
FACTORES CONDICIONANTES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Rogelio Navarro Domenichelli

Universitat de València-EG

Departamento de Psicología Social

Facultat de Psicologia

Correspondencia: Rogelio Navarro Domenichelli. Departamento de Psicología Social. Facultad de Psicología. Avenida de Blasco Ibañez, 21. 46010 València.

Dirección electrónica: Rogelio. Navarro@uv.es

Resumen

El reconocimiento generalizado de la importancia que la creación de nuevas empresas tienen para la economía ha llevado a que en los últimos años se considere la formación y la motivación en aspectos relacionados con la puesta en marcha de empresas como un elemento fundamental a favor del estímulo de comportamientos emprendedores que culminen en el inicio de nuevas iniciativas empresariales. Un reflejo de ello, es el notable incremento que se ha producido en el número de iniciativas que abordan esta temática.

Las causas que conducen al aumento del número de empresas de una economía son complejas y variadas. Por una parte, la creación de empresas está guiada por la existencia de oportunidades de negocio y por la inclinación de la población a crear empresas para aprovechar tales oportunidades. Además, las personas que consideran la posibilidad de emprender negocios deben disponer de las habilidades adecuadas para iniciar y gestionar una empresa. De hecho, si entre la población se da una escasez de la formación y habilidades necesarias para crear y gestionar empresas, el nivel de empresariedad podría ser bajo pese a la existencia de oportunidades de negocio.

En suma, el crecimiento del número de empresas de una economía es un fenómeno complejo en el que intervienen numerosas fuerzas, como la motivación y habilidades de la población, las oportunidades de negocio y los obstáculos para la consolidación empresarial. El resultado de este conjunto de fuerzas es la variación, positiva o negativa, en el número de empresas

Abstract

The widespread recognition of the importance of creating new businesses to the economy has led in recent years to consider training and motivational aspects of business start-up as essential for the stimulation of entrepreneurial behaviors that culminate in the launch of new business initiatives. A reflection of this, is the notable increase that has occurred in the number of initiatives to address this issue

The causes that lead to increased number of firms in an economy are complex and varied. First, entrepreneurship is driven by the existence of business opportunities and the inclination of people to create businesses to take advantage of such opportunities. In addition, people who are considering starting businesses should have the right skills to start and run a company. In fact, if the population there is a shortage of training and skills necessary to create and manage undertakings, the level of entrepreneurship may be low despite the existence of business opportunities

In sum, the growing number of firms in an economy is a complex phenomenon involving many forces, such as motivation and skills of the population, business opportunities and obstacles to the consolidation. The result of this set of forces is the variation, positive or negative, on the number of companies

Palabras clave: Emprender, Autoempleo, Educación, Entorno

Key Words: Entrepreneurship, Self-employment, Education, Environment

Introducción

El reconocimiento generalizado de la importancia que la creación de nuevas empresas tienen para la economía ha llevado a que en los últimos años a considerar la formación y la motivación en aspectos relacionados con la puesta en marcha de empresas como un elemento fundamental a favor del estímulo de comportamientos emprendedores que culminen en el inicio de nuevas iniciativas empresariales. Un reflejo de ello, es el notable incremento que se ha producido en el número de iniciativas que abordan esta temática.

Del mismo modo, la literatura relativa a la formación en creación de empresas (*enterprise education* o *entrepreneurship education* en terminología anglosajona) pone de manifiesto la necesidad de buscar estrategias y modelos que favorezcan el desarrollo de actitudes positivas hacia la creación de empresas. En los últimos años en Europa existe una conciencia creciente de la necesidad de promover iniciativas que promuevan la cultura emprendedora como una de las bases fundamentales del crecimiento. En España, además, esta situación adquiere una especial relevancia, sobre todo si se tienen en cuenta las recomendaciones de la Unión Europea en cuanto a la definición de contenidos formativos y perfiles profesionales que permitan incrementar la creación de nuevas empresas, de cara a lograr la completa integración en el Espacio Europeo de Educación Superior (Comisión Europea, 2003).

De acuerdo con la definición propuesta por la OCDE (1998), «los emprendedores son agentes del cambio y del crecimiento en una economía de mercado y pueden actuar para acelerar la generación, difusión y aplicación de ideas innovadoras. Los emprendedores no sólo buscan e identifican oportunidades económicas potencialmente rentables, sino que están en posición de asumir riesgos si sus intuiciones son buenas» Dado que el avance productivo añade valor al bienestar económico, la actitud emprendedora en los individuos es generalmente considerada un comportamiento deseable para la riqueza de las naciones.

La empresa es la unidad básica de la actividad económica del sistema de mercado, creadora de riqueza y generadora de empleo. Los lugares donde la población tenga un mayor espíritu de empresa, rapidez para percibir oportunidades de negocio y capacidad para crear y, lo que es muy importante, consolidar empresas serán, en principio, los que registren las más altas tasas de crecimiento económico y mejor evolución del empleo.

En la actualidad, dada la conexión entre crecimiento económico y nivel de empresarialidad, el fomento de la creación y consolidación de las empresas se articula como un área clave de las políticas económicas de numerosos países del mundo.

Las causas que conducen al aumento del número de empresas de una economía son complejas y variadas. Por una parte, la creación de empresas está guiada por la existencia de oportunidades de negocio y por la inclinación de la población a crear empresas para aprovechar tales oportunidades. Además, las personas que consideran la posibilidad de emprender negocios deben disponer de las habilidades adecuadas para iniciar y gestionar una empresa. De hecho, si entre la población se da una escasez de la formación y habilidades necesarias para crear y gestionar empresas, el nivel de empresarialidad podría ser bajo pese a la existencia de oportunidades de negocio.

