



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Trabajo de Fin de Grado

Grado en Administración y Dirección de Empresa

EL PERFIL SOCIOLÓGICO DEL EMPRESARIO ESPAÑOL

Presentado por:

Cristina Valero Martín

Tutelado por:

Alfredo Hernández Sánchez

Valladolid, 26 de Junio de 2018

RESUMEN	- 1 -
1. INTRODUCCIÓN	- 2 -
2. LA SOCIOLOGÍA	- 3 -
3. EL EMPRESARIO	- 4 -
3.1. Aproximación histórica.	- 5 -
3.2. Concepto de empresario.	- 7 -
3.3. Espíritu empresarial	- 8 -
3.4. Diferencia de los empresarios	- 9 -
3.4.1. Por genero	- 9 -
3.4.2. Por edad	- 9 -
3.4.3. Por nivel de estudios	- 10 -
3.4.4. Por renta	- 12 -
3.4.5. Por sector	- 12 -
3.4.6. Por región geográfica española (localización)	- 13 -
3.4.7. Por experiencia.....	- 13 -
3.4.8. Por el entorno familiar.....	- 14 -
3.4.9. Por la creatividad	- 14 -
3.5. Empresarios españoles.....	- 16 -
4. EMPRESARIADO FEMENINO	- 18 -
4.1. El techo de cristal o segregación vertical	- 19 -
4.1.1. Conciliación familiar y laboral	- 21 -
4.1.2. Brecha salarial.....	- 23 -
5. INICIATIVA EMPRESARIAL	- 23 -
5.1. Motivos y frenos	- 25 -
5.2. Factores de éxito y fracaso empresarial.....	- 26 -
5.3. Fuentes de financiación	- 28 -
5.4. Apoyo social.....	- 29 -
6. IMAGEN DE LOS EMPRESARIOS EN LA SOCIEDAD.....	- 30 -
7. LA CRISIS PARA LOS EMPRESARIOS.....	- 31 -
7.1. Factores por los que cierran las empresas (tasa de abandono)	- 31 -
7.2. Dificultades en crisis a las que hacen frente los emprendedores.....	- 32 -
8. CONCLUSIONES	- 33 -
9. BIBLIOGRAFÍA	- 35 -
10. ANEXOS	- 39 -

RESUMEN

El principal objetivo de este trabajo es profundizar en el perfil sociológico del empresario español, diferenciando a los empresarios por diferentes factores. Además es necesario incidir en las diferencias de género y en los obstáculos que encuentran las mujeres al iniciar una actividad empresarial y llegar a altos puestos de dirección. También saber cual son las principales motivaciones y frenos para tomar la decisión de crear una nueva empresa, así como cual son las claves para alcanzar el éxito o fracasar. Y por último hablar de cómo afectó la crisis económica a los empresarios.

Este análisis lo he realizado mediante un estudio bibliográfico del empresario y con un análisis de los datos obtenidos del GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2017-2018. Los estudios indican una menor presencia de mujeres empresarias y sobre todo altas directivas de grandes empresas. Además se crean empresas para aprovechar una oportunidad de negocio y no por necesidad, aunque con la crisis aumentó la proporción de personas que emprendían por necesidad.

- Palabras claves: Empresario, diferencia de género, motivación y crisis económica.

ABSTRACT

The main objective of this work is to deepen the sociological profile of the Spanish entrepreneur, differentiating entrepreneurs by different factors. It is also necessary to influence gender differences and the obstacles women encounter when starting a business activity and reach senior management positions. Also know what are the main motivations and restraint to make the decision to create a new company, as well as what are the keys to success or failure. And finally, talk about how the economic crisis affected entrepreneurs.

I have done this analysis through a bibliographic study of the entrepreneur and with an analysis of the data obtained from the GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2017-2018. The studies indicate a lower presence of women entrepreneurs and above all high directives of large companies. In addition, companies are created to take advantage of a business opportunity instead of necessity, although with the crisis the proportion of people who started out of necessity increased.

- Keywords: Entrepreneur, gender difference, motivation and economic crisis.

Códigos de la Clasificación JEL: A14, J08, J16

1. INTRODUCCIÓN

El motivo de este trabajo es conocer más profundamente como son los empresarios españoles y saber cómo han evolucionado a lo largo de estos años. Además, es interesante destacar el papel que han tenido los empresarios españoles con relación al género, la edad, el nivel de estudios, la renta, el sector, la región geográfica, el entorno y la creatividad.

Profundizaremos en el techo de cristal y en la brecha empresarial que hay entre hombres y mujeres, la cual afectare en mayor medida a las mujeres.

Analizaremos si los empresarios crean una empresa motivados porque existe una oportunidad de negocio no aprovechada por otras empresas o por necesidad de tener un empleo, además de investigar cual son los frenos con los que se encuentran los empresarios a la hora de crear una empresa y también determinar cuál son los factores de éxito y fracaso empresarial.

Después determinaremos el apoyo que reciben los empresarios de sus familiares, amigos y parejas, ya que, los aspectos sociales a la hora de crear una empresa son importantes para tener éxito.

La creación de empleo es una oportunidad para la inserción laboral de muchas personas y, por ello, vamos a ver como con la crisis había empresarios que emprendían por necesidad, para integrarse de alguna forma en el mercado.

La sociedad tiene una mala imagen de los empresarios porque solo piensan en grandes empresarios con grandes fortunas. Pero también son empresarios, los dueños de pequeñas tiendas y son a estos últimos a los que les ha afectado más la crisis. A razón de esto investigaremos sobre la imagen que tienen los empresarios en la sociedad. Veremos una de las figuras que se ha impulsado en los últimos años que es la del emprendedor, que no es ni más ni menos que un empresario. El uso de este término puede tener que ver con la distancia que se quiere poner entre el clásico empresario y el moderno que se beneficia más de las nuevas tecnologías y así mejorar su imagen.

Según la RAE un emprendedor/a es la persona que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras, y el emprendimiento se refiere a la acción y efecto de acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro.

El emprendedor es aquel que al mirar a su entorno reconoce cual son las posibles necesidades económicas aun no satisfechas o que podrían satisfacerse de una forma más eficiente. Tras su detección adopta las decisiones convenientes para aprovechar la oportunidad que le brinda esta circunstancia. La necesidad de creación del propio puesto de trabajo o la continuación de un negocio familiar son las principales razones que empujan al individuo a acometer una actividad emprendedora. (García Tabuenca et al., 2008, p.213)

La información que se proporciona en este trabajo proviene de los datos recopilados por el GEM España, en su edición 2017-2018. A lo largo del trabajo hablaremos de cinco tipos de empresarios según el GEM: Potenciales, nacientes, nuevos, consolidados y los que abandonan el negocio.

Los emprendedores potenciales son personas de 18 a 64 años que han declarado su intención de poner en marcha una nueva empresa en los próximos 3 años; los nacientes son aquellos involucradas en la puesta en marcha de un negocio durante menos de 3 meses mientras que los nuevos están involucrados en la gestión entre 3 y 42 meses; Y los consolidados son los que ya se ha afianzado en el mercado en que llevan más de 42 meses; Por último los que abandonan la actividad en los últimos 12 meses, distinguiendo tanto los que continúan en manos de otras personas, a través de un traslado o venta del negocio, y los negocios cerrados definitivamente.

El GEM incorpora su análisis de la tasa de actividad emprendedora total (TEA), que mide las iniciativas con menos de 3,5 años (42 meses) de vida en el mercado, por lo tanto, está formada por los empresarios nacientes y nuevos. Una vez superados los 3,5 años en el mercado, se considera que la iniciativa alcanza la fase de consolidación y abandona el estado de emprendimiento.

2. LA SOCIOLOGÍA

La sociología nació por los cambios sociales que se estaba produciendo en Europa desde finales del siglo XVII y durante el siglo XIX (con la Industrialización

y la Revolución Industrial), pero hasta los años 30 del siglo XX no empezó a tomar cuerpo. El precursor fue Augusto Comte que en 1838 acuñó el término “Sociología” para describir su concepto de una nueva ciencia que descubriría unas leyes para la sociedad.

Algunos autores (Adam Smith, entre otros) contribuyeron con sus obras a una nueva forma de ver y abordar los problemas sociales de su época. También contribuyeron a fomentar el cultivo de valores como la libertad, la justicia, la racionalidad, la ciencia, la igualdad, la ciudadanía, etc., desafiando el antiguo régimen, el poder y la credibilidad de la autoridad religiosa vigente por aquellos momentos. Casi todos los sociólogos han tratado de definir la sociología, pero no hay ninguna respuesta universalmente aceptada se puede decir que la sociología es la ciencia que estudia la realidad social y su objeto de estudio es el comportamiento humano y la interacción entre los humanos. Trabajos como el suicidio de Durkheim (primera investigación sociológica basada en datos y análisis estadísticos) o la burocracia de Weber han sido y siguen siendo modelos de investigación de referencia esenciales para comprender porque se ha llevado al nivel de desarrollo de esta materia y del grado de conocimiento que hoy se tiene de la realidad social. (Juan Albalate, 2004)

3. EL EMPRESARIO

García Tabuenca estableció que para convertirse en empresario hay que responder a tres cuestiones: **sector** en que desarrollara su actividad, **lugar** donde la desarrollará y **momento** en el que comenzara. La experiencia laboral previa (en el negocio familiar, en puestos en otras empresas...) y el conocimiento del sector son los principales determinantes de la elección del sector de actividad. La mitad de los empresarios escogen la localización de su empresa por la cercanía de su lugar de residencia, también, pero son menos frecuentes, por la calidad de vida, por aspectos económicos...el lugar es muy importante porque si no es el adecuado afectará durante toda la vida de la empresa. El momento para el comienzo de la actividad empresarial se debe a la aparición de una oportunidad empresarial, por la finalización de los estudios o por motivos ajenos al empresario (pérdida del trabajo o sucesión en la empresa familiar). (García Tabuenca et al., pp13-28)

Como vemos en el Grafico 3.1.1 la tasa de actividad emprendedora total (TAE) del 2017 fue del 6,2%. Desde el año 2011 y hasta el 2016 el TEA había oscilado entre el 5,2% y 5,8%, pero no se había superado el umbral del 6% desde el 2008. Por primera vez en 9 años, ha superado el umbral del 6%, acercándose a cifras anteriores a la crisis. Este crecimiento permite que la población perciba una mejora en las oportunidades de iniciar un nuevo negocio.

En estos momentos la primera opción que se plantean los empresarios es la de trabajar como autónomo para él mismo (autoempleo). Nos podemos encontrar con profesionales independientes (fontaneros, electricistas, taxistas...), vendedores a comisión (representantes, corredores de seguros...) y profesionales universitarios (abogados, fisioterapeutas, psicólogos, veterinarios, podólogos...). También están los freelance que son profesionales que venden sus servicios a empresas, (periodistas, guionistas, fotógrafos, dibujantes, soldadores, pintores, limpiadores, restauración de cuadros, muebles..., organización de actos, conferencias...) (Puchol, 2011)

De acuerdo con Puchol (2011) algunos empresarios compran empresas en funcionamiento porque encuentran pequeños negocios cuyo propietario va a jubilarse y no tiene hijos y no quieren seguir con la empresa familiar y, con ello, adquieren una clientela, una marca y una imagen. Otras personas compran una franquicia, para aprender el oficio, y una vez lo dominan se independizan, otros mediante la empresa virtual.

En la actualidad se cuestiona si los rasgos del empresario son innatos o se pueden adquirir con el aprendizaje, la mayoría de los autores defienden que el empresario se hace, y no simplemente nace, porque nadie nace con formación ni experiencia. Los empresarios son un grupo social muy heterogéneo.

3.1. Aproximación histórica.

En la figura del empresario se ha mostrado poco interés a lo largo de la historia. En la Edad Moderna (S.XVI-XVIII) se empieza a hablar del empresario como sujeto económico, refiriéndose a él como mercader o comerciante.

A partir de la revolución industrial (S.XVIII-XIX) se habla del empresario capitalista sustituyendo al comerciante de la edad moderna. En esta época Adam Smith

¹publicó su obra *La Riqueza de las Naciones* (1776), con la conocida mano invisible que lo soluciona todo, dejando que el mercado funcione solo (libre mercado). Comienza a hablar del empresario capitalista que aporta capital para que funcione la empresa. (Cordón Pozo y Fuentes Fuentes, 2014)

En esta época, para los autores, los términos empresario y capitalista son la misma persona, definiendo al empresario como una persona de mentalidad económica, calculadora, racional, fría, sin demasiadas consideraciones. Esta visión del empresario dio lugar a una imagen del empresario como explotador, especulador o egoísta para la corriente de pensamiento marxista formada por Karl Marx y Friedrich Engels en su obra *El Capital* (1867). (Castillo Clavero y Abad Guerrero, 2003)

Richard Cantillon fue el primero en caracterizar al empresario como el que asume riesgo en el desarrollo de su actividad, con su obra "Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general" en el que habló del concepto *entrepreneurs*² se define, como aquellos agentes que compran medios de producción a un precio dado para combinarlos en un producto que intentaran vender a un precio incierto que sea superior a sus costes.

Tras la muerte de Cantillon, J.B. Say retomó sus ideas. Say dijo que el empresario necesita capital para anticipar los gastos que puede tener la empresa desde que se empieza a producir hasta la venta del producto. El capital lo puede aportar el empresario o lo puede obtener de los capitalistas, por tanto, Say fue el primero en distinguir al empresario del capitalista. (Cordón Pozo y Fuentes Fuentes, 2014)

A partir de mediados del siglo XIX los economistas ya empezaron a darse cuenta de que empresario y capitalista no era lo mismo. Destacando la *teoría del empresario riesgo* de Knight, *del empresario innovador* de Schumpeter y la *tecnología* de Galbraith, las cuales supusieron un importante avance.

Para Knight el empresario soporta los riesgos de la actividad económica de la empresa y no está seguro de si obtendrá un beneficio o sufrirá una pérdida. El beneficio aparece como el resultado del riesgo. (Knight, 1947)

¹ Para Adam Smith el empresario es la persona que acumula capital y contrata trabajadores, pone en riesgo los medios de producción y supervisa para garantizar que haya beneficios.

² Entrepreneurs es empresario en francés, apareció mucho antes de que apareciera el concepto de función empresarial.

Para Schumpeter solo los empresarios innovadores son verdaderos empresarios y los imitadores, como pueden incluir mejores innovaciones, se les puede considerar también empresarios. Decía que aquellos que no innovan o no imitan puede que no sobrevivan en el mercado. Se espera que el empresario innovador obtenga un beneficio de su innovación. (Schumpeter, 1961)

Galbraith decía que el empresario puede estar integrado por varias personas físicas, conocido como la tecnoestructura³. Los accionistas no están interesados en la gestión de la empresa y ceden sus derechos a profesionales de la administración a cambio de recibir dividendos por sus aportaciones de capital. (Galbraith, 1984).

La figura del empresario no se tuvo en cuenta por los economistas clásicos (Adam Smith, Marx, Engels...) y el concepto de empresario se fue orientando después de la Segunda Guerra Mundial.

3.2. Concepto de empresario.

Desde Say hasta Schumpeter el rasgo común de todas las definiciones de empresario es el empleo de esta figura para comprender y justificar la aparición, y la adquisición del beneficio empresarial como algo distinto de la remuneración del trabajo y el rendimiento del capital. (Cordón Pozo y Fuentes Fuentes, 2014)

Para Cole (1947) el empresario podría decirse que era una síntesis de la definición de Say y Schumpeter, salvo que no lo estudiaba de forma individual, sino social porque decía que las empresas eran parte de la sociedad, y no se las podía estudiar sin tener en cuenta las relaciones entre los valores sociales y las prácticas empresariales. El empresario era la figura central de la teoría económica moderna.

Pero la definición que más se acerca es la que dice que el empresario es toda persona que toma decisiones en un mundo incierto y pone en juego, con la esperanza de un resultado favorable, una parte del capital humano, financiero o físico que a él le pertenece. (Marcos de la Fuente, 1983, página 58)

El empresario puede ser el fundador del negocio, o el jefe de un negocio familiar que heredó; o un gran accionista en una compañía, o por otra parte un ejecutivo

³ Tecnoestructura: Aquellos que elaboran las decisiones, el cerebro de la empresa. Grupo de técnicos, analistas y/o asesores que aportan conocimiento especializado, talento o experiencia (jefes de departamentos, asesores técnicos, especialistas en estudios de mercado...)

asalariado, un empleado ascendido, o un tecnócrata traído de fuera, o un administrador experto. (Florence, 1966, Pagina 125.)

3.3. Espíritu empresarial

La Comisión Europea (2003, p.6) define el espíritu empresarial como “la actividad y el proceso de crear una actividad económica combinando la asunción de riesgo, la creatividad y la innovación con una gestión sólida, en una organización nueva o en una ya existente.”

Un estudio de la aseguradora británica Hiscox, del ADN del emprendedor español, dice que las medidas para fomentar el espíritu empresarial que los españoles proponen son: disminuir los impuestos directos a empresas, suavizar las leyes laborales, facilidad crediticia y en las relaciones entre el empresario y el gobierno mediante la simplificación de la normativa contable. (Hiscox.es, 2018)

Conocer a otros empresarios hace que aumente la idea de querer crear un negocio y fomentar el espíritu empresarial.

