

**"LA CREACION DE EMPRESAS EN EL SECTOR SERVICIOS COMO  
ESTRATEGIA DE DESARROLLO REGIONAL. EL PAPEL DEL  
EMPRENDEDOR"**

Francisco Javier GALAN SIMON

Clara de PEDRO GARABITO

Dpto. de Organización y Gestión de Empresas

Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Valladolid

Universidad de Valladolid

**INTRODUCCION**

La figura del emprendedor juega un papel fundamental como impulsor en la reactivación de la economía. No obstante, las grandes dificultades que deben hacer frente, hace que muchos proyectos no sean viables. Para lograr que un proyecto empresarial tenga el éxito deseado, es necesaria una cultura emprendedora eficaz, la cual se debe basar principalmente en financiar correctamente el desarrollo, permanecer abierta al entorno y rodearse de gente competente.

El objetivo del presente trabajo, es realizar un estudio de las dificultades humanas y materiales en la creación de empresas, así como destacar la relevancia del sector servicios como motor de desarrollo regional.

## 1.- CONTRIBUCIONES ECONOMICAS Y SOCIALES DE LA CREACION DE EMPRESAS

La creación de empresas está recibiendo una atención creciente debido al reconocimiento de la importancia que las contribuciones económicas y sociales de las pequeñas empresas tiene en el desarrollo y crecimiento económico.

Según Stoner (1994, pp: 167) el espíritu empresarial aporta al menos tres beneficios para la sociedad: fomenta el crecimiento económico, aumenta la productividad y aporta nuevas tecnologías, productos y servicios.

En cuanto al *Crecimiento Económico*, y a pesar de que existe un alto número de empresas que no llegan a consolidarse como tales, no hay ninguna duda de que las nuevos proyectos empresariales, conducen a la creación de negocios que colaboran al crecimiento económico. Los economistas comenzaron a prestar una mayor atención a las nuevas pequeñas empresas porque son éstas las que parecen aportar la mayoría de los trabajos en nuestra economía. Así lo demuestra un estudio de David Birch (1979)(1) donde afirma que en Estados Unidos más de las cuatro quintas partes de todos los nuevos empleos provienen de pequeños negocios. Además encontró que las nuevas empresas, se encuentran principalmente en el sector servicios de la economía. En este trabajo, precisamente analizaremos la importancia del sector servicios para generar riqueza y empleo en una economía como es la Castellano-Leonesa.

Otra razón que explica el creciente interés en el espíritu emprendedor, aparte de las oportunidades de empleo que ofrece, ha sido el mayor reconocimiento de su papel en el incremento de la *productividad*. La mayor productividad consiste principalmente en mejorar las técnicas de producción, y para ello es necesario fomentar la investigación y desarrollo, así como invertir en nuevas plantas y maquinaria.

Por último, y enlazando con lo anteriormente expuesto, los emprendedores juegan un papel fundamental en la promoción de nuevas tecnologías, productos y servicios, es decir como promotores de la innovación. Concretamente existen algunos estudios comparativos que afirman que las nuevas aventuras empresariales producen más innovaciones de proceso y producto que las empresas ya establecidas de mayor tamaño. Estas como afirmamos en un principio serían las principales contribuciones del espíritu emprendedor, pero como es lógico de ellas se derivan un sin fin de beneficios para la sociedad en general, como son la oportunidad de encontrar un empleo, pues los empresarios son verdaderos generadores de riqueza y desarrollo.

## 2.- HACIA UNA DEFINICION DE EMPRENDEDOR

Los estudiosos en Dirección de Empresas, así como otros observadores difieren en su definición del emprendedor. Muchos consideran al emprendedor como el creador, propietario y director ejecutivo de una empresa de negocios, mientras que otros ponen de relieve el concepto de riesgo financiero como característica clave del emprendedor. No es tarea fácil tratar de dar una definición que sea aceptada por todos, de ahí que, en un principio, nuestro propósito sea recoger las aportaciones más relevantes, para más tarde tratar de resumir todas las características que le son propias.

El emprendedor busca, en palabras de *Joseph Schumpeter* (quién popularizó el término "espíritu emprendedor" a principios del siglo XX), reformar o revolucionar el modelo de producción explotando un invento o más generalmente, una nueva posibilidad tecnológica produciendo un nuevo artículo, o bien otro de forma diferente, abriendo una nueva fuente de suministro de materiales o un nuevo mercado, etc.