Pero el crecimiento del número de empresas viene determinado por la capacidad de consolidar empresas y ejercer de forma estable una actividad económica.

En suma, el crecimiento del número de empresas de una economía es un fenómeno complejo en el que intervienen numerosas fuerzas, como la motivación y habilidades de la población, las oportunidades de negocio y los obstáculos para la consolidación empresarial. El resultado de este conjunto de fuerzas es la variación, positiva o negativa, en el número de empresas.

Compete a los poderes públicos, pero también es un reto para la sociedad en su conjunto, expandir la cultura del emprendedor promoviendo un giro en las actividades de los ciudadanos hacia la actividad empresarial que redunde en una valoración más positiva de la misma. Por tanto, además de actuaciones sobre estos aspectos culturales, se requerirán también modificaciones en los contenidos generales y específicos de los sistemas educativos, incorporando las habilidades emprendedoras y la práctica de las mismas, entendido todo ello en un contexto de aprendizaje que incorpore el diálogo social como un elemento más de la cultura del desarrollo económico y social.

1. Factores que intervienen en la creación y consolidación empresarial

En el estudio de los aspectos determinantes en la creación de una empresa se han realizado trabajos de investigación muy diversos en función del objeto concreto de estudio, los factores analizados y la metodología utilizada. Estas aproximaciones pueden agruparse fundamentalmente bajo tres perspectivas diferentes en función de la importancia atribuida al empresario emprendedor, al proceso mismo de emprender o a las relaciones diversas que es necesario llevar a cabo para emprender: el enfoque empresarial; el enfoque organizativo; y el enfoque ecológico:

ENFOQUES DESARROLLADOS PARA EXPLICAR EL PROCESO DE CREACIÓN DE EMPRESAS

Enfoque	Descripción	Elementos clave
Empresarial		

	Analiza los factores ligados a la figura del empresario emprendedor que influyen en la decisión de crear una empresa.	Características del emprendedor: <ul style="list-style-type: none"> Psicológicas Motivacionales Experienciales Habilidades Comportamentales
Organizativo	En este enfoque la cuestión clave no es quién gestiona la empresa, sino cómo se crea. Por tanto, el interés se concentra en el conjunto de actividades que deben desempeñarse para gestionar con éxito la creación de la empresa.	Fases en el proceso de creación: <ul style="list-style-type: none"> Gestación Momento de la creación Momento de la post-creación
Ecológico	Enfoque centrado en la perspectiva poblacional que estudia las relaciones empresa-entorno. Este enfoque centra el interés en el conjunto de relaciones sociales que establece el emprendedor para obtener información, recursos y apoyo social. Así, el éxito o fracaso en la creación de empresas depende del apoyo y los contactos que tenga el emprendedor.	Relaciones del emprendedor: <ul style="list-style-type: none"> Intercambio Comunicación Sociales

Fuente: Barba Sánchez V. y Martínez Ruiz M.P. (2006).

Desde una perspectiva amplia, el Proyecto GEM, proyecto que analiza el fenómeno emprendedor de más de 50 países y analiza su relación con el desarrollo económico, entiende como emprendedor a todo individuo de la población adulta (entre 18 y 65 años) involucrado en la puesta en marcha de un nuevo negocio, del cual va a poseer al menos una parte, y/o que actualmente es propietario o directivo de una actividad empresarial de reciente creación, incluyendo por tanto, el autoempleo y considera la creación de nuevas empresas como un proceso, tal y como se muestra en el siguiente esquema:

El Proyecto GEM clasifica las iniciativas emprendedoras desde la etapa previa, en que el negocio o actividad a establecer sólo es una idea y una intención, hasta la etapa de consolidación en que la iniciativa ha superado el período crítico, establecida en 42 meses, y se considera que ya es una actividad establecida entre las que se desarrollan en el país o región de su ubicación.

Clasificación de las iniciativas emprendedoras según el Proyecto GEM



El Proyecto GEM, , entiende que la actividad emprendedora registrada en los países y regiones participantes obedece a dos motivaciones principales: de un lado la necesidad de emprender inducida por las circunstancias o falta de alternativas laborales más adecuadas, o por otra parte a la explotación de oportunidades

previamente detectadas por los potenciales emprendedores. Estas dos formas de motivación, asociadas a la posterior implicación en la puesta en marcha de la actividad son denominadas respectivamente “emprender por necesidad” y “emprender por oportunidad”.

Otra forma de clasificar los factores que afectan a la creación de una empresa es su clasificación en dos grandes grupos: por un lado, los que afectan a la actividad empresarial de manera externa; por otro, aquéllos con los que cuenta el emprendedor de manera intrínseca.

Los factores externos que afectan a la actividad empresarial, sobre los que el emprendedor, de partida, no tendría influencia para modificarlos, serían los relacionados con el contexto económico, político, demográfico y tecnológico de un país. Estos factores externos se clasificarían en dos:

- los relacionados con el microentorno: hacen referencia a los condicionantes sectoriales específicos dentro de cada mercado (el nivel de competencia, el tipo de industria, la política estratégica empresarial...).
- los relativos al entorno macro: engloban los condicionantes de carácter más general (el marco financiero en el que se desarrolla la actividad emprendedora o el nivel cultural o de renta).

A los factores externos se suma el de localización geográfica. La localización para realizar la actividad empresarial es claramente determinante en el éxito o la supervivencia empresarial puesto que cada territorio contará con diferentes ventajas comparativas. En la actualidad, según el informe “El capital humano y los emprendedores en España”, que realiza el IVIE, se aprecia una reducción en las desigualdades territoriales, entre la actividad empresarial española, sin embargo, a nivel sectorial las diferencias son incluso más acusadas que las territoriales.