Es importante el fomento del espíritu empresarial en la educación, para desempeñar en los estudiantes las capacidades personales requeridas y para presentar la creación de empresas como una alternativa de empleo. Los nuevos puestos de trabajo en el nuevo marco tecnológico exigen trabajadores adaptados a un mercado laboral en continuo cambio y con elevados niveles de rotación.

Mediante un adecuado proceso de formación es posible orientar actitudes y aptitudes hacia la no aversión al riesgo y a la iniciativa.

La formación dirigida a empresarios, directivos y gerentes engloba la renovación de los conocimientos y el desarrollo de comportamientos que impliquen innovar, planificar y tener en cuenta el entorno en el que se desarrolla la actividad. Supone hacer un cambio en la mentalidad de la población y disminuir el miedo al fracaso. (González Morales, 2008)

La Comisión Europea (2006) considera que fomentar el espíritu empresarial contribuye a desarrollar la creatividad, la iniciativa, la confianza en sí mismos y les alienta a comportarse de forma socialmente responsable.

3.4. Diferencia de los empresarios

3.4.1. Por genero

El 55,1% de la población emprendedora en fase inicial (nuevos + nacientes) que recoge el TEA de 2017 estaba compuesta por hombres, mientras que el 44,9% estaba compuesta por mujeres (véase en el Grafico 3.4.1.1). La brecha entre hombres y mujeres resulta mayor entre los empresarios consolidados, cuya participación masculina en el último año fue del 60% frente al 40% de participación femenina. De cada diez personas que fueron identificadas como empresarios consolidados durante 2017, seis eran hombres y cuatro eran mujeres. Entre las personas que abandonaron un negocio en el último año 52,6 eran hombres frente al 47,4% de las mujeres, en este caso las mujeres salen más beneficiadas. En las personas que esperaban crear un negocio en los próximos tres años no existe tanta desigualdad (50,9 frente al 49,1%),

No hay duda de que las diferencias de género dentro del conjunto de personas emprendedoras en España responden a que la población adulta de hombres es con diferencia, más propensa a emprender que la de mujeres.

Como vemos en el grafico 3.4.1.2 a partir de 2008 el índice TEA disminuyó mucho en hombres y en mujeres, a causa del inicio de la crisis económica.

La proporción de la población masculina involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial ha cambiado en las últimas décadas. La brecha entre hombres y mujeres a la hora de emprender siempre ha existido, pero está disminuyendo desde 2012 de forma continuada. Ha aumentado cada vez más el número de mujeres emprendedoras, como vemos en el índice TEA.

3.4.2. Por edad

El tramo de edad con mayor concentración de emprendedores en fase inicial en 2017 fue el de 35 a 44 años seguido por el 25 a 34 años (véase gráfico 3.4.2.1). Este último es el periodo más proclive para ser emprendedor porque tienen más energía, cuentan con experiencia y conocimientos, poseen autoconfianza, no tienen responsabilidades familiares y no tienen una posición social consolidada

que arriesgar. Para los empresarios consolidados la distribución por edad muestra que el tramo más representativo fue el de 45 a 54 años seguido por el de 55 a 64 años, son los empresarios que llevan más de tres años y medio operando en el mercado, muchos son los empresarios que ya existían antes de la crisis y que ya llevan muchos años en el negocio y, por tanto, tienen mucha experiencia en su sector. En las personas que abandonaron una actividad empresarial en el último año, el tramo de edad más representativo es para los empresarios de 45 a 54 años seguidos por los de 35 a 44 años, la edad de las personas involucradas en actividades emprendedoras aumenta conforme estas se encuentran inmersas en etapas más avanzadas dentro del proceso emprendedor.

La edad es importante porque el conocimiento y la experiencia acumulados con el paso de los años son fundamentales para la identificación y explotación de oportunidades de negocio.

Como vemos en el gráfico 3.4.2.2., en 2016 se observa un cambio, que pone por delante a la población de 25 a 34 años en términos del TEA. Este cambio permaneció en el año 2017 y a partir del tramo de 35 a 44 años disminuye la propensión a emprender. Algunos factores que provocaron esta disminución son por la pérdida de energía, la búsqueda de mayor estabilidad o el acercamiento a la edad de jubilación (mayor edad no supone mayor propensión a emprender).

Aunque los emprendedores en fase inicial se concentraron en el último año en edades de 35 a 44 años como hemos visto en el anterior gráfico, fue la población de 25 a 34 años la más propensa a emprender. En concreto, el 8,3% de la población española de 25 a 34 años en 2017 estaba involucrada en negocios nacientes o nuevos.

El segundo grupo de la población adulta más propenso a emprender en el último año fue el de 35 a 44 años (7,8%). En ambos casos, los niveles de emprendimiento son superiores al TEA general del 2017 que alcanzó el 6,2% de la población de 18 a 64. Por el contrario, los tramos de edad en los que el porcentaje de emprendedores en fase inicial se ubicó por debajo del TEA general del 2017 son el de 35 a 45 años (5,9%), el de 18 a 24 años (4,9%), y el de 55 a 64 años (3,0%). El tramo de edad con mayor propensión a emprender a lo largo de todos los años ha sido de 25 a 44 años.

3.4.3. Por nivel de estudios

En el Gráfico 3.4.3.1 podemos ver que el colectivo más propenso a emprender cada año ha sido el de las personas con un nivel de educación superior, seguido por las que tienen un nivel de educación medio y, por último, las de un nivel de educación bajo. Además, en el último año el TEA estimado para la población con un nivel de educación superior se incrementó mucho con respecto al valor del año anterior, pasando del 6,5% en el 2016 al 14,1% en el 2017. El TEA estimado para la población con un nivel medio o bajo de educación también aumentó entre 2016 y 2017, pero en menos proporción.

En España, la mayoría de la población emprendedora en fase inicial en 2017 tenía educación superior. Un 49,8% (40,5%+9,3%) del TEA estimado en el 2017 corresponde a personas emprendedoras en fase inicial que tenían educación superior (como licenciado, ingeniero o equivalente) o de postgrado (bien sea en máster o doctorado), mientras que el 50,2% corresponde a personas que tenían educación secundaria o primaria (véase en el Gráfico 3.4.3.2)

La proporción de personas con nivel de educación superior o de postgrado apenas representó el 40,2% (34,1%+6,1%) de los emprendedores potenciales, el 35,8% (31%+4,8%) de los empresarios consolidados y el 35,7% (31,4%+4,3%) de las personas que habían abandonado un negocio en los últimos 12 meses. Los emprendedores en fase inicial identificados en el último año contaban con mayor formación que los emprendedores potenciales, los empresarios consolidados y las personas que habían abandonado su negocio en el último año.

Como vemos en el Gráfico 3.4.3.3 casi la mitad de los emprendedores en fase inicial y de los emprendedores potenciales identificados en España en el último año tenían formación específica para crear empresas (49,2% y 49,4%, respectivamente). Sin embargo, solo el 43,8% de los empresarios consolidados y el 36,6% de las personas que habían abandonado una actividad empresarial en el último año afirmaron que tenían formación específica para crear empresas. Por lo tanto, las personas que se encuentran en las primeras fases del proceso emprendedor parecen estar más preparadas para crear, que aquellas que se encuentran en etapas más consolidadas o aquellos que habían abandonado un negocio.

La educación es importante de cara a ser empresario y se asocia la formación universitaria con el sector al que pertenece la nueva empresa.

3.4.4. Por renta.

A lo largo de todo el periodo la población situada en el tercio superior de la renta es la que más ha emprendido según nos indica el TEA.

Del año 2008 al 2009 el TEA disminuyó considerablemente en el tercio de renta media pasando del 11,8% al 4,8%, respectivamente. En el año 2010 disminuyó en mayor cantidad, pasando al 3,5%. Y ya desde el año 2011 hasta el 2015 el TEA de la población situada en el tercio medio de renta se mantuvo entre el 5,1 y el 5,4%. Hasta que en el 2016 aumentó y se puso en un índice superior al de antes de la crisis y este último año, disminuyó al 6,1% (véase en el Gráfico 3.4.4.1).

Aunque entre el 2015 y el 2016 el TEA de la población ubicada en el tercio superior de renta disminuyó del 12,2% al 7,6% y el del tercio medio aumentó del 5,3% al 8,5% para ponerse por delante. La evolución de este indicador en el 2017 volvió a recuperarse para la población situada en el tercio superior de la renta y el tercio de la población situada en la renta media disminuyó, dejando constancia de la importancia de los ingresos para emprender.

3.4.5. Por sector

Del Gráfico 3.4.5.1 observamos que en el sector en el que hay más número de empresarios es el servicios con un 74,9%.

En los empresarios que surgen por necesidad, la elección del sector se debe sobre todo a la experiencia profesional adquirida y los limitados recursos financieros. Los empresarios que surgen por motivos de oportunidad eligen el sector en función de la ocasión detectada, para elegir después el lugar atendiendo a criterios económicos.

El ciclo de vida del sector o de producto tiene influencia en el resultado empresarial, dependiendo la fase en la que se encuentre el mercado se pueden encontrar nichos de mercado u oportunidades que otros empresarios no han visto.

El conocimiento sectorial y la experiencia previa desempeñan un papel determinante en la elección del sector donde desempeñaran su actividad.

3.4.6. Por región geográfica española (localización)

Las regiones donde su población percibe más oportunidades para emprender son Murcia, Islas Baleares, Cataluña y Comunidad de Madrid. Las regiones en las que se perciben menos oportunidades para emprender son Asturias, Castilla y León, Castilla La Mancha y Galicia. En la percepción de poseer conocimientos, habilidades y experiencias para emprender, las Comunidades Autónomas que destacan son Cataluña, Extremadura, Islas Baleares y Castilla y León; mientras que las que ocupan las últimas posiciones en este indicador son Asturias, Melilla, Ceuta y País Vasco (véase gráfico 3.4.6.1)

3.4.7. Por experiencia

La ocupación anterior de los empresarios está muy relacionada con la edad con la que comienzan su actividad empresarial. Los empresarios que empiezan a una edad más temprana son aquellos que no han realizado ninguna actividad previa o eran estudiantes. Los que empiezan la actividad empresarial más tarde son los que proceden de grandes empresas como trabajadores o como gerentes o directivos.

Estos últimos ya tienen experiencia en el sector, bien porque ya han estado como trabajadores por cuenta ajena en otra empresa de mismo sector o porque han trabajado ayudando en la empresa familiar. Otros no tienen ningún tipo de experiencia y se hacen empresarios por necesidad.

El principal motivo por el que muchos empresarios quieren iniciar un negocio es por el trabajo que tenían antes de montarlo.

Muchos empresarios nuevos provienen de familias en las que algunos de sus padres poseen un negocio propio y ya han trabajado de alguna forma en el negocio familiar.

3.4.8. Por el entorno familiar

El entorno familiar y la tradición de la familia en los negocios son también factores muy influyentes de cara a ser empresario, tiene un papel importante en el surgimiento de la vocación empresarial. La pertenencia a una familia emprendedora puede ejercer presión sobre el nuevo empresario para que ponga en marcha el proyecto empresarial cuanto antes.

Algunos padres empresarios buscan que sus hijos se perfeccionen en otras universidades para que al finalizar les apoyen en el proyecto. Contribuye mucho si en la familia ya había tradición empresarial, la tasa de surgimiento de empresarios es mayor que en el resto de familias. También afecta en la elección del sector en el que se desarrollará la actividad empresarial, en muchos casos el inicio de la actividad del empresario coincide con la sucesión de la empresa familiar.

Un entorno familiar emprendedor dota al empresario de actitudes, contactos y conocimientos específicos que facilitan su éxito. La influencia de los antecedentes familiares podría ayudar a no tener miedo al riesgo de crear una empresa y favorece la creación de la misma. Pero pertenecer a una familia empresaria no implica que el empresario vaya tener éxito, este depende de factores que requieren del esfuerzo por parte del empresario. Esto no implica que las personas que no tienen tradición empresarial no puedan lograr el éxito en sus negocios.

Si se conserva la unidad familiar, la empresa que fundó el antepasado seguirá creciendo y pasará a las siguientes generaciones con mejores proyecciones.

La familia desempeña un papel que va más allá de la posible ayuda directa en la creación y supervivencia del proyecto empresarial, supone un sostén personal difícilmente sustituible que incide directamente en la actividad diaria del empresario. (García Tabuena, et al., 2008)

3.4.9. Por la creatividad

En la actualidad, la capacidad de innovar de los empresarios es un factor clave para poder aprovechar las oportunidades empresariales que surgen en el entorno,

proporcionadas por el cambio tecnológico. Además, es un elemento fundamental para alcanzar el éxito empresarial.

La innovación se sitúa en el centro del espíritu empresarial porque toda empresa nace de una actitud innovadora, y sobrevive y crece a través de la innovación permanente. Los empresarios tienen que fomentar la creatividad y la imaginación ya que la mayoría de las veces solo sobreviven estos empresarios innovadores.

El término innovar proviene del latín innovare, que quiere decir cambiar o alterar las cosas introduciendo novedades (Medina Salgado y Espinosa Espíndola, 1994). La innovación está asociada al progreso económico y a la competitividad. Schumpeter (1942) definió la innovación como la utilización productiva de un invento.

El concepto de empresario innovador se amplía por la existencia de algunas organizaciones: centros de investigación, universidades, empresas industriales. Además, están los spin off que son empresas que se crean dentro de otra empresa o entidad ya existente que suelen tener una alta base tecnológica. La mayoría nacen en universidades y centros de investigación públicos y ayudan a transferir el conocimiento y la investigación científica al mundo empresarial. Son proyectos innovadores relacionados con el fomento del espíritu empresarial y la creación de infraestructuras adecuadas para fomentar la creación de empresas innovadoras.

El mercado de consumo ecológico y las eco-industrias son fuentes de oportunidades empresariales. Las empresas de nueva creación se pueden adaptar más rápidamente a esta situación, pero las empresas ya implantadas deben ser reformadas y reestructuradas. Las grandes empresas poseen más recursos para desarrollar innovaciones radicales.

Los empresarios innovadores exitosos no enfocan el riesgo sino la oportunidad, siendo el aprendizaje continuo uno de los elementos de éxito. En los últimos años, en todos los ámbitos demandan empresarios innovadores con capacidad para estar alerta ante las oportunidades empresariales que surgen. La modernización y el impulso de las ideas generados por I+D son la clave (González Morales, 2008)

El emprendedor quiere desarrollar nuevos e innovadores productos y ofrecer un producto diferenciado. Elige oportunidades estratégicas respecto a la localización de su empresa, al momento de implantación y a la rama de actividad, este

pertenece a un pequeño grupo homogéneo caracterizado por su compromiso con la supervivencia empresarial y con aspectos ligados a la complejidad organizativa y de gestión, más que al logro de retos personales o de alcanzar notoriedad pública. (García Tabuena, 2008, pp.156-224)

La mayoría de los empresarios españoles no realizan ni contratan en España actividades de investigación y desarrollo. El elevado coste que supone y la falta de fondos propios son los principales obstáculos que encuentran para acometer procesos de innovación, según la información recogida en el Observatorio de Competitividad Empresarial elaborado por la Cámara de Comercio de España a partir de los datos del INE.

Es necesario sensibilizar a las empresas sobre la importancia de innovar como factor estratégico para ganar competitividad y consolidarse en el mercado. (Expansión, 2018)

Por ejemplo, si Kodak hubiera estado más pendiente de los cambios en el entorno, no habría desaparecido. Por eso es tan necesario el apoyo a la innovación y creatividad en todos los procesos formativos, los jóvenes emprendedores no deben encontrar dificultades para financiar la investigación, la innovación y la creatividad de sus proyectos empresariales. (Mercado y Competitividad, 2018)

3.5. Empresarios españoles

A continuación vamos a analizar a distintos empresarios españoles, con datos obtenidos de un artículo del periódico expansión y de conferencias impartidas en la asignatura de empresa familiar.

CARLOS MORO Presidente de Matarromera

Carlos Moro se considera un emprendedor, es hijo y nieto de agricultores y pequeños bodegueros. Fundó Matarromera en el año 1988 y centró su formación en temas relacionados con los sistemas de información y de I+D. Desarrolló el primer vino sin alcohol y lanzó una línea de cosméticos enriquecidos con polifenoles de uva. Carlos Moro aún mantiene entusiasmo por seguir innovando aunque cuenta que los inicios de la empresa no fueron fáciles pero que percibió ayuda de su familia. Su experiencia profesional previa influyó en la evolución de la

compañía y manifiesta que hay que estar al día de lo que pasa en el mercado, de las tendencias, de lo que hacen las demás empresas, de las innovaciones que se producen en otros países...

MARÍA TERESA RODRÍGUEZ Presidenta y máxima accionista de Galletas

Gullón

María Teresa Rodríguez se puso al frente de Gullón de forma inesperada. Tomó el relevo tras fallecer su marido, pero durante años había seguido junto a él la evolución de la que hoy constituye la única empresa galletera familiar que se mantiene en el sector. Lograron afianzarse en el mercado cuando en los años 80 apostaron por la galleta saludable, lo que les ayudó a ganar tamaño y potencial y de esta forma innovaron en el mercado.

