

CAPÍTULO 10

UN ESTUDIO DESCRIPTIVO SOBRE LOS EMPRENDEDORES EN ESPAÑA, LA REPÚBLICA CHECA Y BULGARIA

Juan A. Moriano

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

M^a Luisa Sánchez

CEPA “Los Rosales” de la Comunidad de Madrid (España)

Francisco J. Palací

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

jamoriano@bec.uned.es / msanchezalm@uoc.edu

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo forma parte del proyecto *LUCES: Habilidades cognitivas*, que se encuentra enmarcado dentro de GRUNDTVIG.2 - Asociaciones de Aprendizaje. Este proyecto se convoca para actividades de cooperación a pequeña escala, entre organizaciones que trabajan en el ámbito de la educación de adultos.

Uno de los objetivos explícitos del proyecto LUCES fue investigar sobre las habilidades que tienen los emprendedores, con la finalidad de programar un curso de formación de personas emprendedoras. Consideramos que la formación que se imparta a los emprendedores no debe dirigirse únicamente hacia una formación económica, sino que tiene que trabajarse las habilidades cognitivas para que tenga éxito su propuesta. Para obtener más información sobre este proyecto puede consultar la siguiente página Web: www.uned.es/coie/luces.

Los objetivos de este estudio se centran en describir las principales características psicológicas y socioeconómicas que rodean al emprendedor (valores, competencias, metas laborales, dificultades, etc.) para poder diseñar posteriormente programas de formación que sean realmente efectivos a la hora de iniciar una aventura empresarial dentro de la Unión Europea.

J. A. Moriano, M^a L. Sánchez, F. J. Palací

METODOLOGÍA

El planteamiento metodológico se deriva de los objetivos generales de este proyecto, de los productos y resultados que se esperaban obtener y de las acciones previstas para la consecución del mismo.

Teniendo en cuenta los objetivos mencionados en el apartado anterior se llegó a la conclusión de que los productos y resultados esperados deberían ser los siguientes:

1. Un instrumento que permita discernir a los emprendedores.
2. Un instrumento de detección de necesidades formativas necesarias para adquirir habilidades cognitivas.
3. La detección del perfil del emprendedor (búlgaro, checo y español).

De acuerdo con estas premisas se diseñaron las líneas estratégicas de acción del proyecto que, completadas con un trabajo previo de recogida de datos relacionados con el empleo en cada país y un análisis bibliográfico sobre las teorías y estudios relacionados con la conducta emprendedora.

Diseño de la herramienta de diagnóstico del perfil del emprendedor

La batería está formada por varios cuestionarios que se tradujeron a todas las lenguas de los socios participantes (español, checo y búlgaro). Los cuestionarios son los siguientes:

1. *Datos de identificación personal.* Información sobre las principales características del sujeto que rellena el cuestionario. Como las características personales: país, provincia, sexo y edad; la situación laboral: trabajador por cuenta ajena, trabajador por cuenta propia y no trabaja; y la formación: estudios académicos.
2. *Cuestionario de valores.* Adaptación de la escala SVS (*Schwartz Value Survey*) de valores de Schwartz (1987). La escala original, formada por 60 valores, ha sido reducida a los 37 valores que presentaban mayores diferencias entre emprendedores y no emprendedores en un estudio realizado por Moriano, Palací y Trejo (2001).
La escala solicita a los sujetos que puntúen en qué medida cada valor del cuestionario es importante como un principio que guía la vida personal. Dichos valores son puntuados en una escala entre “opuesto a mis valores” (-1) y “de suprema importancia” (7). Se trata pues, de una escala sumativa en la que la puntuación para cada tipo de valor general es obtenida a partir de las puntuaciones parciales de los distintos ítems sobre valores específicos.
3. *Escala de Autoeficacia Emprendedora (AE).* Se trata de una escala propuesta por De Noble, Jung y Ehrlich (1999) que mide la creencia de la persona en sus propias habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas para la creación de una nueva empresa.

Un estudio descriptivo sobre los emprendedores en España...

4. *Escala de Asumir Riesgos (AR)*. El objetivo de pasar la prueba se centra en la posibilidad de medición de la capacidad de tomar decisiones, esta prueba corresponde a Eguia (1994).
5. *Escala de Locus de Control (LC)*. Adaptación de la escala original propuesta por Rotter (1966) para evaluar el Locus de Control. Este concepto hace referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (locus de control interno) o del contexto (locus de control externo). Varios autores han encontrado que los emprendedores se diferencian de las personas que trabajan por cuenta ajena porque tienen un alto locus de control interno (Shapero, 1975; Gilad, 1982; Nelson, 1991; Bonnett y Furnham, 1991; y Kaufman and Welsh, 1995).
6. *Cuestionario de metas laborales (MOW, 1987)*. Desde un punto de vista psicológico, el trabajo puede ser una fuente importante de identidad, autoestima y autorrealización (Harpaz, 1990). Este cuestionario se centra en evaluar las creencias individuales sobre los resultados que deberían ser esperados o deseados del trabajo.
7. *Encuesta General*. En este apartado se recogen las variables del espacio familiar, no laboral. Los ítems indagan sobre los factores desencadenantes que facilitan la creación de una empresa: el proceso de ideación, las personas que han influido y motivos. La ocupación de sus grupos de referencia puede ayudarnos a comprender el modo en el que influyen. Las ideas preconcebidas u obstáculos reales pueden orientar sobre la futura formación.
8. *Encuesta para trabajadores por cuenta ajena*. Este apartado relacionado con la creación y gestión de la empresa está dirigido únicamente a los empresarios emprendedores y a los futuros creadores de empresa. Los ítems analizan los factores socioeconómicos: el origen, el tiempo de maduración, sector donde ubican o ubicarán su empresa. Además se recogen las razones por las que creó su empresa y ahora la sigue manteniendo.

