



**FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**Características socioeconómicas de los municipios españoles
en función de su nivel de emprendimiento**

Trabajo Fin de Grado presentado por Patricia Franco Castro, siendo el tutor del mismo el profesor Francisco Liñán Alcalde.

Vº. Bº. Del Tutor:

Alumna:

D. Francisco Liñán Alcalde

Dña. Patricia Franco Castro

Sevilla. Mayo de 2017



**GRADO EN ADMINISTRACION Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE CIENCIAS
ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2016-2017]**

**TÍTULO:
CARACTERÍSTICAS SOCIECONÓMICAS DE LOS MUNICIPIOS ESPAÑOLES EN
FUNCIÓN DE SU NIVEL DE EMPRENDIMIENTO**

**AUTOR:
PATRICIA FRANCO CASTRO**

**TUTOR:
D. FRANCISCO LIÑAN ALCALDE**

**DEPARTAMENTO:
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA APLICADA I**

**ÁREA DE CONOCIMIENTO:
ECONOMÍA APLICADA**

RESUMEN:

El emprendimiento es esencial en el funcionamiento de la economía y en el desarrollo social, y por ello en los últimos años las autoridades han llevado a cabo medidas que favorezcan e incentiven el mismo. Los emprendedores emergen en este proceso influenciados por su entorno, el cual cuenta con unas características socioeconómicas que hacen que unos sean más dinámicos que otros, en cuanto a emprendimiento se refiere. Son estas características las que trataremos de analizar para así dibujar el perfil de aquellos municipios que tienden a ser más emprendedores. El objeto de nuestro estudio lo conformarán los municipios españoles con una población superior a 1000 habitantes, los cuales dividiremos en cuatro tipos según su nivel de emprendimiento y la tasa de desempleo.

PALABRAS CLAVE:
Tasa/Nivel de emprendimiento; Tasa/Nivel de desempleo; Economía; Municipios.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. TEORÍA	3
2.1 Condiciones del entorno español para emprender	5
2.2 Perfil demográfico de los emprendedores	7
2.2.1. Edad	7
2.2.2. Renta	9
2.2.3. Densidad	12
2.2.4. Ideología política	13
3. METODOLOGÍA	15
4. RESULTADOS	17
4.1 Grupo 1: Municipios con una tasa de emprendimiento mayor que la media pero cuya tasa de desempleo es menor que la media	17
4.2 Grupo 2: Municipios con una TAE y una tasa de desempleo mayores que la media	20
4.3 Grupo 3: Municipios con una tasa de emprendimiento y nivel de desempleo menores que la media.	23
4.4 Grupo 4: Municipios cuyo nivel de emprendimiento es menor que la media pero su tasa de desempleo es mayor que la media.	26
5. CONCLUSIONES	29
BIBLIOGRAFÍA	33
ANEXOS	35

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

Todo parece girar en torno al emprendedor. En los últimos tiempos hemos visto como la figura del emprendedor se ha situado, cada vez más, en el primer plano de la realidad social.

Quizás esta creciente importancia del emprendimiento en nuestra sociedad se deba a la actual crisis económica en la que España se encuentra inmersa desde hace años, lo cual lleva consigo una serie de cambios a todos los niveles.

Una de las consecuencias más visibles que se derivaron de esta crisis fue el incremento sin medida de la tasa de desempleo, situándose en los niveles más altos de la historia del país. Por ello, el emprendimiento se convierte en una opción tanto de salida profesional como generadora de puestos de trabajo, lo que a su vez genera un buen funcionamiento de la economía y de desarrollo social.

El problema radica en que nuestro país ha carecido de una cultura empresarial, unida a una falta de recursos humanos capacitados y motivados para crear empresas.

Por todo esto, el Gobierno español se ha visto obligado a realizar reformas con el objetivo de fomentar el empleo por cuenta propia, consciente de como el emprendimiento podría ser una vía de escape que nos ayudara a reducir esa elevada tasa de paro y por tanto a salir de la crisis.

De hecho, en el preámbulo de la LE (Ley de apoyo a los emprendedores y su internacionalización) publicada en el 2013, se achaca el problema del paro «a la ausencia de una mayor iniciativa emprendedora entre los más jóvenes que haya llevado, ante la falta de oportunidades de trabajo por cuenta ajena, a unos mayores niveles de autoempleo capaces, a su vez, de generar más empleo». Por tanto, desde este punto de partida, la solución al desempleo no puede ser otra que favorecer el emprendimiento que se propone en dicha ley.

Si algo cierto hay en todo esto, es que el emprendimiento es la mejor estrategia de afianzamiento del mercado y por ello debe ser impulsado desde los gobiernos con medidas que favorezcan a los emprendedores.

Pero quizás, uno de los motivos que explican este espíritu poco emprendedor que reina en nuestra sociedad radique en la falta de incentivos a los emprendedores, como consecuencia de la ausencia de un estudio profundo sobre qué se esconde detrás de la figura del mismo. Desde su edad, estudios, renta, hasta que motivos son los que le lanzan a este proceso y que podría ayudarnos a conseguir un tejido empresarial de mayor calidad. Y es que, la singularidad del emprendedor no se entiende si no se apela a numerosos factores sociales que la explican.

Como consecuencia de estas características socioeconómicas, son dos principalmente los motivos que empujan a los ciudadanos a iniciar el proceso emprendedor: el primero de ellos es conocido como “emprendimiento por oportunidad”, y en segundo lugar nos encontramos con el “emprendimiento de supervivencia”, siendo solo los primeros los que contribuyen al crecimiento económico de la región (aportando generación de empleo, valor agregado e innovación).

Para entender el emprendimiento hay que estudiar el entorno donde se genera, y que características son las que se esconden detrás de éste, ya que son las que de una manera u otra fomentan e influyen en el mismo. Por eso, es importante conocer el perfil socioeconómico que presentan los municipios españoles caracterizados por un

mayor dinamismo emprendedor, lo cual puede ayudar a que otros entornos menos emprendedores y con aspiración a serlo tengan un referente.