JESÚS ENCINAR Fundador de Idealista.com

Jesús Encinar, fundador de Idealista.com, tomó la decisión de montar su empresa durante un vuelo entre Varsovia y Madrid y, cuando aterrizó, comenzó a buscar el equipo con el que revolucionaría la manera de alquilar y/o comprar piso en España. Su hermano y un compañero de ICADE (Instituto Católico de Administración y Dirección de Empresas) no dudaron en aceptar el reto. El capital inicial de Idealista se compuso de los ahorros del equipo fundador y de las aportaciones de familiares y amigos que confiaron en su proyecto. Jesús Encinar proclama que en un proyecto lo más importante no es la idea sino el equipo que hay detrás, y que es necesario mantener la innovación y el respeto a los clientes y evolucionar constantemente.

ISIDORO J. ALANÍS Presidente de Grupo Global Exchange

Tras finalizar sus estudios universitarios, Isidoro Alanís se puso al frente de la recién creada oficina de cambio de un centro comercial propiedad de su padre en Fuentes de Oñoro (Salamanca), una pequeña localidad muy cerca de la frontera con Portugal. Más de dos décadas después, esa pequeña oficina se ha convertido en Global Exchange, un gigante de 1.350 empleados, presente en los aeropuertos de más de 15 países. El presidente de esta gigante oficina de cambio, que vive ahora un momento dorado, recuerda que no siempre fue así. Estuvieron al borde

de la quiebra en varias ocasiones y lo único que los salvó de cerrar fue soñar con que podían superar las dificultades, puesto que del fracaso se aprende.

ALFONSO JIMENEZ: Presidente de Cascajares.

Cascajares se fundó en 1994, de manos de Alfonso Jiménez que solo tenía 20 años y un amigo suyo, con menos de 900€. Al inicio de la actividad no tenían fábrica donde realizar su producto, así que llegaron a un acuerdo con otra empresa de Palencia para utilizar su fábrica. En la actualidad la fábrica de Cascajares está en Dueñas (Palencia). Todo lo que han conseguido ha sido a causa de innovar y tener creatividad en su negocio. Su principal producto es el capón, elaborado de forma artesanal, ha logrado tanta fama que ha sido el plato principal en la boda de los reyes de España.

JOSE MARIA RUIZ: Propietario del Restaurante José María y de Pago de Carraovejas.

En 1982 abren su restaurante en el recinto histórico de Segovia. José María es el propietario y presidente de la asociación del cochinito. El Restaurante José María tiene mucho éxito y actualmente es uno de los restaurantes más famosos gracias a su especial elaboración del cochinito y sus vinos, estos últimos son elaborados en su propia bodega Pago de Carraovejas. José María Ruiz fundó con algún otro socio minoritario, una bodega en la reciente denominación de origen Ribera del Duero, en el municipio de Peñafiel, llamada Pago de Carraovejas. Hasta estos momentos el restaurante factura el 60% y la bodega el 40% restante. Continuamente apuestan por la innovación, sobre todo en la bodega, aunque en el restaurante crearon un nuevo producto, el cochinito viajero.

4. EMPRESARIADO FEMENINO

Como hemos visto en el gráfico que distinguía a los empresarios por género, hay menos mujeres empresarias que hombres, a pesar de que en los últimos años, la vida laboral de la mujer se ha caracterizado por una participación cada vez mayor en el mercado de trabajo. Estas han pasado a formar parte de muchas de las profesiones que anteriormente eran reservadas para los hombres y sus sueldos se han convertido en una parte esencial de los ingresos de la unidad familiar.

Aunque el crecimiento de puestos de trabajo no parece haber creado más oportunidades para las mujeres, estas están más condicionadas que los hombres a la hora de tomar decisiones de emprender.

En la actualidad la mayoría de las tareas domésticas son realizadas por las mujeres, por lo que tienen menos actitud hacia el emprendimiento y hace que disminuya la probabilidad de mujeres emprendedoras. Muchas de las mujeres emprendedoras se ven a ellas mismas menos capaces o menos valiosas que los hombres. (Wirth, 2002)

El GEM (2017-2018) detecta una falta de apoyo cultural y social a la mujer emprendedora en España. Las principales barreras a las que se enfrentan son: el difícil acceso a la financiación y la incompatibilidad de la actividad emprendedora con las cargas familiares.

Un informe del Banco Mundial puso de manifiesto que los países que apostaban por eliminar las barreras de género obtenían como recompensa más crecimiento económico, desarrollo y productividad. (PWC, 2012)

4.1. El techo de cristal o segregación vertical

El concepto techo de cristal apareció en la década de los setenta en Estados Unidos para describir las barreras creadas por las actitudes discriminatorias y por los prejuicios de las organizaciones, que bloquean a las mujeres en su intento de obtener puestos de dirección. (Wirth, 2002)

A pesar de los avances de las últimas décadas, las mujeres siguen estando poco representadas en los puestos de alta dirección de las empresas españolas, aunque según los datos más de la mitad de los licenciados de nuestras universidades son mujeres, obtienen mejores expedientes académicos y representan cerca de la mitad del mercado laboral de alta cualificación. Aunque las mujeres están más formadas tienen que trabajar más duro y rendir más que los hombres para llegar a los puestos de mayor responsabilidad. Esto se debe a la mentalidad que hay en nuestro país. (PWC, 2012)

Tienen mayores dificultades para obtener puestos ejecutivos en grandes corporaciones, pero sí que obtienen mayores oportunidades en puestos directivos medios de las mismas. Las dificultades a las que se enfrentan las mujeres que aspiran a empleos directivos son tan grandes que hay veces que desisten de sus

intentos de llegar a lo más alto de las grandes empresas, por lo tanto, suelen llevar su energía y conocimientos a empresas más pequeñas y flexibles.

Por género, se aprecia una mayor experiencia laboral en los hombres que en las mujeres, especialmente en los puestos de dirección de las empresas grandes. Lo que más les preocupa es no tener los conocimientos suficientes en la dirección de empresas, el temor al fracaso y al ridículo, y sus propias dudas de la capacidad empresarial. (Wirth, 2002)

La teoría del desarrollo cognitivo plantea que las mujeres tenderían a identificarse con otras mujeres, pero por falta de modelos femeninos hace que se identifiquen con hombres.

Las barreras, que condicionan la posibilidad de ascenso de las mujeres, suelen ser (PWC, 2012):

- La más importante es la dificultad para conciliar la vida personal con la profesional, por la maternidad y, sobre todo, porque siguen siendo el pilar principal del cuidado de la familia y del hogar.
- La cultura masculinizada, en algunas empresas, hace que las mujeres tengan más difícil su progreso hacia puestos directivos y cuando llegan, se sienten poco respaldadas o incómodas.
- Las promociones o selecciones a la alta dirección las hacen los que ya han llegado a ese puesto, normalmente hombres. Eligen entre sus círculos, conocidos y personas de confianza que suelen ser hombres.
- Y la última es que las mujeres tienen menos visibilidad, exigen menos que los hombres y se focalizan más en el desarrollo del trabajo que en las relaciones personales en el ámbito profesional.

El compromiso de las empresas y las Administraciones Públicas por impulsar la presencia de mujeres en los órganos de dirección está creciendo, aunque sigue siendo bajo el porcentaje de participación de las mujeres en estos puestos, el ritmo de cambio es muy lento.

Otro factor que contribuye a la desigualdad es que los hombres y mujeres asumen diferentes empleos. Los llamados “trabajos de mujeres” se les suele asignar un valor inferior en cuanto a capacidades y a remuneración. Aunque las mujeres acceden a puestos de dirección suelen estar en los ámbitos estratégicos peor pagados, en direcciones funcionales de recursos humanos y trabajos de oficina

(tareas administrativas), en vez de puestos de alta dirección o de promoción. Como vemos en el gráfico 4.1.1 solo el 8% de las mujeres llegan a puestos de alta dirección. Se pueden observar algunas ocupaciones de hombres y de mujeres, por ejemplo, en el ámbito docente, la mayoría de los profesores son mujeres, pero los cargos directivos están ocupados por hombres; en la salud, los médicos y los directores de hospital son hombres mientras que la mayoría de las enfermeras y del personal administrativo auxiliar son mujeres. El estereotipo que asocia a los directivos con los hombres es un obstáculo clave a la hora de introducir una igualdad de género.

La mezcla de hombres y mujeres en los órganos de dirección trae como consecuencia un mejor rendimiento a largo plazo. Las mujeres suelen avanzar más rápido en las empresas modernas. (Wirth, 2002)

4.1.1. Conciliación familiar y laboral

La mujer es la principal responsable de las tareas domésticas y familiares, incluso cuando trabajan a tiempo completo fuera de casa, por lo que suelen disponer de menos tiempo para dedicárselo a su carrera profesional. Suele resultarles imposible conciliar muchas horas de trabajo, que se le exigiría a un directivo, con la cantidad de tiempo necesaria para cuidar de la casa, la crianza y educación de los hijos y el cuidado de los mayores.

A menudo se exigen traslados para ampliar la experiencia y el conocimiento, que sirven de preparación para puestos directivos. Estos traslados pueden suponer un problema para las mujeres casadas, con hijos o con familiares enfermos o mayores a cargo. Lo que supone una preferencia por los empleados varones a la hora de los ascensos y de las oportunidades de desarrollo profesional.

Hay mujeres que han dejado de trabajar durante algún tiempo o han trabajado a tiempo parcial por responsabilidades familiares o maternidad, esto implica pérdida de antigüedad, menos probabilidad de recibir formación y una depreciación de los conocimientos profesionales. Las mujeres que se reincorporan al trabajo no siempre tienen la posibilidad de volver a su antiguo puesto, muchas tienen que aceptar trabajos de un nivel inferior o comenzar de cero porque los empleadores ven las interrupciones como una señal de que las mujeres pueden volver a dejar

su trabajo. Además, los salarios de las mujeres con cargos importantes suelen quedarse por detrás de lo que perciben los hombres. Hay veces que al optar por trabajar a tiempo parcial al inicio de su carrera pueden ver obstaculizado su progreso profesional, aunque después se incorporen a tiempo completo, pues los hombres habrán invertido mucho más en sus carreras durante el mismo tiempo. Fomentar el concepto del directivo a tiempo parcial podría mejorar las posibilidades profesionales de las mujeres y podría dar a los hombres la posibilidad de pasar más tiempo con su familia. (Wirth, 2002)

Como vemos en el Gráfico 4.1.1.1 las personas que tienen mayor número de empleos a tiempo parcial son las mujeres, en el año 2005 aumento en mayor cantidad. Solo un tercio de los contratos indefinidos que se firmaron en España en 2017 lo lograron mujeres, según los datos de la EPA (Encuesta de Población Activa)

El sobreesfuerzo que supone para muchas mujeres atender simultáneamente sus profesiones y las necesidades familiares, hace que una parte de ellas se desanime y decida mantenerse en su actual posición. Las mujeres son más adversas al riesgo que los hombres y su percepción de tener mayores responsabilidades en el cuidado del hogar las lleva a dedicar menos tiempo a su negocio. (Wirth, 2002)

A pesar de que los hombres empiezan a asumir más tareas domésticas sigue habiendo desigualdad en el tiempo empleado por hombres y mujeres en las tareas del hogar. Muchas mujeres renuncian a casarse y a tener hijos por dedicarse por completo a su carrera profesional o tienen que retrasar la maternidad debido a que la educación se extiende durante más años y a la necesidad de obtener experiencia laboral y ascender, antes de tener hijos. La sociedad sigue presuponiendo una familia estable, con un varón cabeza de familia que tiene un puesto de trabajo estable, y una madre dedicada a tiempo completo a la atención de los hijos y de los familiares ancianos.

Las empresas dedican esfuerzo por ofrecer las mismas oportunidades empresariales a hombres y a mujeres, pero hasta que cambien los roles o patrones sociales en cuanto al cuidado de la familia no se darán las condiciones para una igualdad real. Las mujeres dedican al día 2,5 horas más de media a las

tareas del hogar que los hombres y los hombres destinan una hora al día más al ocio y tiempo libre, como vemos en el grafico 4.1.1.2.

4.1.2. Brecha salarial

Las mujeres cobran sueldos más bajos que los hombres, aunque las diferencias salariales están desapareciendo paulatinamente, pero es probable que permanezcan mientras las ocupaciones sigan segregadas por sexo.

Según el informe 'Brecha salarial y techo de cristal' elaborado por los Técnicos de Hacienda, las mujeres en España cobran un 30% menos que los hombres, lo que supone una diferencia salarial que alcanza los 4.745 euros.

El informe de Gestha indica que las diferencias de sueldo entre hombres y mujeres se redujeron un 15% entre 2005 y 2015, a partir de 2016 ha aumentado.

Los técnicos han constatado en su estudio que la brecha empieza a ampliarse en el tramo que oscila entre los 26 y los 45 años, coincidiendo con una etapa en la que muchas mujeres se centran en la maternidad y en el cuidado de los hijos. (Diarioinformacion.com, 2018)

Esta diferencia salarial se aprecia a lo largo de toda la vida laboral, desde las trabajadoras más jóvenes, que se integran en el mercado laboral, hasta las de más edad, que se van a jubilar en poco tiempo. Esta se va incrementado a medida que los trabajadores van cumpliendo años (véase en el gráfico 4.1.2.1).

5. INICIATIVA EMPRESARIAL

El Centro Europeo para el Desarrollo de la Formación Profesional (CEDE-FOD, 1991, p.10) al hablar del autoempleo e iniciativa empresarial hace referencia a “una o varias personas que organizan, dirigen y asumen los riesgos de su propio negocio o actividad productiva porque entienden que tienen novedades que aportar o porque existe un espacio productivo en el que pueden competir satisfactoriamente”

El riesgo, la innovación y una buena gestión son elementos claves para que la idea inicial se transforme en una realidad. La iniciativa empresarial se vincula a un proceso en el que se detectan oportunidades de negocio, pero además, es importante la explotación de estas (Shane y Venkataraman, 2000).

La OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) (2003, P.47 Y P.57) establece siete grandes factores que influyen positivamente en la puesta en marcha de una empresa e identifica unas barreras a la iniciativa empresarial:

FACTORES POSITIVOS Y BARRERAS A LA INICIATIVA EMPRESARIAL

FACTORES POSITIVOS	BARRERAS EXISTENTES
<p>1. Demografía. Zonas muy pobladas, con altas tasas de población joven y zonas urbanas favorecen la creación de nuevas empresas.</p> <p>2. Desempleo. Por un lado, puede estimular la creación de empresas porque el coste de oportunidad de convertirse en empresario es menor. Aunque por, otro lado, una baja tasa de generación de empleo trae como consecuencia un nivel bajo de creación de empresas.</p> <p>3. Riqueza. En zonas más ricas se crean más empresas.</p> <p>4. Características ocupacionales y educativas de la población activa de la zona.</p> <p>5. Predominio de pequeñas empresas en la localidad</p> <p>6. Propiedad de la vivienda. Fuente de garantía colateral para financiar la empresa.</p> <p>7. Dotación de infraestructuras en la zona.</p>	<p>a) Redes sociales y empresariales limitadas.</p> <p>b) Bajos niveles de demanda efectiva.</p> <p>c) Valor de la vivienda bajo.</p> <p>d) Restricciones de acceso a la financiación.</p> <p>e) Falta de experiencia laboral y de aptitudes adecuadas de los residentes.</p> <p>f) Falta de modelos de conducta para imitar.</p> <p>g) Obstáculos culturales.</p> <p>h) Falta de motivación personal.</p> <p>i) Segmento desproporcionadamente grande de empresas en mercados maduros, de bajo crecimiento y fácil ingreso.</p> <p>j) Altos niveles de criminalidad.</p> <p>k) Problemas de transición para dejar la dependencia de la asistencia social.</p> <p>l) Reglamentación gubernamental.</p>

Fuente: OCDE (2003).

La creatividad, las habilidades adquiridas antes de ser empresario en un entorno educativo, familiar y social, la experiencia previa y la red de relaciones sociales son factores que identifican oportunidades empresariales y son importantes para saber aprovechar las oportunidades (González Morales, 2008)

5.1. Motivos y frenos

Como podemos ver en el Gráfico 5.1.1 el 68,5% de los emprendedores en fase inicial estaban motivados por oportunidad, mientras que el 28,3% estaba representado por los que emprendían por necesidad y el 3,2% restante por quienes emprendieron por otros motivos. Entre quienes emprendieron para aprovechar una oportunidad, la mayoría buscaba mayor independencia (57,1%) o aumentar los ingresos (25,2%). Asimismo, el 9,7% de los casos por mantener los ingresos y el 8,1% restante por otras razones.

Como hemos visto antes la mayoría de la población emprendedora española ha estado motivada por oportunidad. Hasta el 2009 los emprendedores en fase inicial motivados exclusivamente por necesidad representaban alrededor del 15% del total, y a partir de entonces su peso relativo casi se ha duplicado hasta el 28,3% en el 2017. A pesar de ello, la tendencia que se observa en los últimos años es de estabilidad, aunque en el último año aumentó el peso de la necesidad frente a la oportunidad como motivación para emprender. Resulta positivo, que durante los años de crisis económica el emprendimiento por necesidad llegó a duplicarse (desde el 14,8% en 2008 hasta el 29,2% en 2013) quitando peso al emprendimiento por oportunidad (desde el 80% en 2008 hasta el 66,8% en 2013) (véase gráfico 5.1.2).