Respecto a los **factores intrínsecos** a los propios emprendedores, éstos están relacionados con las motivaciones y las características de los emprendedores. Dentro de esta categoría se encontrarían los factores relacionados con las motivaciones personales para ser empresario, la percepción de oportunidades de negocio y las habilidades para crear y desarrollar una nueva empresa, y contemplarían variables como el nivel de estudios, la edad, el entorno familiar, la experiencia laboral anterior, etc.

Por otra parte es difícil conocer con exactitud la influencia de los factores intrínsecos en las decisiones de emprender. Las motivaciones que subyacen en la decisión de ser empresario en España se pueden clasificar en tres grandes bloques:

- Las relacionadas con la calidad de vida.
- Las que afectan a la satisfacción laboral.
- Las relacionadas con la previsión de renta.

Según Moriano y Palací (2003), se puede clasificar a los emprendedores en dos grandes grupos según las motivaciones que les llevan a crear su propio negocio o trabajar de forma independiente:

1.- Emprendedores «vocacionales»: aquellas personas que sienten el impulso, la ilusión y el sueño de crear su propia empresa. Tendrían una alta motivación de logro que les induce a asumir riesgos y marcarse objetivos cada vez más desafiantes.

2.- Emprendedores «situacionales»: quienes crean su empresa para huir de una situación de precariedad laboral o empujados por las circunstancias. El autoempleo sería para ellos un refugio que les permite tener un puesto de trabajo para ganarse la vida. En general, las características del emprendedor quedan fijadas tanto por sus características personales como por el contexto donde se encuentra.

García et al (2005) reflejaba para el caso del empresariado español que las principales motivaciones para emprender son "la satisfacción de trabajar para uno mismo" y la "autorrealización personal". Le seguían en importancia aspectos relacionados con la flexibilidad de horarios y la posibilidad de priorizar la vida familiar. Cerca del 80% reconoció también la importancia de "ser su propio jefe" y "ganar dinero en consonancia con el esfuerzo".

Por otra parte son numerosos los estudios que relacionan la actividad emprendedora con factores contextuales (aspectos económicos, sociales, políticos, financieros, legislativos, entre otros); valores personales o demográficas de los emprendedores (sexo, la edad, el nivel de educación, el capital humano, el capital social, las redes sociales, el estatus laboral, etc.); y, por último, factores cognitivos o de percepción (auto-confianza, el reconocimiento de oportunidades, el nivel de tolerancia al riesgo y otros).

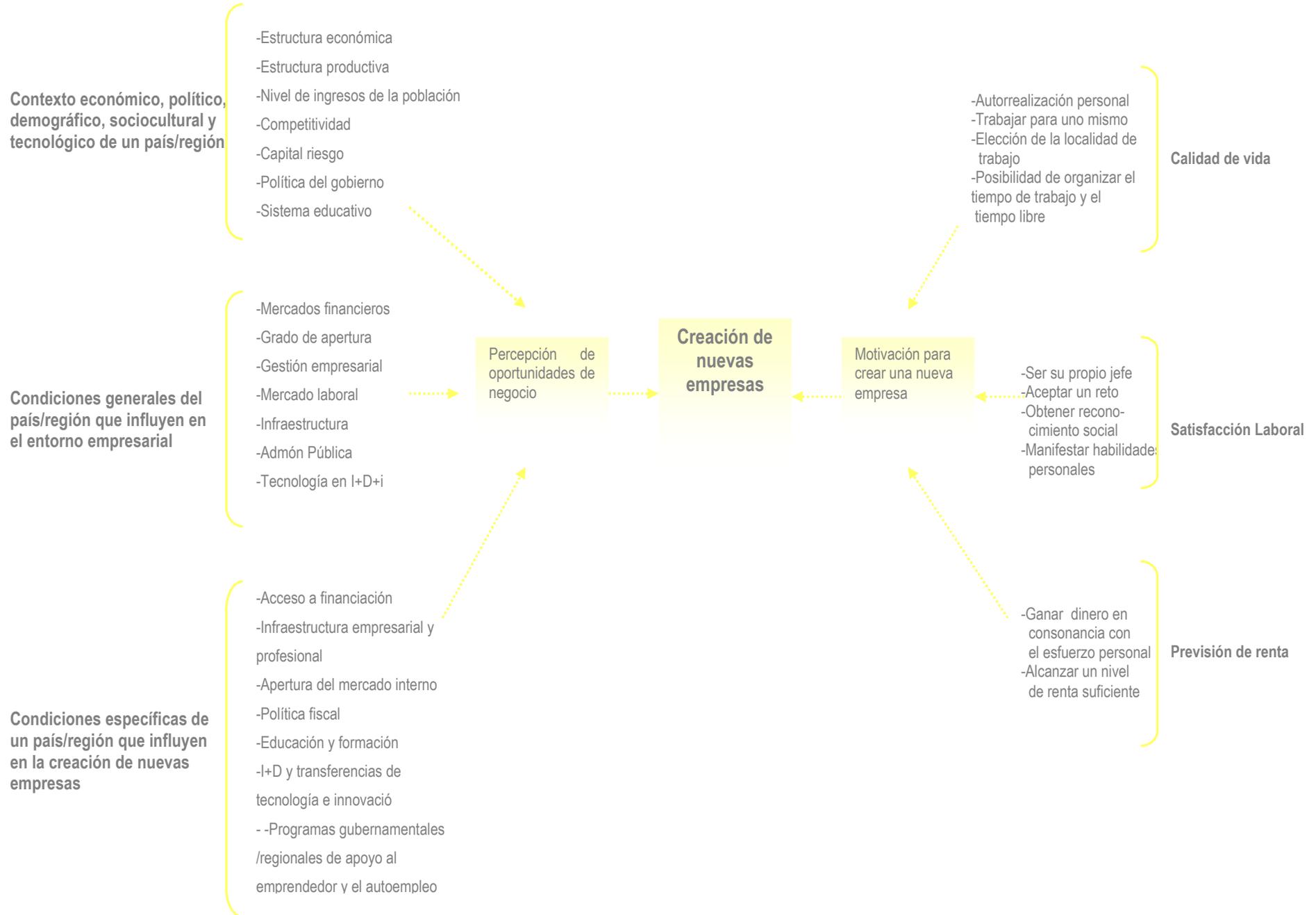
La tendencia centrada en el análisis del emprendimiento desde el punto de vista de las características particulares de un individuo y de su personalidad, ha ido cediendo terreno a perspectivas que abogan por un carácter mucho más complejo. Se hace evidente la necesidad de incorporar en los marcos de comprensión del fenómeno, aspectos del orden psicosocial, cultural, económico y del contexto.