*Schumpeter* no identificó emprendedores con inventores, sugiriendo que un inventor sólo crea un nuevo producto mientras que un emprendedor reúne recursos, organiza talentos y proporciona liderazgo para hacer del producto un éxito comercial.

La explicación de Schumpeter tiene muchas interpretaciones entre ellas la propuesta por Robert Ronstadt:

*"Emprender es el proceso dinámico de crear riqueza incremental. Esta riqueza es creada por individuos que asumen grandes riesgos en términos de capital, tiempo y, compromiso profesional de proveer valor a algún producto o servicio".*

Peter Drucker (1986), por su parte, afirma: "el empresario siempre busca el cambio, responde a él y lo explota como una oportunidad"(2). Aunque estas palabras fueron escritas por Peter Drucker, un escritor contemporáneo de administración, bien podrían haber surgido fácilmente de la pluma de Schumpeter.

En un estudio de investigación reciente, James Carland (1984) distingue entre el propietario de una pequeña empresa y el emprendedor. Los emprendedores crean una empresa para fomentar su crecimiento y obtener beneficios; utilizan un enfoque planificado que aplica conceptos y técnicas de dirección estratégica. El emprendedor es también un gran innovador, pues crea nuevos productos y mercados, y aplica nuevas estrategias creativas y formas de dirección. En contraste, el propietario de una pequeña empresa establece y dirige una empresa para lograr objetivos personales; su empresa es una extensión de sus necesidades, metas y personalidad y el crecimiento puede no ser su objetivo personal(3).

En consecuencia, y tratando de unificar en la medida de lo posible, un emprendedor es una persona que comienza un nuevo negocio, tomando la iniciativa y el riesgo asociado al nuevo proyecto empresarial, y lo hace mediante la creación de algo nuevo o usando recursos de una forma diferente para añadir valor a los clientes, de una forma ética.

#### Características Personales del Emprendedor

Existen diferentes estudios que analizan las características que debe tener un emprendedor que pretende llevar a cabo, y con éxito, una determinada empresa (p.e. Begley y Boyd 1980). Es evidente que no todo el mundo posee las características adecuadas para emprender un

nuevo negocio. No pretendemos enunciar aquí todas, sino indicar brevemente aquellas que los emprendedores encuestados han señalado como las más importantes.

El emprendedor necesita confianza en sí mismo, optimismo, constancia y coraje para iniciar un negocio, además de muchas ganas de trabajar y tener fe en lo que hace. Es necesario combinar creatividad con capacidad de dirección y habilidad para asumir riesgos moderados. Si éstas cualidades no se dan en una misma persona, será imprescindible saber formar un buen equipo de trabajo, evitando dar empleo a amigos incapacitados para desempeñar una tarea eficientemente en la nueva empresa.

El emprendedor debe de ser una persona dinámica que pueda desarrollar una enorme actividad, y ocupe parte de su tiempo a resolver problemas organizacionales. En cuanto a las habilidades que un emprendedor, o grupo de emprendedores debe tener, destacan la de organizar y la innovadora; organizar tanto a las personas como al trabajo, y en cuanto a innovar, se trata de tener capacidad para crear algo nuevo o mejorar algo ya existente.

Si hacemos referencia a Castilla y León, podemos decir que aunque falta espíritu empresarial, sin embargo la región cuenta con una elevada formación de sus habitantes. Castilla y León posee un gran potencial humano, el cual resulta imprescindible, especialmente en los periodos de transformación económica, para el crecimiento y desarrollo regional.

### 3.- EL SECTOR SERVICIOS EN CASTILLA Y LEON

Durante los últimos años, el sector servicios en Castilla y León se ha mostrado menos dinámico, con tasas de crecimiento por debajo de las nacionales, lo que ha hecho que el peso de la economía regional dentro del conjunto nacional se haya reducido. Este hecho es especialmente preocupante, pues se trata del sector que recientemente ha mostrado un comportamiento más dinámico y con una mayor capacidad de generar empleo.

Debido a que la prestación de servicios requiere proximidad entre el ofertante y el demandante, este sector está formado mayoritariamente por pequeñas empresas con bajos niveles de productividad, con la excepción de algunos servicios financieros o las telecomunicaciones que son ramas de actividades dominadas por las grandes empresas (Fernández Arufe 1994).

