



Revista de Economía Mundial

ISSN: 1576-0162

rem@uhu.es

Sociedad de Economía Mundial
España

Álvarez Herranz, Agustín; Valencia de Lara, Pilar

Un análisis de los factores sociodemográficos determinantes en la creación de empresas en el marco
de la interculturalidad

Revista de Economía Mundial, núm. 18, 2008, pp. 341-353

Sociedad de Economía Mundial
Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86601827>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

 **redalyc.org**

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

UN ANÁLISIS DE LOS FACTORES SOCIODEMOGRÁFICOS DETERMINANTES EN
LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN EL MARCO DE LA INTERCULTURALIDAD

*AN ANALYSIS OF SOCIAL DEMOGRAPHIC FACTORS DETERMINING THE
ENTERPRISE CREATION IN THE FIELD OF MULTICULTURALISM*

Agustín Álvarez Herranz
Universidad de Castilla-La Mancha
Agustin.alvarez@uclm.es

Pilar Valencia de Lara
Universidad de Castilla-La Mancha
Pilar.Valencia@uclm.es

Recibido: octubre de 2007; aceptado: enero de 2008

RESUMEN

En este trabajo analizamos la influencia de los factores sociodemográficos del empresario en la puesta en marcha de la empresa. Para ello, hemos utilizado una muestra de 156.575 empresarios nacientes, correspondiente a 42 países. La metodología aplicada es un modelo de corte transversal aplicando mínimos cuadrados ordinarios al cumplirse las hipótesis de ausencia de heterocedasticidad y autocorrelación. Los resultados muestran que la edad, la educación y la experiencia influyen en la puesta en marcha de la empresa. Además, estos resultados nos permiten extraer una serie de conclusiones y plantear diversas implicaciones prácticas para los agentes económicos encargados de trazar las políticas pertinentes de desarrollo económico.

Palabras claves: Factores sociodemográficos; Empresario; Creación de empresas; Modelo econométrico.

ABSTRACT

The aim of this paper is to analyze the influence of the entrepreneur's social demographic factors in the establishment of an enterprise. We consider a sample of 156,575 nascent entrepreneurs corresponding to 42 countries. A cross-sectional model methodology of ordinary least squares is applied. The results show a significant influence of age, education and professional experience on the setting up of an enterprise. Also, these results allow us to extract a number of conclusions and to outline diverse practical implications for the economic agents in charge of the economic development policy.

Keywords: Social Demographic Factors; Entrepreneur; Entrepreneurship; Econometric Model.

Clasificación JEL: C21; M13; O57.



1. INTRODUCCIÓN

En el caso del entorno europeo, el interés por el estudio del fenómeno de creación de empresas es relativamente reciente. Para despertar este interés, primero fue necesario que investigadores y gobiernos reconocieran que el Estado solo no es capaz de generar los niveles adecuados de producción y empleo sino que es conveniente que la mayor parte de los mismos proceda de la iniciativa privada (Loutfi, 1991; Gelderen, Bosma y Thurik, 2001). Conviene añadir que los posibles motivos para generar este interés a lo largo de la década de los años 90 del siglo pasado, pueden ser dos: 1. La relentización del crecimiento económico y la paralela agudización del problema del desempleo; y 2. La constatación de la importancia que, para el crecimiento económico y el desarrollo de un país, poseen las capacidades empresariales de sus individuos. Sin embargo, aún es escasa la investigación desarrollada en torno a la creación de empresas, de ahí que consideremos la necesidad de centrar el esfuerzo investigador en el estudio de este complejo fenómeno; y esta relevancia se acentúa cuando se busca conocer las causas o factores determinantes de la creación de empresas. Y es que el estado de las causas y las consecuencias de los factores que inciden en la variación de la tasa de creación de empresas, es una cuestión de interés científico y de gran importancia para la política económica y social (Gelderken, et ál., 2001; Beglay, Tan y Schoch, 2005; Díaz, Urbano y Hernández, 2005).