En cuanto a la percepción sobre la viabilidad, la teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) plantea que los recursos y oportunidades que tiene una persona conducen a un determinado comportamiento. En este sentido, Shapero (1982) subraya que la percepción sobre la disponibilidad de recursos o apoyo financiero puede hacer que el empresario potencial perciba como más viable la creación de una empresa propia, haciendo más factible este suceso. Según Azjen (1991) las percepciones de viabilidad parecen estar estrechamente relacionadas con las percepciones de autoeficacia, y como la autoeficacia predice el reconocimiento de la oportunidad, es por lo que las percepciones de autoeficacia aparecen como elementos fundamentales de las intenciones para el emprendimiento. Estas intenciones vienen precedidas, tal y como demuestra el modelo de Krueger y Brazeal (1994), tanto del deseo percibido como de la percepción positiva de la viabilidad para la creación de la empresa. Krueger (1993) destaca que, mientras que la percepción sobre la credibilidad, el deseo y la propensión a actuar explican algo más del cincuenta por ciento de la varianza de las intenciones de crear una empresa, la percepción de viabilidad explica la mayor parte de la misma.

El emprendimiento y los emprendedores, han de ser considerados en un marco de complejidad en donde el contexto, las relaciones, los factores micro e igualmente aquellos de tipo estructural resultan determinantes para su emergencia, constitución y desarrollo. La cultura, la actividad económica, el mercado de trabajo, las redes existentes, el marco regulador, normativo, e igualmente los aspectos personales, aspectos internos y externos, estructurales, son señalados como factores que determinan la viabilidad del emprendimiento (George y Zahra, 2002; National Commission on Entrepreneurship, 2001).

FACTORES EXTERNOS E INTERNOS QUE AFECTAN A LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Elaboración propia a partir del Modelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y de, Bolaños, R (2006) .



La existencia de diferencias territoriales, tanto en términos de creación de empresas como de supervivencia o éxito empresarial, muestra que en las decisiones emprendedoras, además de los factores descritos hasta ahora, el factor entorno o territorio desempeña igualmente un papel fundamental.

En este sentido, existe un amplio consenso en que las empresas resultan más competitivas cuando se encuentran agrupadas espacialmente, explotando de esa forma ciertas ventajas productivas asociadas a la proximidad espacial con otras empresas y agentes que intervienen, directa o indirectamente, en la actividad productiva. De hecho, la importancia de la innovación tecnológica como factor de consolidación empresarial ha convertido los espacios innovadores, es decir, aquellos que concentran en su territorio actividades y empresas de alto nivel tecnológico, en espacios atractivos para la localización de empresas.

La elección de la localización afectará directamente a la expectativa de crecimiento y consolidación así como de generación de beneficios. En general, las empresas tratarán de sacar provecho de los beneficios que le reportará la aglomeración espacial, los cuales están relacionados con la generación de externalidades positivas de diferente tipo. Las más evidentes, son las economías o ahorros que se derivan de la propia localización («economías de localización»), es decir, las relacionadas con la concentración de empresas en un territorio, por ejemplo, menores gastos de transporte o mayor seguridad en los abastecimientos, asimismo, destacan las que aparecen por la existencia de un entorno urbanizado («economías de urbanización»), que se derivan de la presencia de unas infraestructuras de transportes o telecomunicaciones adecuadas, de la existencia de servicios a la producción, de la abundancia de mano de obra cualificada, o incluso, de aspectos más valorativos como la existencia de un ambiente empresarial y social que el emprendedor considere adecuado, la presencia de una red de relaciones institucionales o de posibles contactos profesionales de interés.

Todas estas externalidades consiguen su máxima expresión en lo que se han denominado *clusters*, o zonas locales especializadas. En estos *clusters* las empresas, además de beneficiarse de las externalidades descritas, pueden acceder a los últimos avances tecnológicos en el sector, se benefician de unos canales de comunicación e información entre empresas muy eficientes y, además, en su seno se promueve la cooperación en investigación y desarrollo. De hecho, el papel que desempeñan los *clusters* en la nueva economía como impulsores de las transferencias de tecnologías o de la innovación es muy relevante.

En España se distinguen espacios propicios al proceso emprendedor, en general ciudades, ejes de crecimiento o zonas rurales con capacidad de desarrollo endógeno, y espacios al margen de este proceso como aquéllos de antigua industrialización o zonas periféricas. Asimismo, se identifican en España diferentes *clusters* que varían en función del nivel de empleo o el número de establecimientos, la inversión realizada, o la tasa bruta de entrada.

