel de estudios de los trabajadores y las estrategias competitivas.

Con respecto **al esfuerzo dedicado a planificar la creación de la empresa**, cabría esperar que en las empresas de consolidación alta se haya efectuado un esfuerzo superior, porque una planificación más detallada hace disminuir el riesgo de sufrir imprevistos que socaven el buen funcionamiento de las empresas. No obstante lo anterior, los indicadores empleados para aproximar el esfuerzo de planificación no apoyan la hipótesis de que un aumento de la planificación favorezca la consolidación. El primer indicador, el número de meses empleado a planificar la creación de la empresa, toma valores medios similares en las empresas de consolidación alta, media o baja. En promedio, se han dedicado cerca de cinco meses a planificar la puesta en marcha de la empresa, con independencia del grado de consolidación alcanzado posteriormente.

GRÁFICO.83

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE REALIZARON UN PLAN DE VIABILIDAD PARA AYUDAR A DECIDIR LA CREACIÓN DE LA EMPRESA


Fuente: Cámaras de Comercio

El segundo indicador utilizado en el presente estudio para aproximar el esfuerzo de planificación es la realización de un **plan de viabilidad** a fin de ayudar a decidir la creación de la empresa. El plan de viabilidad fue efectuado por un porcentaje minoritario de las empresas, inferior al 40% del total, tanto en las empresas de consolidación baja y media como de las empresas de consolidación alta (Gráfico 83). No sólo es minoritario el grupo de empresas que efectuó un plan de viabilidad, además, no se observa que haya una tendencia hacia una mayor realización de estos planes en las empresas que, posteriormente, han alcanzado una mayor consolidación. En efecto, aunque la realización de planes de viabilidad es menor en las empresas de consolidación baja que en las de consolidación media, el grupo que registra un menor porcentaje de empresas con plan de viabilidad es el de consolidación alta (un 32,6% frente al 38,1% y el 33,4% de las empresas de consolidación media y baja, respectivamente).

Los resultados anteriores apuntan a que existe una escasa cultura entre las empresas jóvenes por lo que se refiere al uso de un plan de viabilidad para ayudar a decidir la creación de las empresas, pues sólo una minoría de las mismas lo realiza. Por esta razón, puede sostenerse que el plan de viabilidad no es el mejor indicador del esfuerzo dedicado a la planificación de la empresa.

En cuanto a la **inversión inicial** realizada para lanzar las empresas, la inversión media es mayor en las empresas de consolidación alta que en las de consolidación baja. Las primeras han realizado una inversión, en promedio, de 53.514 euros, superior en un 30% a la efectuada en las empresas de consolidación baja.

La mayor inversión inicial de las empresas de consolidación alta se encuentra en línea con los resultados obtenidos anteriormente sobre la relación positiva entre tamaño inicial de las empresas y su grado de consolidación actual. Pues, en realidad, la inversión inicial puede considerarse como una variable aproximativa del tamaño inicial de la empresa y, sin duda, refleja la cantidad de recursos comprometidos. Por tanto, cabía



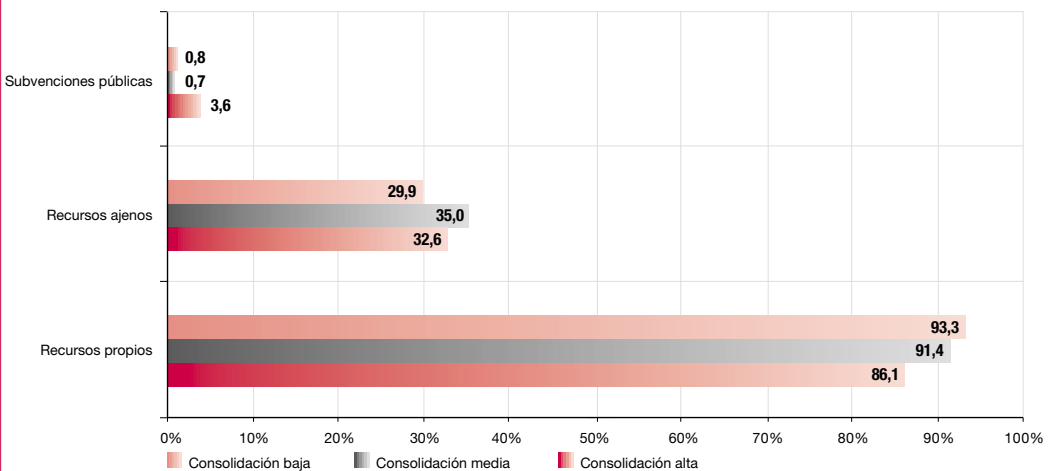
esperar que las empresas con mayor inversión inicial fueran más proclives a lograr una mayor consolidación, al igual que ocurre con las empresas que nacen con un mayor tamaño en términos de facturación y empleo.

Un aspecto relevante de la inversión inicial es la fuente de financiación empleada para acometer tal inversión. **¿Por qué razón debería afectar al grado de consolidación la forma en que se financia la inversión inicial?** Un primer motivo es que el origen de los fondos es susceptible de afectar a la motivación de los empresarios. Como se señaló en II.1, la motivación de un empresario que invierte sus ahorros cabe suponer que será muy superior a la del individuo que crea una empresa con subvenciones públicas o financiación bancaria, asumiendo, en algunos casos, un riesgo patrimonial limitado. De acuerdo con este razonamiento, se esperaría que las empresas con mayor grado de consolidación fuesen las que más emplearan recursos propios (frente a los recursos externos y las subvenciones públicas).

Con objeto de consolidar esta hipótesis el Gráfico 84 muestra el porcentaje de empresas que ha empleado recursos propios, recursos ajenos y subvenciones públicas para financiar la inversión inicial. Resulta inmediato comprobar que el porcentaje de empresas de consolidación alta que empleó recursos propios es algo menor que el registrado en las empresas de consolidación media y, sobre todo, baja lo que iría en contra de la hipótesis del párrafo anterior. También se aprecia que las subvenciones públicas han sido empleadas por un reducido porcentaje de empresas, pero éste es muy superior en el caso de las empresas de consolidación alta (3,6%) que en el de las empresas de consolidación media (0,7%) o baja (0,8%). En suma, el porcentaje de empresas de consolidación alta que emplea financiación propia (subvenciones públicas) es inferior (superior) al registrado en las empresas de menor consolidación.

GRÁFICO.84

PORCENTAJE DE EMPRESAS JÓVENES QUE HAN EMPLEADO RECURSOS PROPIOS, RECURSOS AJENOS Y SUBVENCIONES PÚBLICAS PARA FINANCIAR LA INVERSIÓN INICIAL. (Respuesta múltiple)

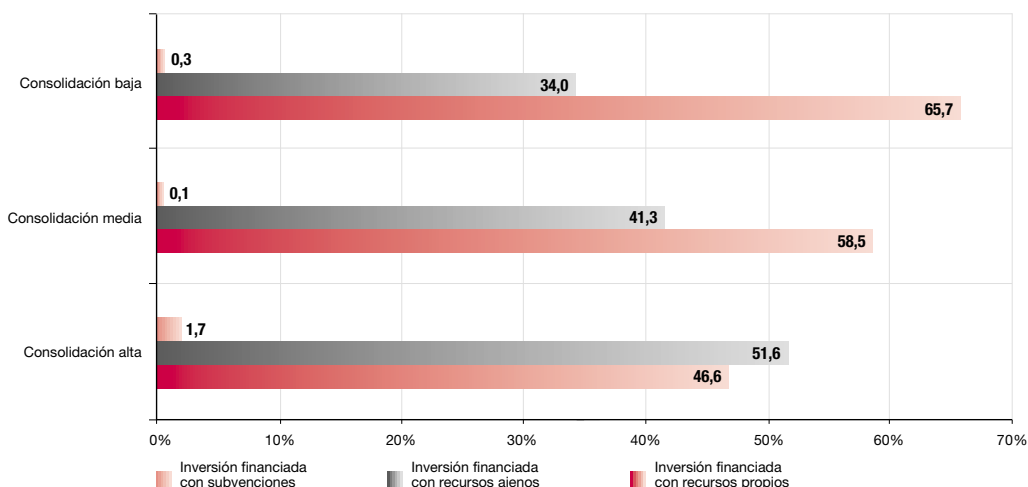


Fuente: Cámaras de Comercio

Vistos los datos sobre acceso a las diferentes fuentes de financiación, resta determinar la parte de la inversión inicial financiada con cada una de estas fuentes. El Gráfico 85 muestra que **la financiación con recursos propios crece en importancia al considerar empresas con menor grado de consolidación**. El 46,6% de la inversión inicial total de las empresas de consolidación alta se financió con recursos propios, cifra que sube hasta el 58,5% en las empresas de consolidación media, y se alcanza el valor máximo del 65,7% en las empresas de consolidación baja. A su vez, **la financiación con recursos ajenos es relativamente más importante en las empresas con mayor grado de consolidación**. En el grupo de consolidación baja, el 34% de la inversión inicial total se financió con recursos externos, porcentaje que se eleva hasta el 41,3% y el 51,6% en las empresas de consolidación media y alta, respectivamente. En fin, las subvenciones públicas han financiado una parte modesta de la inversión inicial, pero en las empresas de consolidación alta el porcentaje financiado con subvenciones públicas es un 1,7%, cifra muy por encima de la registrada en las empresas de menor grado de consolidación.

GRÁFICO.85

PORCENTAJE DE LA INVERSIÓN INICIAL FINANCIADO CON RECURSOS PROPIOS, RECURSOS AJENOS Y SUBVENCIONES PÚBLICAS



Fuente: Cámaras de Comercio

En conclusión, se aprecia la existencia una relación inversa entre el grado de consolidación y la parte de la inversión inicial financiada con recursos propios, y una relación directa entre el grado de consolidación y la financiación con subvenciones públicas y, sobre todo, recursos ajenos. Estos resultados contradicen la hipótesis de que un mayor uso de recursos propios, en detrimento de los recursos externos y las subvenciones públicas favorecen la consolidación empresarial, al impulsar la motivación de los empresarios y puede deberse con el hecho de que los ahorros invertidos no suponen una parte esencial de los recursos disponibles por el empresario.

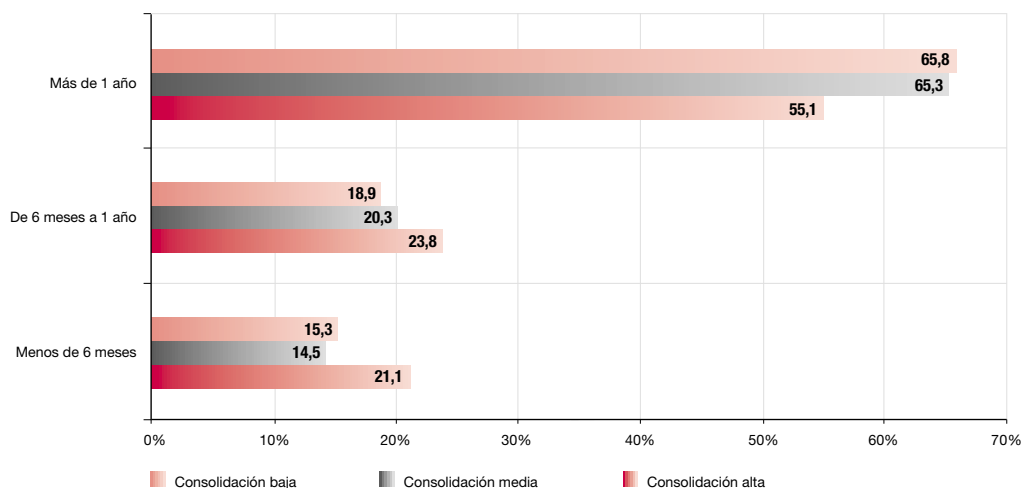


Una posible explicación se encuentra en el impacto del tamaño inicial sobre las posibilidades de consolidación empresarial. Como se señaló anteriormente, las empresas que nacen con un mayor tamaño inicial tienen mejores perspectivas de consolidación que las empresas que nacen con un menor tamaño. Por lo tanto, **tener acceso a recursos ajenos y subvenciones públicas para financiar la inversión inicial debe favorecer la consolidación, si tales fondos complementan los recursos propios de los socios fundadores y permiten crear empresas de un mayor tamaño medio.** En el caso que estamos estudiando, los recursos ajenos y las subvenciones públicas parecen ser empleados, efectivamente, como fuente adicional a los recursos propios, en vez de disminuir las aportaciones de los socios, ya que las empresas de consolidación alta (las que financian con recursos externos y subvenciones públicas un mayor porcentaje de la inversión inicial) tienen un mayor tamaño medio que las empresas de consolidación media y baja.