Concretamente, en este trabajo vamos a considerar que aquellos municipios en los que el nivel de emprendimiento es mayor a la media nacional, y el nivel de paro es inferior a la media nacional son los de mayor dinamismo, por entender que su población se inclina por el autoempleo no como la alternativa a las dificultades de mercado laboral (al ser baja la tasa de desempleo), sino como una verdadera oportunidad de trabajo y aspiración personal.

El objetivo de este trabajo se va a centrar principalmente en estudiar cuáles son las características socioeconómicas de los municipios españoles de más de 1000 habitantes, para poder extraer nuestras conclusiones acerca del perfil que tienen aquellos municipios que tienden a ser más emprendedores y por el contrario aquellos que son más reticentes al emprendimiento. Esto permitirá entender tanto el proceso emprendedor como al propio emprendedor de una manera más profunda, gracias al análisis de estas características.

CAPÍTULO 2

TEORÍA

El papel del emprendimiento en el desarrollo económico y social es ampliamente reconocido y adquiere mayor importancia con el aumento de las tasas de desempleo, en especial asociadas con la actual crisis mundial, por ello emprender es una opción de presente y de futuro para la sociedad.

España es un país de pequeñas y medianas empresas, y de emprendedores que, en su conjunto, representan el 62% del PIB (Global Entrepreneurship Monitor, 2015), por lo que es imprescindible cuidar y fomentar el emprendimiento y la innovación para así mejorar nuestra competitividad, crear más y mejor empleo como garantía de bienestar social.

En los últimos años el espíritu empresarial y la pequeña empresa se han convertido en el motor del crecimiento en todo el mundo. Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto es así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva. Casi todos los países, tienen entidades dedicadas exclusivamente a promover la creación de empresas entre profesionales, y entre quienes tengan conocimiento específico suficiente para poder ofertar un producto o un servicio.

Llevamos años hablando de crisis y de cifras de paro insostenibles, y de que debemos cambiar nuestro modelo económico hacia uno que priorice la tecnología y la innovación, en detrimento de otros como la construcción. Poco a poco, parece que empezamos a ver la luz al final del túnel, aunque es evidente que en el campo de la creación y de la tecnología tenemos mucho que recorrer aún.

Y es que no es casualidad que entre los países más innovadores del mundo se encuentren precisamente los que más renta per cápita tienen. Eso es así, porque hay un nexo claro entre innovación y grado de desarrollo de una sociedad. Y para poder llegar ahí, hay que pasar por un primer paso: apoyar el emprendimiento, asegurar la financiación y premiar la inversión en este campo.

La fragilidad de una gran parte del empleo nacional, con una importante dependencia de la construcción y los servicios, nos ha habituado a elevadas tasas de paro y a que una parte importante de los jóvenes de este país deba desarrollar iniciativas autónomas y empresariales, que aunque han traído consigo un aumento de la tasa de emprendimiento no sitúan a éste como una medida desesperada ante una situación puntual, al contrario, encierra una verdadera necesidad social: no hay sociedad capaz de progresar en sus parámetros de bienestar si no es suficientemente competitiva, para lo que necesita ser innovadora en su conjunto y, para esto, tener personas emprendedoras.

Otra de las consecuencias de esta crisis económica en la que nos encontramos inmersos, es que España ha sufrido una fuerte emigración, principalmente de jóvenes, que buscan en otros países lo que aquí no conseguían, un empleo. Por ello, España necesita en la actualidad obtener el máximo retorno de las personas con talento, capaces de materializar sus ideas en proyectos reales que contribuyan a mejorar el mundo en el que vivimos.

En términos generales, a los emprendedores, se les considera una parte importante del proceso de creación de empleo y un factor estimulador del crecimiento, ya que crean nuevas empresas, lo que genera una mayor riqueza y bienestar en el país.

Además, el efecto creador de empleo de los emprendedores es mayor que el a priori contabilizado en las estadísticas, pues sobre el efecto indirecto de los emprendedores, “si un determinado emprendedor tiene éxito en su actividad no sólo motiva a otros a seguir su ejemplo, sino que también crea nuevas oportunidades para que las aprovechen terceros, lo que redundará en la generación de un mayor crecimiento y un mayor bienestar” (Holcombe, 1998).

Si uno de los mayores problemas de la crisis es la destrucción de empleo, la actividad de los emprendedores puede tener efectos positivos en la recuperación del empleo. Un mayor número de emprendedores supone la creación de nuevas empresas y por lo tanto de oportunidades para contratar trabajadores, siendo en siete de cada diez casos los que su plantilla está formada por entre 2 y 10 personas (Alarcos, 2015).

Además, hoy en día las condiciones de empleo han cambiado, los puestos de trabajo disponibles disminuyen al igual que el tiempo de permanencia en ellos para cada empleado. Todo esto nos lleva a pensar que hacen falta más personas emprendedoras, aquellas que se arriesgan a hacer algo nuevo, a materializar el sueño de crear su propia empresa para darle empleo a otros.

Una muestra del creciente interés por el emprendimiento a nivel mundial, es la creación del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), un consorcio de investigación académica, cuyo objetivo es realizar estudios sobre la actividad empresarial en todas las latitudes del planeta. Inició en 1999 como un programa de investigación con la asociación entre London Business School y el Babson College para evaluar el nivel de actividad empresarial en 10 países. Desde entonces ha ido incrementando su cubrimiento hasta llegar a evaluar más de 100 economías (Global Entrepreneurship Monitor, 2015).

Para abordar el tema de la creación de empresas en los diferentes países estudiados, el GEM ha partido de unas definiciones básicas que permiten comparabilidad y una mejor comprensión de los datos. Es así como se han identificado dos tipos principales de emprendimiento o “motivaciones” para iniciar una empresa: el emprendimiento de oportunidad conocido como OEA (sigla que en inglés es Opportunity Entrepreneurship Activity), realizado por las personas que perciben una oportunidad de negocio y crean empresa como una de varias opciones de carrera y el emprendimiento por necesidad, Necessity Entrepreneurship Activity (NEA) que es el que hacen las personas no porque quieran ser independientes, sino porque no encuentran otra forma para subsistir. Este último no genera mucho impacto en la economía de los países, pues por lo general no está asociado con la innovación y en el mejor de los casos, genera algunos empleos (Minniti, Bygrave, & Autio, 2006).