Muestra

El cuestionario se ha administrado a una muestra de 340 sujetos formada por 139 hombres (41,2%) y 198 mujeres (58,8%) con edades establecidas entre 17 y 70 años, siendo la edad media de 40 años. Los sujetos encuestados pertenecían a tres diferentes países: España (28,2%), Bulgaria (38,9%) y República Checa (32,9%).

Respecto a la situación laboral, la mayoría de los sujetos trabajan (88,7%), ya sea por cuenta ajena (39,2%) y cuenta propia (49,5%). Teniendo en cuenta la situación laboral los sujetos se han clasificado como no emprendedores (57,8%) y emprendedores (42,2%).

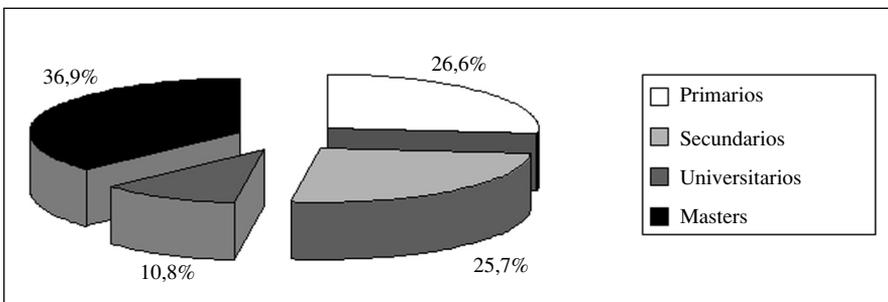
J. A. Moriano, M^a L. Sánchez, F. J. Palací

TABLA 1.
SITUACIÓN LABORAL

			Frecuencia	Porcentaje
No emprendedor	No trabaja	Desempleado	21	6,2
		Estudiante	14	4,2
		Jubilado	3	,9
	Trabajador por cuenta ajena	Empresa privada	75	22,3
Organismo público		57	16,9	
Emprendedor	Trabajador por cuenta propia	Independiente	114	33,8
		Asociado	27	8,0
		Creando Empresa	26	7,7

La mayoría de las personas que han participado en la investigación han realizado estudios superiores de *Master* (36,9%).

GRÁFICO 1.
NIVEL DE ESTUDIOS



RESULTADOS

Valores individualistas y colectivistas

Sostenemos que la estructura de valores ocupa un lugar muy importante en la determinación de la conducta, sin embargo, no se le ha prestado atención dentro del estudio de los emprendedores. Entendemos los valores, al igual que Schwartz (1992), como una concepción del individuo de los objetivos que sirven como principios que guían su vida.

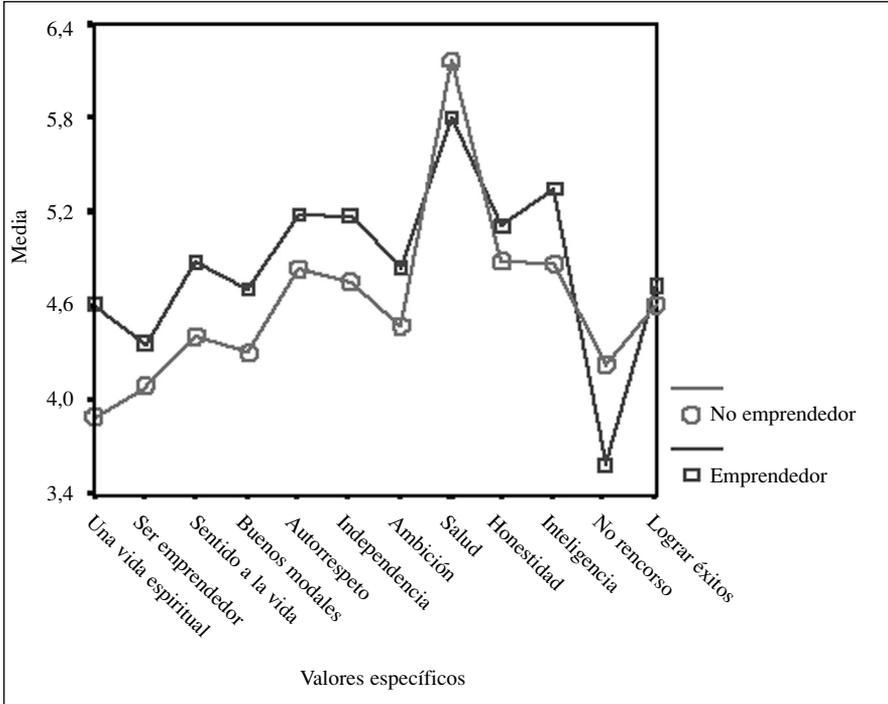
En un estudio de Moriano, Palací y Trejo (2001) se observa una tendencia a que los emprendedores están inspirados por unos tipos de valores más individualistas como, por ejemplo, el hedonismo. Además, se obtienen diferencias significativas en los valores específicos de la escala de Schwartz como *libertad*, *disfrutar de la vida*, *un mundo en paz*, *amistad verdadera*, *reciprocidad de favores* y *orden social*. Según las cuales, los emprendedores puntúan más alto en dos valores individualistas (*libertad* y *disfrutar de la vida*) y en dos valores mixto (*amistad verdadera* y *reciprocidad de favores*), y puntúan más bajo en el valor colectivista de *orden social*.

La escala reducida de valores individualistas y colectivistas administrada en los tres diferentes países, obtiene un *Alpha de Cronbach* de 0,91. Por consiguiente, podemos hablar de un nivel de consistencia interna satisfactorio y, por tanto, de alta fiabilidad.