Hay que señalar que el poco crecimiento de la economía regional, no es sólo el resultado de sucesos coyunturales, sino que tienen carácter estructural. Entre ellos podemos destacar en primer lugar la existencia de un territorio extenso con una población muy dispersa, además esta dispersión de la población no es uniforme (p.e. las provincias de Valladolid, León, Burgos y Salamanca concentran el 60 por 100 de la población total, y supera el 50 por 100 el número de municipios con una población inferior a 500 habitantes). Ello unido al alto grado de envejecimiento de su población, hace que sea una región necesitada de muchos fondos públicos dedicados a la asistencia social.

En cuanto al sector agrario, está atravesando una importante crisis económica por el estancamiento del precio de los productos agrícolas y la Política Agraria Común (PAC). Además, Castilla y León cuenta con unas infraestructuras con una distribución espacial poco adecuada para un territorio tan extenso. En cuanto al sector industrial se encuentra concentrado espacial y territorialmente con una fuerte presencia de la inversión extranjera (Fernández Arufe 1993). Los Parques Tecnológicos tratan de facilitar e incentivar la localización de empresas aunque actualmente se cuestiona su eficacia.

#### 4.- EL INICIO DE LA ORGANIZACION EMPRESARIAL

Para poner en marcha un nuevo proyecto empresarial, hacen falta tres elementos claves; el empresario, una idea, y por último, un plan de negocios. Por lo que se refiere al *empresario*, ya le hemos definido con anterioridad, pero básicamente, debe ser una persona con una gran voluntad y capacidad de trabajo, debidamente formada, y que se sienta cómodo en la incertidumbre. En cuanto a la *idea* puede provenir de muy diversas fuentes, como por ejemplo un invento o una nueva tecnología,

entrar en sectores con gran potencial de crecimiento, nuevas formas de comercializar productos tradicionales, aprovechar los cambios sociales, o el desarrollo de las telecomunicaciones, etc. Sin embargo, reconocer una necesidad, y tener una idea de cómo llenarla, es muy rara vez una base lo suficientemente fuerte como para lanzarse a una nueva empresa, particularmente si el que sería empresario necesita solicitar un capital. Los empresarios más exitosos también crean un *plan de negocios*; un documento formal que contiene el estado de cuentas para una misión, la descripción de los productos o servicios a ofrecer, un análisis de mercado, proyecciones financieras y una descripción sobre los procedimientos de administración que hacen referencia a las metas de la empresa. Antes de poder escribir el plan de negocios, sin embargo, los empresarios deben conocer las barreras para entrar, planificar la estrategia, escoger una forma legal de organización y considerar la cultura empresarial.

#### Tipos de Negocios

La primera cuestión que un emprendedor debe decidir cuando planea poner en marcha un negocio, es si comprar un negocio ya existente o crear uno nuevo. Además se le plantea la posibilidad de buscar un acuerdo de franquicia o permanecer independiente.

1.- *Crear una nueva empresa*: En este caso el empresario tiene la oportunidad de elegir proveedores, banqueros, abogados y empleados sin tenerse que preocupar de acuerdos o compromisos contractuales ya existentes. En cuanto a la parte negativa, comenzar un nuevo negocio conlleva más incertidumbre que absorber uno existente. Además se va a encontrar con mayores dificultades para obtener créditos de los bancos y puede verse perjudicado en el trato de sus proveedores.

2.- *Comprar un negocio ya existente*: Ofrece un conjunto de ventajas muy claras; el conocer cuánto podemos ingresar, cash-flow, etc. El empresario además tiene mucha más información sobre los proveedores, distribuidores y clientes. En la parte negativa el adquirir un negocio ya existente puede suponer aceptar acuerdos contractuales preparados y aceptados por otros, que pueden no acabar de satisfacer al nuevo empresario.

3.- *Comprar una Franquicia*: Consiste en el pago por el futuro empresario (el franquiciado) a una compañía (el franquiciador) de unos derechos de entrada, y posteriormente unos royalties; En recompensa el franquiciado puede usar el nombre, marcas, productos, fórmulas y plan de negocios de esta compañía franquiciadora. De esta forma pueden reducirse los riesgos del empresario porque el franquiciador normalmente ofrece asistencia permanente, así como formación, una zona de exclusividad geográfica y también una identidad e imagen común (p.e. McDonalds, Coca-Cola, Camper, Benetton, etc.).

Pero no todo son ventajas, las franquicias pueden ser caras, y también, en algunos casos, resultan difíciles de cumplir las restrictivas condiciones del contrato. Además hay que tener en cuenta, si pretendemos franquiciar nuestro negocio, que es necesaria la existencia una serie de características en el mercado, producto, know-how, etc., pues no todos los negocios son susceptibles de ser franquiciados.