El Gráfico 5.1.3 muestra que lo que más ha prevalecido siempre, ha sido la búsqueda de una mayor independencia como principal razón para aprovechar una oportunidad de negocio. A excepción del año 2016 que fue desplazada por el interés de aumentar los ingresos. En concreto, el porcentaje de emprendedores en fase inicial motivados por oportunidad que buscaba una mayor independencia pasó del al 42,8% en 2016 al 57,1% en 2017, igual que 10 años antes, cuando todavía no había llegado la crisis a España. Mientras que el porcentaje que buscaba aumentar los ingresos pasó del 45,0% en 2016 al 25,2% en 2017, que es el porcentaje más bajo a lo largo de la trayectoria del GEM.

La necesidad de mantener los ingresos cobró importancia y perdió peso la búsqueda de una mayor independencia durante la crisis. Pero en los últimos años esta tendencia ha cambiado, en el 2015 y en el 2017 más de la mitad del TEA por oportunidad (en concreto, 55,1% y 57,1%, respectivamente) corresponde a personas emprendedoras que persiguen una mayor independencia.

En cuanto a los frenos a la hora de convertirse en empresario, hablamos de la falta de apoyo financiero y la complejidad de los procedimientos administrativos que son, en este orden, los principales obstáculos a la hora de crear una empresa y después para el crecimiento de esta. La complejidad de los trámites provoca que, en los primeros momentos de la vida de la empresa, se dedique más tiempo a trámites burocráticos que al desarrollo de su iniciativa empresarial. Aunque en los últimos años, en España se han intentado reducir los esfuerzos en la puesta en marcha. La escasez de financiación tiene mucha importancia en los periodos de crisis. (El proceso de creación de empresas y el dinamismo empresarial, 2005) La fiscalidad empresarial, la falta de cultura innovadora, la falta de formación emprendedora, la escasa valoración social de la actividad emprendedora, el miedo al fracaso, el cansancio que supone pensar en el proceso de creación de una empresa, el desconocimiento del sector, la falta de experiencia...son otros factores que frenan la creación de empresas.

Los empresarios individuales tributan por el IRPF con una tarifa progresiva y con un porcentaje mayor al del IS, por lo que, penaliza a los empresarios cuanto más éxito tienen e incentiva la constitución de sociedades. (Consejo Económico y Social, 2005)

Según el informe GEM la sociedad española prefiere la seguridad de un puesto de trabajo estable y huye del riesgo o de la posibilidad de enfrentarse a un fracaso empresarial. Una de las mayores dificultades a las que se enfrentan los emprendedores es la falta de información.

5.2. Factores de éxito y fracaso empresarial.

La innovación es el factor más importante para que los empresarios tengan éxito, además condiciona su capacidad de consolidación y supervivencia. Los empresarios tienen que adaptarse a los cambios ya que el mundo cada vez es

más dinámico y requiere de empresarios preparados para estos cambios y dispuestos a adaptarse a las tendencias que se producen en el entorno, solo quienes saben adaptarse sobreviven.

Los empresarios deben estar dispuestos a asumir riesgos siempre que la iniciativa propuesta sea rentable (cuanto más riesgo, más rentabilidad tiene el negocio). Además, hay que tener una visión a medio y largo plazo, estar alerta de las oportunidades de negocio favorece el éxito de la empresa.

Es importante también tener los objetivos claros y tener una buena cultura empresarial. Además se debe tener persistencia, si se fracasa una vez debes volver a intentarlo.

Para tener éxito los empresarios tienen que dedicarle mucho tiempo a su trabajo y ser constantes, les tienen que gustar lo que hacen y sentirse satisfechos con ello. También es importante que tengan confianza en ellos mismos porque continuamente tienen que estar tomando decisiones y asumiendo riesgos.

Por otro lado los empresarios tienen que tener una buena planificación y crear una buena campaña de marketing, todo empresario tiene que darse a conocer mediante publicidad. El producto tiene que destacar al compararlo con los de los competidores, tiene que diferenciarse de estos. Para ello es importante que se conozca el mercado perfectamente. (Puchol, 2011)

Para dar a los consumidores lo que demandan, la empresa debe conocer en primer lugar cuáles son sus clientes y una vez que lo sabe deberá estudiar sus necesidades y sus comportamientos.

Para que tengan éxito es necesario tener una muy buena comunicación y relación con los stakeholders y con otros empresarios del sector, es decir, tienen que tener una buena red de contactos.

Deben optimizar el uso de los recursos financieros y evitar gastos innecesarios. Las empresas que no cuente con el capital suficiente para el desarrollo de su negocio están destinadas a fracasar.

En España las empresas jóvenes son las que tienen más dificultades para sobrevivir. Pero las que se financian principalmente con capital propio y/o capital de la familia que tienen una probabilidad más elevada.

Algunos factores que influyen en el fracaso empresarial son emprender sin motivación, no tener carácter emprendedor, no ser luchador, no tener confianza y

comunicación con los socios, emprender en un sector que no les gusta o no conocen y puede ser no saber rendirse a tiempo. (Trias de Bes, 2012).

El acceso a la financiación es uno de los problemas a los que se enfrentan las empresas cuando nacen y por ello la mayor parte de las iniciativas empresariales fracasan en los primeros años (es el momento clave para introducir innovación en el mercado). Hay un mayor índice de fracasos entre personas mayores, con bajo nivel de estudios y sin experiencia. También se da un mayor fracaso en el emprendedor por necesidad que el que lo hace por oportunidad. Es imprescindible considerar el fracaso como algo casi inevitable en el proceso y de cuyas experiencias debe aprenderse.

El emprendedor que fracasa acumula experiencia, que será útil en un nuevo emprendimiento y podrá enseñar a los futuros emprendedores para que aumenten sus probabilidades de éxito. (Valls Pasola, 2012)

La mayoría de las empresas que fracasan se crean en mercados ya existentes y maduros, sus competidores tienen bastante experiencia y son reconocidos.

Ejemplos de fracasos: Thomas Alva Edison realizó más de diez mil experimentos fallidos hasta obtener la primera bombilla. Steve Jobs vivió el fracaso cuando Apple le echó de la compañía que había creado y solo le readmitió cuando vio que revolucionaría de nuevo los mercados con iPod y iPhone.

La falta de viabilidad del proyecto durante un largo periodo de tiempo es el único factor que puede llevar al cierre definitivo de la empresa. La falta de entendimiento entre los socios o no contar con una persona con dotes comerciales dentro de la empresa pueden ser el origen y el desencadenante que lleve a la falta de viabilidad. El control de gastos e ingresos en una empresa es vital. (Valls Pasola, 2012)

5.3. Fuentes de financiación

En el Gráfico 5.3.1 el proyecto GEM afirma que para cubrir el capital semilla (capital inicial), la principal fuente de financiación utilizada por los nuevos empresarios en España durante 2017 fue su capital propio con un 52,16%, más de la mitad. Es mucho mayor que el 21,9% que representa el capital semilla proveniente de instituciones financieras, así como también esta última es mayor que el 14,0% que representa el capital semilla proveniente de familiares.

Las fuentes de financiación ajenas tienen poca importancia. Las dificultades de acceso a una financiación adecuada y poco costosa hacen que los empresarios recurran a sus recursos propios para financiar la puesta en marcha.

Respecto a inversores privados sólo un 3,1% de la población española de entre 18 y 64 años decide invertir en iniciativas empresariales ajenas en 2017 según el proyecto GEM, como vemos en el gráfico 5.3.2. Es más o menos, similar al registrado en los años 2015 y 2016, pero algo inferior con respecto a los niveles registrados en el 2011 (3,6%), el 2012 (3,8%) y el 2014 (3,7%). A pesar de ello ha ganado un ligero peso con respecto a los años anteriores a la crisis.

5.4. Apoyo social

A la hora de montar una empresa influye mucho la opinión que tengan sobre ello los amigos y familiares, ya que, la mayoría de los empresarios se apoyan en ello. Según un estudio los empresarios que reciben más apoyo de su red son los que tienen más éxito.

Los hombres son más propensos a recibir apoyo social de sus parejas que las mujeres, esto es a causa de que, las mujeres sienten la necesidad, o creen que tienen la obligación de estar atentas y apoyar los negocios de sus maridos, hasta limitar sus aspiraciones profesionales y personales (Rodríguez et al, 1999)

El apoyo recibido por el cónyuge es el mejor valorado por los empresarios según muchos estudios. Es la unidad familiar la que tiene que dar el apoyo moral y sentimental para seguir adelante con el negocio y lograr los objetivos que beneficiarán a todos. Su apoyo es importante para el éxito de los emprendedores. (Alia, 2015)

Por lo general, las familias de los emprendedores de éxito han sido muy complacientes con ellos (son más comprensivas y apoyan al empresario), pero ellos no les corresponden como deberían. Sus familias quieren verlos triunfar y entiende que para eso tienen que estar poco en el hogar. Recibieron de ellos ánimo y consejos en los momentos que no quisieron seguir adelante y daban todo por perdido, no los dejaron rendirse y los convencieron de intentarlo de nuevo, pero con más cuidado. (Guerrero Marín, 2002)

6. IMAGEN DE LOS EMPRESARIOS EN LA SOCIEDAD

Un 36% de los encuestados tienen una mala o muy mala imagen de los empresarios. Estos son los que están al frente de grandes empresas y que, aunque en algunos casos han empezado de cero, no suelen generar mucha simpatía. Pero hay que tener en cuenta que la mayor proporción de empresarios en España esta representada por los pequeños comercios, por eso un 41% de los encuestados tienen una buena o muy buena imagen de los empresarios, sobre todo por los pequeños comercios (véase en el Gráfico 6.1.)

Según el Gráfico 6.2, más de la mitad de las personas creen que debería haber más empresarios (un 67%), por lo tanto, podemos pensar que la sociedad confía más en los empresarios que en el Estado. Estamos en una sociedad que está continuamente cambiando. Y por eso lo de adaptarse o morir, y por diferentes motivos, como hemos visto anteriormente, la sociedad cada vez crea más empresas o renueva la que tiene o la traspasa a otras personas.

Prácticamente la mitad de la población encuestada prefiere ser empresario a trabajar por cuenta ajena. Pero hay muchos motivos por los cuales a la población española le frena ser empresario, como hemos visto en anteriores apartados. Por ello, en vez de convertirse en empresarios prefieren ser contratados por otras empresas y trabajar por cuenta ajena (véase Gráfico 6.3).

El 49% de los encuestados opinan que la población española está mal o muy mal formada para ser empresario. El principal factor de posible éxito es tener una idea en mente y poner los medios intelectuales para llevarla a cabo. En España es normal que al terminar la carrera no se tenga experiencia práctica, por esta razón frecuentemente vemos que cierran negocios, por no haber hecho lo adecuado para tener éxito, además de carecer de la formación empresarial adecuada (véase gráfico 6.4.)

El 86% de los encuestados cree que existen muchos o bastantes obstáculos para montar una empresa como vemos en el gráfico 6.5. En España el tiempo que transcurre desde que se decide crear la empresa hasta que se pone en marcha supera el año fácilmente. La falta de recursos financieros, las trabas burocráticas o las dificultades en la localización de determinados activos pueden hacer que la puesta en marcha se retrase. Se quiere disminuir el tiempo, facilitando la gestión de los trámites burocráticos.

7. LA CRISIS PARA LOS EMPRESARIOS.

Con la crisis, la brecha entre hombres y mujeres empresarias se hace mayor y también empiezan más jóvenes a montar sus propias empresas debido a las altas tasas de paro. La motivación por crear una empresa tras la crisis es debido a la necesidad ante la falta de empleo (no tiene una mejor opción en el mercado laboral), pero no disminuye la proporción de personas que crean una empresa para aprovechar oportunidades no satisfechas por el mercado, se empieza a emprender en mayor proporción que antes por necesidad. Tienen más probabilidad de emprender los jóvenes porque no tienen cargas familiares, hipotecas... Además, es importante para los emprendedores tener motivación, porque si no es muy posible que fracasen en su negocio.

En el año 2015 la tasa neta del gráfico 7.1 se situó en el 1,4% (9,5%-8,1%), frente al 2,0% (10,1% - 8,1%) de 2014. Nacieron empresas, pero también murieron durante la crisis.

Además, como podemos ver en el gráfico desde el 2008 hasta el 2013, disminuyó el número de empresas activas a causa de la crisis, murieron más empresas de las que nacieron durante estos años. Si comparamos en el 2007 se crearon un 9,6% y se cerraron un 7,4% a diferencia del 2008 que se crearon un 7,7% y se cerraron un 9,2%. En 2008 la tasa neta era de -1,5%(7,7%-9,2%), pero más baja la del 2009 con un -2,1%(7,4%-9,5%).

7.1. Factores por los que cierran las empresas (tasa de abandono)

De las personas que abandonaron una actividad empresarial en los últimos 12 meses, únicamente el 67% de los casos corresponde a cierres definitivos de negocio, mientras que el 31,1% corresponde a negocios que continuaron en funcionamiento bajo la gestión de otras personas. Como muestra el Gráfico 7.1.1, la tasa real de cierres definitivos en el 2017 alcanzó solo el 1,3% de la población adulta encuestada que había cerrado un negocio recientemente. Teniendo en cuenta solo a las personas que decidieron abandonar una actividad empresarial, el principal motivo por el que cerraron sus negocios fue por falta de rentabilidad (46,2% de los casos). Si no hay un mercado que les permita generar beneficios, lo mejor es retirarse a tiempo para evitar desastres financieros. El 19,9% de las personas que abandonaron un negocio no especificó un motivo concreto.

Otros motivos, pero en menor proporción, son por razones personales, jubilación, problemas de financiación, oportunidad de venderlo, le salió otro trabajo, cierre planificado, presión de los impuestos o trabas burocráticas, etc.

Desde el 2009 el porcentaje de personas que abandonaron sus negocios en los últimos 12 meses aumentó hasta alcanzar el 2,2% en el 2011, como se puede ver en el Gráfico 7.1.2. Desde entonces, este porcentaje ha bajado hasta el 1,6% en los años 2015 y 2016, aunque en el último año volvió a subir hasta el 1,9%; rompiendo ligeramente la tendencia a la baja que se estaba viendo en los últimos años. A lo largo de los años, la mayoría de los abandonos corresponde a negocios que fueron cerrados definitivamente, a excepción del 2009 que se observa una equiparación entre el porcentaje de personas cuyo negocio cerró definitivamente y el porcentaje cuyo negocio continuó en manos de otros (1%).

El cierre de empresas ha superado al traspaso, que constituye una parte del abandono de la empresa donde una persona ha aprovechado una oportunidad de venta. Podrían aprovecharse negocios rentables, que puedan ser abandonados por jubilación o cambio de orientación profesional de sus propietarios, para transformarlos y modernizarlos. (GEM España: Informes Especiales, 2010).

El GEM realizó un estudio sobre el impacto que tuvo la crisis en la decisión de abandonar sus negocios y más de la mitad de los encuestados dijo que sí había tenido un profundo impacto la crisis en su decisión, mientras que en un cuarto (26%) no había tenido ningún impacto, como vemos en el gráfico (Gráfico 7.1.3.)

7.2. Dificultades en crisis a las que hacen frente los emprendedores

Las principales dificultades a las que tienen que hacer frente los empresarios, una vez puesta en marcha la empresa, son: la **financiación**, poseer liquidez para poder afrontar pagos, hacer frente a posibles imprevistos y no entenderse entre los socios. Pero mayormente la financiación es la que les hace abandonar más negocios en periodos de crisis. A la hora de crear una empresa las trabas burocráticas y la financiación son los mayores problemas a los que se enfrentan los nuevos empresarios. La falta de financiación podría desembocar en la pérdida definitiva del negocio.

Es necesario que las obligaciones tributarias y los costes asociados de cumplimiento de estas, no sean un obstáculo en la creación de empresas ni en el

desarrollo o consolidación de las empresas jóvenes. Se debería discriminar positivamente a las nuevas empresas vinculadas a sectores de base tecnológica y de alto valor añadido para incentivar las actitudes emprendedoras y también a las actividades generadoras de empleo, innovación y progreso tecnológico.

Además, que hay que prestar atención a las necesidades de financiación de las empresas innovadoras más jóvenes porque tiene doble riesgo: carácter de nueva empresa y su dedicación a proyectos innovadores. También se deben promover acciones y programas para facilitar la aproximación entre emprendedores y el sistema científico tecnológico, promocionando y creando centros tecnológicos. (Consejo Económico y Social, 2005).

8. CONCLUSIONES

A la luz de la información expuesta en el presente trabajo he llegado a las siguientes conclusiones:

A través de la búsqueda bibliográfica realizada y de un análisis de los datos procedentes del Informe GEM 2017-2018 y en menor medida del INE se ha analizado el perfil sociológico del empresario español.

He comenzado el trabajo indagando acerca del concepto de empresario y profundizando un poco en el concepto de emprendedor. He podido ver que a lo largo de la historia se ha definido a los empresarios de muchas formas y no hay una definición clara, pero lo que sí que está claro es que un emprendedor tiene que ser una persona innovadora y que asuma cierto riesgo.

El perfil sociológico que presentan los emprendedores españoles actualmente es varón, de unos 39 años, con formación superior y que se adentra en el mundo de las actividades del sector servicios. Este es el perfil tipo de emprendedor en España según el Global Entrepreneurship Monitor.