Como se puede apreciar en la siguiente gráfica, existen diferencias significativas en los valores específicos de la escala SVS de Schwartz. Los emprendedores puntúan más alto significativamente en una *vida espiritual*, *ser emprendedor*, *dar sentido a la vida*, *buenos modales*, *autorrespeto*, *independencia*, *ambición*, *honestidad*, *inteligencia* y *lograr éxitos*. Mientras que puntúan significativamente más bajo en los valores específicos *salud* y *no rencoroso*.

J. A. Moriano, M^a L. Sánchez, F. J. Palací

GRÁFICO 2.
VALORES ESPECÍFICOS

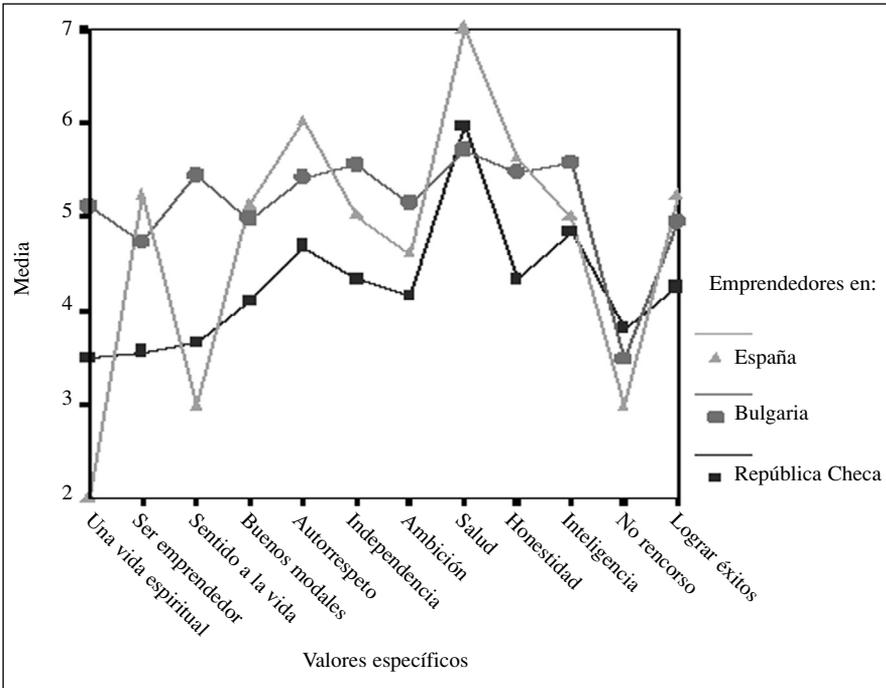


A continuación, se describe la comparación de los valores específicos donde se han encontrado diferencias significativas entre los emprendedores de los diferentes países:

1. Los emprendedores españoles valoran más *ser emprendedor, el autorrespeto, la salud y lograr éxitos*.
2. Los emprendedores búlgaros puntúan más en *una vida espiritual, dar sentido a la vida, independencia, ambición, e inteligencia*.
3. Los emprendedores checos dan más importancia al *autorrespeto, la salud y la inteligencia*.

Un estudio descriptivo sobre los emprendedores en España...

GRÁFICO 2.
DIFERENCIAS EN VALORES ENTRE EMPRENDEDORES POR PAÍSES



Autoeficacia emprendedora

De Noble, Jung, Ehrlich (1999), siguiendo las recomendaciones efectuadas por Bandura sobre la necesidad de desarrollar medidas de autoeficacia de dominio específico, elaboran una escala para evaluar la *autoeficacia emprendedora* (ESE). Este constructo mide la creencia de la persona en sus propias habilidades para desempeñar las tareas necesariamente requeridas para la creación de nueva empresa.

Algunos autores han mostrado que existen diferencias entre emprendedores y no-emprendedores sobre la base de este constructo (Chen, Green y Crick, 1998). Los individuos muestran una mayor inclinación a ser emprendedores si creen que poseen aquellas habilidades necesarias para lograr el éxito al frente de su empresa y, por ello, soportaran el esfuerzo inicial que supone para el emprendedor crear y hacer progresar su propio negocio.

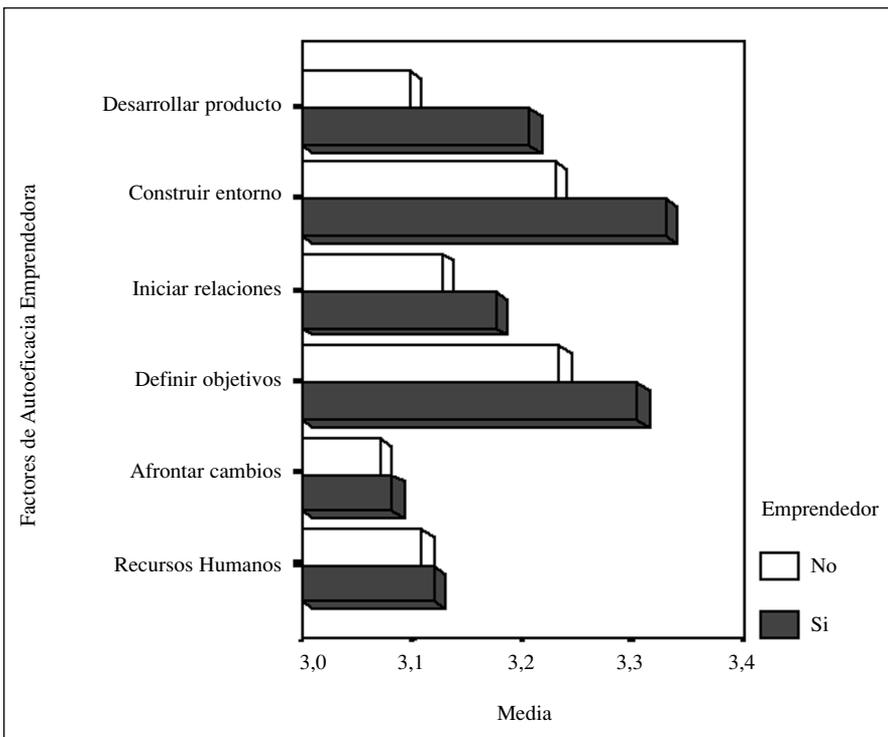
En la presente investigación, se ha utilizado la adaptación de la escala de autoeficacia emprendedora desarrollada por De Noble, Jung, Ehrlich (1999). Esta escala obtiene una fiabilidad muy alta con un *Alpha de Cronbach* de 0,90 y evalúa los siguientes factores: 1) Desarrollar nuevos productos y oportunidades en el mercado, 2) Construir un entorno innovador, 3) Iniciar relaciones con inversores,