Por otro lado, dentro del estudio de los factores que determinan la creación y consolidación empresarial, aquéllos relacionados con el empresario han recibido una gran atención en el estudio de la creación de empresas; ya que en el surgimiento de nuevas empresas el individuo es el centro sobre el cual gira este proceso (Learned, 1992; Andrés, García y Fuente, 1999; Amill, 2003) y, a su vez, es el factor habitualmente más escaso (Amill, 2003), sin él sería imposible desarrollar la puesta en marcha de una empresa. Sin embargo, la mayoría de estos estudios se han realizado con muestras de individuos de una sola cultura. Así, el estudio de los factores sociodemográficos del empresario con muestras de países de diferentes culturas aún son escasos. Por ello, en este estudio nos proponemos determinar los *factores del empresario relacionados*

con la creación de empresas en el entorno de los países del proyecto GEM. Para lograr el objetivo central de este estudio se estructura en cinco apartados. El primero recoge la introducción; el segundo se orienta a la revisión de la literatura referente a la experiencia, la edad y la educación del empresario y la influencia de estos factores en la puesta en marcha del negocio; el tercero se centra en la metodología del estudio; el cuarto de estos apartados recoge los resultados obtenidos en el análisis empírico; y en el quinto, y último, se presentan las principales conclusiones del trabajo.

2. TEORÍA E HIPÓTESIS

2.1. INCIDENCIA DE LA EXPERIENCIA DEL EMPRESARIO EN LA PUESTA EN MARCHA DEL NEGOCIO

Con frecuencia se ha considerado que la experiencia anterior del empresario es un factor de gran relevancia en el surgimiento de nuevas empresas en una sociedad y que ésta puede ser de tres tipos (Lee y Tsang, 2001): en creación de empresas, directiva y en el sector de actividad.

Desde esta perspectiva se señala que el empresario al igual que el resto de las personas, aprende de sus éxitos y fracasos (Minniti y Bygrave, 2001) y, por tanto, la combinación de experiencias positivas y negativas moldea el conocimiento del fundador del negocio y determina la sucesión de sus opciones (Minniti y Bygrave, 2001), incidiendo en sus modelos cognitivos y en la forma como él procesa la información (Ucbasaran y Westhead, 2002).

Algunos de los estudios desarrollados en esta línea de investigación, ponen de relieve que la experiencia anterior del fundador tanto en creación de empresas como directiva o en el sector de actividad está asociada positivamente al nacimiento de empresas y en la consolidación empresarial (Roure y Mandique, 1986; Cooper, Dunkelberg, 1987; Aldrich, 1990; Jo y Lee, 1996; Sapienza y Grimm, 1997; Lee y Tsang, 2001; Ucbasaran y Westhead, 2002). Desde este enfoque se considera que los empresarios que poseen este tipo de experiencia reconocen un mayor número de oportunidades de negocio más innovadoras que sus homólogos sin experiencia empresarial (Ucbasaran y Westhead, 2002). Y es que los empresarios con experiencia directiva o laboral anterior a la creación de la empresa, prestan una mayor atención a la identificación de oportunidades a través de la lectura sobre el sector de actividad (Pinillos, 2001). Así mismo, estos empresarios son más propensos a emprender actividades relacionadas con las desempeñadas anteriormente (Cooper, Dunkelberg, 1987; Aldrich, 1990; Quintana, 2001), en especial, con aquéllas denominadas "técnicas" (Quintana, 2001).

Una posible explicación para esto la encontramos en que las relaciones anteriores del empresario con ciertos clientes importantes pueden proporcionar un espacio para el descubrimiento de oportunidades y



ventajas para la conexión con una red comercial, así como la lealtad de estos demandantes. Pues al respecto, puede suceder que ciertos usuarios informen a los empleados de una empresa ya establecida de los "cuellos de botella", los vacíos u otros problemas que poseen los productos o servicios actuales y, así, el empleado puede optar por utilizar esa información y crear su propio negocio (Aldrich, 1990).

De acuerdo con los planteamientos anteriores se formula la siguiente hipótesis de estudio:

H1: el grado de experiencia anterior del empresario en creación de empresas y/o en actividades técnicas o directivas influye positivamente en la puesta en marcha de la empresa.

2.2. INFLUENCIA DE LA EDAD Y LA EDUCACIÓN EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Tanto la edad como la educación han sido frecuentemente asociados con la creación de nuevas empresas. Algunos investigadores indican que la edad del empresario puede servir para determinar dos fuerzas relacionadas con la actuación empresarial; la experiencia y la vitalidad (Sandberg y Hofer, 1987). Es decir, por un lado, existe la creencia de que los individuos de mayor edad tienen la ventaja de la acumulación de experiencia. Pero también se considera que los individuos más jóvenes poseen la energía, el vigor y el entusiasmo propios de su juventud, que unidos a la posesión de conocimientos recientes y a esquemas mentales más abiertos, les permiten buscar, reconocer y desarrollar oportunidades de negocio más innovadoras y, por tanto, con mayor potencial de crecimiento económico.