En lo tocante a **los beneficios empresariales**, su relación con la consolidación procede de varios frentes. En primer lugar, dadas las dificultades de acceso a la financiación externa, es posible que las empresas que tarden más tiempo en obtener beneficios soporten especiales dificultades que impidan la consolidación. Los resultados de la encuesta aportan alguna evidencia en este sentido, ya que las empresas de consolidación alta en la actualidad consideraron, en el momento de su creación, que tardarían en obtener beneficios menos tiempo que las empresas de consolidación media y baja. El 21,1% de las empresas de consolidación alta estimó que tardaría menos de seis meses en obtener beneficios, frente al 14,5% y el 15,3% de las empresas de consolidación media y baja, respectivamente (Gráfico 86). A su vez, el 55,1% de las empresas de consolidación alta estimó que tardaría más de un año en obtener beneficios, cifra inferior en diez puntos porcentuales a la registrada en las empresas de consolidación media y baja.

GRÁFICO.86

TIEMPO PREVISTO, EN EL MOMENTO DE CREAR LA EMPRESA, PARA OBTENER BENEFICIOS



Fuente: Cámaras de Comercio

Otro aspecto relevante de los beneficios es **la tasa de reinversión de beneficios**, ya que una ambiciosa política de reinversión es capaz de favorecer la consolidación, si con ella se financia la expansión de la empresa y se logra alcanzar una escala eficiente y competitiva. Sin embargo, los resultados obtenidos no son concluyentes, pues si bien las empresas de consolidación alta presentan una tasa media de reinversión superior a la correspondiente a las empresas de consolidación baja (65% versus 60%), también se aprecia que la tasa de reinversión es mayor en las empresas de consolidación media que las de consolidación alta (70% versus 65%). De esta manera, el porcentaje de empresas de consolidación media con tasa de reinversión por encima del 50% es igual al 76,5% del total, cifra superior a la registrada en las empresas de consolidación baja (52,8%), pero también mayor a la de las empresas de consolidación alta (61,9%).

TABLA.36

TASA DE REINVERSIÓN DE BENEFICIOS

	Consolidación		
	Alta	Media	Baja
Menor del 25%	24,9%	18,5%	40,2%
Entre el 25 y el 50%	13,3%	5,0%	7,0%
Mayor del 50%	61,9%	76,5%	52,8%

Fuente: Cámaras de Comercio

En conclusión, **no se aprecia que exista una relación directa entre el grado de consolidación y la tasa de reinversión, que sugiriera que las empresas que más reinvierten beneficios son más proclives a la consolidación.**

Por lo que se refiere a **los trabajadores de la empresa**, su eventual papel en la consolidación empresarial deriva de que el capital humano total de la empresa viene dado por la suma del capital humano de los socios y el del personal asalariado, y un mayor capital humano se supone favorable para la consolidación.

No obstante, si se emplea el nivel de formación como indicador del capital humano, **se aprecian pocas disparidades en el capital humano de los asalariados de las empresas.** En 1999, el 16,3% de los asalariados de las empresas que, en la actualidad, se consideran de consolidación alta, tenía estudios superiores (Tabla 37). Este porcentaje es ligeramente inferior al de las empresas de consolidación media (16,8%), y algo mayor al de las empresas de consolidación baja (14,9%). Pero, en el mejor de los casos, las disparidades en la presencia de trabajadores con estudios superiores según el grado de consolidación empresarial son modestas, lo que sugiere que el nivel de formación no es determinante crítico de las perspectivas de consolidación.

TABLA.37

NIVEL DE ESTUDIOS MÁXIMO DE LOS TRABAJADORES ASALARIADOS			
1999	Universitarios	Secundarios	Primarios
Consolidación alta	16,3%	41,6%	42,1%
Consolidación media	16,8%	42,0%	41,2%
Consolidación baja	14,9%	39,5%	45,7%
2001	Universitarios	Secundarios	Primarios
Consolidación alta	22,3%	41,5%	36,2%
Consolidación media	17,5%	44,4%	38,1%
Consolidación baja	18,3%	37,8%	43,9%

Fuente: Cámaras de Comercio

Estos resultados no deben tomarse como una prueba de que el capital humano de los trabajadores asalariados no es importante para la consolidación empresarial. Los datos apuntan a que existen pocas diferencias en el nivel de formación de los asalariados de las empresas de consolidación alta, media y baja, lo que hace difícil explicar las diferencias de consolidación en base al nivel de formación de los trabajadores. Pero nada impide que otras características del capital humano de los trabajadores (como la motivación, capacidad de trabajo en equipo, cualificación profesional y experiencia) muestren mayores disparidades y sean relevantes para explicar el grado de consolidación alcanzado por las empresas. De hecho, en el caso de los socios, el nivel formativo tiene menor relevancia sobre perspectivas de consolidación que otros aspectos del capital humano, como la experiencia y la motivación.

Se analizarán por último **las estrategias empleadas por las empresas**, con la finalidad de determinar si existen ciertas estrategias que son relativamente más empleadas por las empresas de consolidación alta que por las empresas de consolidación media y baja y, por tanto, son susceptibles de favorecer la consolidación.

Por lo que se refiere a la importancia de las estrategias empleadas para hacerse un hueco en el mercado, no se aprecian fuertes diferencias en las valoraciones de las empresas según su grado de consolidación. Las estrategias basadas en la calidad y el servicio son las más valoradas en todos los casos, mientras que las basadas en la innovación y el precio son relativamente menos valoradas (Tabla 38). Ahora bien, sí se observa que las empresas de consolidación alta valoran algo más el servicio y la explotación de un nicho de mercado que las empresas de consolidación media y, sobre todo, baja.

TABLA.38

IMPORTANCIA DE LAS ESTRATEGIAS EMPLEADAS PARA HACERSE UN HUECO EN EL MERCADO
(VALORACIÓN MEDIA; 0= NADA IMPORTANTE, 10= MÁXIMA IMPORTANCIA)

	Consolidación		
	Alta	Media	Baja
Dar un buen servicio	9,5	9,3	9,2
Explotar la innovación de un producto	6,4	6,5	6,1
Explotar la innovación de un proceso	5,9	6,1	5,7
Ofrecer un producto diferenciado	7,3	7,5	6,7
Tener mejor calidad que la competencia	8,6	8,6	8,4
Tener un precio más bajo que la competencia	5,8	5,6	6,1
Explotar un nicho de mercado	7,3	7,0	6,8

Fuente: Cámaras de Comercio

Sin embargo, la valoración ex-post de los aspectos que han sido más relevantes para el logro de los objetivos empresariales muestra particularidades más marcadas (Tabla 39). Aparte de los temas relacionados con el producto y control de costes, en los que coinciden los tres grados de consolidación, destaca especialmente **el mayor número de empresas de consolidación alta que considera relevante la innovación** (un 76,1% del total, frente al 70,4% que se registra en las empresas de consolidación media y el 59,5% de las empresas de consolidación baja). **Algo similar sucede con los recursos humanos:** para un 70,8% de las empresas de consolidación alta, encontrar personal adecuado ha sido relevante para lograr los objetivos empresariales, frente al 65,9% de las empresas de consolidación media y el 55,6% de las empresas con menor grado de consolidación. Igualmente, el disponer de financiación suficiente se considera como factor más importante conforme mayor es el grado de consolidación. Por el contrario, el precio se considera relevante en mayor medida por las empresas que tienen menor grado de consolidación. Todo sumado, los datos parecen indicar que **las empresas más consolidadas se basan más en intangibles (innovación y recursos humanos), mientras que las empresas menos consolidadas dan algo más de importancia al precio que las de consolidación alta.**

TABLA.39

ASPECTOS QUE HAN SIDO RELEVANTES PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS EMPRESARIALES

(% EMPRESAS QUE LOS CONSIDERAN RELEVANTES)

	Consolidación		
	Alta	Media	Baja
Disponer de financiación suficiente	72,3%	70,5%	61,9%
Encontrar el personal adecuado	70,8%	65,9%	55,6%
Innovar	76,1%	70,4%	59,5%
Dominar los costes	81,9%	85,5%	78,1%
Ayuda pública (subvenciones)	12,8%	13,0%	14,0%
Cooperar con otros empresarios	42,3%	47,5%	44,4%
Tener un producto adecuado	95,8%	90,6%	85,4%
Mejorar el producto	87,4%	89,1%	83,6%
Calidad del producto	93,9%	94,1%	92,6%
Precio	68,9%	72,2%	73,9%

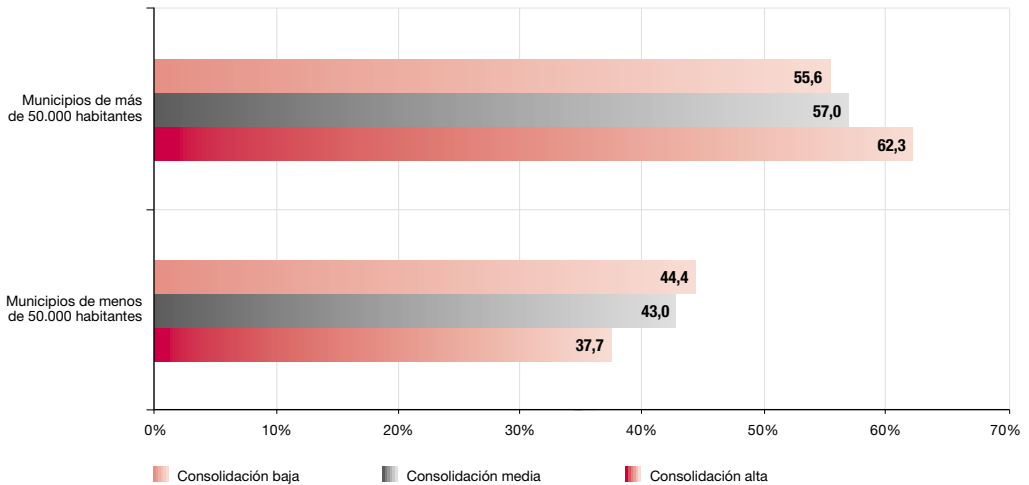
Fuente: Cámaras de Comercio

Entorno empresarial

¿Está afectando el entorno empresarial a las perspectivas de consolidación de las empresas? La información que se recoge a continuación, sobre la posición de las empresas de consolidación alta, media y baja respecto a un conjunto de variables de entorno sugiere que, en efecto, las características del entorno son relevantes para explicar la consolidación empresarial.

En primer lugar, se analiza **la distribución de las empresas jóvenes en municipios de más o menos de 50.000 habitantes** (Gráfico 87). El porcentaje de empresas de consolidación alta situadas en municipios de menos de 50.000 habitantes es el 37,7%, cifra inferior a la registrada en el caso de las empresas de consolidación media (43%) y baja (44,4%). Por tanto, se aprecia que, cuando la consolidación es más alta, aumenta la parte de las empresas situada en los municipios de mayor tamaño.

GRÁFICO.87 UBICACIÓN DE LAS EMPRESAS EN MUNICIPIOS DE MÁS Y MENOS DE 50.000 HABITANTES



Fuente: Cámaras de Comercio

El hecho de que las empresas más consolidadas se encuentren situadas, en mayor medida que las empresas menos consolidadas, en municipios de más de 50.000 habitantes apunta a que **la localización en núcleos de mayor tamaño favorece la consolidación empresarial**. Ello podría ser el resultado de las facilidades que las empresas obtienen cuando se localizan en los centros de la actividad económica, como el mejor acceso a clientes y proveedores, la existencia de un mercado de trabajo conjunto, los flujos tecnológicos, el acceso a mejores infraestructuras, etc. Estas facilidades implicarían que, a pesar del eventual aumento de competencia derivado de operar en núcleos más poblados, las empresas obtienen ventajas de la proximidad geográfica con otras empresas y con potenciales clientes, y éstas repercuten positivamente en sus posibilidades de consolidación.