J. A. Moriano, M^a L. Sánchez, F. J. Palací

4) Definir los objetivos centrales del negocio, 5) Afrontar los cambios inesperados, y 6) Desarrollar los Recursos Humanos.

En el gráfico 3 se puede apreciar que los emprendedores en general obtienen puntuaciones más altas en todos los factores, especialmente en *desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado, construir un entorno innovador y definir los objetivos centrales del negocio*.

GRÁFICO 3.
DIFERENCIA EN LOS FACTORES DE AUTOEFICACIA EMPRENDEDORA

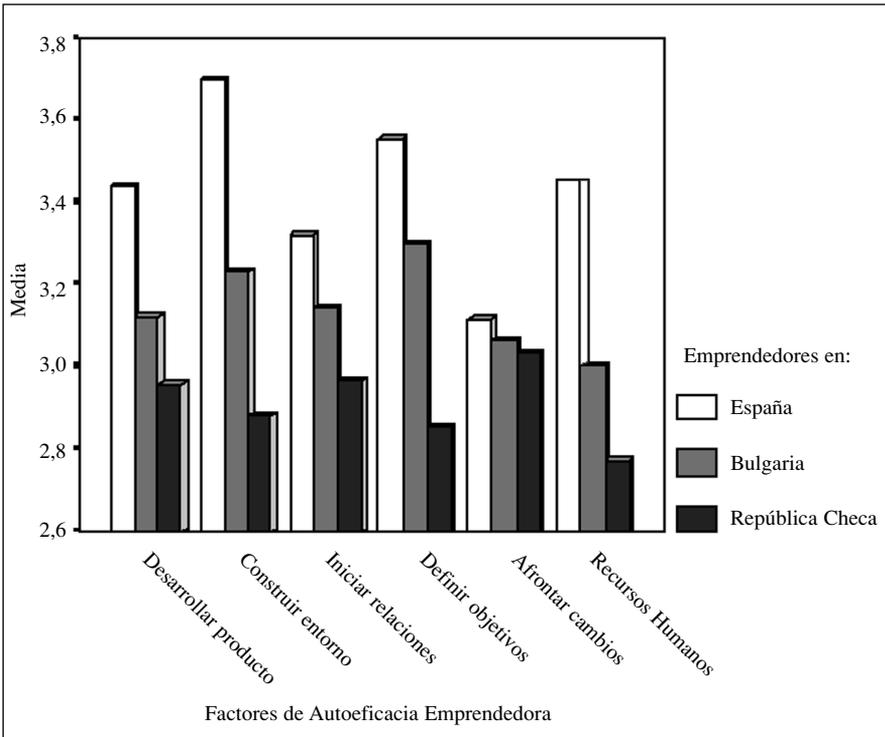


Por otra parte, los resultados muestran que los emprendedores españoles se consideran más capaces que el resto de grupos, con puntuaciones superiores a 3,1 (en una escala de 1 a 5), de realizar aquellas tareas más relacionadas con la creación y gestión de un negocio, especialmente en *desarrollar nuevos productos y oportunidades de mercado, construir un entorno innovador, definir los objetivos centrales del negocio y desarrollar los recursos humanos*. Mientras que los emprendedores de Bulgaria, cuyas puntuaciones son menores que las de los españoles, creen que son capaces de *construir un entorno de trabajo innovador* y definir los *objetivos centrales del negocio*. Por otra parte, los emprendedores

Un estudio descriptivo sobre los emprendedores en España...

checos obtienen las puntuaciones más bajas, considerándose sólo capaces de *afrontar los cambios inesperados del negocio*.

GRÁFICO 4.
DIFERENCIAS ENTRE EMPRENDEDORES POR PAÍSES EN LOS
FACTORES DE AUTOEFICACIA



Actitud hacia asumir riesgos

La *actitud hacia asumir riesgo* nos indica el grado en que las personas están de acuerdo en arriesgarse para conseguir recompensas más grandes. Los emprendedores se exponen diariamente a la incertidumbre (créditos, clientes, variaciones de la coyuntura económica), a desafiarse, a vencer sus propias debilidades (introversión...) y esto se convierte en la fuerza que les impulsa.

Para triunfar en los negocios es imprescindible arriesgar, aunque siempre con un riesgo calculado. A la hora de crear una empresa se asumen una serie de riesgos y de amenazas, de los cuales se espera obtener una serie de beneficios.

La escala utilizada para evaluar la actitud al riesgo ha sido elaborada a partir de la escala de asumir riesgos del cuestionario *Personalidad del emprendedor*

J. A. Moriano, M^a L. Sánchez, F. J. Palací

(Eguia, 1994). En el análisis de la fiabilidad de la escala se obtiene un *Alpha de Cronbach* de 0,61.