De los resultados extraídos del último informe del proyecto GEM, podemos concluir que el índice TEA en España ha vuelto a crecer por segundo año consecutivo, alcanzado un valor de 5,7%. Fue a partir del 2010 y como consecuencia de la crisis económica, que la tasa de emprendimiento en España sufrió una fuerte caída. Desde el 2011, el índice TEA ha venido situándose entre el 5.2% y el 5.8%, por lo que puede afirmarse que en España entre 5 y 6 personas de cada 100 se encuentran inmersas en un proceso emprendedor.

A pesar de que como hemos dicho anteriormente el índice TEA lleva dos años creciendo, aún no supera los niveles que tenía antes del 2009, cuando éste era del 7% o superior.

Otro factor relacionado con el emprendimiento de gran importancia, son los motivos por los que los emprendedores comienzan ese proceso, de los que destacan los dos nombrados con anterioridad. De acuerdo con esto y según el proyecto GEM, el 73,5% del TEA de 2015 correspondió a emprendedores por oportunidad, mientras que el 24,9% correspondió a emprendedores que actuaron por necesidad. El 1,6% restante lo compusieron aquellos que emprendieron por otros motivos diferentes a estos. Si

comparamos estos datos con los del 2014, podemos ver un cambio en la tendencia, ya que en los últimos años parecía tener más peso la necesidad que la oportunidad como motivo para emprender.

2.1. CONDICIONES DEL ENTORNO ESPAÑOL PARA EMPRENDER

A pesar del notable aumento del número de startups en España –que crecieron un 87% durante 2015 alcanzando una inversión de capital de 500 millones de euros–, emprender en nuestro país sigue siendo difícil. La burocracia y las dificultades de financiación siguen siendo un lastre para aquellos que optan por el autoempleo (Europa Press, 2016).

El informe *Doing Business* elaborado por el Banco Mundial, más allá de la eficiencia, analiza las normas gubernamentales que regulan las empresas para revelar cuáles son los mejores países para emprender. Según el último estudio publicado en el año 2017, España ocupa el puesto 32 del ranking mundial, por detrás de países como Mauritania o Polonia. Por el contrario, Nueva Zelanda se posiciona como la economía con los entornos regulatorios más favorables de cara a las empresas, seguido de países como Singapur, Dinamarca, Hong Kong, República de Corea, Noruega, Reino Unido, Estados Unidos, Suecia o Macedonia (Doing Business, 2017).

Además, el informe *Doing Business* analiza para cada país las regulaciones que afectan a 11 áreas del ciclo de vida de una empresa. Diez de estas áreas se incluyen en la clasificación sobre la facilidad para hacer negocios de este año. A continuación, comentaremos los resultados obtenidos por España en algunos de los indicadores más significativos para el desarrollo de nuestro trabajo:

- Apertura de una empresa: nuestro país ocupa el puesto 85 del total de las 190 economías analizadas, habiendo caído seis posiciones respecto al año anterior. De media en España hacen falta 7 procedimientos, y 13 días para montar una empresa, con un costo del 5% del ingreso per cápita y un capital mínimo desembolsado del 12,9% del ingreso per cápita.
- Manejo de permisos de construcción: es el indicador donde España obtiene la peor puntuación. Ocupa el puesto 113 en la clasificación, respecto al 111 del pasado año. Se necesitan 13 procedimientos, 205 días e implica un coste del 5,2% del ingreso per cápita.
- Obtención de electricidad: una vez más nuestro país obtiene un puesto menor que el pasado año en uno de sus indicadores. En el caso de este indicador, España obtiene la posición 78 frente a la 71 del año 2016. Para la obtención de la electricidad en un negocio son necesarios 7 procedimientos, 107 días y un costo de 216,1% del ingreso per cápita de la economía.
- Registro de propiedades: en este caso, la economía española obtiene la misma posición respecto al ranking elaborada el pasado año, en concreto la 50. Se precisan un total de 5 procedimientos, 12,5 días de media y un coste equivalente al 6,1% del ingreso per cápita.

Otros indicadores incluidos en la elaboración de esta clasificación son: obtención de crédito, protección de los inversionistas minoritarios, pago de impuestos, comercio transfronterizo, cumplimiento de contratos, resolución de insolvencia. En concreto, en los dos primeros indicadores España baja dos posiciones en comparación al pasado año, obteniendo los puestos 62 y 32 respectivamente. En cuanto al comercio transfronterizo, es la única área analizada donde España consigue la primera posición de la clasificación (debido a su pertenencia a la Unión Europea). Por último, en lo que se refiere a los dos últimos indicadores mencionados y el pago de impuestos, nuestro

país aumenta su posición en el ranking, situándose en los lugares 45 (pago de impuestos), 36 (cumplimiento de contratos) y 25 (resolución de incidencias).

Tal y como se refleja en el informe, la aplicación de unas normas uniformes y homogéneas es fundamental para que los emprendedores puedan desarrollar pequeñas y medianas empresas. Además de estos parámetros, también se tienen en cuenta otros como el hecho de que el país de destino tenga estabilidad económica, un régimen fiscal favorable para los emprendedores extranjeros, posibilidades de financiación y que los costes para iniciar el negocio sean lo más baratos posibles.

Analizando el entorno español de los datos extraídos del último informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2015), podemos observar como a partir de la opinión de los 36 expertos españoles entrevistados, utilizando una escala de 1 a 5, solo han valorado por encima de la media (3) una de las doce condiciones del entorno emprendedor español. En concreto, la condición mejor valorada continúa siendo la infraestructura física (3,1), mientras que la peor es la educación/formación emprendedora en la etapa inicial (2,1). A pesar de ello, podemos observar como el entorno español ha ido mejorando desde que se elaborara por primera vez en 2005 el proyecto GEM (Véase Anexo 1).