En la actualidad, las franquicias están teniendo una importancia creciente, siendo este protagonismo mayor en el sector servicios, pues permite a los franquiciadores obtener un crecimiento rápido, así como expandirse internacionalmente, todo ello sin necesidad de hacer grandes desembolsos financieros, y con la consecuente reducción del riesgo comercial y financiero.

#### **6.- INICIATIVA DE LA CAMARA OFICIAL DE COMERCIO e INDUSTRIA DE VALLADOLID: OBJETIVO 100 EMPRESAS**

La Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid, consciente de su función de colaboración en el desarrollo local y continuando con una iniciativa anterior, denominada Servicio de Creación de Empresas, ha puesto en marcha el proyecto "Objetivo 100 Empresas", que engloba todo un conjunto de acciones destinadas a apoyar la creación de nuevas actividades empresariales en el ámbito de su competencia.



El objetivo del programa es estimular la creación de 100 empresas viables en un plazo de tres años. En este proyecto, se considera como empresa a apoyar cualquier actividad inscrita en el Impuesto de Actividades Económicas que cree al menos dos puestos de trabajo, incluyendo el del propio emprendedor.

El Servicio de Creación de Empresas lleva a cabo una serie de acciones, como son información, asesoría, formación, seguimiento y tutela, así como un conjunto de acciones de apoyo, todo ello dirigido hacia la puesta en marcha de nuevos negocios.

Por su parte, los alumnos de tercer curso de la Escuela Universitaria de Estudios Empresariales de Valladolid premian en el "Certamen Empresario del Año" el espíritu empresarial en los distintos sectores de la economía castellano-leonesa.

#### **7.- PROBLEMAS Y CARENCIAS EN LA CREACION DE NUEVAS EMPRESAS**

Los siguientes gráficos han sido extraídos de una encuesta realizada por el Servicio de Creación de Empresas de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid, a fin de analizar los inconvenientes a los que se enfrentan los emprendedores en la puesta en marcha de sus proyectos empresariales.

Como se puede observar en el primer gráfico, la principal carencia que tienen los emprendedores a la hora de crear una empresa es la financiación de su proyecto, seguido por la escasez de formación e información.

En el segundo gráfico queda reflejado que la edad media del emprendedor que ya ha puesto en marcha su proyecto oscila entre los 25 y 40 años, observando en el tercer y último gráfico, que los mayores problemas con los que se ha enfrentado en la creación de su empresa son los burocráticos, aparte de los ya citados anteriormente.

**Cuestión nº 1** .- Especifique cuáles son las carencias que usted considera para poder crear una empresa:

- 1) Idea o proyecto
- 2) Formación adecuada
- 3) Información
- 4) Financiación
- 5) Ubicación
- 6) Otros

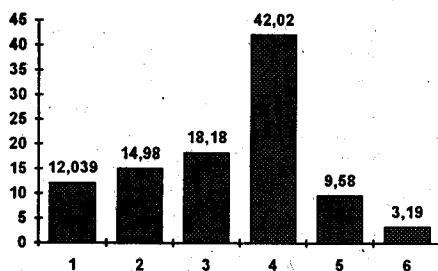


Gráfico 1

**Cuestión nº 2** .- Edades de las personas que han creado nuevas empresas.

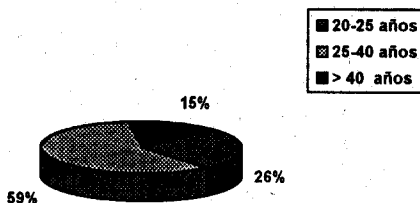


Gráfico 2

**Cuestión nº 3** .- Entre las personas que han creado una empresa, especificar los problemas que ha tenido para su creación:

- 1) De Información
- 2) De Formación
- 3) De Financiación
- 4) De Ubicación
- 5) Burocráticos

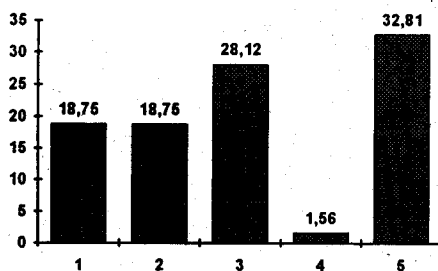


Gráfico 3

## 8.- CONCLUSIONES

A pesar de la falta de espíritu empresarial en la región Castellano-Leonesa, en la actualidad parece existir una mayor predisposición hacia la creación de nuevas empresas. Especialmente esta tendencia se acentúa en el sector servicios por la progresiva terciarización de la economía, que ofrece la posibilidad de poner en marcha nuevos negocios empresariales sin realizar grandes desembolsos económicos, generando, por consiguiente, un número considerable de puestos de trabajo.