En general, no se han encontrado diferencias significativas entre los emprendedores y no emprendedores en la asunción de riesgos (puntuación media 3,1). Sin embargo, los emprendedores españoles destacan muy significativamente ($p < 0,01$) en su actitud hacia asumir riesgos con una puntuación de 3,5. Por el contrario, no existen diferencias entre los emprendedores búlgaros y checos, con una puntuación media de 3 (en una escala del 1 a 5).

Locus de control

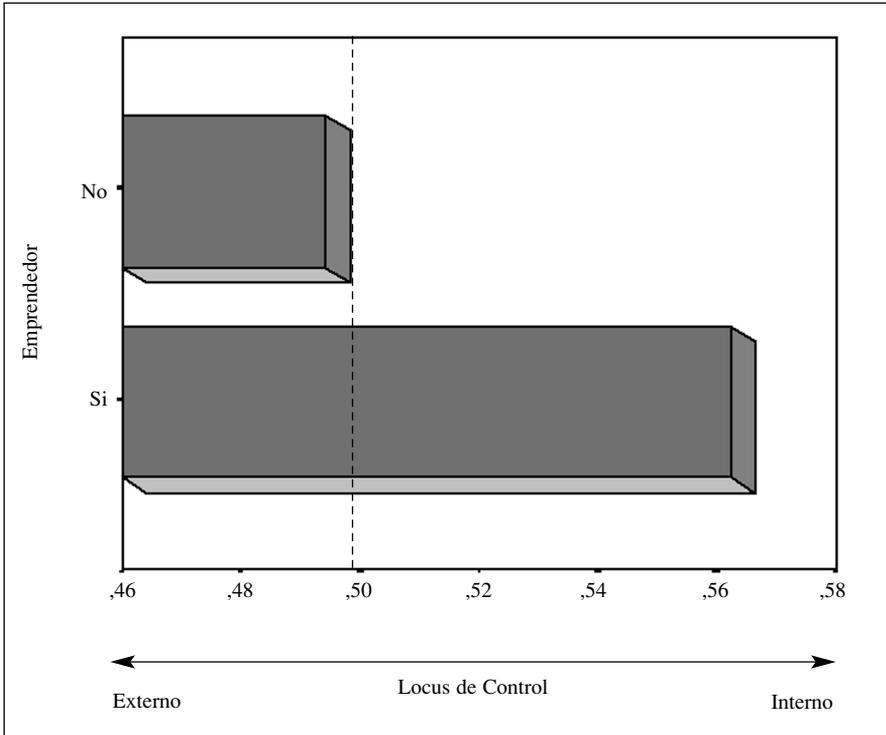
La teoría del locus de control formulada por Rotter (1966) propone este concepto para hacer referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o el fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (locus de control interno) o del contexto (locus de control externo). Varios estudios apoyan la importancia del *locus de control interno* sobre el rendimiento de la aventura empresarial. (Brockhaus, 1980; Nelson, 1991; Bonnett y Furnham, 1991).

Gilad (1982) establece que el locus de control interno se relaciona con el estado de alerta, descubrimiento de oportunidades y escrutinio de su entorno que realizan los emprendedores para encontrar la información necesaria que permita aprovechar de forma óptima sus oportunidades. De la misma forma, el éxito o fracaso en la vida puede determinar el locus de control. De hecho, los estudios sobre emprendedores ya consagrados, es decir, que habían ejercido durante mucho tiempo como emprendedores, consideran que este ejercicio puede haber desarrollado ciertas características de personalidad. Desde este punto de vista, un emprendedor que lleve tiempo gestionando una empresa y haya obtenido éxito tenderá a explicar que sus buenos resultados se deben a su gestión aumentando así su locus de control interno.

La fiabilidad de la escala que hemos utilizado obtiene un *Alpha de Cronbach* de 0,62. En el gráfico 5, se puede apreciar que los sujetos emprendedores tienen un locus de control interno significativamente ($p < 0,01$) mayor. Por tanto, los emprendedores tienden a atribuir los éxitos o fracasos a causas internas a su conducta. Estas diferencias confirman nuestra hipótesis sobre la relación entre locus de control interno y conducta emprendedora.

Un estudio descriptivo sobre los emprendedores en España...