La demanda y la competencia son otros aspectos del entorno potencialmente determinantes de las perspectivas de consolidación. En principio, se esperaría que una mayor demanda facilitara la expansión y consolidación de las empresas, y lo contrario sucedería en el caso de la competencia. Cabe preguntarse si, en efecto, las empresas de consolidación alta tienen mayor demanda y menor competencia que las empresas de consolidación media y, sobre todo, baja.

TABLA.40

NIVEL DE DEMANDA DE LAS EMPRESAS

	Consolidación		
	Alta	Media	Baja
Momento de creación			
Muy alta	12,4%	6,4%	6,0%
Alta	42,5%	43,4%	43,0%
Media	25,8%	29,4%	26,3%
Baja	17,7%	18,0%	19,9%
Muy baja	1,6%	2,8%	4,8%
Cuatro años después			
Muy alta	22,0%	11,9%	4,8%
Alta	59,1%	51,5%	43,3%
Media	16,7%	29,9%	34,5%
Baja	2,2%	6,4%	16,3%
Muy baja	0,0%	0,3%	1,2%

Fuente: Cámaras de Comercio

En cuanto a la demanda, la información recogida en la Tabla 40 sugiere que, en efecto, **la demanda es un factor relevante para impulsar la consolidación de las empresas**, pues ésta es mayor en el caso de las empresas de consolidación alta que en el grupo de consolidación media y baja. En el momento de creación de las empresas, el 54,9% de las empresas de consolidación alta consideraba tener una demanda alta o muy alta, porcentaje superior en unos cinco puntos porcentuales al registrado en las empresas de consolidación media o baja. Estas disparidades se acrecientan al pasar los años, pues cuatro años después de la creación, el porcentaje de empresas de consolidación alta que considera que su demanda es alta o muy alta alcanza el 81,1%, cifra superior en más de 30 puntos porcentuales a la registrada en las empresas de consolidación baja. En el extremo contrario se encuentran las empresas que consideran que su demanda es baja o muy baja: un 2,2% en el grupo de consolidación alta frente al 6,7% y el 17,5% de las empresas de consolidación media y baja, respectivamente.

TABLA.41

NIVEL DE COMPETENCIA

	Consolidación		
	Alta	Media	Baja
Momento de creación			
Muy alta	22,2%	17,3%	21,5%
Alta	35,9%	41,9%	31,4%
Media	11,3%	13,4%	23,0%
Baja	27,1%	20,5%	19,6%
Muy baja	3,5%	6,9%	4,5%
Cuatro años después			
Muy alta	21,9%	23,0%	30,5%
Alta	34,0%	43,6%	39,3%
Media	20,8%	16,8%	17,1%
Baja	21,1%	12,3%	11,4%
Muy baja	2,3%	4,4%	1,8%

Fuente: Cámaras de Comercio

Con respecto a la competencia, las cifras sobre **el nivel de competencia** en el momento de creación de la empresa no sugieren claramente que una mayor competencia inicial favorezca o perjudique la consolidación. El 58,1% de las empresas de consolidación alta considera que la competencia era alta o muy alta en el momento de crear la empresa, porcentaje algo inferior al de las empresas de consolidación media (59,2%) pero muy superior al registrado en las empresas de consolidación baja (52,9%). Sin embargo, sí se aprecia que las empresas consideran tener una menor competencia en la actualidad cuanto mayor es su grado de consolidación. Así, el porcentaje de empresas que opina que la competencia es alta o muy alta en la actualidad es el 55,9% en las empresas de consolidación alta, frente al 66,6% y el 69,8% que se registra en las empresas de consolidación media y baja, respectivamente. Esto sugiere que la competencia efectiva que sufre la empresa tras su creación es un factor relevante para la consolidación y, en particular, que un mayor nivel de competencia dificulta la consolidación²¹.

²¹No obstante, se deben interpretar con cautela estos resultados, pues no se puede descartar que las empresas que obtienen peores resultados de crecimiento culpen de ello a la competencia, sea o no cierto que sufren una competencia elevada.

TABLA.42

EMPRESAS BENEFICIARIAS DE AYUDAS PÚBLICAS Y DE ASESORAMIENTO PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA			
Ayuda pública	Consolidación alta	Consolidación media	Consolidación Baja
Si	25,7%	14,6%	13,9%
No	74,3%	85,4%	86,1%
Asesoramiento	Consolidación alta	Consolidación media	Consolidación Baja
Si	32,8%	36,3%	35,0%
No	67,2%	63,7%	65,0%

Fuente: Cámaras de Comercio

Un último factor de entorno sobre el que se desea investigar se refiere al uso de **ayudas públicas y otro tipo de ayudas en el momento de creación de las empresas**. Si tales ayudas están diseñadas para ayudar a superar las dificultades iniciales de las empresas jóvenes, deberíamos encontrar evidencia de que su uso facilita o impulsa la consolidación empresarial. En la práctica, conviene distinguir entre el impacto de las ayudas públicas y las restantes ayudas. Las últimas han sido definidas de forma amplia, incorporando el asesoramiento de expertos y los servicios de viveros de empresas o estructuras similares.

Respecto a las ayudas públicas, destaca el hecho de que las empresas de consolidación alta las hayan empleado en mayor medida que las restantes empresas. Efectivamente, el 25,7% de las empresas de consolidación alta se ha beneficiado de ayudas públicas para la creación de la empresa, porcentaje que baja hasta el 14,6% y el 13,9% en las empresas de consolidación media y baja, respectivamente (Tabla 42). Estos datos sugieren que el uso de ayudas públicas han podido favorecer la consolidación empresarial, en el sentido de que las empresas que han utilizado tales ayudas han tendido a alcanzar un mayor grado de consolidación empresarial.

En cuanto a las restantes ayudas, no se observa una relación clara entre su utilización y el logro de un mayor grado de consolidación. De hecho, el porcentaje de empresas de consolidación alta que ha empleado tales ayudas es el 32,8%, cifra algo inferior a la registrada en las empresas de consolidación media (36,3%) y baja (35%). Por tanto, no se tiene evidencia clara de que un mayor uso de estas ayudas favorezca la consolidación.

Obstáculos

¿Existen obstáculos que son más sentidos por las empresas de consolidación alta que por las empresas de consolidación media o baja? Por lo que se refiere a los obstáculos a la creación de empresas, si se toma el porcentaje de empresas que considera los obstáculos bastante o muy importantes como indicativo de la importancia de los mismos, se aprecia que no existen grandes disparidades. La Tabla 43 muestra que los obstáculos a los que las empresas conceden más importancia son la búsqueda de clientes y los relacionados con la obtención de financiación y los recursos humanos. Ahora bien, sí cabe destacar que **las dificultades para obtener financiación y su coste son percibidas como obstáculo bastante o muy importante por un mayor porcentaje de empresas conforme disminuye el grado de consolidación**. Mientras que el 47,2% de las empresas de consolidación alta considera que el acceso y el coste de la financiación son obstáculos muy importantes, en las empresas de consolidación baja se alcanza un porcentaje del 52%. Ello apunta a que **las empresas que están menos consolidadas han tenido mayores dificultades de acceso a la financiación en el proceso de creación que las empresas más consolidadas**. Por el contrario, las dificultades para encontrar personal adecuado y su coste son percibidas como obstáculo bastante o muy importante por un porcentaje menor de empresas de consolidación baja que el correspondiente a las empresas de consolidación alta. Esto sugiere que **encontrar personal adecuado y el coste del personal son obstáculos menos importantes para las empresas de consolidación baja que para las de consolidación alta**.

TABLA.43

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CONSIDERA LOS OBSTÁCULOS BASTANTE O MUY IMPORTANTES LOS OBSTÁCULOS A LA CREACIÓN DE EMPRESAS

	Consolidación		
	Alta	Media	Baja
Trámites para la creación de la empresa (tiempo requerido, coste)	46,3%	47,2%	42,3%
Búsqueda de clientes	53,4%	55,4%	53,3%
Dificultad para obtener financiación y su coste	47,2%	48,1%	52,0%
Problemas para encontrar personal adecuado	50,3%	56,4%	47,8%
Encontrar información sobre el mercado	35,9%	31,8%	36,0%
Coste personal	51,2%	47,0%	45,6%
Falta de acuerdo entre los socios fundadores	10,9%	10,8%	9,5%

Fuente: Cámaras de Comercio



En cuanto a la percepción de obstáculos tras la creación de las empresas, cabe subrayar, en primer lugar, que la presión fiscal y los trámites fiscales son los principales obstáculos para todas las empresas, si bien su importancia aumenta en las empresas que tienen menor grado de consolidación (Tabla 44). El porcentaje de empresas que considera que la presión fiscal y los trámites fiscales son obstáculos bastante o muy importantes es el 56,3% en el grupo de consolidación alta y cerca del 65% en las empresas de consolidación media y baja. Ello parece indicar que **las empresas menos consolidadas sufren en mayor medida el impacto adverso de la presión fiscal y los trámites fiscales.**

TABLA.44

PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE CONSIDERA BASTANTE O MUY IMPORTANTES LOS OBSTÁCULOS ENCONTRADOS TRAS LA CREACIÓN DE EMPRESAS

	Consolidación		
	Alta	Media	Baja
Presión fiscal y trámites fiscales	56,3%	64,2%	65,3%
Búsqueda de clientes	46,6%	49,5%	51,7%
Dificultad para obtener financiación y su coste	43,8%	42,3%	50,2%
Problemas para encontrar personal adecuado	55,4%	54,0%	47,7%
Coste personal	50,2%	44,8%	43,7%
Falta de acuerdo entre los socios fundadores	5,2%	9,9%	6,1%
Retrasos en los cobros a clientes	38,2%	37,9%	34,9%

Fuente: Cámaras de Comercio

También debe destacarse la desigual importancia de los recursos humanos y la financiación como obstáculos tras la creación de la empresa. Para el grupo de consolidación alta y, en menor medida, media, los problemas para encontrar personal adecuado y su coste tienen más importancia que las dificultades de financiación. Por el contrario, en las empresas de consolidación baja, se considera más importantes las dificultades de acceso y coste de la financiación que las relacionadas con los recursos humanos.

Por tanto, al igual que sucedía en el proceso de creación, **las empresas de consolidación alta parecen sufrir relativamente más obstáculos en el ámbito de los recursos humanos, lo que podría estar relacionado con el mayor peso otorgado por estas empresas a los intangibles** (recursos humanos e innovación) como estrategias empresariales. Por otra parte, la financiación parece ser un obstáculo relativamente mayor para las empresas menos consolidadas, lo que podría explicar el menor tamaño inicial de estas empresas y las menores tasas de crecimiento registradas en los primeros años.

IV.3. Análisis discriminante de los factores de consolidación empresarial

El análisis descriptivo realizado ha puesto de manifiesto que hay un conjunto de variables, relacionadas con el tamaño, los socios creadores, los rasgos internos de las empresas y el entorno, que afectan a las posibilidades de consolidación empresarial. Así, por mencionar un ejemplo, se ha puesto de relieve que las empresas creadas con un mayor tamaño inicial, en términos de facturación o número de asalariados, son más proclives a la consolidación empresarial, esto es, a presentar un grado de consolidación alto, que las empresas constituidas con menor tamaño.

A pesar de que el análisis precedente ha permitido aportar abundante evidencia sobre los factores que afectan a la consolidación, no podemos dejar de mencionar dos rasgos críticos del mismo. Primero de todo, **se ha estudiado el impacto sobre la consolidación de una serie de variables, pero consideradas una a una**. Esto es, la relación entre la consolidación y cada variable se establece individualmente, sin tener en cuenta cómo afectan simultáneamente todas las variables a las perspectivas de consolidación. En segundo lugar, **el análisis descriptivo no permite mostrar qué variables o grupos de variables son más determinantes para la consolidación**.

Dadas estas limitaciones, conviene completar el análisis descriptivo o de medias mediante técnicas de análisis discriminante. El objetivo del análisis discriminante es encontrar una regla de clasificación que permita responder a la pregunta siguiente: **dada una empresa con ciertas características, ¿cuál es su grado de consolidación?** Se intenta, por tanto, clasificar ciertos elementos (empresas) en grupos exclusivos (consolidación alta, media o baja), revelando cuáles son las variables que explican mejor las diferencias entre grupos.