De igual manera, las personas expertas entrevistadas emitieron su opinión sobre las condiciones del entorno que obstaculizan, favorecen, y que recomendarían para fortalecer el entorno emprendedor español. En este sentido, la condición que favorece la actividad emprendedora española es la educación/formación, mientras que el principal obstáculo a la hora de emprender continúa siendo el acceso a la financiación pública/privada durante las diversas etapas del proceso emprendedor. Estas opiniones coinciden con las percepciones de la población adulta española encuestada en esta edición. Por lo anterior, las principales recomendaciones de las personas expertas entrevistadas en esta edición van orientadas a:

1. Que continúe apoyándose la financiación de iniciativas emprendedoras.
2. Que se fortalezca el emprendimiento a través de la educación y la formación.
3. Que se continúe implementando políticas gubernamentales de apoyo al emprendimiento.

A colación de esta última recomendación, cabe destacar que el Gobierno español ha incluido durante el último año nuevas líneas de financiación destinadas a pymes. Algunos ejemplos son el Plan Crece, que nació para incentivar el asentamiento de las compañías españolas en el mercado nacional, o las Ayudas Neotec, destinadas a apoyar la actividad global de empresas innovadoras.

A pesar de estas medidas de apoyo, conseguir financiarse sigue siendo un obstáculo para los emprendedores españoles, como hemos comentado anteriormente. Si comparamos las dificultades a las que hay que enfrentarse en nuestro país con las de Estados Unidos, se puede comprobar que en el gigante americano existen mayores facilidades debido a la simplificación del acceso y al establecimiento de un sistema más directo para el establecimiento de negocios. Estos son algunos de los modelos de financiación que se pueden seguir en España para sacar adelante una startup (Europa Press, 2016):

- 'Venture capital': Es una rama del capital riesgo que se enfoca en etapas tempranas de negocio. En 2015 la inyección de recursos internacionales en proyectos emprendedores españoles a través de este método ascendió a los 395 millones de euros.
- 'Business angels': Este sistema se basa en el apadrinamiento de proyectos. Inversores aportan capital, experiencia y contactos a los emprendedores con la intención de obtener una ganancia futura. La inversión oscila entre los 25.000 y

los 250.000 euros que se inyectan en empresas en fase de desarrollo o expansión.

- 'Crowdfunding': El micro-mecenazgo se ha convertido en una opción muy recurrente para los pequeños emprendedores. Se trata de un modelo de recaudación de capital que, sin intermediarios permite a los creadores de la startup conseguir el dinero para sacar adelante sus proyectos a través de la financiación mancomunada de pequeños prestamistas independientes.
- Créditos 'online' o préstamos sin pasar por el banco: Otra de las opciones son los préstamos online. Se trata de la cesión de dinero por parte de entidades prestamistas que trabajan fuera de la banca y que, a cambio de unos intereses, ofrecen liquidez a los emprendedores.

2.2. PERFIL DEMOGRÁFICO DE LOS EMPRENDEDORES

El término emprendedor hace referencia a aquellas personas que cuentan con emprendimiento, actitud y aptitud que le permite a una persona tomar la decisión de iniciar nuevos retos, nuevos proyectos.

Es difícil comprender todo el proceso emprendedor sin realizar un análisis previo de las características demográficas de las personas que se encuentran involucradas en él. Al conocer el perfil del emprendedor español conoceremos muchas características de su entorno, y del papel clave que los primeros juegan en el buen funcionamiento de la economía.

Ha sido en los últimos diez años, cuando se ha empezado a comprender mejor cuáles son las características distintivas de los emprendedores y a incorporar el papel del emprendedor en los modelos de crecimiento (Minniti M. , 2016). Entre estas características se encuentran por ejemplo la edad, el nivel de renta, perfil ideológico, el motivo por el que emprenden, algunas de las cuales vamos a estudiar a lo largo de este trabajo.

2.2.1. Edad

Cuando nos adentramos a estudiar la edad que de media suele tener un emprendedor cuando se lanza en esta aventura, se nos viene a la mente una pregunta: ¿existe una edad ideal para ponerse a emprender? Hay muchas teorías sobre esto. Para algunos lo mejor es hacerlo cuanto antes, mientras que otros consideran que lo más conveniente es esperar a que tengas una cierta experiencia en la vida.

Aunque si bien es cierto que esta edad varía considerablemente según el país donde se emprenda, en el caso de España podemos observar como nuestros emprendedores son cada vez más mayores. En el último año aumentó la edad media de este colectivo, situándose en 39,4 años, lo que supone casi dos años y medio más que el mismo grupo en el 2014 (Global Entrepreneurship Monitor, 2015). Esto se debe a que ha aumentado el número de emprendedores que con más de 50 años se han lanzado a montar su propio negocio.

A través de los datos obtenidos del informe GEM, podemos reconocer los cambios que ha sufrido el perfil del emprendedor español en el último año en cuanto a la edad se refiere. De acuerdo con la Figura 2.1, los profesionales se lanzan cada vez más tarde en busca del éxito personal. Durante los primeros años de elaboración de este informe (2005-2010), los emprendedores se situaban en su mayoría en una franja de edad comprendida entre los 25 y 34 años, viéndose revertida esta situación a partir del 2011, con un claro predominio de los emprendedores con una edad situada entre los 35 y 44 años.