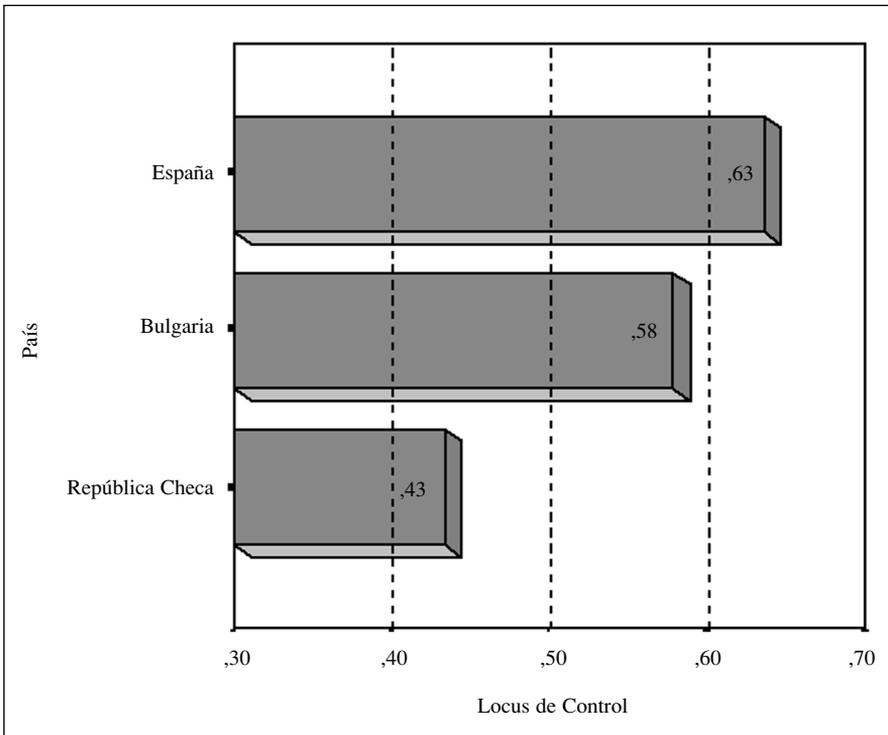
GRÁFICO 5.
LOCUS DE CONTROL Y SER EMPRENDEDOR



Respecto a las diferencias por países, en el gráfico 6 se puede apreciar que los emprendedores españoles tendrían un locus de control más interno.

J. A. Moriano, M^a L. Sánchez, F. J. Palací

GRÁFICO 6.
DIFERENCIAS EN LOCUS DE CONTROL EN EMPRENDEDORES POR PAÍSES



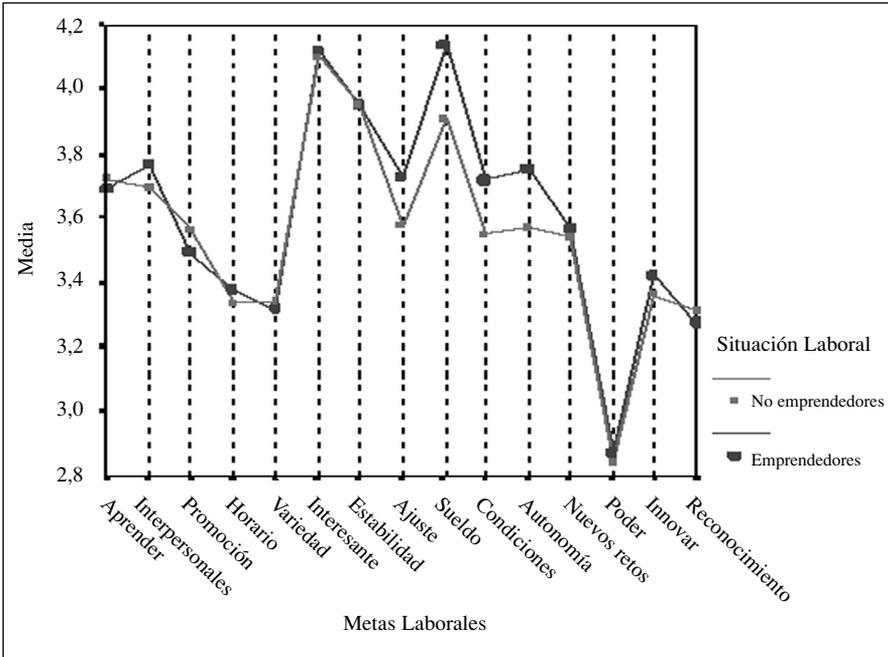
Metas laborales

Resulta importante determinar aquellos aspectos íntimamente relacionados con el autoempleo y que nos permiten responder a la siguiente pregunta: ¿por qué la gente trabaja por cuenta propia o crea su empresa?. Para poder responde a esta cuestión es necesario conocer cuáles son las metas laborales de los emprendedores.

En general, los emprendedores obtienen puntuaciones más altas en las siguientes metas laborales: 1) relaciones interpersonales, 2) ajuste entre las características del puesto y las competencias personales, 3) sueldo, 4) condiciones laborales, 5) autonomía, 6) innovar.

Un estudio descriptivo sobre los emprendedores en España...

GRÁFICO 7.
DIFERENCIA EN METAS LABORALES

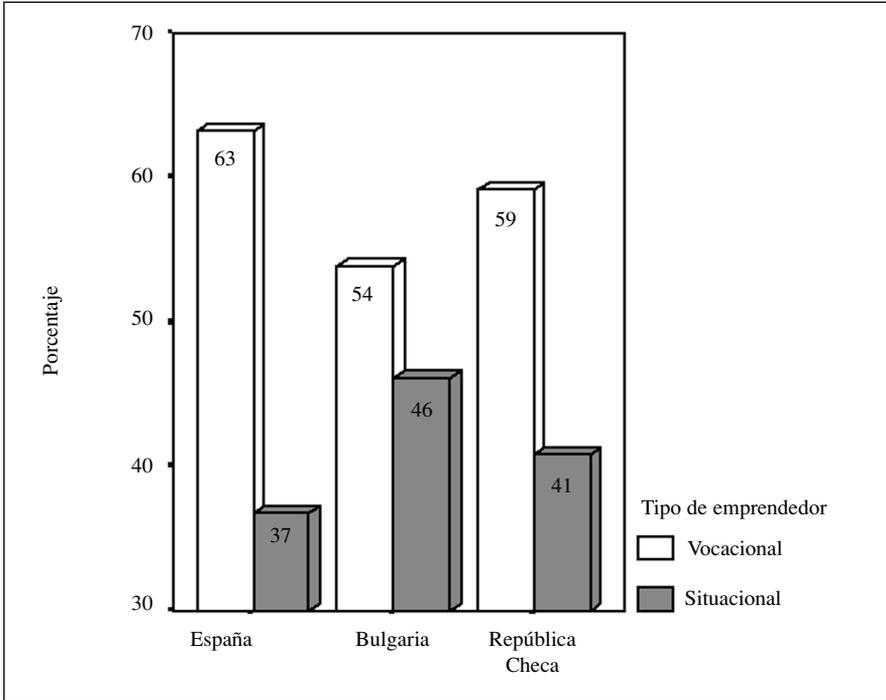


Tipo de emprendedor

En general observamos que los emprendedores deciden crear la empresa por “vocación”: porque desean ser empresarios o llevar a cabo una idea de negocio. No obstante en torno a un cuarenta por ciento lo hacen porque la situación laboral es difícil o por la precariedad laboral del trabajo por cuenta ajena. En la muestra de Bulgaria hasta un 46% de los encuestado crean su empresa por la situación del mercado de trabajo Sin embargo entre los encuestados en España el 63% de los emprendedores optan por crear la empresa por vocación o deseo de tener su propio negocio.