El autoempleo como iniciativa frente al paro

Las directrices para las políticas de empleo de los Estados miembros, tomando como referencia el segundo pilar básico, relativas al desarrollo del espíritu de empresa y la creación de empleo, proponen facilitar la creación y gestión de empresas favoreciendo los Estados el acceso a la actividad empresarial a través de las siguientes medidas:

-
- examinando los obstáculos que puedan entorpecer el paso a la actividad autónoma y a la creación de pequeñas empresas, especialmente los existentes en los regímenes fiscales y de seguridad social, con el fin de reducir su incidencia;
 - fomentando la educación en el espíritu de empresa y la actividad por cuenta propia, los servicios de apoyo directamente relacionados con las empresas, y la formación de los empresarios y los futuros directivos de empresa;
 - luchando contra el trabajo no declarado y fomentando la transformación de este trabajo en empleo legal, recurriendo a todos los medios de acción adecuados, incluidas las disposiciones reglamentarias, los incentivos y la reforma de los sistemas fiscales y de protección social, en colaboración con los interlocutores sociales.

Los cambios sociales y laborales que se vienen produciendo en estos últimos años, las dificultades para conseguir un empleo estable y de calidad, la reestructuración del mercado de trabajo, el continuo avance en las innovaciones tecnológicas, la cada vez mayor automatización de los procesos productivos, los nuevos modelos de organización y gestión en las empresas, la aparición de nuevas profesiones y nuevas competencias, hace que los sectores productivos y las organizaciones sindicales demanden cambios profundos en las políticas de empleo, formación e I+D+i.

La crisis económica en España en los últimos cuatro años han producido dos efectos: por un lado la progresiva disminución de la tasa emprendedora al principio de la crisis y , por otro lado, el aumento de dicha tasa basado en una proporción importante en la necesidad y derivada de la falta de empleo. La tasa de actividad emprendedora viene aumentando y se duplica la tasa de emprendedores que proviene del paro.

En los años precedentes a la crisis, las políticas públicas de empleo y de fomento de la creación empresarial se habían enfocado más al logro del aumento de la tasa de emprendimiento debido a que la economía española se estaba basando fundamentalmente en un conjunto de sectores de actividad que tiraban de la misma, pero su dinámica decisiva y de destrucción de empleo ha disminuido la actividad emprendedora, en su conjunto. Este cambio pone de manifiesto la necesidad de atender más a la calidad de la creación de iniciativas que a fomentar su cantidad, considerando la importancia de la diversificación y del aumento de presencia de la empresa española en sectores poco explotados con anterioridad. El establecimiento de un cambio social fértil para el emprendimiento también implica un cambio cultural dentro de la estructura de gobierno regional y local, y sus incentivos deben valorar y fomentar y priorizar iniciativas de carácter endógeno que estén orientadas hacia el desarrollo.

El elevado índice de desempleo en España, está empujando a una parte de la población a emprender. La tasa de actividad emprendedora en España aumentó un 34,8% en 2011 respecto al año anterior, según el 'Informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) España 2011 sobre la actividad emprendedora, aunque advierte de que este incremento viene causado por la "necesidad de subsistencia" de muchos parados, "que invierten su subsidio de desempleo en abrir un negocio el "elevado" índice de desempleo "está empujando a parte de la población a emprender, pues la proporción de actividades que se han emprendido por necesidad ha crecido un 36,3% respecto a 2010".

El informe resalta que el emprendimiento derivado de la necesidad no tiene las características de "calidad" que se asocian a la creación de empresas "competitivas", que son "la inversión en innovación, la vocación de creación de empleo, internacionalización y rápido crecimiento".

Es evidente que la población española es consciente acerca de la importancia que tiene el emprendimiento como motor para superar el actual escenario económico, pero el entorno no favorece sus aspiraciones. Así, algo más de la mitad de la población de 18-64 años auto reconoce tener los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un pequeño negocio y el 65,2% piensa que emprender es una buena opción profesional. Sin embargo, de esa misma población, sólo un 14,4% identifica, en estos momentos, buenas oportunidades para emprender en la zona en que vive. El entorno para el desarrollo del emprendimiento es hostil, siendo lo más necesario en estos momentos abordar una renovación de políticas gubernamentales que favorezcan la motivación para emprender. En el mismo plano se sitúa la necesidad de mejora del acceso a la financiación para emprendedores y, en otro, se destaca más que hasta la fecha la necesidad de implantar formación emprendedora desde la escuela primaria y secundaria como inversión de futuro para el logro de una sociedad que desarrolle sus valores.

Así mismo en un número significativo de veces, cuando se habla de emprendedores, se está señalando a unas personas que crean una empresa, por lo general de pequeño tamaño o unipersonal, que suelen abandonar la experiencia en un elevado porcentaje de casos después no sólo de haber gastado recursos personales o familiares, sino también de haber utilizado los recursos públicos a través de diversos programas de fomento al autoempleo, sin que la experiencia haya podido cristalizarse con éxito.

Todo lo anterior ha venido generando una importante preocupación en el conjunto de los actores implicados, de forma que se buscan nuevas formas de apoyo al impulso y desarrollo de emprendedores de manera que se puedan minimizar los riesgos de abandono, y maximizar los aspectos que resultan favorables para el mantenimiento y consolidación de los proyectos empresariales puestos en marcha.