Hay empresarios cuyos familiares también lo son y eso les ha ayudado mucho a convertirse en empresarios, otros no los tienen, pero no significa que no vayan a tener éxito en sus negocios.

A pesar de que la presencia de mujeres en el mundo laboral es cada vez mayor, también en puestos de dirección, todavía hay brecha de género y falta mucho para que se igualen las mujeres a los hombres tanto en puestos y responsabilidades como en los salarios que perciben.

El hecho de que mujeres se acojan con mayor frecuencia a medidas de conciliación podría situarles en desventaja en el momento en el que la empresa se plantea elegir entre un hombre o una mujer para una posición de responsabilidad. Una mujer en edad de ampliar o formar una familia puede ser rechazada en la selección, al presuponerse el hecho de que probablemente tendrá hijos y reducirá su dedicación o esfuerzo en el trabajo, incluso mujeres sin pareja y sin cargas familiares, solo por el hecho de ser mujer. Se encuentran más condicionadas que los hombres para crear una empresa, ya que aun recaen en ellas las tareas domésticas y familiares, por lo que necesitan compatibilizar los aspectos laborales con cuestiones personales.

Hay que apoyar a la actividad emprendedora femenina concienciando a la sociedad de que existen diferentes edades: juvenil, reproductiva, post reproductiva, estabilidad familiar... Las etapas en las que las mujeres están más libres para trabajar son la juvenil y cuando ya tienen una familia estabilizada y no tienen que cuidar a nadie.

Los hombres de negocios han sido considerados de forma negativa por la población a lo largo de la historia, en la actualidad esta imagen ha ido mejorando, tal y como se ve en la encuesta realizada.

Entre los principales motivos que encuentra la gente para emprender podemos destacar: Aprovechar una oportunidad (mayor independencia, aumento de los ingresos, mantener los ingresos...) o por la necesidad de ser empresario a causa de circunstancias personales (la finalización de los estudios), familiares (sucesión de la empresa familiar) o laborales (por experiencia), también por la adquisición de una empresa ya en marcha.

El principal motivo por lo que emprenden las personas es por aprovechar una nueva oportunidad de negocio, aunque con la crisis aumentó el porcentaje de personas que emprenden por necesidad. Durante la crisis donde más se nota el paro es en la población joven y esto está haciendo que los jóvenes emprendan al no encontrar otra opción dentro del mercado laboral. También hemos podido ver cual son los frenos con los que se encuentran las personas para ser empresarios. Para que los empresarios tengan éxito el factor más importante es innovar y ser diferentes a sus competidores, ya que el mercado está en continuo cambio y tienen que saber adaptarse al entorno. También es importante asumir riesgos,

aprender de los errores y tener motivación con lo que hacen. Estas empresas son las que tienen más probabilidades de alcanzar el éxito y sobrevivir.

Por otro lado entre los principales motivos para abandonar la actividad emprendedora en la mayoría de los casos es porque el negocio no era rentable. Otros motivos, problemas de financiación, motivos personales, surgimiento de otras ofertas de empleo o por vender el negocio.

El apoyo de la familia o de la pareja, puede condicionar las actitudes de los emprendedores a la hora de decidirse a crear una empresa. Los amigos tienen también un peso importante, pero aportan distinto apoyo. Poseer un amigo o familiar empresario influye de manera positiva a la hora de convertirse en empresarios.

Realizando este trabajo he analizado como son los empresarios españoles y la imagen que tienen de ellos la sociedad. He llegado a la conclusión de que todavía hay mucha desigualdad de género y que en los últimos años se está teniendo una mejor imagen de los empresarios a causa de la figura del emprendedor.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Audretsch, D. y Thurik, R. (2004). *A model of the Entrepreneurial Economy*. International Journal of Entrepreneurship Education, vol. 2, num. 2, pp. 143-166.
- Castillo Clavero, A. y Abad Guerrero, I. (2003). *Introducción a la economía y administración de empresas*. Madrid: Pirámide.
- Cole, A.H. (1947). *An Approach to the study of entrepreneurship*. En *The Journal of economic history*. Vol 11, p.133
- Consejo Económico y Social. (2005). *El proceso de creación de empresas y el dinamismo empresarial*. Madrid.
- Cuervo García, A. y Montoro-Sánchez., A. (2010). *Iniciativa emprendedora y vocación global: el empresario en la pequeña y mediana empresa como emprendedor-directivo*. Economía Industrial, nº375, pp. 125-137.
- Florence, P.S. (1966). *Economía y Sociología Industrial*. Libros de economía Oikos
- Fuentes Fuentes, M.M. y Cordón Pozo, E. (2012). *Fundamentos de dirección y administración de empresas*. Madrid: Ediciones Pirámide, pp. 59-89.

- Fuentes García, F. y Sánchez Cañizares, M.S. (2010). *Análisis del perfil del emprendedor: una perspectiva de género*. Revista: Estudios de economía aplicada. Vol. 28-3, pp. 1-28.
- Galbraith, J.K. (1984). *El nuevo estado industrial*. Madrid: Sarpe.
- García Tabuena, A. Crespo Espert, J. L. y Pablo Martí, F. (2008). *La actividad emprendedora: Empresas y empresarios en España, 1997-2006*. Madrid: Fundación Rafael del Pino (Marcial Pons. Ediciones Jurídicas y Sociales S.A.)
- González Morales, O. (2008). *Iniciativa empresarial: nuevos escenarios y nuevos retos para un desarrollo sostenible*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Hayter, R. (1997). *The dynamics of industrial location. The factory, the firm and the production system*. John Willey & Sons, Chichester, Inglaterra.
- Juan Albalade, J. (2004). *La empresa desde una perspectiva sociológica*. Madrid: Ediciones Pirámide (Grupo Anaya S.A.)
- Knight, F.H. (1947). *Riesgo, incertidumbre y beneficio*. Madrid: Editorial Aguilar.
- Lofstrom, M. (2002). *Labor Market assimilation and the self-employment decision of immigrant entrepreneurs*. Journal of population Economics, vol. 15, pp. 83-114.
- Marcos de la Fuente, J. (1983). *El Empresario y su función social*. Unidad Editorial.
- Pablo-Martí, F. (2004). *Promoting the Entry of New Firms*. Small Business Economics, num. 22, p. 209-221.
- Puchol, L. (2011). *El Libro del Emprendedor. Como crear tu empresa y convertirte en tu propio jefe*. Díaz de Santos. S.A.
- Rodríguez, S.N. Hildreth, G.J. y Mancuso, J. (1999). *The Dynamics of Families in Business: How Therapists can Help in Ways Consultants Don't*. Contemporary Family Therapy, vol 21, pp. 453-468.
- Schumpeter, J.A. (1961). *Capitalismo, Socialismo y democracia*. Madrid: Aguilar.
- Shane, S.A. y Venkataraman, S (2000). *The promise of entrepreneurship as a field of research*. Academy of Management Review, vol.25, pp. 217-226
- Trias de Bes, F. (2012). *El libro negro del emprendedor*. Barcelona: Empresa Activa, D.L.
- Valls Pasola, J. (2012). *Causas de fracaso de los emprendedores*. Oleiros (La Coruña): Netbiblo.

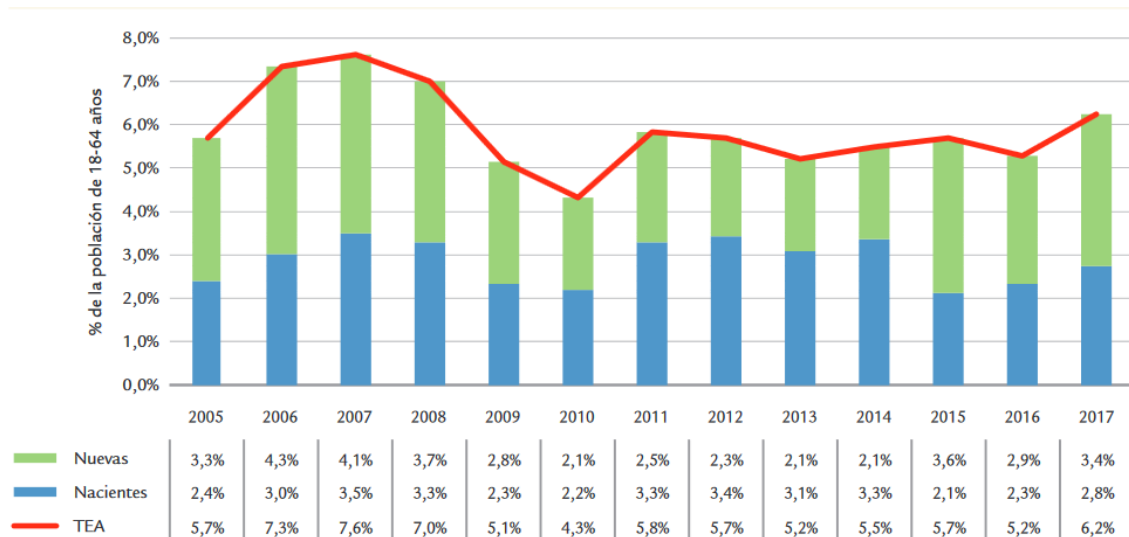
- Wirth, L. (2002). *Romper el techo de cristal, las mujeres en puestos de dirección*. Madrid: Ministerio de trabajo y asuntos sociales.
- **REFERENCIAS PROCEDENTES DE INTERNET.**
- Alias, T. (2015). *La familia es importante en el éxito de los emprendedores*. Disponible en: <http://udep.edu.pe/hoy/2015/el-apoyo-de-la-familia-es-importante-para-el-exito-de-los-emprendedores/>
- Arrieta, E. y Bustillo, A. (2015). *Lecciones de los grandes empresarios a los emprendedores*. Expansion.com. Disponible en : <http://www.expansion.com/emprendedores-empleo/emprendedores/2015/06/12/557b11f6e2704eb6288b458b.html>
- Círculo de empresarios (2014). *Encuesta metropolitana: Los españoles si confían en los empresarios*. Disponible en: https://circulodeempresarios.org/app/uploads/2014/02/encuesta_metroscopia-encuesta-sobre-la-imagen-del-empresario-los_espanoles_si_confian_en_los_empresarios.pdf
- Diarioinformacion.com. (2018). *La realidad de la brecha salarial: Cuanto cobran de menos las mujeres que los hombres en España*. Disponible en: <http://www.diarioinformacion.com/economia/2018/03/08/realidad-brecha-salarial-cobran-mujeres/1996400.html>.
- Diaz, J. (2013). *10 claves para tener éxito como empresario*. Disponible en: <https://www.negociosyemprendimiento.org/2013/05/claves-para-tener-exito-como-empresario.html?m=1>
- Emprendedores (2017). *10 factores que influyen en el éxito de un proyecto emprendedor*. Disponible en: <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/factores-exito-proyecto-emprendedor>.
- Europapress (2018). *Huelga feminista 2018: la brecha salarial, en ocho gráficos*. Europapress.es. Disponible en: <http://www.europapress.es/sociedad/noticia-huelga-feminista-2018-brecha-salarial-ocho-graficos-20180306113956.html>
- Expansión (2016). *Las pymes no innovan por falta de recursos*. Expansión.com. Disponible en: <http://www.expansion.com/pymes/2016/09/09/57d292d6ca47414e118b4586.html>

- Finanzas Personales. (2018). *10 claves para ser un empresario exitoso*. Disponible en: <http://www.finanzaspersonales.co/trabajo-y-educacion/articulo/10-claves-para-empresario-exitoso/51338>
- GEM España: Informes Especiales. (2010). Disponible en: http://antigua.gem-spain.com/Mis%20archivos/Informes%20Especiales/El%20impacto%20de%20la%20crisis%20economica_V1.pdf
- GEM España: Informes Nacionales. (2018). Disponible en: <http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2018/04/Informe-GEM-2017-18.pdf>
- González, J. (2016). *Los diez datos que demuestran que las mujeres sufren discriminación laboral*. EL PAÍS. Disponible en: https://elpais.com/economia/2016/10/24/actualidad/1477310236_972254.html.
- Guerrero Marín, M.A. (2002). *El emprendedor y su familia*. Disponible en: <https://www.gestiopolis.com/emprendedor-su-familia/>
- Hiscox.es. (2015). *Estudio Hiscox ADN del emprendedor. Perfil del emprendedor español*. Disponible en: https://www.hiscox.es/documentos/perfil_emprendedor_espanol_2015_0.pdf
- Instituto Nacional de Estadística (2018). Disponible en: <http://www.ine.es/>
- Medina Salgado, C. y Espinosa Espíndola, M. (1994). *La innovación en las organizaciones modernas*. Disponible en: <http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/4627/La-innovacion-en-las-organizaciones-modernas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ministerio de Empleo y Seguridad Social (2017). Disponible en: <http://www.ipyme.org/Publicaciones/Cifras-PYME-febrero-2017.pdf>
- Mora, J. (2015). *10 factores que influyen en el éxito del emprendedor*. STEL Order. Disponible en: <https://www.stelorder.com/factores-influyen-en-el-exito-emprendedor/>
- Pwc (2012). *Las mujeres directivas en España*. Disponible en: <https://www.pwc.es/es/publicaciones/gestion-empresarial/assets/la-mujer-directiva-esp.pdf>
- Sancho, A. (2016). *Innovación en la Pyme: propuestas para mejorar su competitividad*. Libre Mercado. Disponible en: <https://www.libremercado.com/2016-09-18/innovacion-en-la-pyme-propuestas-para-mejorar-su-competitividad-1276582588/>

10. ANEXOS

ANEXO 1: EL EMPRESARIO

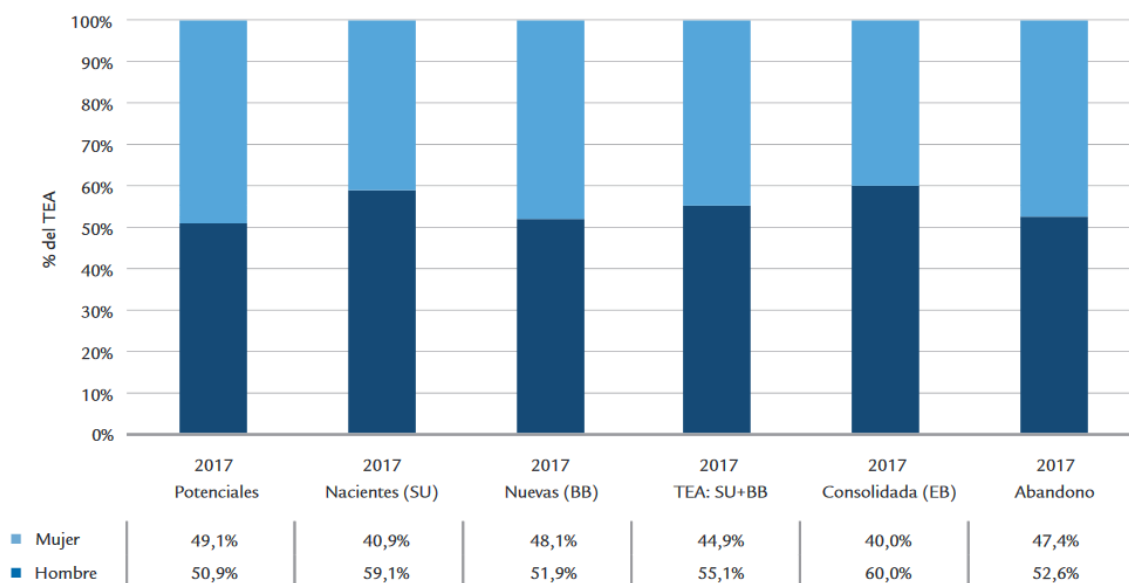
Gráfico 3.1. Evolución del índice TEA en España durante el periodo 2005-2017



Fuente: GEM España, 2017

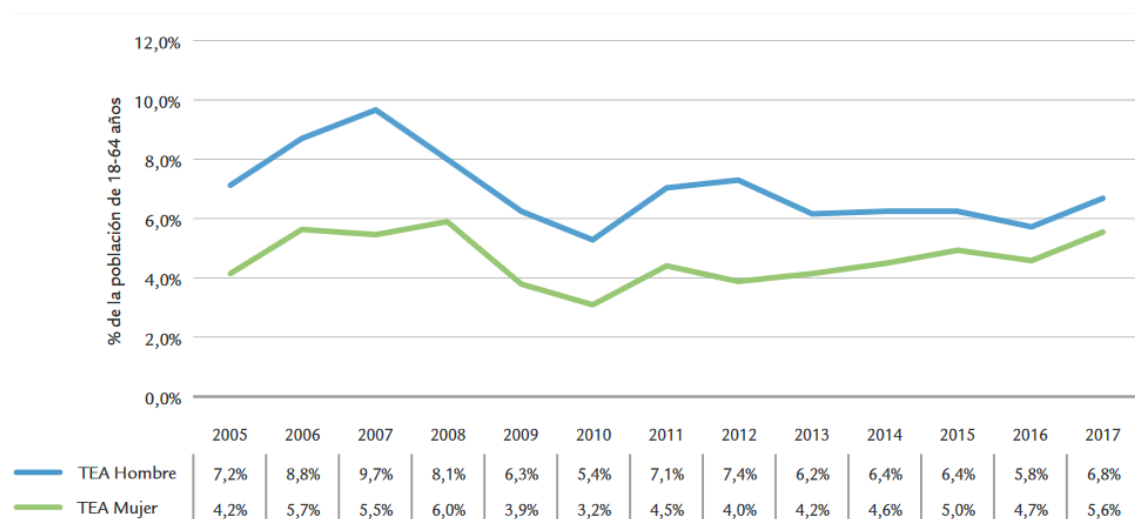
ANEXO 2: DIFERENCIAS DE LOS EMPRESARIOS.