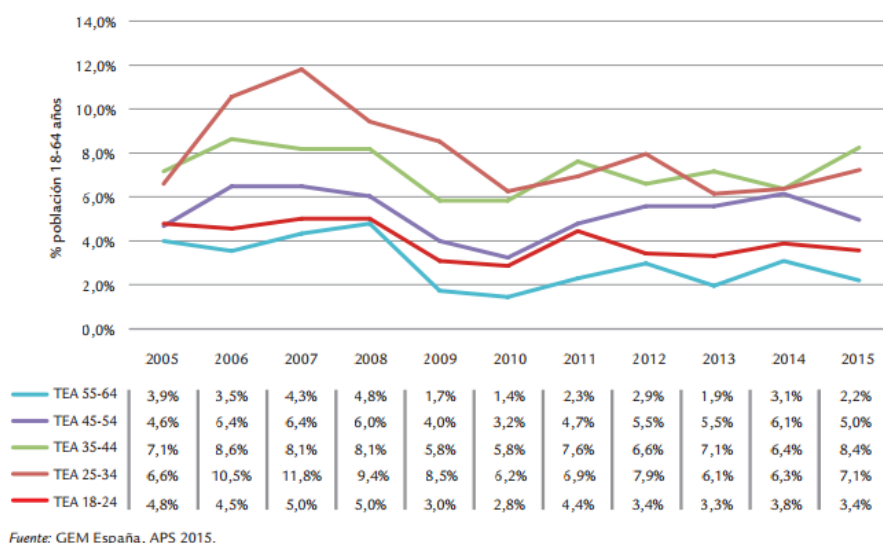


Figura 2.1. Evolución del índice TEA por edades en España durante el periodo 2005-2015

Fuente: GEM España, 2015

Seguido de ellos, se encuentran los emprendedores cuya edad oscila entre los 25 y 34 años, quedando de manifiesto como los jóvenes siguen creyendo en el emprendimiento como alternativa laboral. Esto puede interpretarse como una mayor determinación de los jóvenes al emprendimiento debido a la situación de empleo en nuestro país. Mantiene el informe que es debido fundamentalmente a no solo la elevada tasa de paro juvenil, la precariedad en el empleo, sino también por haber estado más expuestos a las acciones de impulso al emprendimiento antes de introducirse en el mercado laboral, el aumento de titulados de formación profesional y universitarios que finaliza estudios dentro de esa franja de edad y la mayor oferta formativa de programas para emprendedores jóvenes que hay en la actualidad y comparada con cinco años atrás.

Sin embargo, es necesario especificar que la intención de la juventud disminuye año a año, razón que puede ser justificada por las dificultades de acceso a los recursos financieros ajenos.

Al realizar esta distribución de los emprendedores por franjas de edad se aprecia la importancia que tienen los años a la hora de emprender. Cuanta más edad, más experiencia se espera de las personas y mayores opciones de identificar y explotar las oportunidades de negocio. Sin embargo, también supone un inconveniente llegados a una cierta fase de la vida, ya que a medida que se cumplen años hay menor intención de emprender debido a la pérdida de energía, el acercamiento a la jubilación o la búsqueda de una mayor estabilidad (Cinco Días, 2016).

Son muchos los expertos que hacen alusión a este cambio en la tendencia de la edad de los emprendedores, quienes cada vez más, empiezan este proceso en una etapa madura de sus vidas. Es el caso de Nacho de Pinedo (CEO de ISDI), quien asegura que “ahora estamos ante una época totalmente diferente, en donde gente que nunca se lo había planteado empieza a montar su propio negocio y muchos de ellos consiguen que su propia empresa les dé ‘más tranquilidad que la empresa en la que trabajaban’” (García Iglesias, 2015).

Otro de los emprendedores de más prestigio en nuestro país, Pau García-Milà, achaca este incremento en la edad media de los emprendedores a que “muchas de estas personas que han emprendido se han visto obligadas a reinventarse y montar

sus propios proyectos debido a la escasez de oportunidades laborales. Sin embargo, también hay gente que decidió aprovechar su experiencia para transformarla en algo de provecho” (García Iglesias, 2015).

El perfil profesional de los emprendedores que se encuentran en este rango de edad, es el de una persona que ha trabajado en un sector distinto, pero que aplica sus conocimientos en el negocio propio con el objetivo de penetrar en un sector y permanecer en él durante los próximos 15 a 30 años.

Pero, ¿por qué motivos están estos profesionales apostando por crear su propia empresa?:

- **Experiencia.** La veteranía es un grado. La mayoría de los emprendedores mayores de 40 años antes han estado trabajando en empresas vinculadas al sector de su nuevo negocio. Al contar con experiencia previa, conocen a la perfección el mercado y saben ver dónde hay una oportunidad de negocio. Además, aunque no hayan sido jefes, saben cómo gestionar una empresa, motivar equipos y liderar un proyecto.
- **Networking.** Fruto de sus años de trabajo, disponen de una agenda de contactos bastante amplia que les permitirá estar en contacto con otros emprendedores y profesionales de esa área. Tienen más facilidad para encontrar futuros socios, inversores, business angels, algo fundamental sobre todo en la primera etapa.
- **Motivación.** La rutina laboral es un factor que influye en la productividad y el ánimo de todos los profesionales. Llevar muchos años dedicándose a lo mismo puede ocasionar que no te sientas identificado y comprometido con tu empresa, por lo que emprender un nuevo proyecto es una buena opción para cerrar un círculo y abrir otro nuevo.
- **Internet: un mundo por descubrir.** La red supone nuevas oportunidades y nichos de mercados para los emprendedores, especialmente para aquellos que cuentan con experiencia y están cualificados, pero se sienten desaprovechados. Internet se ha convertido en una opción para iniciar nuevos proyectos con pocos recursos y a partir de ahí ir consolidando el modelo de negocio.
- **Vía para salir de la crisis.** Ante las dificultades para cambiar de trabajo o encontrar uno, quizá es el momento de desarrollar ese proyecto que lleva años dando vueltas en tu mente y crear tu propia empresa.