Como se señaló en II.3, el procedimiento genera una función discriminante basada en las combinaciones lineales de las variables predictoras que proporcionan la mejor discriminación posible entre los grupos. Lo relevante de este procedimiento multivariante es que las variables se consideran de forma simultánea, no individual, y permite investigar cuáles variables son más capaces de diferenciar entre grupos. En nuestro caso, el análisis discriminante nos permitirá determinar qué variables diferencian más a las empresas de consolidación alta y baja.

Desarrollo del análisis discriminante

Para la estimación del modelo discriminante se optó tomar dos grupos de empresas, las de consolidación alta y baja. La razón por la que no se estudió el grupo de empresas de consolidación media es que se desea encontrar los factores que más diferencian a las empresas “más” y “menos” consolidadas. Por ello, se ignoró en el análisis los casos de consolidación media, a fin de seleccionar las variables que más nítidamente diferencian a las empresas con una consolidación máxima y mínima.



Puesto que se cuenta con dos grupos, **la función lineal discriminante de Fisher**, que muestra la combinación lineal de variables que representa mejor la diferencia entre las empresas de consolidación alta y baja, tendrá la siguiente forma:

$$Z = \alpha_i * X_i,$$

Dadas las estimaciones de los coeficientes α_i y los valores de las variables explicativas X_i , las empresas se clasifican como:

- **Empresas de consolidación alta, si $Z > 0$.**
- **Empresas de consolidación baja, si $Z < 0$.**

Con respecto a las variables explicativas incluidas en el modelo, éstas pueden agruparse dentro de los siguientes epígrafes: tamaño inicial, características de los socios, otras características de las empresas y variables de entorno. Las variables en cuestión inicialmente consideradas se recogen en la Tabla 45.

TABLA.45

VARIABLES EXPLICATIVAS

Nombre	Definición
Tamaño	
Facturación	Facturación en 1999 (euros)
Inversión	Inversión inicial (euros)
Asalariados	Número de asalariados en 1998
Socios	Número de socios fundadores
Características de los socios	
Mayoritario	Empresas con un socio mayoritario o único (0= No tiene un socio mayoritario o único; 1= Sí tiene)
Mujeres	Porcentaje de socios de la empresa de sexo femenino
Estudios-socios	Porcentaje de socios con estudios superiores
Estudios-gestión	Porcentaje de socios con estudios de gestión y administración de empresas
Exp-gestión	Empresas en las que alguno de los socios tenía experiencia en gestión empresarial (0 = no, 1= Sí)
Creación mismo sector	Empresas en las que alguno de los socios había creado alguna empresa en el mismo sector (0 = no, 1= Sí)
Creación otro sector	Empresas en las que alguno de los socios había creado alguna empresa en otro sector (0 = no, 1= Sí)
Edad	Edad media de los socios de las empresas
Horas	Número de horas diarias dedicado por los socios a las empresas
Motivos	Razón principal para crear la empresa (1 = salir del desempleo, 0= otros motivos)

(Continuación)

Nombre	Definición
Otras características de las empresas	
Meses	Meses dedicados a planificar la creación de la empresa
Plan viabilidad	Realización de un plan de viabilidad (0= No, 1= Sí)
Recursos propios	Porcentaje de la inversión inicial financiado con recursos propios
Recursos externos	Porcentaje de la inversión inicial financiado con recursos externos
Subvenciones públicas	Porcentaje de la inversión inicial financiado con subvenciones públicas
Tiempo	Tiempo estimado para obtener beneficios
Reinversión	Tasa de reinversión de beneficios
Estudios-trabajadores	Porcentaje de asalariados con estudios superiores en 1999
Estrategia	Valor medio otorgado a las estrategias para abrirse un hueco de mercado
Factores de entorno	
Municipio	Ubicación de la empresa: 0= Municipio de menos de 50.000 habitantes, 1= Municipio de más de 50.000 habitantes
Demanda creación	Nivel de demanda en el momento de crear la empresa (1= Muy baja...5= Muy alta)
Demanda actual	Nivel de demanda en la actualidad (1= Muy baja...5= Muy alta)
Competencia creación	Nivel de competencia en el momento de crear la empresa (1= Muy baja...5= Muy alta)
Competencia actual	Nivel de competencia en la actualidad (1= Muy baja...5= Muy alta)
Ayudas públicas	Uso de ayudas públicas para crear la empresa (0= No, 1= Sí)
Asesoramiento	Uso de asesoramiento, servicios de viveros de empresas u otros (0= No, 1= Sí)

La estimación inicial del modelo discriminante, tomando las variables explicativas de la Tabla 45, fue revisada para mejorar la capacidad de discriminación del modelo. Así, en primer lugar, se eliminaron ciertas variables explicativas que contaban con un índice de respuesta muy bajo y, en consecuencia, reducían de forma notoria el número de casos con los que se estimaba el modelo²². Esto condujo a no incluir como variables explicativas las siguientes:

- **La cifra de facturación inicial.**
- **La tasa de reinversión de beneficios.**
- **Porcentaje de trabajadores asalariados con estudios superiores en 1999.**

Por otra parte, **se excluyeron las variables que no pasaron el test realizado para determinar si los valores medios de las variables explicativas eran diferentes en los grupos de consolidación alta y baja.** Cuando la hipótesis nula (igualdad de medias) fue aceptada, se eliminó la variable en cuestión, ya que siendo iguales los valores medios, la variable no serviría para discriminar entre grupos. En esta categoría se encuentran las siguientes variables:

²²Téngase presente que el modelo discriminante sólo se estima teniendo en cuenta los casos para los que se cuenta con información sobre todas las variables explicativas.

- **Número de meses dedicados a planificar la creación de la empresa.**
- **Realización de un plan de viabilidad.**

Además, **el estudio inicial de correlaciones hizo aconsejable eliminar algunas variables**, para evitar incluir dos o más variables con una elevada correlación. Así sucedía con la demanda inicial y actual de la empresa, que se encuentran positivamente correlacionadas, y sobre todo con el nivel de competencia inicial y actual. Por ello, y dado que el análisis descriptivo indicaba que la situación actual de demanda y competencia era más crítica para la consolidación que la situación vigente en el momento de creación de la empresa, se optó por incluir sólo las variables nivel de demanda y nivel de competencia actual.

Otro caso de correlación alta se presenta en el caso de la variable “Exp-gestion” y las dos variables representativas de la experiencia previa en creación de empresas (“Creación mismo sector” y “Creación otro sector”), que indicaba que la mayoría de los casos en los que se tenía experiencia previa en creación de empresas también contaban con experiencia previa en gestión empresarial. Por ello, se optó por eliminar la variable “Exp-gestion”, y conservar las dos variables sobre creación de empresas, que también están aproximando la experiencia previa en gestión empresarial.

Un caso extremo se presenta en el caso de las variables sujetas a multicolinealidad perfecta. Esto sucedía con las tres variables siguiente (cuya suma es igual a 1): porcentaje de la inversión inicial financiado con recursos propios, con recursos ajenos y con subvenciones públicas. Para evitar los problemas que acarrea la multicolinealidad para estimar e interpretar los resultados, se optó por incluir como variable explicativa el porcentaje de la inversión financiado con recursos propios.

Resta señalar que las pruebas iniciales del modelo discriminante, unidas a los resultados del análisis descriptivo, llevaron a eliminar las tres variables siguientes:

- ✍ **Porcentaje de socios con estudios superiores.** El análisis descriptivo ha revelado que las diferencias de valor medio de esta variable entre grupos de consolidación son reducidas, y que no hay un patrón claro indicativo de que al aumentar el grado de consolidación también aumenta (o disminuye) el porcentaje de socios con estudios secundarios. Las verificaciones previas del modelo discriminante daban escaso peso a esta variable y finalmente se optó por excluirla.
- ✍ **Uso de servicios de asesoramiento de expertos, viveros de empresas u otros (en el momento de la creación de las empresas).** La definición amplia de esta variable, que resultaba útil para obtener información genérica sobre el uso de servicios de apoyo, impedía una interpretación precisa de los resultados (¿qué tipos de servicios de apoyo está recibiendo cada empresa? ¿asesoramiento? ¿acceso a infraestructuras?...). Además, en el análisis descriptivo, se apreció un patrón irregular sobre el uso de estas ayudas según el grado de consolidación (mínimo en las empresas de alta consolidación, máximo en las de consolidación media y medio en las de consolidación baja). Por todo ello, se optó por no incluir esta variable en el modelo final.

✍ **Estrategias.** Las variables representativas de las estrategias para hacerse un hueco de mercado no muestran grandes variaciones entre grupos, como se apreció en el análisis descriptivo. Por ello, y dado que incluir siete variables (una por cada estrategia) supone una notable pérdida de grados de libertad, al final no se incluyeron las estrategias.

TABLA.46

VARIABLES DEL MODELO DISCRIMINANTE	
Nombre	Definición
Tamaño	
Inversión	Inversión inicial (euros)
Asalariados	Número de asalariados en 1998
Socios	Número de socios fundadores
Características de los socios	
Mayoritario	Empresas con un socio mayoritario o único (0= No tiene un socio mayoritario o único; 1= Sí tiene)
Mujeres	Porcentaje de socios de la empresa de sexo femenino
Estudios-gestión	Porcentaje de socios con estudios de gestión y administración de empresas
Creación mismo sector	Empresas en las que alguno de los socios había creado alguna empresa en el mismo sector (0 = no, 1= Sí)
Creación otro sector	Empresas en las que alguno de los socios había creado alguna empresa en otro sector (0 = no, 1= Sí)
Edad	Edad media de los socios de las empresas
Horas	Número de horas diarias dedicado por los socios a las empresas
Motivos	Razón principal para crear la empresa (1 = salir del desempleo, 0= otros motivos)
Otras características de las empresas	
Recursos propios	Porcentaje de la inversión inicial financiado con recursos propios
Tiempo	Tiempo estimado para obtener beneficios
Factores de entorno	
Municipio	Ubicación de la empresa: 0= Municipio de menos de 50.000 habitantes, 1= Municipio de más de 50.000 habitantes
Demanda actual	Nivel de demanda en la actualidad (1= Muy baja...5= Muy alta)
Competencia actual	Nivel de competencia en la actualidad (1= Muy baja...5= Muy alta)
Ayudas públicas	Uso de ayudas públicas para crear la empresa (0= No, 1= Sí)

Las variables finalmente introducidas en el modelo discriminante son las que se recogen en la Tabla 46. Existe apoyo estadístico de que los valores medios de estas variables son diferentes en los grupos de consolidación alta y baja, pues (con un nivel de confianza del 95%) se rechaza la hipótesis nula de que los valores medios de las variables son iguales en los grupos de consolidación alta y baja.

Resultados e Interpretación

Los resultados del modelo discriminante se resumen en la Tabla 47, que muestra los coeficientes estandarizados de la función discriminante. Estos coeficientes dan una medida directa de la contribución de cada variable del modelo a la discriminación entre empresas de consolidación alta y baja²³. Un valor igual a cero sugiere que la variable en cuestión no explica las diferencias entre las empresas de consolidación alta y baja, y lo contrario sucede cuando el coeficiente es distinto de cero. **Cuando una variable tiene un coeficiente positivo, el aumento de la misma hace crecer la probabilidad que se de un valor de Z mayor que cero, esto es, de que una empresa pertenezca al grupo de consolidación alta.** De manera similar se tendrá que, cuando las variables tienen coeficiente negativo, un aumento de las mismas incrementa la probabilidad de que se de un valor de Z menor que cero, esto es, de que la empresa pertenezca al grupo de consolidación baja. Además, **cuanto mayor sea un coeficiente, más importante es su papel para discriminar entre empresas de consolidación alta y baja.**

El análisis discriminante sugiere, en línea con los resultados preliminares de IV.2, que **el tamaño inicial de las empresas es clave para alcanzar una situación de consolidación elevada.** Las variables representativas del tamaño inicial, salvo el número de trabajadores asalariados, tienen coeficientes mayores que cero. Por tanto, al aumentar el tamaño inicial (la cifra de inversión o el número de socios), se hace más probable que una empresa dada pertenezca al grupo de consolidación alta (esto es, que se verifique que $Z > 0$).