Gráfico 3.4.1.1: Diferencia por género de los emprendedores en España en 2017



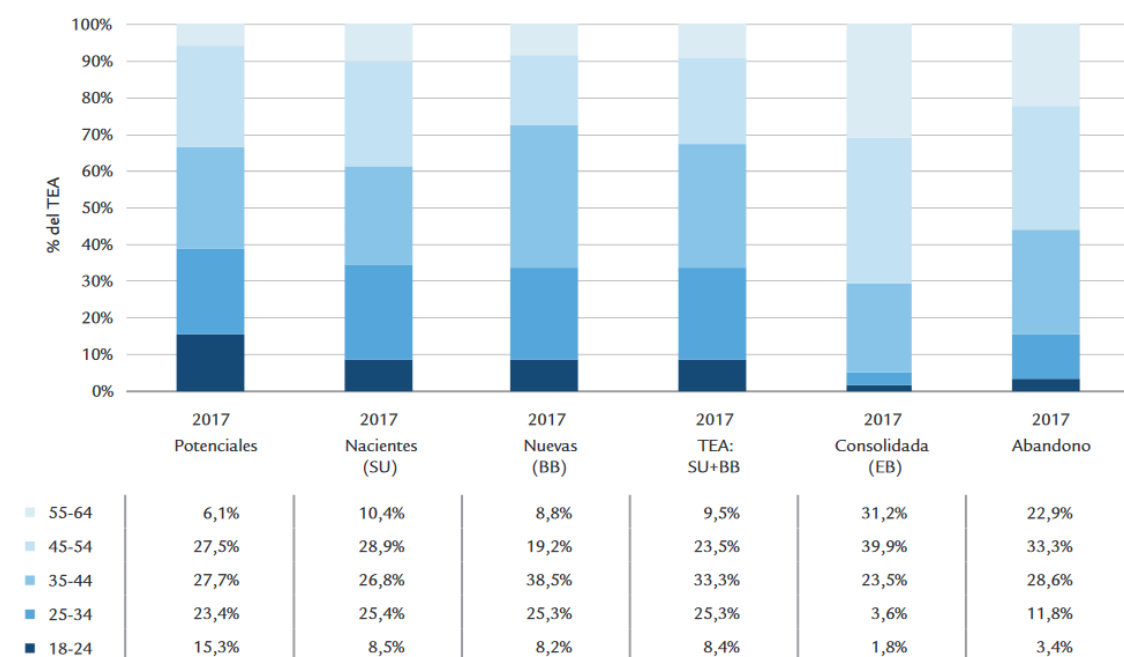
Fuente: GEM España, 2017

Gráfico 3.4.1.2: Evolución del índice TEA por género en España durante el periodo 2005-2017



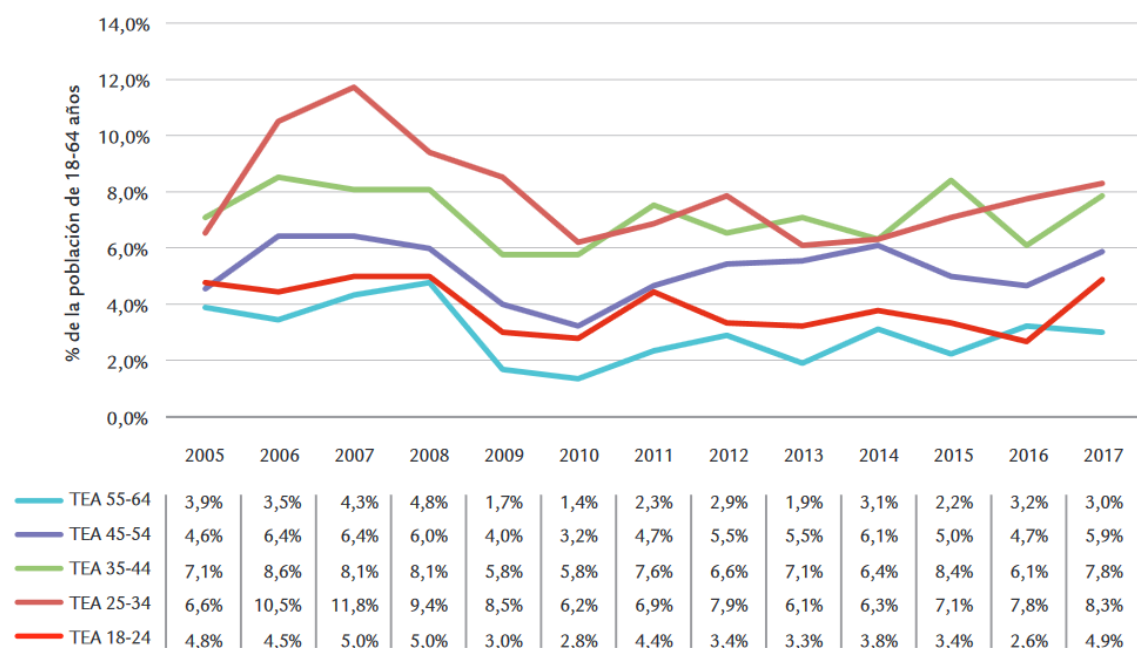
Fuente: GEM España, 2017.

Gráfico 3.4.2.1: Distribución por edad de los colectivos emprendedores en España en 2017



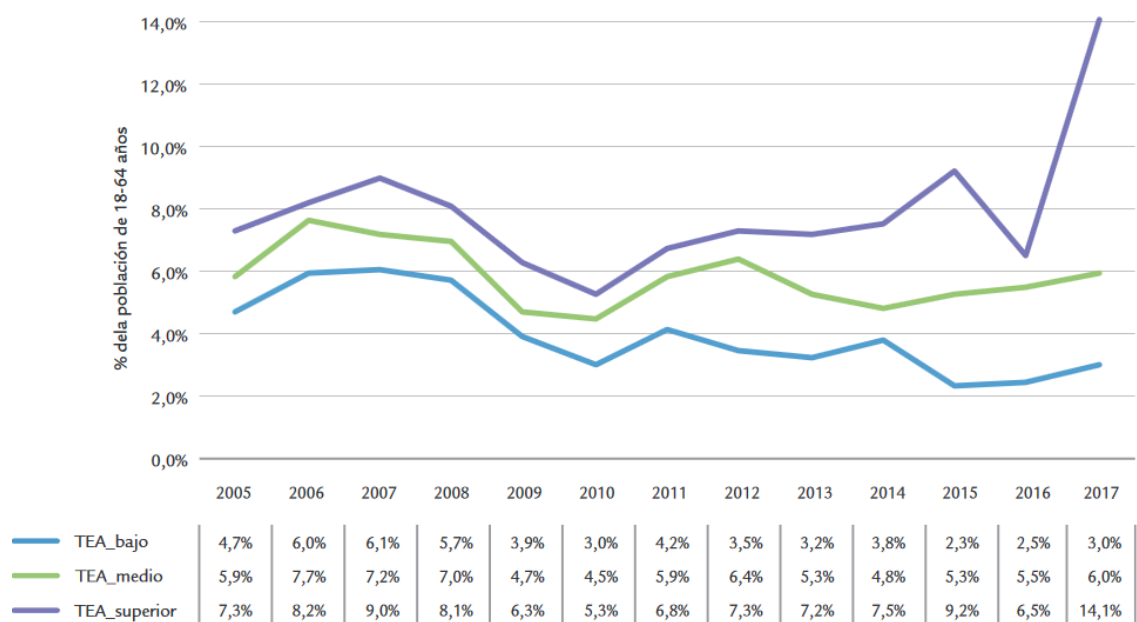
Fuente: GEM España, 2017.

Gráfico 3.4.2.2: Evolución del índice TEA por edades en España durante el periodo 2005-2017



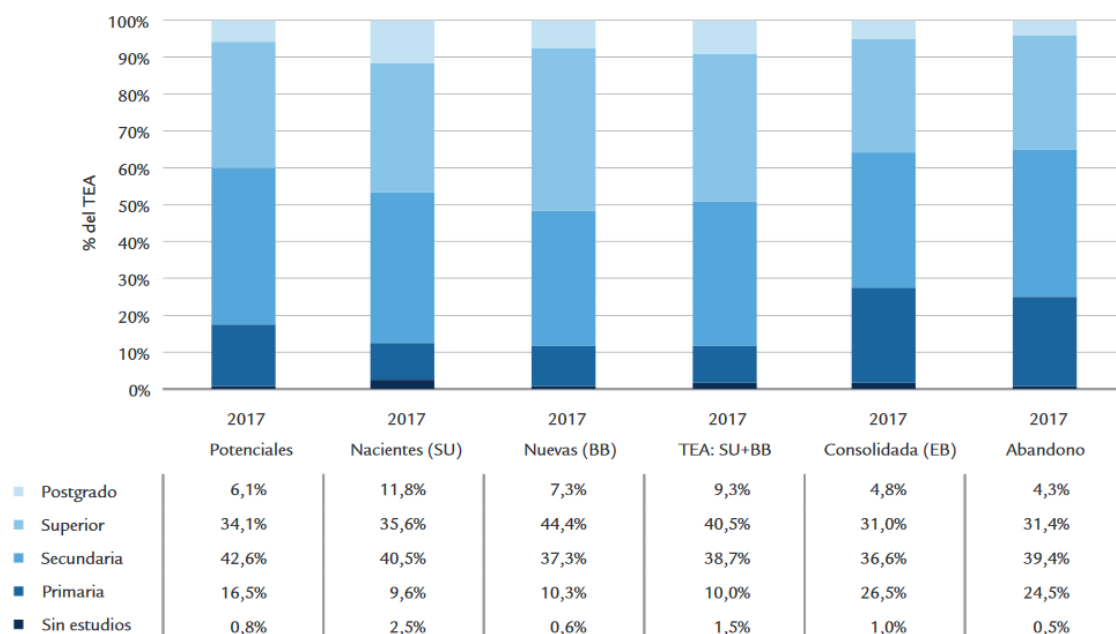
Fuente: GEM España, 2017.

Gráfico 3.4.3.1: Evolución del índice TEA por nivel de educación en España durante el periodo 2005-2017



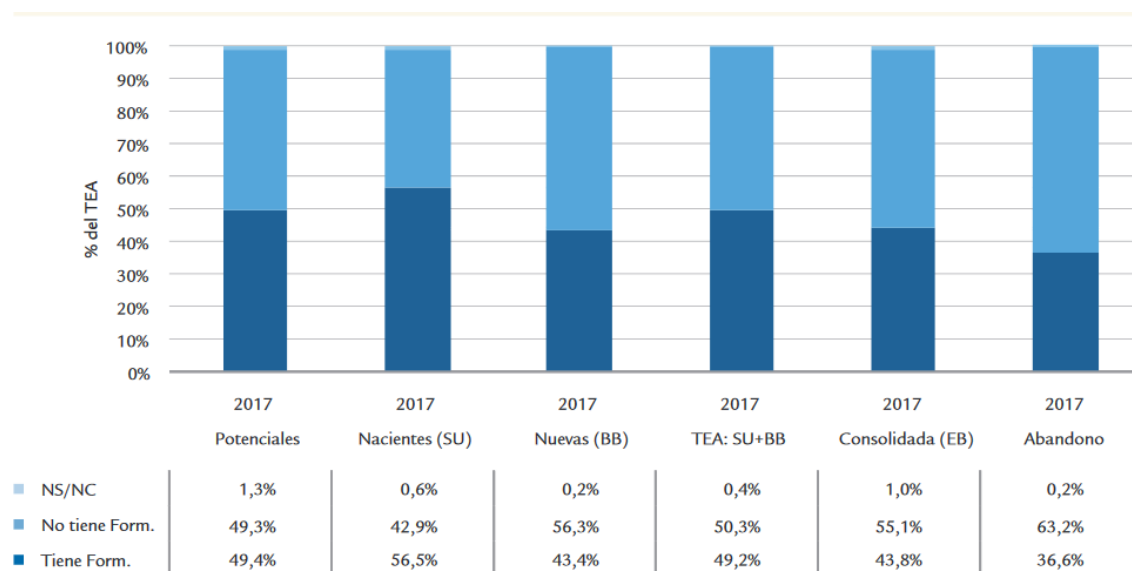
Fuente: GEM España, 2017.

Gráfico 3.4.3.2: Distribución de los colectivos emprendedores por nivel de educación en España en 2017



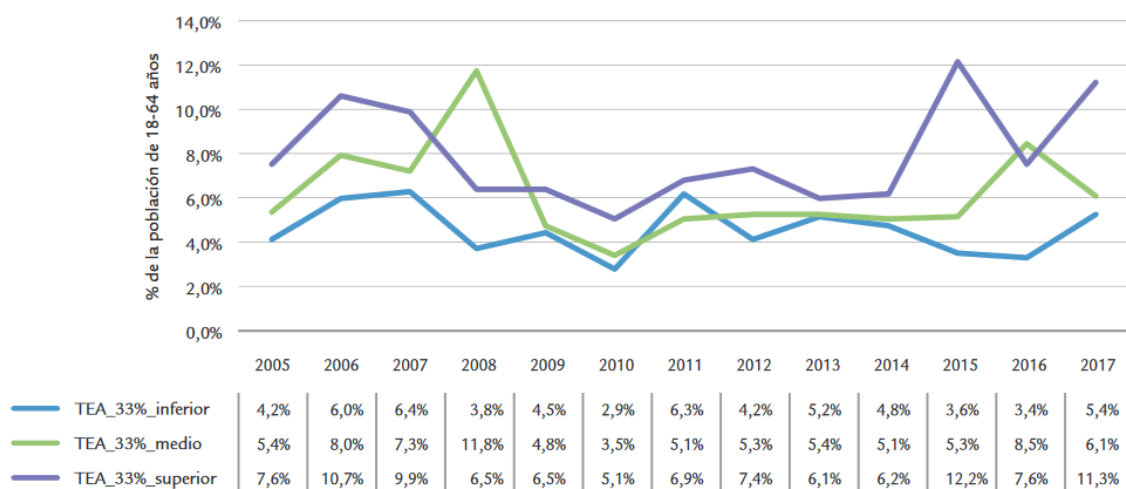
Fuente: GEM España, 2017.

Gráfico 3.4.3.3: Distribución de los colectivos emprendedores en España en 2017, según si cuenta con educación específica para emprender.



Fuente: GEM España, 2017.

Gráfico 3.4.4.1: Evolución del índice TEA por nivel de renta en España durante el periodo 2005-2017



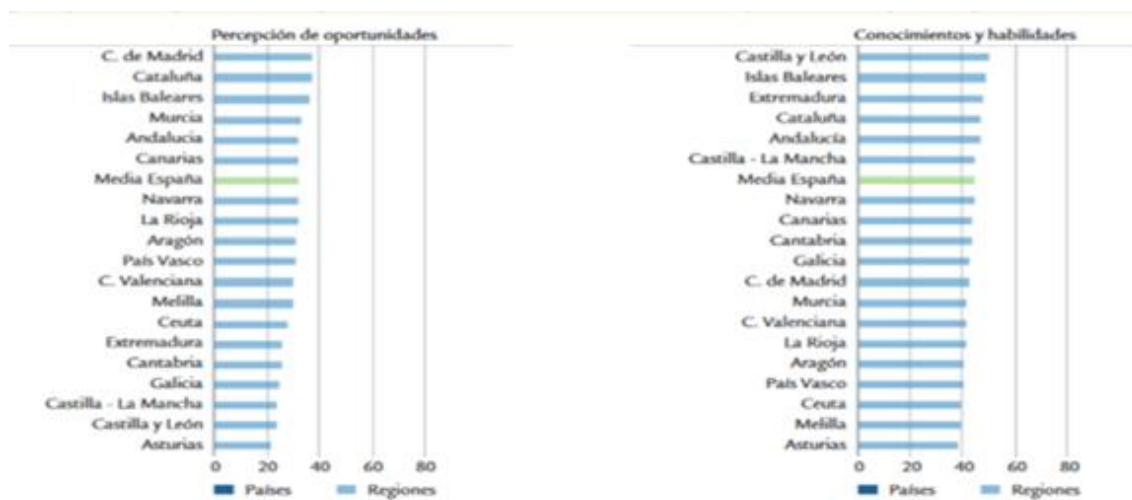
Fuente: GEM España, 2017.

Gráfico 3.4.5.1: Distribución de las empresas por sector.