Ciertamente nosotros consideramos que, con la edad, el individuo acumula experiencia, pero también creemos que existen otras razones para pensar que la edad es un factor relevante en la creación de empresas, como por ejemplo: 1. Con la edad parecen disminuir ciertas aptitudes esenciales para el reconocimiento de oportunidades; 2. Los individuos más jóvenes, probablemente, poseen unos conocimientos más actualizados; y 3. Así mismo, las personas más jóvenes son más propensas a la asunción de riesgos; esto se debe a que estos individuos poseen menores cargas, de tipo personal y psicológico, que puedan incidir en el comportamiento emprendedor.

Respecto a la evidencia empírica relacionada con este factor hay que señalar que algunos de los trabajos desarrollados en esta línea de investigación ponen de manifiesto que la edad es un factor relevante en la creación y consolidación del tejido empresarial de una sociedad. Por ejemplo, algunos de estos estudios indican que el empresario europeo, es varón y de mediana edad, es decir, de unos 35 años (Veciana, 1989; ENSR, 1995; Catturi, Di Pietra, Jiménez, García, González, 1996). Así mismo, al estudiar los perfiles personales y profesionales de los empresarios que acuden a los centros europeos de empresas e innovación (CEEI), se ha encontrado que estos son mayoritariamente varones y su edad es menor de 40 años (Gómez, 1997).

y, en general, que la edad media de los fundadores de empresas españolas es de 40 años (Pinillos, 2001). En esta misma línea, Honig y Karlsson (2001) señalan que la edad media de los empresarios que comienzan un negocio es de 37 años. Mientras que Roberts (1970) concluye que la edad media de los fundadores de empresas de alta tecnología es de 30 años. Además, Reynolds (1997) encuentra que aproximadamente siete de cada diez nuevas empresas creadas en los Estados Unidos de América, han sido fundadas por individuos con una edad que oscila entre los 25 y los 34 años.

A partir de los razonamientos expuestos anteriormente planteamos la siguiente hipótesis de trabajo:

H2: La edad del empresario influye positivamente en la puesta en marcha de la empresa

Ahora bien, la educación también es otro factor que frecuentemente ha sido asociado a la creación y consolidación empresarial (Van de Ven, Hudson y Schroeder, 1984). Y es que el nivel de actuación empresarial y, por tanto, la rentabilidad de la empresa se relaciona positivamente con la educación del fundador del negocio (Sapienza y Grimm, 1997; Jo y Lee, 1996). Así pues, los niveles de formación, generalmente, están asociados al desarrollo de ciertas capacidades como son el análisis, el procesamiento de información y la asociación de ideas, que probablemente pueden contribuir al reconocimiento y desarrollo de oportunidades de negocio innovadoras; ya que los individuos con una mayor formación son más propensos a introducir innovaciones en el mercado (Fernández y Junquera, 2001).

Pero acerca de la relevancia del factor educación en la creación de nuevas empresas, existen dos posiciones. Por una parte, algunos investigadores indican que el nivel de educación del empresario no es determinante para la creación de empresas. Por ejemplo, Veciana (1989) señala que la formación del empresario no es una característica distintiva de éste, ni tampoco es una variable determinante en la motivación del fundador o en el logro del éxito empresarial.

Por otra parte, otros investigadores indican que para lograr el éxito en la creación de una empresa, el empresario requiere además de ciertas características de personalidad, las aptitudes de tipo profesional que se adquieren a través de la formación y la experiencia acumulada con anterioridad (Quintana, 2001).

Pasando ahora a analizar la evidencia empírica respecto del factor educación, varios estudios concluyen que el empresario posee un alto nivel de estudios. Por ejemplo, Roberts (1970) concluye que los fundadores de empresas de alta tecnología poseen un nivel educativo de Master, o un grado de formación semejante a éste, en la tecnología utilizada en el negocio. También Sandberg (1986) y Gelderen, Bosma y Thurik (2001) sugiere que la mayoría de los empresarios poseen un nivel de formación alto. Cooper y Dunkelberg (1987) concluyen que los empresarios poseen un nivel de educación superior al de la población en general.