Por una parte se ve la necesidad de que la intervención con personas emprendedoras esté enmarcada en un contexto territorial en el que el emprendedor, sobretudo los jóvenes pudiesen recibir un apoyo inicial y un seguimiento posterior de manera que se sintiese acompañado desde los inicios de su formación hasta la puesta en marcha de su proyecto empresarial. Este contexto debería ofrecerle desde una información inicial, formación y asesoramiento posterior a la puesta en marcha de su proyecto, hasta la posibilidad de ubicarse en los llamados "viveros de empresas" desde los cuales poder recibir todos los servicios demandados en los primeros pasos de su recién creada empresa.

Por otra parte, se observa que la dificultad de asistir a programas de formación previos a la iniciativa empresarial, implica que bastantes personas emprendedoras, con un claro interés en poner en marcha su proyecto empresarial ven que la formación para emprender con éxito su proyecto es, en la mayoría de los casos, menos necesaria o urgente que la de dedicar esos esfuerzos a su proyecto empresarial.

La búsqueda de respuestas a las cuestiones anteriormente planteadas motiva la necesidad de diseñar desde la Administración Pública competente, proyectos innovadores que permita abordar las cuestiones referidas, no sólo a la formación y tutorización de emprendedores, sino también a las referentes a de qué forma los recursos públicos dirigidos a este colectivo pueden rentabilizarse mejor.

Para favorecer el desarrollo de personas emprendedoras en un determinado territorio es necesario apoyarse en dos grandes ejes: por una parte en desarrollar la “empresarialidad” de un territorio poniendo en marcha cuantas acciones puedan mejorar su capacidad para crear empresas y, por otra parte, aplicar medidas de apoyo a iniciativas de carácter empresarial de ese territorio, favoreciendo la capacidad de emprender de cuantas personas allí viven. Basándonos en estos dos grandes ejes y en su desarrollo es como, según todos los expertos que trabajan en torno a estos temas se podrá mejorar la actual situación en cuanto a la disminución del número de desempleados y desempleadas y, lo que es más importante, en cuanto a la generación de nuevos puestos de trabajo.

Por ello, siguiendo las directrices establecidas por la Unión Europea, mediante su Estrategia Europea para el Empleo, los objetivos que las diferentes Administraciones Públicas deben establecerse de acuerdo con las siguientes líneas básicas del trabajo:

- Promoción del espíritu emprendedor, apoyo a la PYME e impreso de nuevas actividades empresariales.
- Mejora de ocupabilidad de las personas a través de acciones destinadas al empleo.
- Impulso de políticas de igualdad de oportunidades en el mercado de trabajo
- Estrategias de dinamización sectorial y de estructuración del territorio.

El núcleo de esta estrategia de promoción económica y ocupación debe ser el desarrollo integral e integrado de las políticas activas de ocupación y de los recursos puestos a su alcance, así como la articulación de todos ellos y de las actuaciones oportunas, a fin de contribuir a crear actividad mediante el desarrollo equilibrado del territorio, el apoyo al emprendimiento, la mejora de la competitividad de las empresas pequeñas y las microempresas, y el fomento de la concertación entre las instituciones locales, las organizaciones sindicales y patronales y la sociedad civil. Desde esta perspectiva, se deben, pues, plantear políticas activas, que han de permitir:

- Racionalizar territorial y técnicamente las actuaciones, con el fin de lograr complementariedad y subsidiariedad de las acciones.
- Articular el conjunto de acciones de forma integral (entendidas como un todo) e integrada (entendidas como actividades cohesionadas) mediante un proceso de abajo hacia arriba.
- Fijar orientaciones estratégicas y delimitar prioridades, mediante el establecimiento concertado de programas anuales de acción que afecten a los tipos de acciones y a los colectivos objetivo.
- Llevar un seguimiento y evaluación continuos para conocer el impacto y la calidad de las acciones, así como los resultados conseguidos.
- Concertación y el consenso, así como el grado de implicación de los agentes económicos y sociales del territorio y de los diferentes niveles de las Administraciones Públicas.

Cada vez más, los jóvenes que quieren incorporarse al mercado de trabajo ven cómo sus estudios no les han preparado en muchos casos para encontrar empleo y todavía menos para crear su propio puesto de trabajo, lo que

hace necesario poner en marcha instrumentos y medidas que permitan, por parte de las instituciones y organismos públicos implicados en la promoción del empleo, favorecer por una parte el desarrollo de las capacidades de los territorios (previo el exacto conocimiento de sus fortalezas y debilidades), así como establecer acciones encaminadas a la promoción, formación y asesoramiento de personas emprendedoras, capaces de crear autoempleo y de desarrollar proyectos empresariales.

Así pues, el desarrollo de personas emprendedoras está condicionado tanto por un desarrollo sostenido de la actividad económica de un territorio como por la puesta en marcha de estrategias que permitan aflorar nuevas iniciativas empresariales. Por tanto, es lógico que se deba actuar sobre esta base y, por tanto, poner especial énfasis en desarrollar uno de estos grandes ejes que es la “empresarialidad”, es decir la mejora de las capacidades existentes en un territorio (local, comarcal, regional) para favorecer la creación, asentamiento y desarrollo de las empresas, para el emprendiendo, a través de los Pactos Territoriales de Empleo.