²³Puesto que las variables se miden en diferentes unidades, la magnitud de los coeficientes no estandarizados ofrece poca información sobre la contribución relativa de la variable a la discriminación general.

TABLA.46

FUNCIÓN DISCRIMINANTE. COEFICIENTES ESTANDARIZADOS²⁴

Tamaño	
Inversión	0,052
Asalariados	-0,005
Socios	0,306
Características de los socios	
Mayoritario	0,34
Mujeres	0,108
Estudios-gestión	0,191
Creación mismo sector	0,098
Creación otro sector	0,131
Edad	-0,434
Horas	0,328
Motivos	-0,207
Otras características de las empresas	
Recursos propios	-0,046
Tiempo previsto hasta obtener beneficios	-0,236
Factores de entorno	
Municipio	0,218
Demanda actual	0,631
Competencia actual	-0,242
Ayudas públicas	0,301

Fuente: Cámaras de Comercio

Pero dentro de las variables representativas del tamaño de la empresa, los resultados apuntan a que **el número de socios es más importante para la consolidación que la inversión inicial y, sobre todo, que el número de asalariados**. De hecho, el coeficiente de la variable “Asalariados” es prácticamente igual a cero (-0,005), por lo que no se acusa un impacto relevante del número inicial de asalariados sobre las perspectivas de consolidación. Además, el signo negativo del coeficiente de “Asalariados” indicaría que, en contra de lo esperado, un mayor número inicial de asalariados disminuye las probabilidades de que la empresa se encuentre en el grupo de consolidación alta. No obstante, como se ha señalado, el coeficiente es tan próximo a cero que puede considerarse que esta variable no tiene valor para discriminar entre empresas de consolidación alta y baja.

²⁴La utilidad de las variables del modelo discriminante deriva de que los coeficientes estimados son distintos de cero, lo cual resultaba previsible porque el estadístico *t* sugiere, como se comentó anteriormente, que los valores medios de las variables difieren entre los grupos de consolidación alta y baja (con un nivel de confianza del 95%). Además, la estimación paso a paso del modelo confirmó que todas las variables eran necesarias. En conjunto, el modelo estimado predice correctamente el grado de consolidación de las empresas en un 75,3% de los casos.

El elevado coeficiente de la variable “Socios” (0,306) indica que la creación de una empresa con un equipo de socios más numeroso es un factor crítico diferenciador de las empresas de consolidación alta y baja. O, en otras palabras, que **las empresas creadas por un mayor equipo de socios tienen más probabilidades, ex post, de presentar una consolidación alta que las creadas con menos socios**. La importancia del número de socios para la consolidación es posiblemente debida a que cada socio aporta recursos financieros clave para la empresa, trabajo y experiencia, que son también esenciales para iniciar una actividad empresarial. Con ello, la empresa se dota de un conjunto de recursos que impulsan su actividad, al tiempo que disminuye la necesidad de acceder a recursos ajenos o de contratar personal asalariado.

La importancia del número de socios para la consolidación empresarial puede ayudar a explicar la relación entre el tamaño inicial y las perspectivas empresariales, cuestión que es objeto de debate. En efecto, es un hecho generalmente aceptado que las empresas creadas con mayor tamaño inicial tienen, en promedio, mejores perspectivas (de supervivencia, crecimiento) que las constituidas con menor tamaño, aunque no existe un consenso sobre la razón que explica tal relación. *Por una parte, se ha señalado que las empresas que nacen con mayor tamaño cuentan con más recursos (humanos y materiales), y ello les permite “aguantar” más en los primeros momentos, hasta que se hacen un hueco de mercado y se consolidan. Pero también se ha argumentado que las empresas nacen con un tamaño que revela su confianza en el éxito, esto es, se arriesga más en el caso de tener más seguridad en las posibilidades de éxito.*

Los resultados del análisis discriminante parecen sugerir que las dos hipótesis avanzadas para explicar el impacto del tamaño inicial sobre la consolidación tienen cabida. Por una parte, las empresas con mayores inversiones iniciales, lo que posiblemente refleja su confianza en el éxito, tienen mejores perspectivas de consolidación. Por otra parte, las empresas con más socios, por tanto con mayores recursos tangibles e intangibles, logran mejores resultados de consolidación. En consecuencia, **el tamaño inicial parece relevante tanto porque refleja una mayor confianza en el éxito como por el hecho de aumentar los recursos de la empresa, pero este último motivo es relativamente más importante**.

En cuanto a las características de los socios fundadores, **el análisis discriminante confirma** los resultados obtenidos anteriormente que apuntaban a que **la existencia de un socio mayoritario, el sexo de los socios y el capital humano son aspectos críticos para la consolidación empresarial**.

El coeficiente de la variable “Mayoritario” (Empresas con un socio mayoritario o único) es positivo y de una magnitud considerable (igual a 0,340). Ello implica que **las empresas que no tienen un socio mayoritario o único tienen mayores probabilidades de pertenecer al grupo de consolidación baja que las empresas que cuentan con un socio mayoritario**. En otros términos, se ha encontrado evidencia de que la existencia de un socio mayoritario o único en las empresas jóvenes favorece la consolidación empresarial.

Como ya se mencionó en IV.2, **no existe necesariamente una contradicción en el hecho de que tanto el número de socios como la existencia de un socio mayoritario ejerzan un impacto favorable sobre la consolidación.** El efecto positivo de la presencia de un socio mayoritario puede sugerir que, dentro de los beneficios que comporta el aumento del número de socios (presumiblemente por los recursos que aportan a la empresa), conviene disponer de una cierta jerarquía o “unidad de mando” para agilizar la toma de decisiones. Lo positivo para la consolidación es tanto el número de socios como la mayor capacidad de respuesta de las empresas en las que uno de los socios es propietario mayoritario.

La variable “Mujeres” (Porcentaje de socios de sexo femenino) tiene un coeficiente igual a 0,108, lo que indica que, como se constató ya en el análisis univariante, **la presencia de mujeres como socias de las empresas es un factor que impulsa la consolidación.** En consecuencia, *aunque la mujer tiene una menor inclinación a emprender, como evidencia el hecho de que sólo el 34% del total de socios de las empresas creadas en 1998 sean mujeres, parece que su capacidad para consolidar empresas es algo superior a la de los hombres.*

¿Cómo podemos explicar estos resultados? Una posibilidad radica, precisamente, en la menor inclinación de la mujer a emprender, que puede ser el reflejo de condicionantes culturales y sociales que dificultan el acceso de la mujer a la empresa. Las mujeres que devienen empresarias a pesar de estos obstáculos culturales y sociales han pasado, de alguna manera, unos filtros o proceso de selección que no afecta a los hombres. Por tanto, hay pocas mujeres empresarias, en comparación con los hombres, pero han superado unas “pruebas” que no soportan los empresarios, y el hecho de haber pasado tal selección es una señal de una capacidad para ser empresarias. Otra posible explicación sería que las mujeres presentan ciertos rasgos de comportamiento en mayor medida que los hombres, y estos rasgos favorecen la consolidación empresarial.

En todo caso, debemos subrayar los límites de esta investigación, que demuestra que las mujeres emprenden menos que los hombres, pero con un éxito relativamente mayor. Las causas susceptibles de explicar estos hechos se han avanzado de forma intuitiva, pero se necesitarían investigaciones adicionales, posiblemente de carácter cualitativo, para conocer mejor qué explica el mayor éxito de las mujeres como empresarias.

Por lo que se refiere al **capital humano de los socios**, todas las variables indicativas del mismo (salvo el nivel de estudios, que fue eliminado por tener poca significación) tienen coeficientes distintos de cero. Esto apoya la hipótesis de que el capital humano del que disponen los socios de las empresas **es crítico para lograr la consolidación empresarial.**

Si bien el nivel de estudios no aparece como una variable claramente relevante para la consolidación, los estudios especializados en gestión y administración de empresas sí tienen un papel a la hora de discriminar entre empresas de consolidación alta y baja. El coeficiente de la variable “Estudios-gestión” es igual a 0,191, lo que implica que las empresas con mayor porcentaje de socios con estudios en gestión y administración de empresas se acercan más al grupo de consolidación alta.

También se encuentra evidencia de que la experiencia es una fuerza motora de la consolidación empresarial. Las dos variables representativas de la experiencia (“Creación mismo sector” y “Creación otro sector”) tienen coeficientes positivos (igual a 0,098 y 0,131, respectivamente). Ello indica que las empresas en las que algún socio había creado una empresa con anterioridad, en el mismo o en otro sector de actividad, son más proclives a presentar un grado de consolidación alta que las empresas en las que no se cuenta con experiencia previa.

Con respecto a la motivación, **el número de horas que los socios dedican a las empresas discrimina decisivamente entre empresas de consolidación alta y baja**, en el sentido de que, cuanto mayor es el número de horas dedicado diariamente a la empresa, mayor es la probabilidad de que la empresa en cuestión tenga un grado de consolidación alta (pues el coeficiente de la variable “Horas” es igual a 0,328). Puesto que las horas dedicadas a la empresa se han tomado como indicativas de la motivación, estos resultados permiten señalar que *una mayor motivación de los socios (dedicación de más horas) tiene una repercusión positiva sobre las perspectivas de consolidación*.

En el ámbito de la motivación, resulta también interesante que la variable “Motivos” sea distinta de cero y que su coeficiente sea negativo (-0,207). Para interpretar este resultado, recuérdese que esta variable es dicotómica, con un valor 1 si el motivo principal para crear la empresa es salir del desempleo, y 0 si el motivo principal es de otra naturaleza. Por tanto, una empresa constituida con la motivación principal de salir del desempleo se encuentra más próxima al grupo de consolidación baja que una empresa constituida con otras motivaciones. Esto es, **las empresas creadas con el objetivo principal de salir del desempleo tienen peores perspectivas de alcanzar una consolidación alta que las constituidas con otras motivaciones**. Ello puede tomarse como evidencia a favor de la hipótesis de que la motivación de los empresarios es menor si se crea una empresa para salir del desempleo, porque el coste de oportunidad del fracaso es menor que si se abandona una posición laboral.

En fin, dentro de las variables del capital humano, tiene un elevado impacto la edad media de los socios fundadores, lo cual resulta bastante llamativo. El coeficiente de la variable “Edad” es igual a -0,434, sólo inferior en magnitud a una de las variables incluidas en el modelo (“Competencia actual”). Este resultado indica que **un aumento de la edad media de los socios hace crecer de forma acusada la probabilidad de que la empresa se encuentre en el grupo de consolidación baja**. Por el contrario, las empresas con socios más jóvenes tendrán mejores perspectivas de alcanzar una consolidación alta.

A la hora de interpretar el impacto adverso de la edad de los socios sobre la consolidación empresarial conviene recordar los resultados de IV.2, donde se puso de relieve que la edad es un indicador directo de la experiencia e inverso de la motivación y capacidad de trabajo. A su vez, tanto la motivación como la experiencia son factores relevantes para discriminar entre empresas de consolidación alta y baja. Por lo tanto, el coeficiente negativo de la variable “Edad” debe estar indicando que el efecto desfavorable sobre las perspectivas de consolidación derivado de la pérdida de motivación de los socios al aumentar su edad es relativamente más importante que el efecto favorable que sobre la consolidación ejerce la mayor experiencia de los socios.

Por lo que se refiere al impacto de otras características internas de las empresas, la variable “Recursos propios” tiene un coeficiente negativo, pero muy próximo a cero. Ello significa que, **al aumentar la parte de la inversión inicial financiada con recursos propios** (lo que supone básicamente que los recursos ajenos son menos importantes, ya que el porcentaje de inversión inicial financiado con subvenciones públicas es muy reducido), **crece la probabilidad de que la empresa pertenezca al grupo de consolidación baja**. No obstante, debe insistirse en que el coeficiente de la variable “Recursos propios” es muy próximo a cero, lo que indica que el impacto de esta variable sobre el grado de consolidación es reducido.

El efecto desfavorable (aunque de magnitud moderada) del porcentaje de la inversión inicial financiada con recursos propios sobre el grado de consolidación apoya la idea avanzada en IV.2 de que **el acceso a recursos ajenos favorece la consolidación**, porque esta financiación complementa las aportaciones de los socios y permite alcanzar un mayor tamaño inicial. Esto último, como se ha reiterado a lo largo del estudio es, a su vez, vital para maximizar las posibilidades de consolidación empresarial.