De acuerdo con estos argumentos proponemos la siguiente hipótesis de trabajo:

H3: El nivel de educación reglada (secundaria, algunos estudios secundarios, superiores o de postgrado) del empresario influye positivamente en la puesta en marcha de la empresa.

3. METODOLOGÍA

Para comprobar empíricamente las hipótesis teóricas planteadas en los apartados anteriores vamos a utilizar los datos facilitados, para 42 países, por el proyecto GEM¹.

El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor, conocido como GEM, es un observatorio internacional que analiza y compara la evolución de la actividad emprendedora en más de 50 países de todo el mundo. Creado por London Business School en el Reino Unido y Babson College en los Estados Unidos en 1999, es una de las iniciativas más relevantes que se están llevando a cabo para estimular el análisis de la relación existente entre la creación de empresas y el crecimiento económico a nivel mundial, regional y local. Su principal fin es evaluar cuantitativa y cualitativamente, con una periodicidad anual, la evolución internacional de la creación de nuevas empresas y la influencia que tiene sobre este campo, el contexto socio-económico de cada país, permitiendo la comparación al tener una única metodología.

En este trabajo hemos seleccionado el año 2006, además de ser el último publicado, por ser el que incorpora la desagregación de las variables que teóricamente se quieren comprobar su causalidad en la creación y consolidación empresarial.

Las variables que forman el modelo empírico se han creado a partir de 156.575 encuestas, en 42 países, formadas por personas de 18-64 años que declaran estar involucrados en una iniciativa emprendedora. El modelo que planteamos es el siguiente:

$$Y_i = \alpha + \beta \sum_{j=1}^2 EDUC_{ji} + \delta \sum_{l=1}^2 EXP_{li} + \varphi \sum_{s=1}^3 EDAD_{si} + \varepsilon_i$$

Donde:

Y_i = % de población de 18-64 años involucrados en TEA: poniendo en marcha una firma o propietario de una joven (SU o BB) en el país "i".

¹ Los países participantes en el proyecto GEM, son: EE.UU., Rusia, Sudáfrica, Grecia, Países Bajos, Bélgica, Francia, España, Hungría, Italia, el Reino Unido, Dinamarca, Suecia, Noruega, Alemania, Perú, México, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Malasia, Australia, Indonesia, Filipinas, Singapur, Tailandia, Japón, China, Turquía, India, Canadá, Irlanda, Islandia, Finlandia, Letonia, Croacia, Eslovenia, República Checa, Uruguay, Jamaica, Emiratos Árabes Unidos.

$\sum_{j=1}^2 EDUC_{ji}$ = Variables que recogen el nivel de educación “j” de los emprendedores del país “i”. En el modelo vamos a considerar dos variables:

- TEA06ED1 = % de población de 18-64 años involucrados en TEA con algunos estudios secundarios o estudios secundarios sobre el total de TEA.
- TEA06ED2 = % de población de 18-64 años involucrados en TEA con estudios superiores o de post-grado sobre el total de TEA.

$\sum_{l=1}^2 EXP_{ji}$ = Variables que recogen el porcentaje de emprendedores con nivel de experiencia previa “l” sobre el total de emprendedores del país “i”. En el modelo vamos a considerar dos variables:

- ownmge06 = % 18-64 pop [7/06] Sí: Actualmente propietario-gerente de un negocio activo
- subo06 = % 18-64 pop [7/06] Sí: Actualmente involucrado en start up del cual será propietario de todo o parte

$\sum_{s=1}^3 EDAD_{si}$ = Variables que recoge el porcentaje de emprendedores en el tramo de Edad “s” sobre el total de emprendedores del país “i”. En el modelo vamos a considerar tres variables:

- tea06ac12 = % 18-64 pop [7/06] Grupo de edad 18-34: % del TEA
- tea06ac3 = % 18-64 pop [7/06] Grupo de edad 35-44: % del TEA
- tea06ac45 = % 18-64 pop [7/06] Grupo de edad 45-64: % del TEA

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados de las diferentes ecuaciones realizadas, a partir de las variables descritas en el modelo general, se recogen en la Tabla 1 en el Anexo.

Como se puede observar la ecuación seleccionada, utilizando los criterios de selección del R^2 corregido, criterios de Akaike y de Schwarz, es el Modelo 6. Aunque el modelo 8 tiene los criterios de selección un poco mejor que el modelo 6, es una ecuación que presenta problema de correlación entre los residuos y tres variables no significativas, debido a la multicolinealidad existente entre las variables explicativas, por lo que se ha rechazado.