Esta empresarialidad no es la misma en todos los lugares ni los factores que la condicionan los mismos, siendo necesario que, en cualquier proceso que se quiera llevar a cabo para favorecerla sea necesario partir de determinados análisis que permitan definir con claridad, realismo y utilidad, los factores que están condicionando esta empresarialidad para poner en marcha consecuentemente los mecanismos necesarios para favorecerla. Estos análisis a desarrollar en cada Pacto territorial de Empleo deben:

- en primer lugar, diagnosticar adecuadamente la realidad sobre la que se va a trabajar, analizando la estructura productiva en torno a los grandes sectores económicos (agricultura, industria, construcción y servicios), para dibujar la estructura del sistema económico imperante en una ciudad o comarca, determinando sus puntos fuertes y débiles y estableciendo los principales estrangulamientos que impiden un desarrollo adecuado de los diversos sectores así como de las potencialidades más relevantes del sistema (empresas, trabajadores, emprendedores, desempleados, etc., haciéndolo desde distintos puntos de vista: analítico, de necesidades concretas, etc.
- en segundo lugar elaborar, a partir de los diagnósticos realizados, Programas de Actuación que definan estrategias y acciones para alcanzar los objetivos que en cada caso se hayan concretado para modificar la realidad existente en aras de una mejora de las capacidades de desarrollo de cada territorio. Estos programas, dirigidos a empresarios y emprendedores de un municipio y de su área de influencia se centran en la aplicación de programas de Información Empresarial, de Formación y de Asesoramiento.
- en tercer lugar crear los instrumentos necesarios (Agencia de Desarrollo Local, Sociedad de Promoción Económica u otros organismos de características más o menos similares) para que las Instituciones puedan liderar el proceso de Desarrollo Local y relacionarse con la estructura productiva del territorio, ejecutando directamente o a través de apoyos externos el Programa de Actuación previamente definido.
- en cuarto lugar, poner en marcha los programas desarrollados, prestando los servicios necesarios y facilitando el desarrollo de aquellas infraestructuras que van a apoyar la dinamización del tejido socioeconómico del territorio.
- y en quinto lugar, por último, evaluar los programas desarrollados y los instrumentos empleados, en relación con la propia estructura productiva y sus diagnósticos, para ir adaptando en cada caso las acciones a las necesidades reales.

Si nos referimos al otro gran eje potenciador de la aparición de personas emprendedoras, es decir, a la mejora de la capacidad para emprender, hay que fomentarla. Partiendo de este presupuesto no cabe esperar que haya más jóvenes, universitarios o no, o mujeres o cualquier otro colectivo de personas, que acaben creando su propio puesto de trabajo sin que medie en este proceso algún tipo de intervención por parte de las diferentes Administraciones Públicas implicadas, dirigido a informarles mejor de su posible nueva situación laboral, a formarles en sus carencias para el mejor desempeño de sus nuevas tareas o bien a asesorarles en el proceso de la puesta en marcha de sus proyectos para aumentar así sus posibilidades de tener éxito.

Por su parte, en este camino a recorrer para favorecer la capacidad emprendedora de las personas, y en particular de los jóvenes, se ha demostrado que uno de los instrumentos más potentes y eficaces para su desarrollo pasa por:

- sensibilizar y promover la creación y consolidación empresarial desde la escuela hasta la Universidad, introduciendo los conceptos relacionados con el emprendedor en el ámbito educativo en todos los niveles.
- actuaciones de dinamización empresarial,
- la adecuada captación de emprendedores con potencialidades,
- la formación a medida de sus necesidades,
- crear los instrumentos a favor de la simplificación administrativa
- regular actuaciones que permitirán a los emprendedores acceder a la financiación tradicional y no tradicional
- y por la creación de empresas que generen empleo, logrando de esta forma desarrollar y mejorar la estructura económica de su territorio.

Se trata, en definitiva, de que el desarrollo de un Plan de Fomento y Apoyo al Empredimiento considere de una manera integrada y eficaz la promoción, la formación y el apoyo económico a los trabajadores, parados o bien empleados, que quieran crear su propia empresa. En esta línea, los tres grandes bloques de acciones en los que habría que basarse para desarrollar la capacidad emprendedora de las personas serían los siguientes:

1. Dinamización, captación y movilización de emprendedores. Se trata en este caso de crear las condiciones del entorno socio-productivo, el caldo de cultivo suficiente para que se valore la cultura del emprender y se despierten proyectos empresariales suficientes para asegurar el éxito de la iniciativa principalmente entre los jóvenes. Entre algunas de las acciones que se pueden llevar a cabo está la convocatoria de Concursos de Proyectos Empresariales, (alrededor del cual se convocan actividades para motivar la presentación de estos proyectos), conferencias, seminarios, etc. Con carácter previo debería haber una acción inicial de motivación empresarial, dirigida a todas las personas interesadas en conocer las ventajas de trabajar por cuenta propia, especialmente a los que están finalizando un ciclo de formación profesional, así como enseñanzas universitarias.

2. Formación y tutorización de emprendedores. Se trata de asegurar la adecuada formación de los emprendedores y su autorización personalizada, como factor clave en el éxito de un proyecto de estas características. El curso de emprendedores debería tener dos partes claramente diferenciadas por contenido y metodología: en la 1ª parte una formación teórica para la creatividad y el éxito, así como para la mejora de la gestión empresarial y, en la 2ª, la simulación de empresa.

Con posterioridad se trataría de poner en marcha un proceso de tutorización individualizada de cada persona o grupo promotor que debe suponer la redacción completa del Plan de Negocio de cada proyecto empresarial.

3. Creación y Desarrollo de Empresas. El proceso culminaría con la creación de la empresa y la asistencia a su desarrollo posterior. La Institución promotora de estas acciones puede crear, dotar y poner en marcha un Vivero de Empresas, espacio físico en el que como hemos dicho se ubican las empresas a bajo coste y con servicios comunes, para salir del mismo en un plazo temporal medio de tres años. Al mismo tiempo se facilita información sobre ayudas o líneas de financiación privilegiada a estos proyectos.