La última variable representativa de las características internas de las empresas, el **tiempo previsto para obtener beneficios en el momento de crear la empresa**, tiene un signo negativo, que apunta a que las empresas que previeron que tardarían menos tiempo en obtener beneficios tienen mejores perspectivas de consolidación. Como se ha señalado anteriormente, esto podría explicarse por las dificultades que existe de acceso a la financiación en los momentos iniciales de las empresas, lo que dificultaría la consolidación de las iniciativas que necesitan más tiempo para obtener beneficios.

Resta considerar el impacto de las variables de entorno sobre la consolidación empresarial. Podemos avanzar que los coeficientes de las cuatro variables de entorno son diferentes de cero, y de una magnitud elevada, lo que **sugiere que el entorno económico-institucional en el que se desenvuelven las empresas tiene una marcada importancia para la consolidación empresarial**.

En primer lugar, el modelo discriminante confirma que **el tamaño del municipio donde se encuentra ubicada la empresa ejerce una influencia sobre el grado de consolidación empresarial**. La variable “Municipio” es igual a 0,218, lo que implica que las empresas localizadas en municipios de mayor tamaño (más de 50.000 habitantes) tienen más probabilidad de pertenecer al grupo de consolidación alta que las empresas ubicadas en municipios más pequeños (de menos de 50.000 habitantes).

El impacto favorable del tamaño del municipio sobre las perspectivas de consolidación apunta a que **las empresas obtienen efectivamente ventajas cuando se localizan en centros de la actividad económica**. Como se señaló en IV., estas ventajas incluirían el mejor acceso a clientes y proveedores, la existencia de un mercado de trabajo conjunto, los flujos tecnológicos o el acceso a infraestructuras.

En segundo lugar, **la situación actual de la demanda y la competencia de la empresa resultan críticas para determinar el grado de consolidación**. La variable “Demanda actual” tiene un coeficiente igual a 0,631, el más alto de todas las variables del modelo discriminante, lo que implica que el aumento de la demanda actual

hace más probable que una empresa sea de consolidación alta. La competencia actual tiene un papel también destacable, con un coeficiente igual a $-0,42$, indicativo de que las perspectivas de consolidación son peores en las empresas que en la actualidad sufren mayor competencia.

Los resultados anteriores resultan bastante intuitivos. Las empresas que, tras su creación, descubren que su demanda es elevada tienen mayor facilidad para superar las dificultades iniciales de las empresas (financieras, búsqueda de clientes, etc) que las empresas con menor demanda. Además, el soporte de la demanda es crucial para expandir la actividad tras la creación de la empresa, lo cual puede tener gran importancia a fin de alcanzar una escala mínima eficiente (esto es, un nivel de actividad que garantice que los costes medios son mínimos). En cuanto a la competencia, puede argumentarse de forma similar que una menor competencia libera de presiones a las empresas y les permite expandir su actividad, con el consiguiente efecto beneficioso para la consolidación.

Por último, pero no menos importante, la variable “Ayudas públicas” tiene un coeficiente significativamente mayor que cero (igual a $0,301$). Recuérdese que la variable “Ayudas públicas” toma un valor igual a cero, si la empresa no las utilizó en el momento de su creación, o igual a 1, en el caso de que la empresa las empleara. Por lo tanto, el coeficiente positivo de la variable implica que **el uso de ayudas públicas en el momento de creación aumenta la probabilidad de que las empresas figuren en el grupo de consolidación alta**. En otros términos, las empresas que han empleado ayudas públicas en el momento de creación de la empresa tienen posteriormente mejores perspectivas de alcanzar una consolidación alta que las empresas que no se han beneficiado de tales ayudas. A su vez, **ello puede tomarse como prueba de la eficacia de la ayuda pública**, que complementa los recursos y genera confianza en los proyectos, **para impulsar la consolidación empresarial**.

IV.4. Conclusiones

El análisis realizado en IV.2., de carácter univariante, ha permitido destacar **las siguientes características de las empresas de consolidación alta, media y baja**:

- ✍ Los distintos indicadores de tamaño (facturación, número de asalariados, número de socios e inversión inicial) muestran que las empresas más consolidadas nacieron con un mayor tamaño inicial.
- ✍ Las estructuras de propiedad caracterizadas por la existencia de un socio único o mayoritario son más frecuentes en las empresas de consolidación alta que en las de consolidación media y, sobre todo, baja.
- ✍ La formación especializada en gestión de empresas y la experiencia empresarial es mayor en las empresas de consolidación alta que en las de consolidación media y, sobre todo, baja. Pero el nivel de estudios de los socios no presenta marcadas disparidades entre empresas con distinto grado de consolidación, y además no sigue un patrón claro de aumento o disminución al crecer o disminuir el grado de consolidación.

- ✍ El número de horas que los socios dedican a las empresas es máximo en las empresas de consolidación alta. Además, estas empresas son creadas en menor medida para salir del desempleo que las empresas de consolidación media y baja.
- ✍ La edad media de los socios (que es un indicador directo de la experiencia e inverso de la motivación) disminuye al aumentar el grado de consolidación empresarial.
- ✍ El número meses dedicado a planificar la creación de la empresa no presenta variaciones según el grado de consolidación alcanzado por las empresas. En cuanto a la realización de un plan de viabilidad, sólo una minoría de las empresas lo ha efectuado, y no se observa que haya una tendencia hacia una mayor realización de estos planes en empresas que, posteriormente, han alcanzado un mayor grado de consolidación.
- ✍ La financiación de la inversión inicial con recursos ajenos y subvenciones públicas es relativamente más importante en las empresas de consolidación alta que en las de consolidación media y baja.
- ✍ Las empresas de consolidación alta previeron, en el momento de su creación, que tardarían menos tiempo en obtener beneficios que las de menor consolidación. La tasa de reinversión de beneficios es máxima en las empresas de consolidación media.
- ✍ El nivel de estudios de los trabajadores asalariados varía poco entre empresas con distinto grado de consolidación, y además no sigue un patrón claro de aumento o disminución al crecer o disminuir el grado de consolidación.
- ✍ Las estrategias utilizadas para abrirse un hueco de mercado son similares en las empresas de consolidación alta, media o baja, aunque el número de empresas de consolidación alta que considera que la innovación ha sido relevante para el logro de los objetivos empresariales es muy superior al de empresas de consolidación media y baja.
- ✍ Las empresas de consolidación alta se ubican en municipios de más de 50.000 habitantes en mayor medida que las empresas de consolidación media y, sobre todo, baja.
- ✍ La demanda (inicial y actual) es más alta en las empresas con mayor grado de consolidación, que también consideran soportar una menor competencia actual que las empresas con menor grado de consolidación.
- ✍ El uso de ayudas públicas para la creación de la empresa es más frecuente en las empresas de consolidación alta que en las de consolidación media y, sobre todo, baja.

Por lo tanto, dentro de los límites que supone la realización de un análisis univariante, que no tiene en cuenta las interrelaciones entre el conjunto de las variables potencialmente explicativas del grado de consolidación, los resultados anteriores apuntan a la existencia de una serie de factores internos y externos de las empresas susceptibles de determinar el grado de consolidación. En concreto, **los resultados anteriores sugieren que las empresas más proclives a lograr una consolidación empresarial alta son las que:**

- ✍ Nacen con un mayor tamaño inicial.
- ✍ Tienen un socio único o mayoritario.
- ✍ Cuentan con una mayor participación de mujeres como socios fundadores.
- ✍ Los socios tienen una mayor motivación (dedican más horas y “Salir del desempleo” es un motivo menos común para crear la empresa).
- ✍ Los socios tienen una menor edad media en el momento de crear la empresa y mas experiencia en gestión empresarial.
- ✍ Los socios tienen mayor formación.
- ✍ Usan relativamente más recursos ajenos y subvenciones públicas para financiar la inversión inicial.
- ✍ Previeron que tardarían menos tiempo en obtener beneficios.
- ✍ Han aprovechado la innovación como factor estratégico para lograr los objetivos.
- ✍ Se localizan en núcleos de población de mayor tamaño.
- ✍ Cuentan con mayor demanda y soportan menor competencia.
- ✍ Han usado ayudas públicas para la creación de la empresa.

Por tanto, estos aspectos pueden considerarse como factores que favorecen el logro de una mayor consolidación empresarial.

Por el contrario, **el análisis no ha ofrecido evidencia que apoye la hipótesis de que la consolidación empresarial tenga mejores perspectivas en empresas:**

- ✍ Con mayor nivel de estudios de los socios creadores y los asalariados.
- ✍ Con un esfuerzo mayor de planificación, aproximado éste por el número de meses dedicado a la planificación de la empresa y la realización de un plan de viabilidad. No obstante, en el caso del plan de viabilidad, el hecho de que su uso sea poco generalizado puede apuntar a una escasa cultura en el uso de este instrumento, por lo que no sería el mejor indicador del esfuerzo de planificación.
- ✍ Que reinvierten una mayor parte de sus beneficios.

El análisis del impacto simultáneo de las variables representativas del tamaño inicial, las características de los socios fundadores, otros rasgos de las empresas y los factores entorno **sobre las perspectivas de consolidación (IV.3)** ha confirmado que el tamaño inicial es un factor relevante para la consolidación. En particular, **el número de socios** creadores de la empresa incide de forma muy positiva en las perspectivas de la consolidación. Por otra parte, las características de los socios y las características internas de las empresas también aparecen como variables clave en el proceso de consolidación. Sobre todo, cabe subrayar el impacto favorable sobre la consolidación de **la experiencia y la motivación, la presencia de mujeres como socios y de un socio mayoritario y del tiempo necesario para obtener beneficios**. Pero los factores de entorno tienen también un papel relevante como determinantes de la consolidación. Todas las variables de entorno afectan decisivamente a la consolidación, y muy especialmente la situación de demanda y el uso de ayudas públicas.

The background is a grayscale image of a busy office or business environment. It features a grid pattern overlaid on the scene. A prominent dark line graph with several upward-sloping segments is positioned diagonally across the frame. In the background, there are blurred figures of people in business attire, and some faint text like 'ESP' is visible on a wall or screen.

Factores PARA Consolidar UNA Empresa

V. Conclusiones

Conclusiones generales

En 1998 se crearon en España 339.162 empresas, de las que 207.839 continúan activas en la actualidad. ¿Cómo son estas jóvenes empresas? ¿Presentan diferencias según la región, sector o el tamaño inicial? ¿Y cuáles son los factores que explican las diferencias en el grado de consolidación alcanzado? A estas cuestiones, que han sido escasamente investigadas en España, ha respondido el presente trabajo, cuyas conclusiones se recogen a continuación.

V. 1. Perfil de la empresa joven en España

Las empresas jóvenes (creadas en 1998) son de **pequeña dimensión**, de acuerdo con su facturación inicial, pero tienden a aumentar decisivamente su tamaño (cifra de facturación y número de asalariados) en los primeros años de vida.

En cuanto a las características de los socios, cabe señalar, en primer lugar, que la empresa media tiene 2,5 socios fundadores, y la propiedad (en empresas con más de un socio) tiende a repartirse de forma igualitaria entre éstos. En segundo lugar, se ha encontrado que la relación entre la edad y la inclinación a emprender es, inicialmente, creciente, pero se hace decreciente a partir cierta edad (en torno a los 40 años), por lo que un **proceso de envejecimiento de la población se presenta como una amenaza para el desarrollo del espíritu de empresa**. Por otra parte, el 66% de los socios fundadores de las empresas son hombres y el 34% mujeres. Mientras que las empresas creadas exclusiva o mayoritariamente por mujeres son sólo el 15%, las creadas exclusiva o mayoritariamente por hombres suponen el 60% del total. Por tanto, se constata que **la inclinación a emprender es menor entre las mujeres**. En el terreno del capital humano de los socios, cabe subrayar que una amplia mayoría tiene estudios secundarios o superiores (el 80% del total). Pero **el 32,6% de las empresas son creadas sin que los socios cuenten con experiencia de gestión empresarial o hayan fundado con anterioridad otras empresas**.