Fuente: Datos proporcionados por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social (MEySS) sobre las empresas inscritas en la Seguridad Social en febrero de 2017)

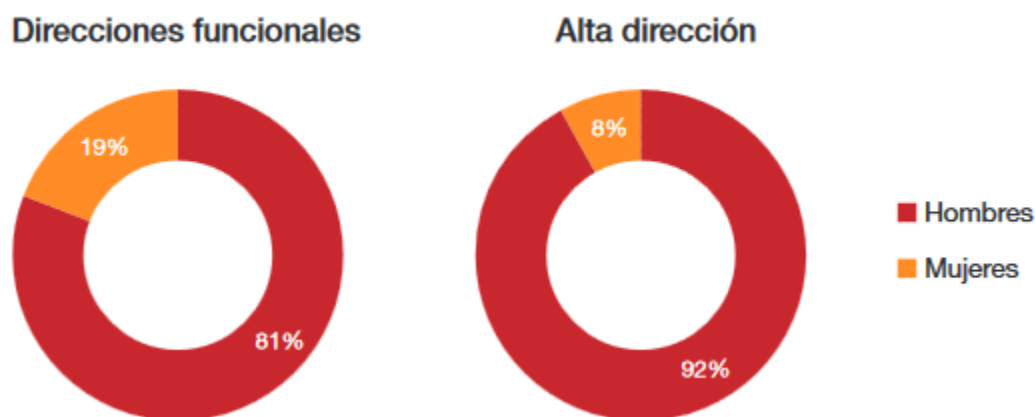
Gráfico 3.4.6.1: Percepción de las oportunidades y conocimientos y habilidades empresariales en España en el 2017 diferenciado por Comunidades Autónomas.



Fuente: GEM España, 2017.

ANEXO 3: EMPRESARIADO FEMENINO.

GRAFICO 4.1.1: Porcentaje de cargos directivos ocupados por hombres y mujeres



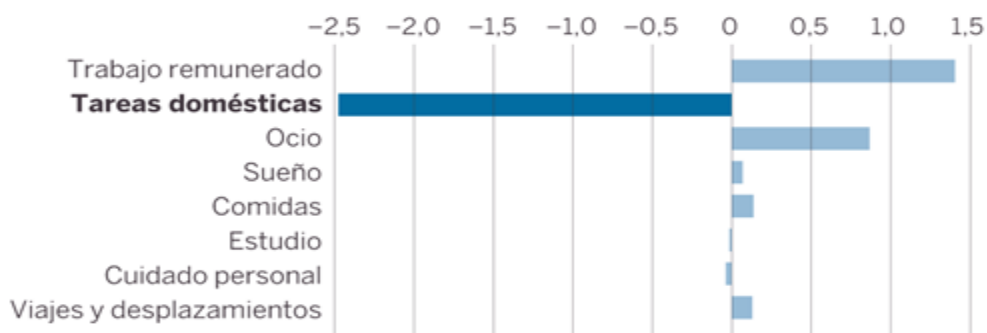
FUENTE: PWC, 2012.

Gráfico 4.1.1.1: La brecha de género en los trabajadores a tiempo parcial.



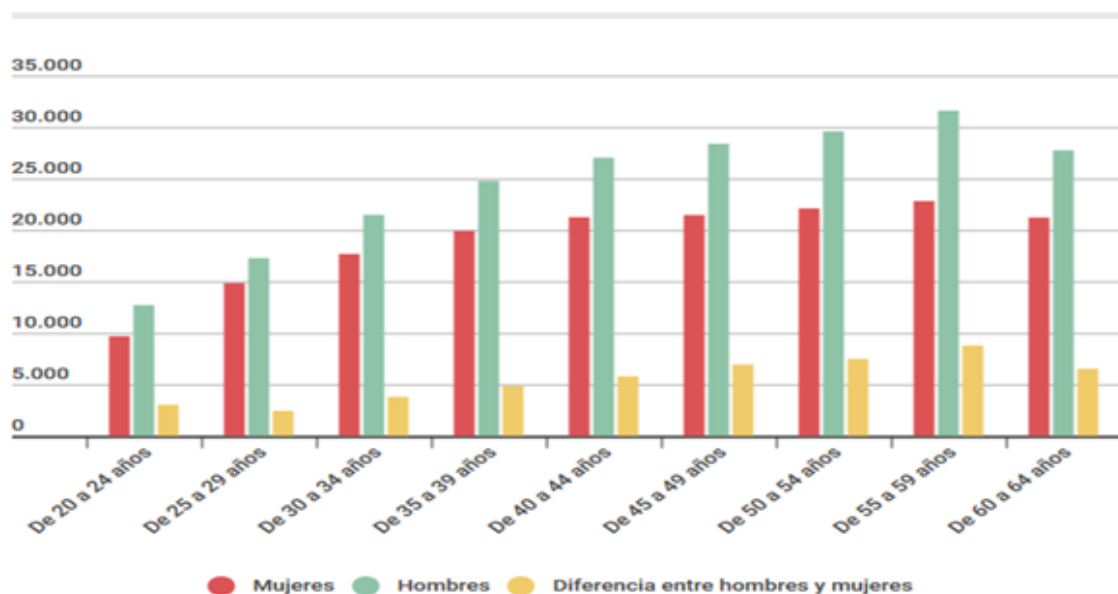
Fuente: INE, 2018.

Gráfico 4.1.1.2: Dedicación de los hombres al día en horas comparada con las mujeres.



Fuente: FEDEA, EL PAIS.

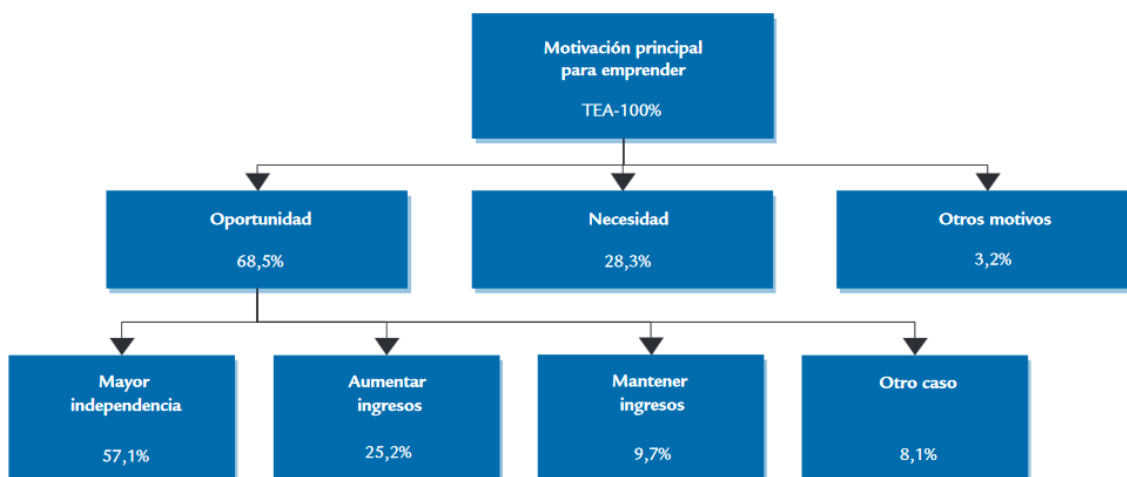
Gráfico 4.1.2.1: Ganancia media por género.



Fuente: EUROPAPRESS

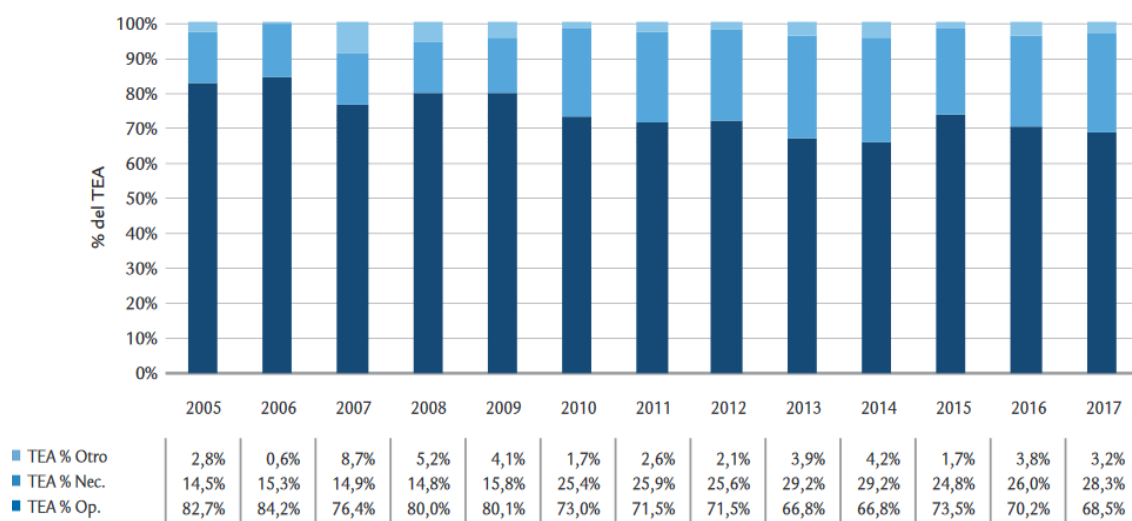
ANEXO 4: INICIATIVA EMPRESARIAL.

Gráfico 5.1.1: Distribución de la actividad emprendedora total (TEA), en función del principal motivo para emprender



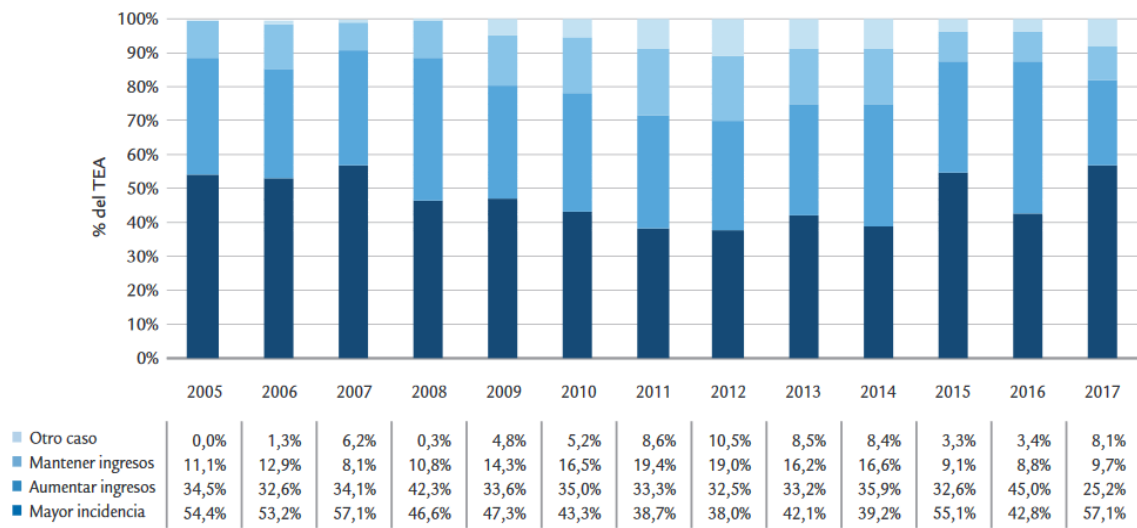
Fuente: GEM España, 2017.

Gráfico 5.1.2: Evolución del índice TEA según la motivación para montar un negocio en España durante el periodo 2005-2017.



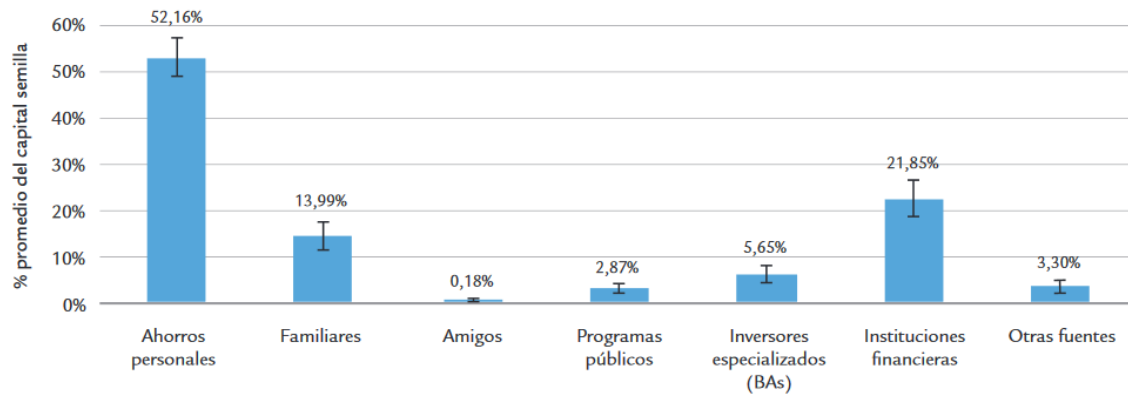
Fuente: GEM España, 2017.

Gráfico 5.1.3: Evolución del índice TEA en España durante el periodo 2005-2017, según el motivo para emprender.



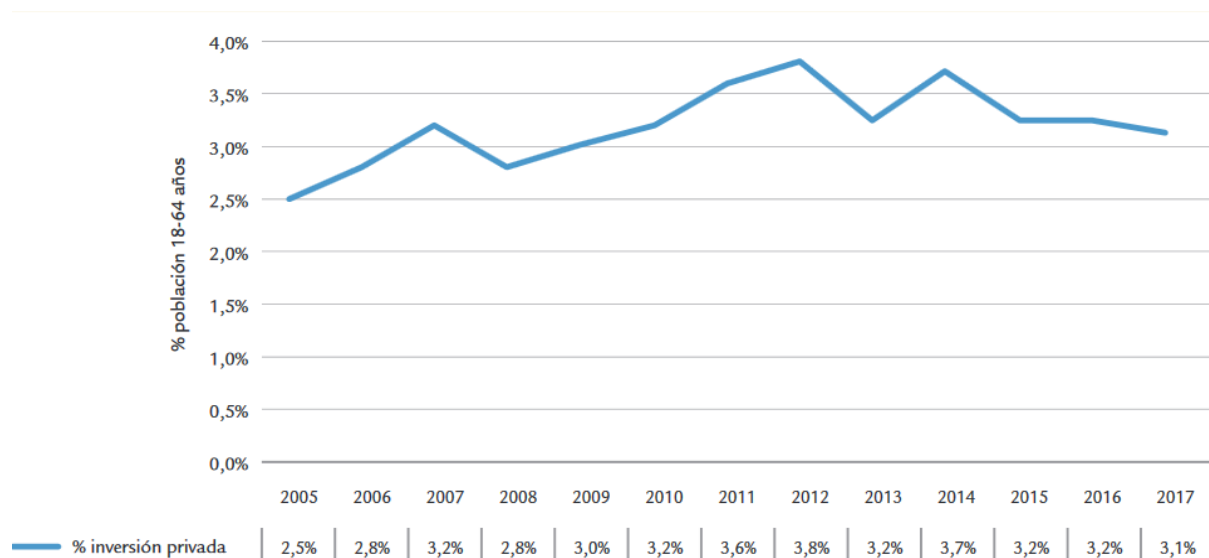
Fuente: GEM España, 2017.

Gráfico 5.3.1: Fuentes a las que se ha accedido o se espera acceder para obtener el capital semilla.



Fuente: GEM España, 2017.

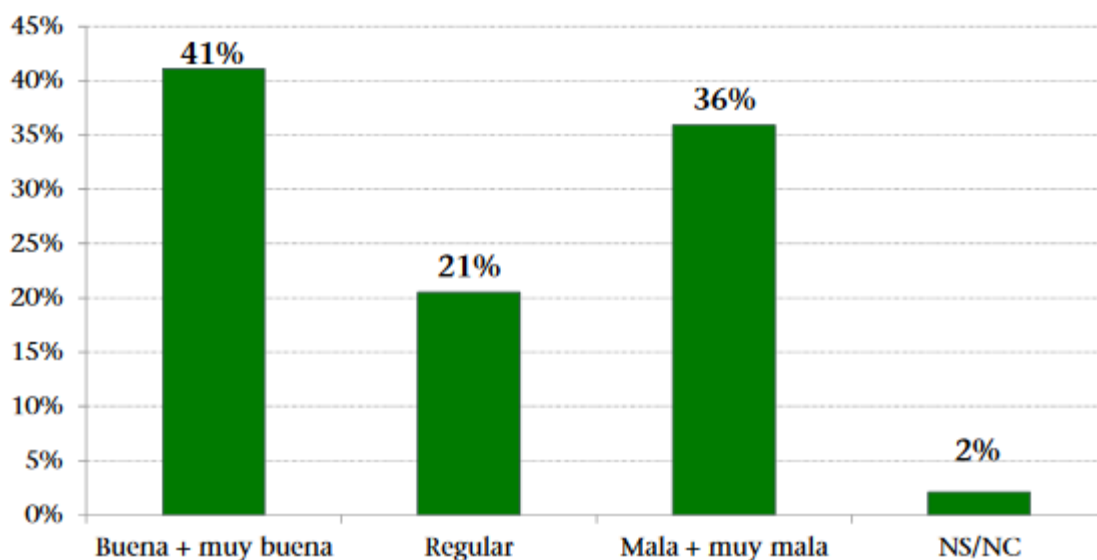
Gráfico 5.3.2: Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha invertido en negocios de terceras personas en los últimos tres años en España durante el periodo 2005-2017.



Fuente: GEM España, 2017.

ANEXO 5: IMAGEN DE LOS EMPRESARIOS EN LA SOCIEDAD.