J. A. Moriano, M^a L. Sánchez, F. J. Palací

GRÁFICO 8.
TIPO DE EMPRENDEDOR POR PAÍSES



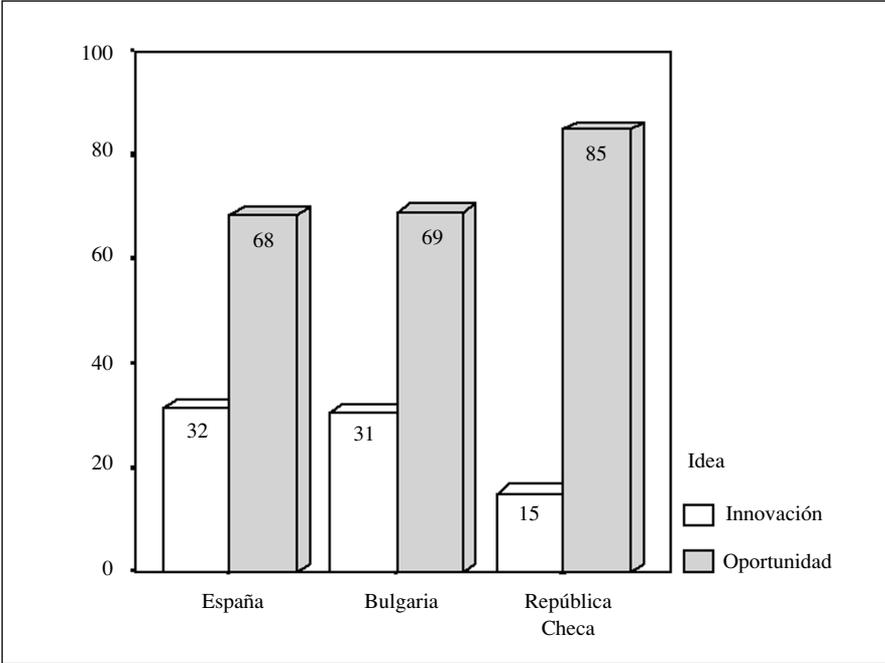
Idea de negocio

Los emprendedores dicen haber creado la empresa porque tuvieron una oportunidad o una ocasión pocos (entre 32% y 15%) han creado la empresa por introducir una innovación, un nuevo producto o forma de comercializarlo.

Los porcentajes en esta variable son similares en Bulgaria y España donde un 32% y un 31% respectivamente son emprendedores que introducen una innovación en el mercado. Sin embargo en la República Checa tan solo la mitad, un 15% han creado la empresa por introducir una innovación.

Un estudio descriptivo sobre los emprendedores en España...

GRÁFICO 9.
IDEA DE NEGOCIO

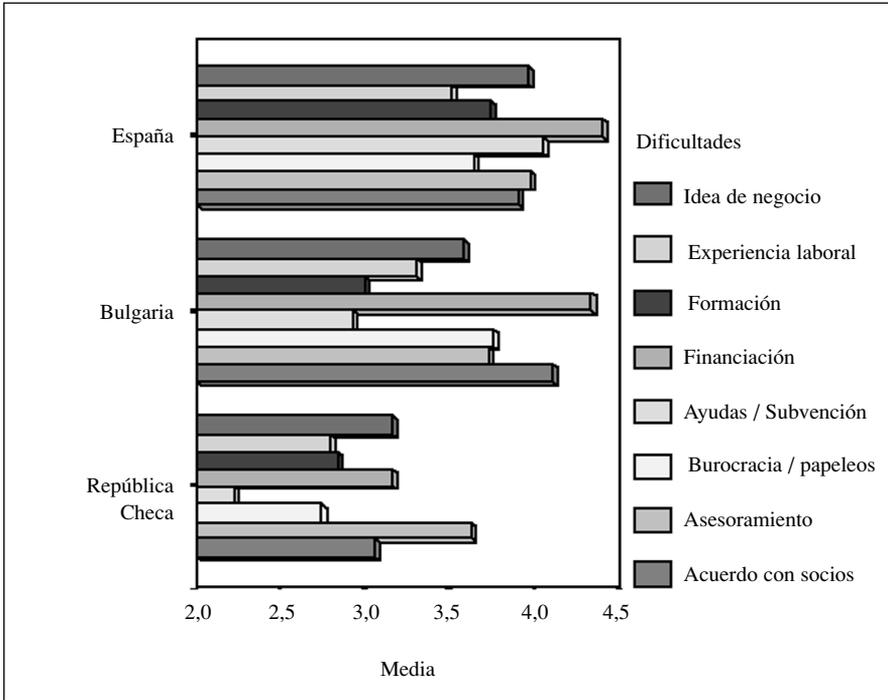


Dificultades

La financiación es la dificultad percibida mas importante por los emprendedores españoles y búlgaros, mientras que el asesoramiento es el principal problema para los emprendedores checos. Estos últimos, en la misma dirección no detectan que conseguir ayudas sea una dificultad importante, sin embargo, en el caso del grupo de Españoles si que lo perciben como una dificultad importante.