Aún cuando la Administración Pública promueve cursos de información y orientación en la creación de nuevas empresas, éstos se nos antojan escasos. Además, si las comparamos con otras comunidades, son mínimas las ayudas existentes en nuestra región, lo que dificulta en gran medida la viabilidad de futuros proyectos empresariales.

Por su parte, los emprendedores acusan la excesiva burocracia con que se enfrentan a la hora de crear una empresa, así como las dificultades para financiar sus proyectos. Tampoco debemos olvidar la demanda de formación e información por parte de nuestros emprendedores.

Deseamos agradecer la desinteresada colaboración de Bartolomé Zuzama y Jose Maria Torremocha de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Valladolid, así como los emprendedores del proyecto "Objetivo 100 Empresas" que nos han dado la oportunidad de acercarnos a la problemática en la creación de nuevas empresas.

#### 9.- NOTAS REFERENCIALES

- (1) David BIRCH (1986) The Job Creation Process. Cambridge, Mass. MIT Program on Neighborhood and Regional Change.
- (2) Peter F. DRUCKER (1986) Innovation and Entrepreneurship. Harper and Row, New York (pp: 27-28)
- (3) James CARLAND et al (1984) "Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A conceptualization". Academy of Management Review. Abril, (pp: 354-359).

#### 10.- BIBLIOGRAFIA

- BARTOL, K.M. y MARTIN, D.C. (1991) Management. McGraw-Hill, USA
- BIRCH, D. (1986) The Job Creation Process. Cambridge, Mass. MIT Program on Neighborhood and Regional Change.
- CARLAND, J. et al (1984) "Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A conceptualization". Academy of Management Review Abril, (pp: 354-359). Citado en Donnelly 1994, pp: 678
- CAMARA OFICIAL DE COMERCIO e INDUSTRIA DE VALLADOLID. (1993) Guía para crear una empresa.
- DONNELLY, J.H., GIBSON, J.L. y IVANCEVICH, J.M. (1994) Dirección y Administración de Empresas Addison-Wesley, E.U.A.
- DRUCKER, P.F. (1986) Innovation and Entrepreneurship Harper and Row, New York.
- FERNANDEZ ARUFE, J.E. (1993) El sector servicios en el desarrollo económico de Castilla y León ante la Unión Europea. Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Valladolid.

- FERNANDEZ ARUFE, J.E. (1994) Estudio socioeconómico sobre la incidencia de las telecomunicaciones en el desarrollo de Castilla y León. Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Valladolid.
- GIL ESTALLO, M.A.y GINER DE LA FUENTE, F. (1993) Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Conceptos e instrumentos. Esic, Colección Universidad N°5, Madrid (2ª Edición) .
- GIL ESTALLO, M.A.et al. (1993) Cómo crear y hacer funcionar una empresa. Casos prácticos. Esic, Colección Universidad N°9, Madrid.
- GRIFFIN, R.W. (1993) Management. Houghton Mifflin, Boston.
- HOLT, D.H. (1993) Management. Principles and Practices Prentice-Hall, New Jersey, E.U.A. (3ª Edición)
- JUNTA DE CASTILLA Y LEON. CONSEJERIA DE ECONOMIA Y HACIENDA (1994) Líneas de ayuda al sector privado.
- LAESPADA, J.I.(1993) Conocer para emprender. Jornadas de Motivación Empresarial.
- LUDEVID, M.y OLLE, M.(1991) Cómo crear su propia empresa. Factores clave de gestión. Marcombo, Barcelona.
- MAQUEDA LAFUENTE, F.J. (1991) Creación y Dirección de Empresas Ariel, Barcelona.
- NUENO, P.(1994) Emprendiendo. El arte de crear empresas y sus artistas. Deusto, Bilbao.
- SANCHEZ, A. y CANTU, H. (1993) El Plan de Negocios del Emprendedor. McGraw-Hill, México.
- SCHUMPETER, J.A.(1963)Teoría del desenvolvimiento económico. FCE, México.
- SCHUMPETER, J.A.(1984)Capitalismo, Socialismo y Democracia. Folio, Barcelona.
- STONER, J.A. y FREEMAN, R.E. (1994) Administración. Prentice-Hall, México. (5ª Edición)
- TODOLI CERVERA, F. (1989) Todo sobre la creación de empresas y sociedades. Praxis, Barcelona.