En este sentido, es necesario considerar tres líneas de intervención con todo emprendedor/a, que de manera coordinada favorecerán el desarrollo de sus potencialidades y, por ende, sus posibilidades de éxito:

1. Conocimiento de sus características personales, es decir, mejorar su autoconocimiento, en relación a los conocimientos, competencias o habilidades profesionales que se tienen y que se requieren.
2. Conocimiento de las técnicas para la Gestión Empresarial (plan comercial y marketing, plan de producción, plan de operaciones, plan económico y financiero, recursos humanos).
3. Conocimiento del sector en el que va a ofrecer sus productos o servicios, para elaborar un Plan de Negocio a la medida de las características personales y profesionales, con una buena viabilidad y posibilidades futuras de éxito.

A la vista de estas tres líneas de intervención la cuestión fundamental consiste en diseñar desde las Administraciones Públicas un programa eficaz de promoción del autoempleo que permita establecer una interacción entre las mismas, de forma que estuviese en relación la información obtenida de la evaluación que de las características personales y profesionales consideradas como fundamentales se hubiese podido realizar, con la formación específica que se precisa para la puesta en marcha del proyecto de autoempleo y la tutorización que se le pueda prestar para la realización de su Plan de Negocio. Esta intervención debe procurar que este Plan de Negocio permita recoger los parámetros fundamentales en la creación de la empresa y que a su vez la formación resuelva las cuestiones relativas a ofrecer unas competencias que respondan a las demandas actuales de los diferentes tipos de emprendedores.

BIBLIOGRAFÍA

Ajzen, I. (1991): "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol.50, pp.179-211.

Acs, Z. J., Arenius, P., Hay M. and Minniti, M. (2005), *Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Executive Report*, Babson Park, MA: Babson College and London: London Business School.

Bolaños, R. (2006) Detonantes de emprendimiento comparación entre factores internos, del entorno, modelo a imitar y motivacionales para impactar la intención de crear una empresa. Libro de Comunicaciones del VIII Reunión de Economía Mundial. Universidad de Alicante. Alicante, 20, 21 y 22 de Abril de 2006.

Castells Oliván, M. y Vilaseca Requena, J. (directores) (2007). Entorno innovador, iniciativa emprendedora y desarrollo local. Editorial Octaedro, S.L. Barcelona.

Comisión Europea (2000). Hacia la Empresa Europa: Programa de trabajo de la política de empresa (2000-2005). Documento de trabajo de los servicios de la Comisión, Bruselas.

Comisión Europea (2003). Libro verde El espíritu empresarial en Europa. Comisión Europea. Dirección General de Empresa. Bruselas, 28 páginas.

Comisión Europea (2004). Plan de acción El programa europeo en favor del espíritu empresarial. .Comisión Europea. Bruselas, 23 páginas.

Consejo de la Unión Europea (2000). Decisión de 20 de diciembre de 2000 relativa al Programa plurianual a favor de la empresa y el espíritu empresarial, en particular para las pequeñas y medianas empresas (PYME) (2001-2005), Diario Oficial de las Comunidades Europeas, num. 333, pp. 84-91.

Consejo Económico y Social (2005). El proceso de creación de empresas y el dinamismo empresarial. Informe Número 5/2005. Madrid.

Coduras, A. (2006). La motivación para emprender en España. *Economiaz*, Nº. 62 2006, pags. 12-39.

Comisión Europea (2008). "Small Business Act" para Europa: iniciativa a favor de las pequeñas empresa. "Pensar primero a pequeña escala". COM (2008) 394 final, Bruselas.

Comisión Europea (2010): Estrategia Europa 2020, en http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/president/news/documents/pdf/20100303_1_es.pdf

Fernández Serrano, J. (2006). *Emprende-T. Ideas para nuevos emprendedores*. Editorial Tebar. Madrid.

Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Informe GEM España 2011.

<http://gem.fundacionxavierdesalas.com/Mis%20archivos/Informes/GEM2011.pdf>

George, G. & Zahra, S. (2002). Culture and its Consequences for Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*.

Krueger, N. (1993): "The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), pp.5-21.

Krueger, N. y Brazeal, D. (1994): "Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), pp.91-104.

Llanes Gamón, M. Navarro Domenichelli, R., Boix Cuenca A. (2004). Desarrollar el espíritu emprendedor: consideraciones de autoempleo de las políticas de empleo públicas , *Revista de Treball, Economia i Societat*

Número 32. , págs. 33-41.Generalitat Valenciana: Comité economic i social de la Comunitat Valenciana .ISSN: 1137-0874

Martín, D. (2008). Éxito para emprendedores. Estudios y ediciones IESE S.L.

Moriano, J.A., Trejo, E. y Palací, F.J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, 16 (2), 229-242

Nueno, P. (2005). Emprendiendo: Hacia el 2010: Una renovada perspectiva global del arte de crear empresas y sus artistas. Deusto S.A. Ediciones. Barcelona.

Nueno, P. (2007). Cartas a un joven emprendedor. Editorial Critica. Barcelona.

OCDE (1998): Fostering Entrepreneurship, París.

Ontiveros, E.; Manzano, D. Y Rodríguez, I. (2004). Tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC), crecimiento económico y actividad empresarial: especial referencia a España. Madrid: Círculo de Empresarios.

Shapero, A. (1982): "Social Dimensions of Entrepreneurship", In C. Kent et al. (Eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, pp.72- 90. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall

Valcarce, J. (2005). Aprender a emprender: 1000 Claves de éxito para emprendedores, empresarios y directivos". Ediciones Nowtilus, S.L. Madrid.

VV.AA. (2005). Innovación y capacidad para emprender: pronóstico de la situación en España y líneas de acción. Ediciones empresa global, S.L. Madrid.