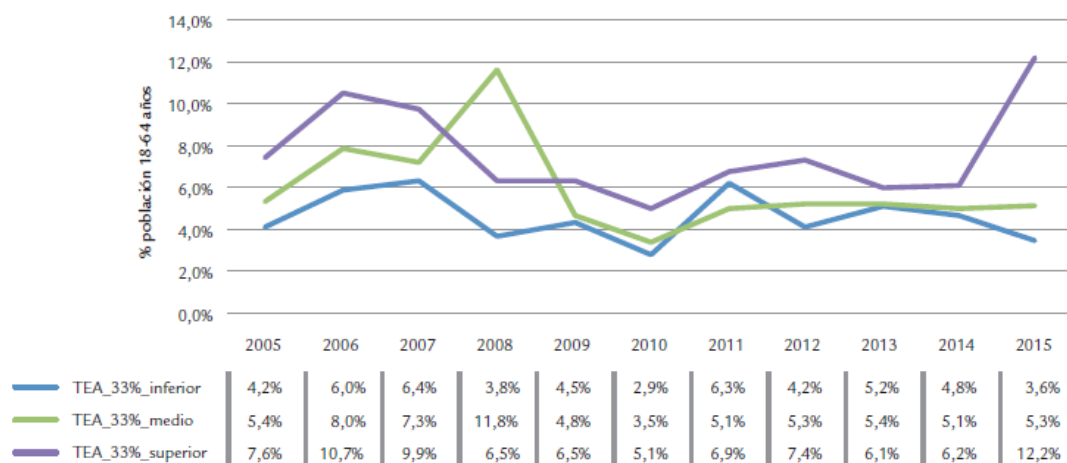
En base a esto, cabe esperar que los municipios más emprendedores tengan un mayor porcentaje de población con edades superiores a los 40 años, debido sobretodo a un aumento de los emprendedores mayores de 50 años, quienes tras un largo periodo adquiriendo conocimientos y experiencia de su entorno laboral, deciden ponerlo en práctica montando su propio negocio. Por el contrario, en aquellos donde el autoempleo se percibe como una alternativa laboral predomina la población joven, ya que prefieren intentarlo en el mercado laboral por cuenta ajena antes de autoemplearse.

2.2.2. Nivel de renta

La puesta en marcha de un negocio requiere invertir recursos que los emprendedores pueden conseguir mediante fuentes de financiación externas o internas. No obstante, es bastante común, al menos inicialmente, depender de fuentes internas utilizando recursos propios para emprender, por lo que el nivel de renta se convierte en un factor determinante que puede facilitar los esfuerzos de las personas que se involucran en actividades emprendedoras. En lo que a la renta se refiere, el 30,4% de los emprendedores superan los 2.400 euros al mes, por lo que el 77% de los

emprendedores empieza utilizando recursos propios, aunque un 27% recurre al apoyo familiar. Tan sólo un 7% ha solicitado financiación bancaria (Cirugeda, 2015).

Las dificultades para encontrar esa financiación, que permita dar los primeros pasos a un negocio, quedan de manifiesto con el siguiente dato: uno de cada seis emprendedores utiliza fondos propios para comenzar. El 26% utiliza recursos de su familia o amigos, mientras que sólo el 12% consigue financiación desde fondos privados (Gedesco, 2015).



Fuente: GEM España, APS 2015.

Figura 2.2. Evolución del índice TEA por nivel de renta en España durante el período 2005-2015.

Fuente: GEM España, 2015

Tal y como se muestra en la Figura 2.2, desde el 2009 el nivel de actividad emprendedora mostrado en España por la población del tercio superior de renta ha sido mayor que los niveles de actividad emprendedora de la población que se encuentra en el tercio medio y el tercio inferior. Además, en el último año, ha aumentado nuevamente la brecha en los niveles de actividad emprendedora entre la población del tercio superior de renta y la población de los tercios inferiores de renta. El nivel de actividad emprendedora de la población en el tercio superior de renta se ha duplicado, pasando del 6,2% en 2014 al 12,2% en 2015; mientras que la actividad emprendedora de la población que se encuentra en el tercio inferior ha disminuido del 4,8 al 3,6% y la actividad emprendedora de la población que se encuentra en el tercio medio apenas ha aumentado del 5,1 al 5,3% (Global Entrepreneurship Monitor, 2015).

Como bien hemos mencionado en el comienzo de este trabajo, si hay algo que queda de manifiesto es como el emprendimiento contribuye al crecimiento económico y bienestar social de un país, encontrándose por tanto íntimamente ligadas las variables renta y emprendimiento.

Además, los últimos estudios han mostrado la existencia de una relación sistemática entre el PIB per cápita de un país, su crecimiento económico y su nivel y tipo de actividad creadora de startups. Los países con un PIB per cápita similar suelen presentar similitudes tanto en la cantidad como en el tipo de empresas de nueva creación, mientras que entre los países con diferentes niveles de PIB per cápita existen diferencias significativas. A baja renta per cápita, las startups aportan oportunidades laborales y posibilidades para la creación de nuevos mercados. Cuando la renta per cápita aumenta, la aparición de nuevas tecnologías y de economías de escala permite que las empresas más grandes y asentadas puedan satisfacer la creciente demanda de los mercados en crecimiento y aumentar su papel relativo en la

economía. Este aumento de la importancia de las grandes empresas viene normalmente acompañado de una reducción del número de nuevas empresas, puesto que un número de personas cada vez mayor tiene la posibilidad de encontrar un empleo estable en las grandes empresas, fenómeno sobre todo destacado en las grandes ciudades, donde la presencia de éstas es aún más notable.

No obstante, cuando se experimentan más aumentos de PIB per cápita, el papel desempeñado por el sector emprendedor vuelve a aumentar, ya que hay más individuos que disponen de los recursos para poder crear negocio por ellos mismos dentro de un ambiente económico que permite la explotación de las oportunidades. En las economías de altos ingresos las empresas emprendedoras disfrutan de una recién descubierta ventaja competitiva a través de los bajos costes y del desarrollo tecnológico acelerado.