Por lo que se refiere al proceso de creación, se ha dedicado en promedio cinco meses a planificar la empresa antes de ponerla en marcha, aunque la realización de un plan de viabilidad ha sido minoritaria (sólo el 35% de las empresas lo ha efectuado). La inversión inicial (igual a 12.000 euros en la empresa mediana) ha sido financiada mayoritariamente con recursos propios de los socios, aunque los recursos ajenos también han sido importantes. En cambio, las subvenciones públicas han financiado una parte muy reducida de la inversión inicial (menos del 1%). Por otra parte, se ha constatado que las

tasas de reinversión de beneficios son muy elevadas, lo que puede estar relacionado con **las necesidades de financiación del crecimiento** que experimentan las empresas en sus primeros años.

En las empresas jóvenes **predominan los contratos indefinidos a tiempo completo**. En cuanto al nivel de estudios de los asalariados, en 1999, el personal asalariado de las empresas jóvenes tenía sobre todo estudios primarios (42% del total) y secundarios (41%). Entre 1999 y 2001, ha aumentado el protagonismo de los trabajadores con estudios superiores, lo que apunta a una **mejora del capital humano de los asalariados** en los primeros años de vida de las empresas.

En el terreno de las **estrategias competitivas**, en el momento de crear las empresas, la calidad y el servicio son los factores a los se concedió más relevancia para lograr un hueco de mercado. Posteriormente, la calidad, unida a las características del producto y su mejora y al control de costes, han sido claves para el cumplimiento de los objetivos empresariales.

En lo referente al **entorno empresarial**, la mayoría de las empresas jóvenes se ubica en núcleos de más de 50.000 habitantes y, en el momento de su creación, consideraba que su demanda era alta o muy alta, pero que la competencia también era elevada. Tras operar varios años en el mercado, ha crecido la parte de las empresas que considera que la competencia es elevada. Por otra parte, el uso de ayudas públicas para crear la empresa es minoritario (16,7% de las empresas son beneficiarias), y el principal impacto de estas ayudas es impulsar la expansión inicial de las empresas.

En fin, las empresas jóvenes tienen serias dificultades para encontrar el personal adecuado, hacer frente al coste de personal y acceder a la financiación necesaria para crear la empresa. Además, la presión fiscal y los trámites fiscales son considerados obstáculos muy importantes.

V. 2. Perfil de la empresa joven. Análisis regional, sectorial y por tamaños

Se han encontrado ciertas disparidades en términos de tamaño, características de los socios e internas de las empresas, e incluso en el terreno del entorno empresarial según la región donde se ubica la empresa, el sector y el tamaño inicial. A continuación se resumen las principales diferencias encontradas.

Regiones objetivo 1 y resto de regiones

Las empresas jóvenes de las regiones objetivo 1 tienen un menor tamaño inicial (facturación) que las situadas en las restantes regiones españolas, hecho que se mantiene en 2001 no obstante el aumento de la facturación constatado en las empresas de las regiones objetivo 1.

El número medio de socios de las empresas jóvenes es también más bajo en las regiones objetivo 1 donde, además, los socios son, en promedio, más jóvenes y las

mujeres tienen una menor presencia como fundadoras de empresas que en las restantes regiones españolas. Por lo que se refiere al capital humano de los creadores de las empresas, todos **los indicadores (de formación y de experiencia) apuntan a que los socios de las empresas de las regiones objetivo 1 tienen menor capital humano que los de las restantes regiones españolas.**

Las empresas jóvenes situadas en las regiones objetivo 1 han acometido inversiones iniciales que, en promedio, son inferiores a las de las empresas de las restantes regiones españolas. El acceso a los recursos ajenos y a las subvenciones públicas para financiar esta inversión es más frecuente en las empresas de las regiones objetivo 1. En cuanto a los beneficios, en el momento de su creación, las empresas de las regiones objetivo 1 estimaron que tardarían más tiempo en obtener beneficios que las empresas de las restantes regiones. Pero hay un mayor número de empresas (en relación al total) con tasas de reinversión de beneficios por encima del 50% en las regiones objetivo 1.

Respecto al personal asalariado, en las empresas jóvenes de las regiones objetivo 1 el nivel formativo de los trabajadores asalariados es menor que en las restantes regiones. Además, la temporalidad parece más extendida en las empresas jóvenes de las regiones objetivo 1.

En cuanto al entorno empresarial, cabe subrayar sobre todo la mayor propensión de las empresas de las regiones objetivo 1 a localizarse en municipios de menos de 50.000 habitantes (un 51% del total, frente al 32% registrado en las restantes regiones). También resulta notable **el mayor uso de ayudas públicas para crear las empresas que se observa en las regiones objetivo 1.** Por último, destaca el hecho de que los obstáculos relacionados con los recursos humanos (dificultad para encontrar personal adecuado y su coste) son consideradas menos importantes por las empresas de las regiones objetivo 1 que, sin embargo, encuentran mayor dificultad para acceder a la financiación que las empresas de las restantes regiones españolas.

Los servicios y la industria

Las cifras de facturación y empleo apuntan a que **las empresas industriales nacen con un tamaño medio superior al de las empresas de servicios**, disparidades que se mantienen cuatro años después del nacimiento de las empresas. Sin embargo, el número de socios fundadores de las empresas jóvenes de servicios es, en promedio, algo superior al de las empresas industriales.

Con respecto a los socios, cabe subrayar que **en la industria, en comparación con los servicios, las mujeres tienen una menor presencia** (menor número de mujeres respecto al total de socios), y que **la edad media de los socios es menor.** También se constata un menor nivel formativo de los socios de las empresas jóvenes industriales (un 33% tiene estudios superiores, mientras que en los servicios se alcanza un porcentaje del 50%)

El esfuerzo dedicado a planificar la creación de las empresas es similar en ambos sectores, en términos del número de meses de planificación, pero la realización de un plan de viabilidad para ayudar a decidir si crear la empresa es más común en las empresas jóvenes de servicios. Ello resulta algo sorprendente, ya que las empresas jóvenes industriales incurren en una mayor inversión inicial, lo que haría esperar que fuera más común la realización de planes de viabilidad en la industria que en los servicios.

La inversión inicial es mayor en las empresas industriales que en las de servicios. Para la financiación de esta inversión, en las empresas industriales se emplean los recursos propios en mayor medida que en las empresas de servicios. Las subvenciones públicas sirven para financiar una parte similar de la inversión inicial de empresas industriales o de servicios.

Los trabajadores asalariados de las empresas creadas en 1998 en la industria y los servicios se diferencian por su nivel de estudios, que es mayor en el sector servicios. Además, **la temporalidad parece mayor en las empresas jóvenes industriales**, pues en el 26% de éstas son mayoritarios los contratos temporales, frente al 40,7% de las empresas de servicios.

En cuanto a las estrategias empleadas para hacerse un hueco entre los competidores, **la estrategia innovadora** basada en nuevos productos es relativamente más valorada por las empresas industriales, que también dan más peso que las de servicios al factor precio y al control de costes para lograr sus objetivos.

En lo tocante al entorno empresarial, las empresas jóvenes industriales se han establecido en núcleos con menos de 50.000 habitantes en mayor medida que las empresas de servicios, lo que podría apuntar a la existencia de **costes de congestión** que favorecen la localización de la industria (bienes comercializables) en zonas menos densamente pobladas. En el terreno de las ayudas, las empresas de servicios se han beneficiado más que las industriales del asesoramiento de expertos y apoyo de viveros de empresas y estructuras similares. Pero **el uso de ayudas públicas para la creación de empresas ha sido relativamente mayor en la industria** que en los servicios.

Empresas con asalariados y sin asalariados en el momento de su creación

Las empresas creadas sin asalariados tienen, como cabe esperar, unas cifras de facturación inferiores a las empresas con asalariados. No obstante, el número medio de socios es similar en ambos tipos de empresas.

Por lo que se refiere a las características de los socios fundadores, las empresas sin asalariados con un socio mayoritario son menos numerosas (respecto al total) que las empresas con asalariados. Por otra parte, las mujeres tienen una presencia relativamente mayor en las empresas sin asalariados que en las empresas con asalariados, lo que sugiere que **las mujeres están relativamente más inclinadas a crear empresas sin asalariados**. En cuanto al capital humano, el nivel de formación de los socios es menor en las empresas con asalariados que en las que tienen asalariados.

Pero los restantes indicadores del capital humano de formación, experiencia y motivación apuntan a que éste es mayor en las empresas con asalariados.

Hay otros aspectos internos de las empresas en los que se constatan ciertas disparidades. En primer lugar, para financiar la inversión inicial, que lógicamente es mayor en las empresas con asalariados, el número de empresas sin asalariados que ha accedido a recursos ajenos es menor que el correspondiente a las empresas con asalariados. Pero estas últimas acceden menos a subvenciones públicas para crear las empresas que las empresas sin asalariados. En segundo lugar, la tasa de reinversión de beneficios de las empresas con asalariados es muy superior a la de las empresas sin asalariados. Por último, cabe destacar la mayor importancia que conceden las empresas con asalariados, respecto a las creadas sin asalariados, a la innovación y a las ayudas públicas para lograr sus objetivos.

Para concluir, resta señalar los aspectos del entorno empresarial y su valoración por parte de las empresas con y sin asalariados. En cuanto a la localización, las empresas sin asalariados se localizan más en municipios de menos de 50.000 habitantes que las empresas con asalariados. Por otra parte, las ayudas públicas a la creación de empresas han sido utilizadas por un número relativamente mayor de empresas con asalariados que empresas sin asalariados, pero estas últimas han empleado en mayor número los servicios de asesoramiento de expertos, viveros de empresas y estructuras similares. Por último, las empresas sin asalariados sufren ciertos obstáculos con mayor intensidad, sobre todo la búsqueda de clientes, los trámites para crear la empresa y la presión y trámites fiscales.

V.3. La consolidación empresarial

Se ha encontrado evidencia de que ciertos aspectos de las empresas y sus creadores y del entorno empresarial influyen en las perspectivas de consolidación. Cabe destacar, en primer lugar, que los resultados de estudio apuntan a que **el tamaño inicial de las empresas incide positivamente sobre las perspectivas de consolidación**, y se aprecia, sobre todo, un efecto muy favorable del número inicial de socios. El tamaño inicial parece relevante tanto porque refleja una mayor confianza en el éxito como por el hecho de aumentar los recursos de la empresa, pero este último motivo es relativamente más importante, como ilustra el hecho de que el número de socios tenga un impacto superior sobre la consolidación que la inversión inicial y el número de asalariados.

En segundo lugar, **las características de los socios también se presentan como aspectos determinantes de las posibilidades de consolidación.** Se debe subrayar, por una parte, que las empresas con un socio mayoritario o único tienen mayores probabilidades de pertenecer al grupo de consolidación alta, lo que podría indicar que la “unidad de mando” agiliza la gestión y capacidad de respuesta de las empresas y, en última instancia, la consolidación.

Por otra parte, el análisis muestra que **la presencia de mujeres como socias de las empresas es un factor que impulsa la consolidación**. Por tanto, los resultados del estudio apuntan a que, aunque la mujer tiene menor inclinación a emprender que los hombres, como evidencia el hecho de que sólo el 34% del total de socios de las empresas creadas en 1998 sean mujeres, su capacidad para consolidar empresas parece ser algo superior a la de los hombres. Esto hace surgir la cuestión de qué explica el mayor éxito de las mujeres como empresarias, lo que posiblemente requeriría de investigaciones cualitativas que escapen del ámbito del presente estudio.

En fin, el **capital humano de los socios**, aproximado por indicadores como los estudios especializados en gestión empresarial, la experiencia previa y la motivación tienen un claro impacto positivo sobre las perspectivas de consolidación empresarial. Cabe destacar que las empresas creadas con el objetivo principal de salir del desempleo tienen peores perspectivas de alcanzar una consolidación alta que las constituidas con otras motivaciones, lo que se ha tomado como evidencia a favor de la hipótesis de que la motivación de los empresarios es menor si se crea una empresa para salir del desempleo, porque el coste de oportunidad del fracaso es menor que si se abandona un puesto de trabajo.

Resulta llamativo que, de todos los indicadores del capital humano, el que aparece con un mayor impacto (y de signo negativo) sobre las perspectivas de consolidación es la edad del empresario en el momento de crear la empresa. Puesto que la edad es un indicador directo de la experiencia e inverso de la motivación, y ambos aspectos son factores relevantes para discriminar entre empresas de consolidación alta y baja, el impacto elevado y negativo de la edad debe estar indicando que el efecto desfavorable sobre las perspectivas de consolidación derivado de la pérdida de motivación de los socios al aumentar su edad es relativamente más importante que el efecto favorable que sobre la consolidación ejerce la mayor experiencia de los socios.