La elasticidad media de las variables del Modelo 6 son las que se recogen en la Tabla 2. Como se puede ver por los resultados de las elasticidades del modelo, en la Tabla 2, indican que la puesta en marcha de la empresa en los distintos países que integran el proyecto GEM se debe a factores de edad, pues domina el emprendedor de edad comprendida entre 35-44 años, su elasticidad es la más alta con un 0,40%, seguido del grupo de edad de 18-34, con una



elasticidad de 0,30%. Por lo tanto aceptamos la hipótesis 2 que sugiere que la edad influye positivamente en la puesta en marcha de la empresa.

El segundo factor sociodemográfico característico del emprendedor que se decide a crear una empresa es su nivel de educación, siendo una persona con un nivel de estudio intermedio, la elasticidad de las variables educacionales más alta, 0,16%, corresponde a la variable "con algún estudio secundario o secundarios", seguido de los niveles de estudios superiores, la elasticidad de la variable "estudios superiores o de post-graduado" es de 0,08%. Estos resultados nos permite aceptar la hipótesis 3 que señala que El nivel de educación reglada (secundaria, algunos estudios secundarios, superiores o de postgrado) del empresario influye positivamente en la puesta en marcha de la empresa.

Por último, también encontramos que la experiencia anterior del empresario en el sector de actividad influye en la decisión de crear una empresa. Según el modelo sería una persona que ya está involucrada en una *start-up* y que tiene posibilidades de llegar a ser suya total o parcialmente, su elasticidad es de 0,07%. Por lo tanto, aceptamos la hipótesis 1 que sugiere una relación positiva de la experiencia en la puesta en marcha del negocio.

TABLA 2: ELASTICIDAD MEDIA DE LAS VARIABLES DEL MODELO 6

Variable	Elasticidad
TEA06ED12	0,16
TEA06ED34	0,08
SUBO06	0,07
TEA06AC12	0,30
TEA06AC3	0,40

5. CONCLUSIONES

La realización de este estudio nos ha permitido alcanzar el objetivo planteado, pues hemos logrado determinar los factores sociodemográficos que inciden en la puesta en marcha de la empresa en los países que integran el proyecto GEM.

Los resultados obtenidos sugieren la existencia de una influencia significativa de diversas variables sociodemográficas en la probabilidad de la puesta en marcha de la empresa. Concretamente, los resultados muestran que el empresario que toma la decisión de emprender un nuevo negocio es un individuo joven, menor de 44 años, con estudios secundarios o superiores y con experiencia en el sector de actividad.

Con este estudio realizamos diversas contribuciones al campo de la creación de empresas. En primer lugar, frente a los trabajos que han estudiado los

factores sociodemográficos del empresario sólo con poblaciones de un mismo país, nosotros contrastamos estos factores con una muestra de 156.575 empresarios, con edad comprendida entre 18 y 64 años, involucrados en una iniciativa emprendedora incipiente. Esta muestra corresponde a 42 países distribuidos en los diferentes continentes y, por tanto, de distintas culturas.

Consideramos, también, que una de las principales contribuciones de esta investigación consiste en el análisis de la fase de la puesta en marcha del negocio. En este sentido, frente a los trabajos que han analizado conjuntamente empresarios nacientes y consolidados, nosotros nos centramos exclusivamente en una población de empresarios incipientes, es decir, que cumplen el criterio de naciente (hasta 3 meses de edad en el momento de la entrevista) o nueva (entre 3 y 42 meses de vida en el momento de responder la encuesta).

En cuanto a las limitaciones del estudio, la principal de ellas se relaciona con los *constructos* incluidos en el modelo causal. Entendemos que éstos pueden influir en la creación de empresas; sin embargo, constituyen sólo una parte de la gran diversidad de antecedentes y consecuencias consideradas en torno al problema objeto de análisis. Nosotros hemos limitado el amplio abanico de factores y variables precursoras, mediadoras y de resultado que pueden incidir en la creación de la empresa, para evitar la excesiva complejidad del modelo.