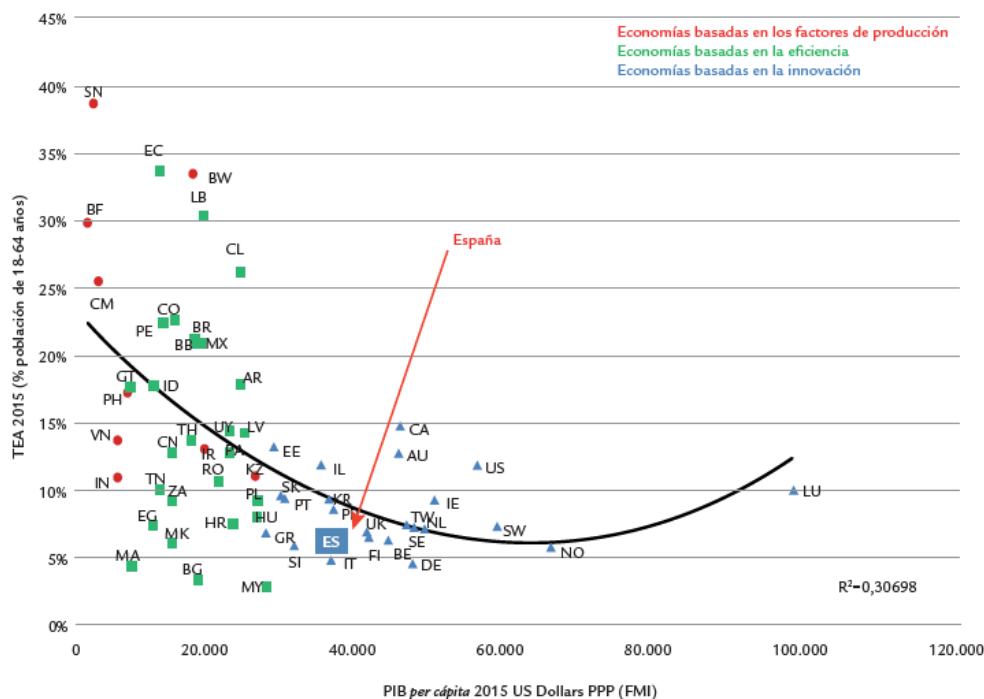
En resumen, la actividad emprendedora es generalmente mayor en países con niveles más bajos de PIB que en países con rentas altas, pero se vuelve a elevar en las economías más ricas. Esta conclusión, podemos extrapolarla al objeto de nuestro estudio, es decir, aquellos municipios que cuentan con un mayor nivel de renta per cápita suelen ser menos propensos a emergerse en el proceso emprendedor, ya que la mayoría de su población suele desarrollar su vida profesional en las grandes empresas o AAPP, con una marcada presencia en estos territorios.

A colación de todo lo anterior y basándonos de nuevo en el ya nombrado informe GEM 2015, podemos observar como a pesar de que las economías que basan su desarrollo en factores de producción están por lo general en vías de desarrollo. Sus tasas de emprendimiento, según los distintos indicadores del proceso emprendedor ofrecidos por este proyecto, son en general más altas que los niveles observados en las economías desarrolladas basadas en la eficiencia y la innovación. Esto se debe a que en las economías menos desarrolladas la falta de empleo lleva a las personas a emprender, principalmente por necesidad. Por lo contrario, con el desarrollo de una economía y por tanto el aumento de las oportunidades de trabajo por cuenta ajena comienzan a aflorar con mejores puestos de trabajo remunerado gracias a la industrialización, el interés y la necesidad de emprender como una forma de ocupación va desapareciendo.

Todo esto, podemos verlo reflejado en la Figura 2.3, donde se muestra como efectivamente aquellos países con economías basadas en factores de producción, es decir países por lo general subdesarrollados son aquellos que alcanzan una mayor TEA, debido a todos los factores analizados con anterioridad; mientras que por el contrario, aquellos aquellas economías desarrolladas basadas en la eficiencia e innovación tienden a tener menores tasas de emprendimiento, ya que su modelo esta más basado en el empleo por cuenta ajena, como consecuencia de la industrialización que poseen.

Concretamente, podemos observar como España con una economía basada en la innovación es uno de los países con menor TEA, situándose ésta entorno al 5% muy debajo de otros países cuyas economías siguen el mismo modelo. Ésta diferencia es abismal si comparamos nuestro país con aquellos donde cuya economía se encuentra dominada por los factores de producción, llegando algunos incluso a alcanzar una tasa de emprendimiento cercana al 40%.

Además, esta diferencia es aún más llamativa si nos centramos en el PIB per cápita de las diferentes economías estudiadas, siendo prácticamente éste en torno al doble en los países con menor TEA, lo que viene a confirmar todo lo explicado con anterioridad.



Fuente: GEM España (APS 2015), Banco Mundial (*World Development Indicators*) y Fondo Monetario Internacional (*World Economic Outlook October 2015*).

Figura 2.3. Relación cuadrática entre el indicador TEA y el nivel de desarrollo medido en PIB per cápita

Fuente: GEM España, 2015

Con todos estos datos recogidos, podemos prever que el nivel de renta de los municipios con mayor dinamismo emprendedor será alto, debido a las consecuencias tan positivas que acarrea al funcionamiento de una economía, que hace que las variables renta y emprendimiento tengan una estrecha relación.

2.2.3. Densidad

La estructura poblacional y sectorial de la región son factores clave. Así, el autoempleo suele ser más elevado entre los hombres, las personas de más edad y algunas ramas de actividad, donde se registran una mayor concentración de pequeñas empresas y, por tanto, de autoempleo. Este es el caso, por ejemplo, del sector servicios, principalmente comercio u hostelería (Viñuela & Cueto).

No obstante, escasa ha sido la atención prestada a dos características espaciales fundamentales como son el tamaño y la centralidad/periferalidad del lugar de residencia del trabajador autoempleado. El tamaño, aproximado a través de la población, marca el carácter urbano o rural de la ubicación del autónomo, factor que ha sido tenido en cuenta por algunos autores a la hora de analizar la duración del autoempleo en Finlandia. Las oportunidades laborales de los entornos rurales son supuestamente inferiores que, en el caso de las áreas urbanas, y por tanto cabría esperar mayores tasas de autoempleo en los municipios rurales, así como también mayores tasas de supervivencia. Por su parte, la localización o posición geográfica dentro del territorio nacional implica una serie de ventajas asociadas a la proximidad a los grandes mercados, los centros de actividad económica, esto es, a las grandes urbes. A falta de una variable más explícita que recogiese el carácter innovador del autónomo, en general podría esperarse una mayor presencia de autónomos en

regiones periféricas pero un mayor porcentaje de autónomos con empleados en las zonas centrales (Viñuela & Cueto).