Hay otras características internas de la empresa que parecen tener cierto peso para explicar las perspectivas de consolidación. Sobre todo, destaca el hecho de que la probabilidad de presentar un grado de consolidación alto disminuye cuando aumenta **el tiempo previsto por las empresas para obtener beneficios**. Ello podría sugerir que, dadas las dificultades de financiación de las empresas en sus etapas iniciales, la obtención temprana de beneficios favorece a las empresas al aliviar la presión financiera. Por otra parte, el tipo de financiación empleado tiene cierto impacto sobre la consolidación, pues al aumentar la parte de la inversión inicial financiada con recursos propios crece la probabilidad de que la empresa pertenezca al grupo de consolidación baja. Esto apoya la idea de que el uso de recursos ajenos, al complementar las aportaciones de los socios y permitir alcanzar un mayor tamaño inicial, resulta favorable para la consolidación.

Por último, se debe subrayar que el análisis discriminante ha aportado evidencia consistente a favor de la hipótesis de que **los factores del entorno tienen gran relevancia para determinar las posibilidades de consolidación**. En particular, la situación actual de demanda tiene un impacto (positivo) extraordinario, y la competencia actual también tiene cierta influencia (negativa). Además, **el uso de ayudas públicas aumenta de forma apreciable la probabilidad de que una empresa presente una consolidación elevada**. En fin, la ubicación en municipios de mayor tamaño mejora las perspectivas de consolidación, lo que parece indicar que las empresas obtienen ventajas de la localización en centros de actividad económica.

En resumen, al considerar simultáneamente las variables potencialmente explicativas de la consolidación empresarial, se aprecia **que existe un amplio conjunto de variables que determinan el grado de consolidación alcanzado por la empresa**. Las características de los socios y del tipo de empresa son clave en el proceso de consolidación. La experiencia y la motivación, los recursos aportados, la presencia de mujeres y el tiempo necesario para obtener beneficios se encuentran, en efecto, tras los resultados de consolidación obtenidos. Pero los factores de entorno tienen también un papel relevante, sobre todo por la incidencia de la situación de demanda y las ayudas públicas.

The background is a grayscale collage. It features a grid pattern, a line graph with an upward trend, and a blurred image of people in business attire. The text is overlaid on a dark horizontal band.

Factores
PARA Consolidar
UNA Empresa

Bibliografía

BIBLIOGRAFIA

ARRIGHETTI, A. y M. VIVARELLI (1999), "The Role of Innovation in the Post-entry Performance of New Small Firms: Evidence from Italy", *Southern Economic Journal* 65(4).

CHURCHIL, B. (1955), "Age and Life Expectancy of Business Firms", *Surv. Curr. Bus.*, 35:12, pp. 15-19.

CONSEJO SUPERIOR DE CÁMARAS (2001), "La Creación de Empresas en España".

COOPER, A., C. WOO y W. DUNKELBERG (1989), "Entrepreneurship and the Initial Size of Firms", *Journal of Business Venturing* 4.

CRESSY, R. (1996), "Are Business Startups Debt-rationed?", *Economic Journal* 106.

DUCHESNEAU, D. Y W. GARTNER (1990), "A Profile of New Venture Success and Failure in an Emerging Industry", *Journal of Business Venturing* 5.

GELDEREN, M., M. FRESE, y R. THURIK (2000), "Strategies, Uncertainty and Performance of Small Business Startups", *Small Business Economics* 15(3), 165-181.

HARADA, N. (2001), "Who Succeeds as an Entrepreneur? An Analysis of Post-Entry Performance of New Firms in Japan", *Japan Centre for Economic Research Discussion Paper n. 68*.

HAY, R. y D. ROSS (1989), "An Assessment of Success Factors of Non-Urban Strat-Ups Firms Based upon Financial Characteristics of Successful Versus Failed Ventures", *Frontiers of Entrepreneurship Research: 148-58*

KALLEBERG, A. Y L. LEICHT (1991), "Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Business Survival and Success" *The Academy of Management Journal*, 34.

MACMILLAN, I. Y S. NARASIMHA (1987) "Characteristics distinguishing funded from unfunded business plans evaluated by venture capitalists", *Strategic Management Journal*, 8.

MATA, J. Y P. PORTUGAL (1994), "Life Duration of New Firms", *The Journal of Industrial Economics* 42:3, pp.227-245.

PEÑA, I (2001), Barriers to Survive and the Effectiveness of Business Incubation Centres, *Workshop on Business Demography, Barcelona, November*

SANDBERG, W. Y C. HOFER (1987), "Improving New Venture Performance: The Role of Strategy, Industry Structure and the Entrepreneur", *Journal of Business Venturing* 2.

SCHILLER, B. R. y P. CREWSON (1997), "Entrepreneurial Origins: A Longitudinal Inquiry", *Economic Inquiry* 35

TAYLOR, M. P. (1999), 'Survival of the Fittest? An Analysis of Self-employment Duration in Britain', *Economic Journal* 109.



WAGNER, J. (1994), "The Post Entry Performance of New small Firms in German Manufacturing Industries", *Journal of Industrial Economics* 42:2, pp.141-154.

WOO, C., A. COOPER, W. DUNKELBERG Y U. DAELLENBACH (1989), "Determinants of Growth for Small and Large Entrepreneurial Start-Ups", *Frontiers of Entrepreneurship Research*.



Factores PARA Consolidar UNA Empresa

Anexo: Encuesta

ANEXO. Cuestionario de la encuesta

A) FECHA DE CREACIÓN DE LA EMPRESA

b) SECTOR DE ACTIVIDAD

- Industria
- Construcción
- Servicios

c) CÓDIGO CNAE

d) TIPO DE SOCIEDAD

- Persona física
- Sociedad anónima
- Sociedad de responsabilidad limitada
- Sociedad cooperativa
- Otras formas jurídicas

1. ¿Se encuentra su empresa en un núcleo de:

- Menos de 50.000 habitantes
- Más de 50.000 habitantes
- ¿Cuántos socios crearon la empresa?

2. ¿Qué porcentaje de la empresa tiene cada socio en la actualidad?

**3. ¿Cuál fue la facturación de su empresa el año en 1999?
(millones de pesetas o miles de euros)**

**4. ¿Y en cuánto se situó la facturación en 2001? (millones de pesetas
o miles de euros)**

**5. ¿Cuál prevé que sea el aumento de su facturación en el año 2002?
(porcentaje)**

6 ¿Cómo valora el crecimiento de su empresa?

Desde la creación hasta la actualidad	Perspectivas en los próximos dos años
Muy favorable	_____
Favorable	_____
Normal	_____
Poco favorable	_____
Muy poco favorable	_____

7. ¿Cuál es su nivel de estudios? ¿Y el de sus socios?

Socios	Educación: Primaria, Secundaria, Superior
Socio 1	_____
Socio 2	_____
Socio 3	_____
Otros socios	_____

8. ¿Vd. o alguno de sus socios ha realizado estudios relacionados con la gestión y administración de empresas?

- SI (número de socios)
- NO

9. Sexo de los socios de la empresa

10. ¿Qué edad tenía (y sus socios fundadores) en el momento de crear la empresa?

11. ¿Cuántas horas dedica diariamente a la empresa? (promedio diario desde la creación hasta la actualidad).

¿Y sus socios?

12. ¿Tenía(n) experiencia previa en la gestión empresarial?

¿Cuántos años estuvo realizando ese tipo de trabajo antes de crear la empresa?

¿Y sus socios?

13. ¿Había creado, Ud. o sus socios, otros negocios en este sector con anterioridad?

¿Y en otros sectores?

14. ¿Hizo un plan de viabilidad para decidir si crear o no la empresa?

15. **¿Cuánto tiempo dedicó a planificar la creación de su empresa? (meses antes de la creación efectiva)**
16. **¿Por qué razón creó la empresa?**
- Porque deseaba trabajar por cuenta propia
 - Para salir del desempleo
 - Para mejorar el patrimonio
 - Por tradición familiar
 - Otros
17. **¿Cuántos trabajadores asalariados (a tiempo completo equivalente) tenía su empresa cuando la creó?**
- ¿Y en 1999?** **¿Y en 2001?**
18. **¿Qué tipo de contrato tienen los trabajadores asalariados (2001)?**
- Tiempo parcial (temporal)
 - Tiempo parcial (indefinido)
 - Tiempo completo (temporal)
 - Tiempo completo (indefinido)
19. **¿Cuál era el nivel de formación de los asalariados en 1999?**
- ¿Y en 2001? (primario, secundario, superior)**
20. **¿Cuál fue la inversión inicial necesaria para crear la empresa? (millones de pesetas o euros)**
21. **¿Cómo financió esta inversión?**

Porcentaje
Recursos propios
Financiación externa
Subvenciones públicas
Otros (especificar)
100

22. **En el momento de crear la empresa, ¿Cuánto tiempo previó que pasaría antes de obtener beneficios antes de impuestos?**
- Menos de 6 meses
 - De 6 meses a 1 año
 - Más de 1 año

23. En la práctica, el tiempo transcurrido para obtener beneficios ha sido,

- Inferior al previsto
- Similar al previsto
- Superior al previsto

24. ¿Cuál ha sido la tasa de reinversión de los beneficios, en promedio, desde la creación de la empresa?

25. ¿A cuánto ascienden los: (millones de pesetas o euros)

- Gastos variables mensuales de la empresa (salarios, materia prima)
- Gastos fijos mensuales (alquiler, luz, teléfono...)

26. ¿Cómo logró su empresa hacerse un hueco entre las empresas competidoras ya existentes?

Valoración	[0,...10]
Dando un buen servicio	_____
Explotando una innovación de producto	_____
Explotando una innovación de proceso	_____
Ofreciendo un producto diferenciado	_____
Mejor calidad que la competencia	_____
Precio más bajo que la competencia	_____
Explotando un nicho de mercado	_____

27. Podría decirme sí en el momento de la creación de la empresa la demanda de sus productos/servicios fue ... (LEER ESCALA)

	27	28
Muy alta	1	1
Alta	2	2
Media	3	3
Baja	4	4
Muy baja	5	5

28. Y en la actualidad, ¿la demanda de sus productos y servicios es ... (LEER ESCALA)

29. Por otro lado, en el momento de la creación de esta empresa, sufrió esta compañía una competencia ... (LEER ESCALA)

	29	30
Muy alta	1	1
Alta	2	2
Media	3	3
Baja	4	4
Muy baja	5	5

30. Y en la actualidad, ¿la competencia que sufre esta empresa es ... (LEER ESCALA)

31. ¿Se benefició de ayudas públicas en la creación de su empresa? Diría Usted que tales ayudas le permitieron:

- Crear la empresa
- Expandirse en los momentos iniciales
- Aumentar la contratación de personal

32. ¿Fue asesorado por expertos y/o ayudado por los servicios de algún vivero de empresas, o similares?

33. ¿Podría valorar la dificultad que, para crear la empresa, han supuesto:

Valoración de 0 a 10

- Trámites para la creación de la empresa (tiempo requerido, coste) _____
- Búsqueda de clientes _____
- Dificultad para obtener financiación y su coste _____
- Problemas para encontrar personal adecuado _____
- Encontrar información sobre el mercado _____
- Coste de personal _____
- Falta de acuerdo entre los socios fundadores _____



34. Una vez creada, ¿cuáles han sido los principales obstáculos?

Valoración de 0 a 10

Presión fiscal y trámites fiscales

Búsqueda de nuevos clientes

Dificultad para obtener financiación y su coste

Problemas para encontrar personal adecuado

Coste de personal

Falta de acuerdo entre los socios fundadores

Retrasos en los cobros a clientes

33. ¿Y qué aspecto ha sido relevante para lograr sus objetivos empresariales?

SI/NO

Disponer de financiación suficiente

Encontrar el personal adecuado

Innovar

Dominar los costes

Ayuda pública (subvenciones)

Cooperar con otros empresarios

Tener un producto adecuado

Calidad del producto/servicio

Precio de producto/servicio