La revisión de la literatura pertinente y los resultados obtenidos en este estudio nos sugieren seguir indagando en los factores que determinan la creación de empresas. En este sentido, creemos que debemos incorporar nuevos factores al modelo (p.ej. las redes sociales utilizadas por el empresario durante la puesta en marcha del negocio; los programas de ayuda pública destinados a favorecer la etapa de la puesta en marcha del negocio y la utilización de éstos por parte de los empresarios; las motivaciones del fundador del negocio, desde el punto de vista de la oportunidad o la necesidad, determinantes en la decisión del individuo de pasar la barrera de lo intangible a lo tangible, entre otros); así como, estudiar con precisión cómo interactúan estos nuevos factores incluidos en el modelo.

Para finalizar, entendemos que estas investigaciones orientadas al estudio de la fase de la puesta en marcha de la empresa poseen ciertas implicaciones prácticas para los agentes encargados de trazar políticas de desarrollo económico y creación de empresas. Entre las implicaciones prácticas para políticos y gobernantes, podemos señalar que los resultados obtenidos pueden orientar a estos agentes sobre los factores del empresario que deben potenciarse para incrementar la tasa de creación de empresas en una sociedad. Concretamente, estos resultados sugieren que la edad, la educación y la experiencia del empresario son factores especialmente relevantes en la puesta en marcha del negocio, por tanto, deben tenerse en cuenta a la hora del diseño y desarrollo de los planes de acción encaminados a fomentar el espíritu empresarial y la tasa de crecimiento del tejido empresarial.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldrich, H.E. (1990): "Using an Ecological Perspective to Study Organizational Founding Rates", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 14(3), 7-24.
- Andrés, A.; García, T. y Fuente, J.M. (1999): "Análisis de algunos determinantes de la creación de empresas en España ante el reto de la Unión Económica Europea", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 53-68.
- Amill, J. (2003): "Programas públicos de apoyo a la creación de empresas: Una reflexión descriptiva y crítica", *Iniciativa Emprendedora*, 38, 1-15.
- Begley, T.M; Tan, W. y Schoch, H. (2005): "Politico-economic Factors Associated with Interest in Starting a Business: A Multi-Country Study", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29 (1), 35-55.
- Catturi, G.; Di Pietra, R.; Jiménez, J.J.; García, P.M. y Gonzalez, A. (1996): "La creación de empresas: La experiencia italiana y española", *IV Congreso de ACEDE*, la Coruña, septiembre 15-17.
- Cooper, A.C. y Dunkelberg, W.C. (1987): "Entrepreneurial Research: Old Questions, New Answers, and Methodological Issues", *American Journal of Small Business*, 11 (3), 11-23.
- Díaz, J.C. y Urbano, D.; Hernández, R. (2005): "Teoría Económica Institucional y creación de empresas", *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 11 (3), 209-230.
- ENSR-European Network for SME Research (1995): *The European Observatory for SMEs*, tercer informe anual, EIM-Small Business Research and Consultancy.
- Fernández, E. y Junquera, B. (2001): "Factores determinantes en la creación de pequeñas empresas", *Papeles de Economía Española*, 89/90, 322-342.
- Gelderken, M., Bosma, N. y Thurik, R. (2001): "Setting up a Business in the Netherland: Who Starts, Who Gives Up, Who Is Still Trying", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, <http://www.babson.edu/>
- Gómez, J.M. (1997): "Los centros europeos de empresas innovadoras en la promoción empresarial: Estudio empírico de resultados y tipologías en un caso significativo", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 6 (3), 33-46.
- Honig, B. y Karlsson, T. (2001): "Business Plans and the Nascent Firm: A Study of Instrumental and Institutional Theories", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, <http://www.babson.edu/>
- Jo, H. y Lee, J. (1996): "The Relationship between an Entrepreneurs Background and Performance in a New Venture", *Technovation*, 16 (4), 161-171.
- Learned, K.E. (1992): "What Happened Before the Organization? A Model of Organization Formation", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17 (1), 39-48.