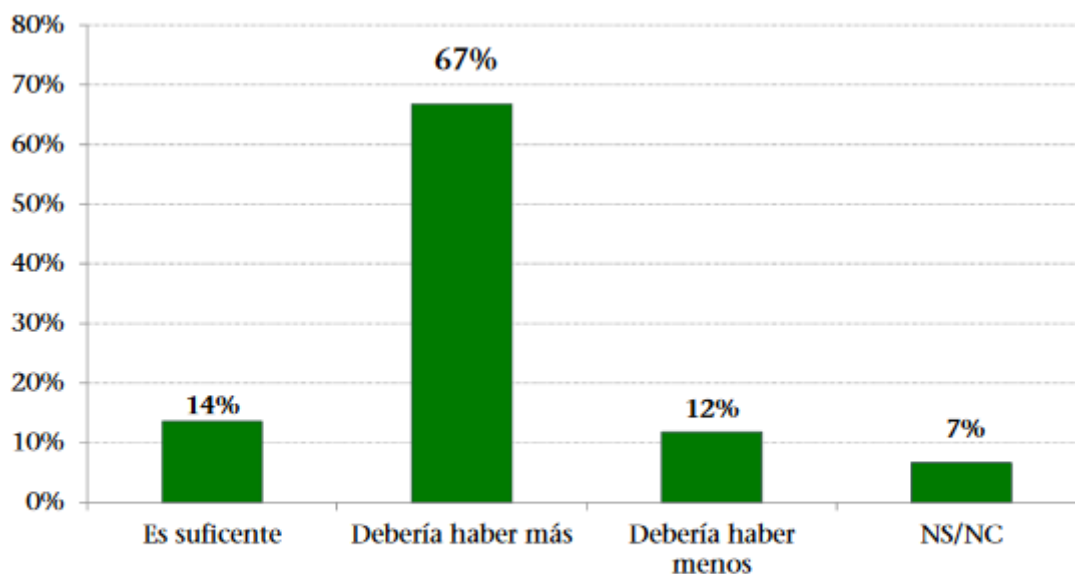
Gráfico 6.1. Opinión sobre los empresarios españoles.



El porcentaje de valoración positiva supera al de valoración negativa

Fuente: Círculo de empresarios, 2014

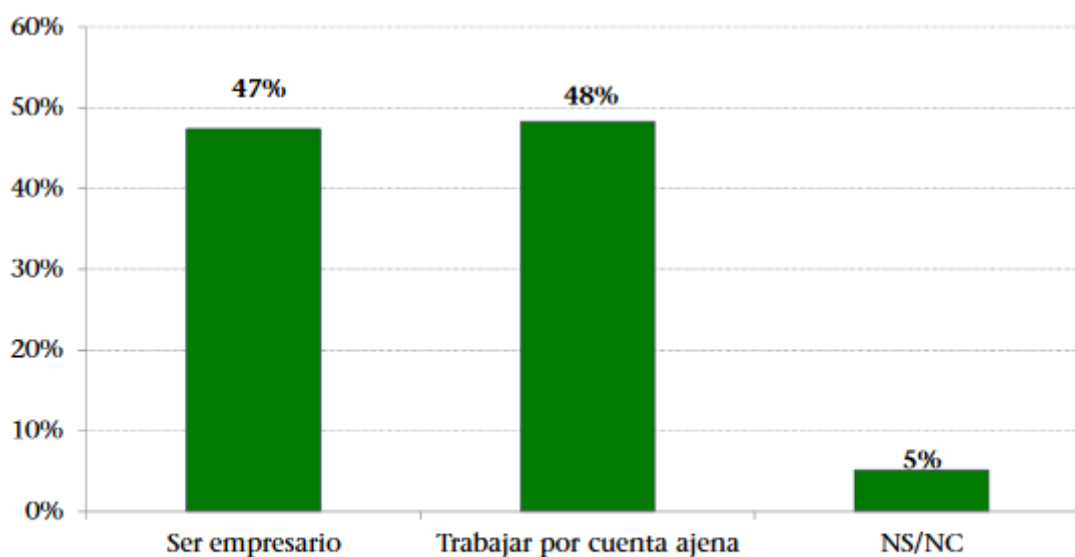
Gráfico 6.2: Opinión sobre el número de empresarios que hay en España.



Debería haber más empresarios de los que hay actualmente

Fuente: Círculo de empresarios, 2014

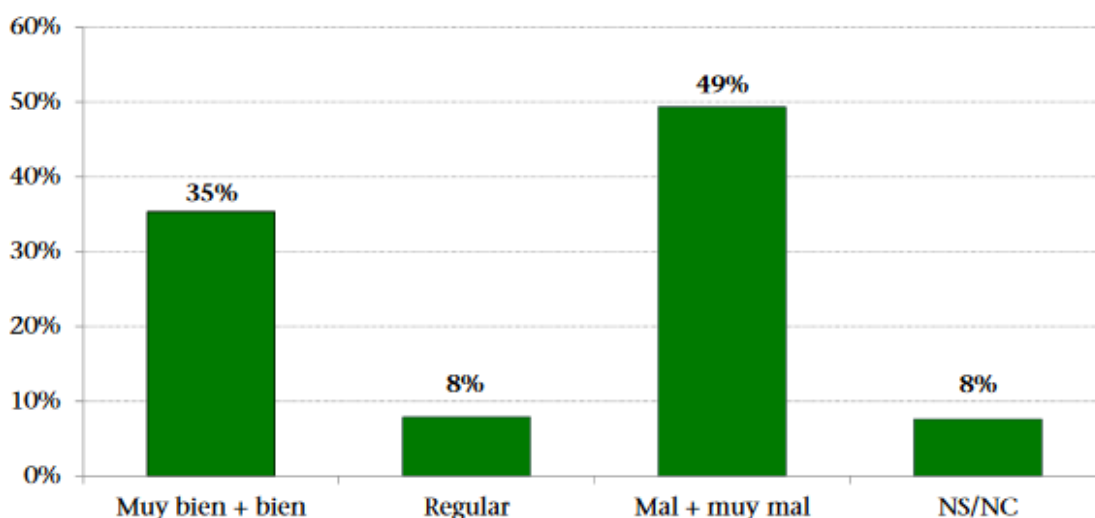
Gráfico 6.3: Preferencia entre ser empresario o trabajar por cuenta ajena.



La mitad de los españoles preferiría ser empresario cuando en realidad sólo lo es el 15% de la población activa

Fuente: Círculo de empresarios, 2014

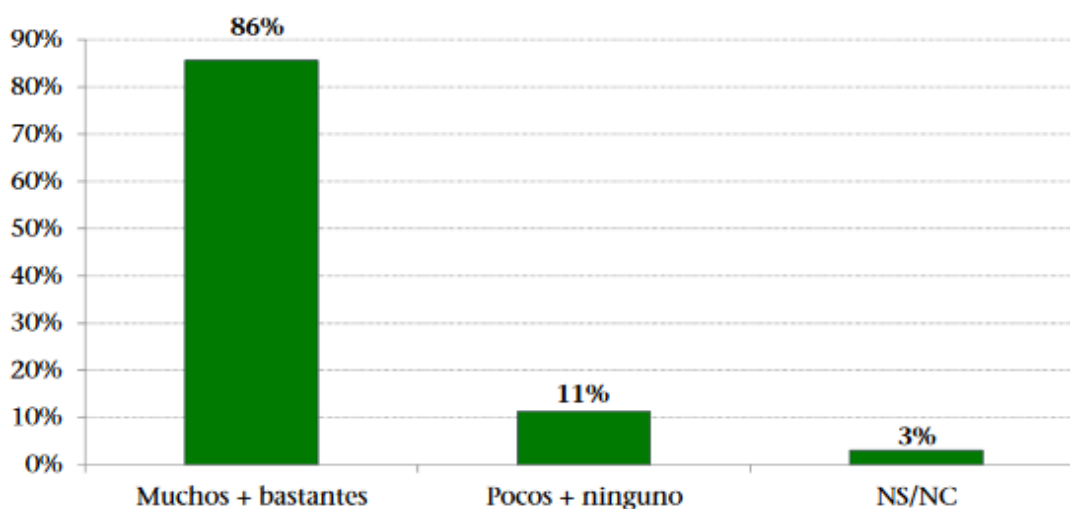
Gráfico 6.4: Como es la formación para ser empresario en España.



La mayoría de los españoles piensa que el sistema educativo no es adecuado para fomentar la generación de nuevos empresarios

Fuente: Círculo de empresarios, 2014

Gráfico 6.5: Obstáculos para crear empresas.

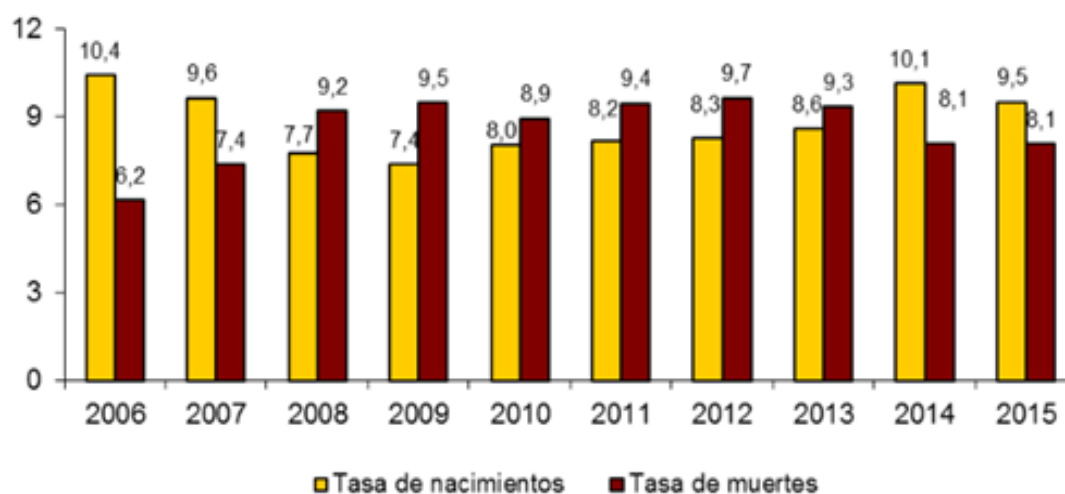


Los emprendedores afrontan muchos obstáculos a la hora de crear una empresa

Fuente: Círculo de empresarios, 2014

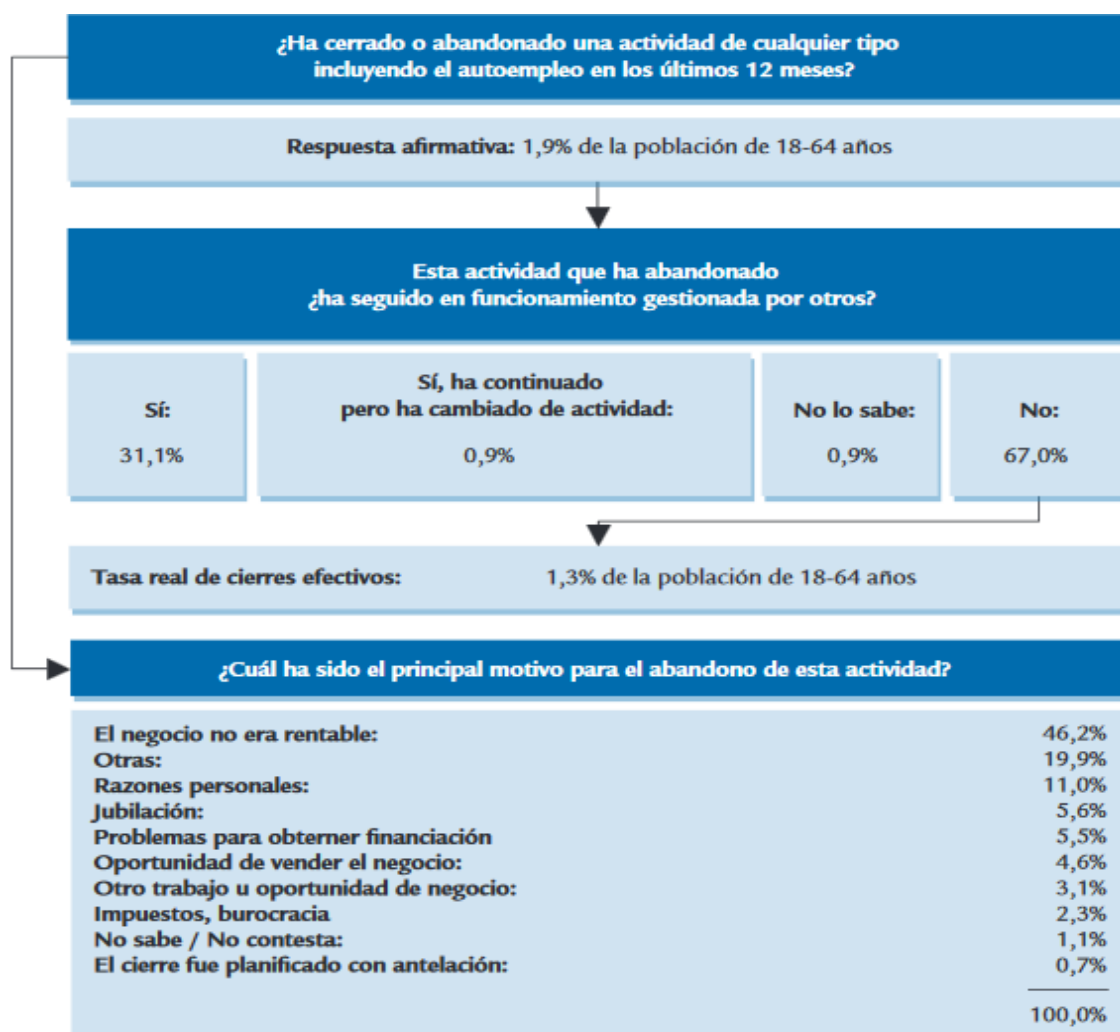
ANEXO 6: LA CRISIS PARA LOS EMPRESARIOS.

Gráfico 7.1: Evolución de las tasas de nacimientos y muertes de empresas en porcentajes.



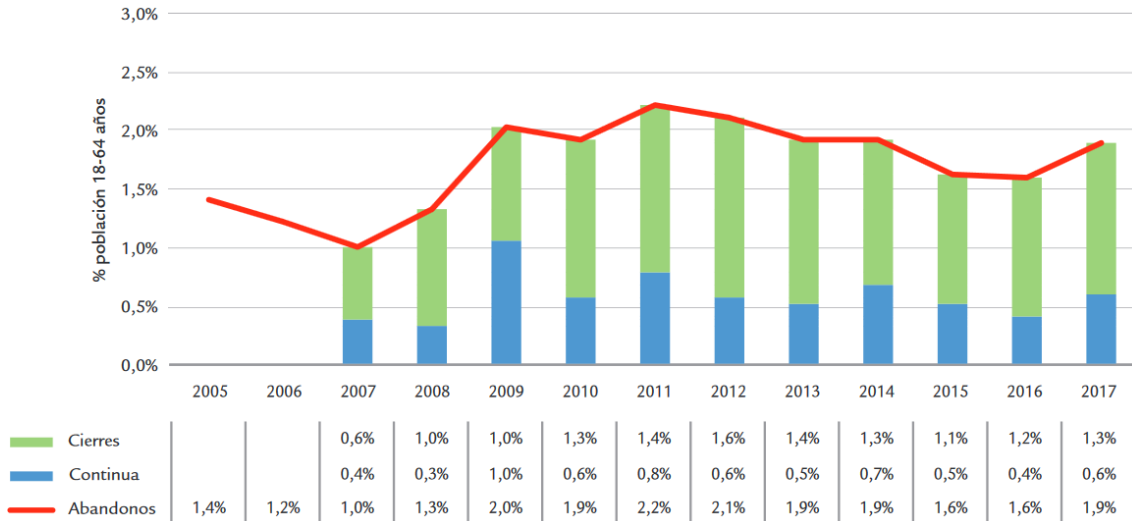
Fuente: INE.

Gráfico 7.1.1: Abandono de la actividad empresarial en España en el 2017.



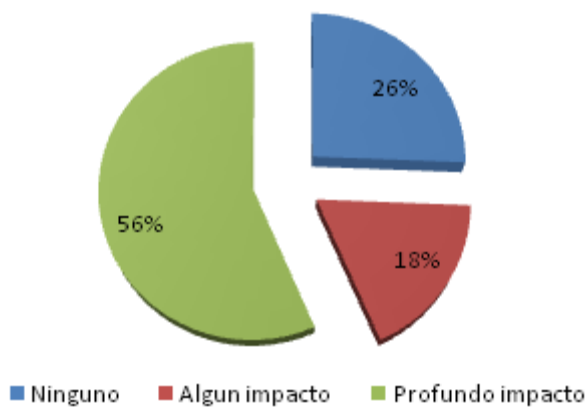
Fuente: GEM España, 2017.

Gráfico 7.1.2: Evolución del porcentaje de la población de 18-64 años que ha abandonado un negocio en los últimos 12 meses en España durante el periodo 2005-2017



Fuente: GEM España, 2017.

Gráfico 7.1.3: Impacto que ha tenido la crisis en la decisión de abandonar los negocios.



Fuente: GEM España: Informes Especiales, 2010