J. A. Moriano, M^a L. Sánchez, F. J. Palací

GRÁFICO 10.
DIFERENCIAS EN DIFICULTADES PARA EMPRENDER POR PAÍSES

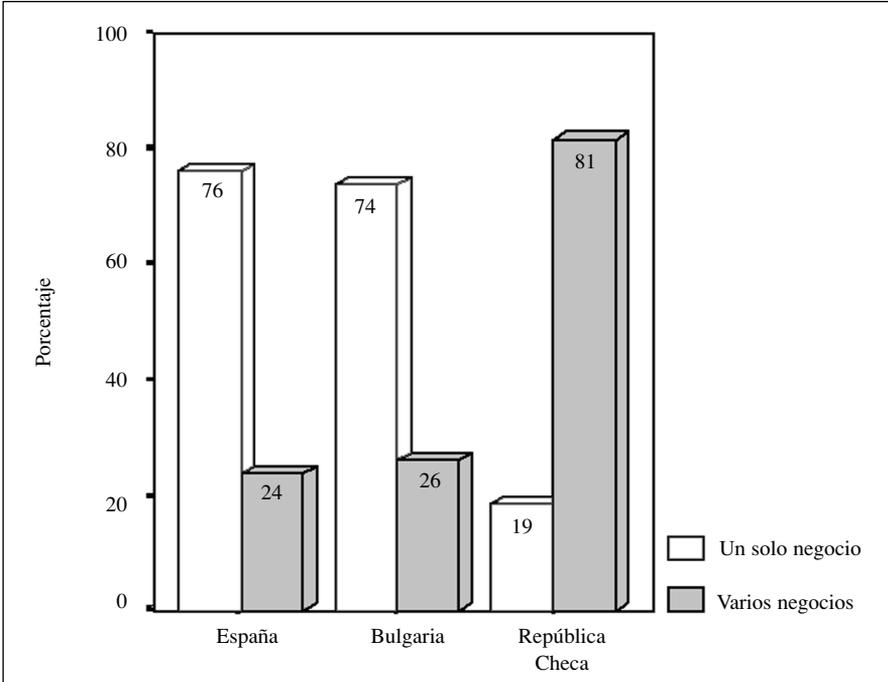


Un solo negocio o varios

Según los resultados, algunos emprendedores están participando de varios proyectos empresariales, con especial frecuencia se da este hecho entre nuestra muestra de la República Checa, en concreto el 81% de la muestra, este porcentaje es mucho menor en el caso de España con el 24% y Bulgaria con el 26%. Este porcentaje tan elevado de emprendedores implicados en varios proyectos que observamos en la República Checa debería analizarse con mayor profundidad para conocer sus características especiales.

Un estudio descriptivo sobre los emprendedores en España...

GRÁFICO 11.
NÚMERO DE EMPRESAS DE LOS PARTICIPANTES SEGÚN PAÍSES



CONCLUSIONES

En el presente trabajo se han descrito las principales características psicológicas y sociales que rodean al emprendedor en diferentes países europeos. Consideramos que es necesario realizar más estudios de este tipo, ya que la realidad sobre el autoempleo es muy diferente de un país a otro, y, por tanto, es necesario que cada país preste atención a la formación y estimulación de aquellos aspectos que son más necesarios para el desarrollo de la conducta emprendedora.

Por otra parte, las diferencias halladas entre España y los países de Europa del Este estudiados (Bulgaria y la República Checa) parecen apuntar a que las características emprendedoras son dimensiones que se desarrollan de acuerdo con las características socioeconómicas del país. De esta forma, los emprendedores españoles suelen obtener puntuaciones más altas (por ejemplo, autoeficacia o locus de control interno) porque el entorno que les rodea fomenta más el desarrollo de la conducta emprendedora. Por lo tanto, al igual que señalan consideramos que a medida que la República Checa y Bulgaria se vayan integrando en la Unión Europea comenzaran a potenciar en mayor medida valores de tipo individualista y será más fácil el desarrollo de la conducta emprendedora y la creación de nuevas empresas.

J. A. Moriano, M^a L. Sánchez, F. J. Palací

BIBLIOGRAFÍA

- Bonnett, C., & Furnham, A. (1991). Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12, 465-478.
- Brockhaus, R.H., (1980). Risk-taking propensity of entrepreneurs, *Academy of Management Journal*, 23(3), pp. 509-520.
- Chen, C.C., Green, P.G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295-316.
- De Noble, A., Jung, D. y Ehrlich, S. (1999). *Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial actions*. En R.D. Reynolds, W.D. Bygrave, S. Manigar, C.M. Mason, G.D. Meyer, H.J. Sapienza y K.G. Shaver (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 73-87). Waltham, MA: P&R Publication.
- Gilad, B. (1982). On encouraging entrepreneurship: An interdisciplinary approach. *Journal of Behavioral Economics*, 11, 132-163.
- Harpaz, I. (1990). The Importance of Work Goals: An International Perspective. *Journal of International Business Studies*, 21, 75-93.
- Moriano, J.A., Palací, F.J. y Trejo, E (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de Psicología Social*, Vol. 16 (2), 229-242.
- MOW-Meaning of Working International Research Team (1987). *The Meaning of Working : An international view*. Academic Press: London.
- Nelson, G. (1991). Locus de control for successful female small business proprietors. *The Mid-Atlantic Journal of Business*, 27, 213-224.
- Rotter, J.B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80, 1
- Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. Mark P. Zanna (Ed.) *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol.25. New York: Academic Press.