- Lee, D.Y. y Tsang, E.W. (2001): "The Effects of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Ventures Growth", *Journal of Management Studies*, 38 (4), 584-602.
- Loutfi, M. (1991): "Configuración y postulados básicos del trabajo por cuenta propia en Europa", *Revista Internacional del Trabajo*, 110(2), 153-174.
- Minnitti, M. y Bygrave, W. (1999): "The Microfoundations of Entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23 (4), 41-52.
- Pinillos, M.J. (2001): "Factores coadyuvantes para la creación de empresas en la Comunidad de Madrid", *Papeles de Economía Española*, 89/90, 343-361.
- Quintana, C. (2001): "Dimensiones del éxito de las empresas emprendedoras", *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 7(2), pp. 139-158.
- Reynolds, P.D. (1997): "Who Starts New Firms? Preliminary Explorations of Firms-In-Gestation", *Small Business Economics*, 9, 449-462.
- Roberts, E.B. (1970): "How to Succeed in a New Technology Enterprise", *Technology Review*, 23, 23-27.
- Roure, M. J. y Mandique, M. A. (1986): "Linking Pre-Funding Factors and High-Technology Venture Success: An Exploratory Study", *Journal of Business Venturing*, 1 (3), 295-306.
- Sandberg, W. R. (1986): *New Venture Performance*, Lexington Books, Lexington.
- Sandberg, W. R. y Hofer, C.W. (1987): "Improving New Venture Performance: The Role of Strategy, Industry Structure, and the Entrepreneur", *Journal of Business Venturing*, 2, 5-28.
- Sapienza, H. J. y Grimm, C.M. (1997): "Founder Characteristics, Start-Up Process, and Strategy/Structure Variables as Predictors of Shortline Railroad Performance", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 22 (1), 5-24.
- Ucbasaran, D. y Westhead, P. (2002): "Does Entrepreneurial Experience Influence Opportunity Identification?", *Frontiers of Entrepreneurship Research*, <http://www.babson.edu/>
- Van De Ven, A. H. y Hudson, R.; Schroeder, D.M. (1984): "Designing New Business Startups: Entrepreneurial, Organizational, and Ecological Considerations", *Journal of Management*, 10 (1), 87-107.
- Veciana, J.M. (1989): "Características del empresario en España", *Papeles de Economía Española*, 39, 19-36.



ANEXO: TABLA 1: RESULTADOS DE LAS ECUACIONES ESTIMADAS DEL MODELO GENERAL

		Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6	Modelo 7	Modelo 8	Modelo 9
Variable	Coeficiente									
C	-0,08124	-0,08316	-0,05558	-0,25353	-0,26716	-0,12773	0,13121	0,35748	0,17719	
Prob, p-value	0,42100	0,40300	0,53670	0,22030	0,24010	0,47390	0,51740	0,03080	0,47350	
TEA06ED12	0,00741	0,00842	0,00779	0,08897	0,09278	0,09427	0,12784	0,04726	0,11333	
Prob, p-value	0,57810	0,50810	0,55400	0,00030	0,00060	0,00010	0,00540	0,08110	0,00180	
TEA06ED34	-0,00506	-0,00368	-0,00633	0,04228	0,02613	0,03839	0,09046	0,00518	0,08698	
Prob, p-value	0,57100	0,62620	0,45880	0,01140	0,11820	0,01890	0,00020	0,77020	0,00000	
OWNMGE06	0,00489	0,00537		0,02203	0,01663					
Prob, p-value	0,58510	0,53700		0,22980	0,40450					
SUB006	-0,00655		-0,00867	0,11198		0,10719	0,22622	-0,00577	0,21536	
Prob, p-value	0,76340		0,68240	0,00600		0,00830	0,00310	0,89660	0,00010	
TEA06AC12	0,21889	0,21615	0,22068	0,15800	0,17441	0,14289		0,25825		
Prob, p-value	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000		0,00000		
TEA06AC3	0,25614	0,25587	0,25802	0,33359	0,36582	0,34569	0,37202		0,35642	
Prob, p-value	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	0,00000	
TEA06AC45	0,16167	0,15934	0,16317						0,21843	0,03471
Prob, p-value	0,00000	0,00000	0,00000					0,00000	0,35010	
R-squared	0,99867	0,99866	0,99866	0,99414	0,99271	0,99389	0,98771	0,99390	0,98801	
Adjusted R-squared	0,99839	0,99843	0,99842	0,99314	0,99170	0,99304	0,98639	0,99306	0,98635	
Akaike Info criterion	0,47214	0,42722	0,43341	1,90486	2,07579	1,89904	2,54984	1,89662	2,57286	
Schwarz criterion	0,80312	0,71683	0,72302	2,19447	2,32403	2,14728	2,75671	2,14486	2,82110	
F-statistic	3637,33100	4356,54600	4329,62200	989,55590	980,19890	1171,09500	743,66460	1173,95000	593,44570	
Durbin-Watson	1,52287	1,48292	1,48698	1,57038	1,69215	1,57781	1,89720	1,08081	1,90079	