Otro factor a destacar, es el medio en cual se desarrolla la actividad emprendedora. La población urbana se muestra más activa en cuanto a intención emprendedora y en actividad naciente. En cambio, en la actividad consolidada, la población rural ofrece mejores indicadores y la tasa de cierre es menor en este ámbito, hecho que le genera mayor estabilidad durante el proceso de establecimiento (Global Entrepreneurship Monitor, 2015).

Algunos de los rasgos esenciales para que surja un ecosistema emprendedor son la densidad -ya que esta atrae, como si de un imán se tratara inversión, investigación y captación de talento- capital -ya que el apoyo económico, tanto de business angels y venture capitals como de fondos privados y públicos-, madurez en relación al desarrollo de las compañías y talento especializado, un factor sumamente relacionado con la formación constante.

La falta de oportunidades de empleo por cuenta ajena en los territorios menos dinámicos y más distantes de los centros económicos impulsa el autoempleo como "empleo refugio". Los resultados preliminares indican que la tasa de empleo autónomo es mayor cuanto menor es el tamaño del municipio y presenta niveles diferentes para municipios urbanos y rurales y que también es más alta en los municipios periféricos que en los centrales. De acuerdo con estos resultados, el carácter espacial del autoempleo en España estaría más vinculado a la falta de oportunidades de empleo por cuenta ajena que a la innovación (Viñuela & Cueto).

Por tanto, basándonos en toda la teoría expuesta anteriormente, podríamos presumir que será en aquellos municipios cuya densidad de población sea mayor donde se darán los menores índices de emprendimiento, por ser en general, grandes ciudades donde la oferta de puestos de trabajos es mas abundante que en los pequeños municipios. Son éstos, con una baja densidad de población, donde se espera se den las mayores tasas de emprendimiento.

2.2.4. Ideología política

Otra de las características que nos permitirán un conocimiento más profundo del perfil de la figura del emprendedor será conocer sus ideologías políticas, para así conocer que es lo que les une con esos partidos políticos.

Si estudiamos los resultados políticos que se han venido dando desde el comienzo de la democracia en España, podemos comprobar como los votos en este país funcionan en una gran proporción más por oportunismo y conveniencia momentánea que por férreos valores políticos y que al final, cada persona vota por la casuística de su día a día, puesto que eso es lo que marca sus quehaceres diarios.

Es decir, excepto determinados grupos sociales que parecen tener clara su ideología política y por tanto a quien ira a parar su voto para el resto de sus días, la otra parte de los españoles no se encasillan en un determinado partido político.

Uno de estos grupos sociales y el cual ha sido objeto del presente trabajo es el de los empresarios, quienes de siempre han sido identificados con unos pensamientos más de centro-derecha.

De la última encuesta postelectoral realizada por el CIS tras las pasadas elecciones, podemos extraer el perfil del votante de cada uno de los principales partidos políticos del actual panorama español: entre los votantes del PP, el 24,4 % son obreros cualificados, el 19,3 % viejas clases medias (formada por autónomos, empresarios y agricultores), el 19,8 % nuevas clases medias (asalariados no manuales), el 19,1 % clase alta/media-alta y el 11,3 % obreros no cualificados. Entre votantes del PSOE, el 36,3 % son obreros cualificados, el 19,6 % obreros no

cualificados, el 17,8 % nuevas clases medias, el 12,6 % viejas clases medias y el 12,3 % clase alta/media-alta. Entre votantes de Podemos, el 27,6 % son obreros cualificados, el 25,2 % clase alta/media-alta, el 22,7 % nuevas clases medias, el 13,6 % obreros no cualificados y el 8,7 % viejas clases medias. Por último, entre votantes de Ciudadanos, el 29,7 % son nuevas clases medias, el 26 % clase alta/media-alta, el 19,7 % obreros cualificados, el 12,3 % viejas clases medias y el 8,9 % obreros no cualificados. Es destacable el fuerte apoyo que consigue el PP entre el colectivo de agricultores autónomos, superior al 41 por ciento, y también entre los jubilados -26,3- y comerciantes y empresarios, éstos últimos un 19,2 por ciento de voto directo según el CIS.

De los datos mostrados anteriormente, centraremos nuestra atención en el grupo de las viejas clases medias, el cual se encuentra formado por empresarios/as, autónomos/as y agricultores, conformando los dos primeros el objeto de nuestro estudio. Concretamente, los resultados obtenidos del CIS, muestran como este grupo dirige principalmente su voto al Partido Popular, alcanzando un total del 30,9% los votantes pertenecientes a las viejas clases medias que confían su voto a este partido. Esto supone casi el doble de votos que su seguidor más inmediato, el PSOE, quien obtiene un 16,7% de los votos de este grupo social. Le siguen Podemos con un 8,2%, seguido muy de cerca por Ciudadanos, con un 7,9% de los votos, y por último IU, que cuenta con 2.7% del total de los votos de este grupo social. (Véase Tabla A.2)

Otra de los datos que nos ofrece el CIS durante su última encuesta postelectoral, es el voto por localidades. Por partidos, el PP es claramente el más votado en los pueblos pequeños, de menos de 2.000 habitantes, con un 23,9 por ciento de los votos, seguido del PSOE, con un 16,5 por ciento, que es preferido en las ciudades de tamaño medio. A mayor población, Podemos y Ciudadanos ven cómo se incrementa su intención de voto, aunque el PP también sería el más votado -junto al PSOE- en las localidades de 50.000 a 100.000 habitantes, y en las que van de 400.000 a un millón de personas (Rodríguez de la Rubia, 2015).

En definitiva, cabría esperar que en aquellos municipios donde la tasa de emprendimiento es mayor, se proclame el Partido Popular como el partido más votado, por provenir la mayoría de sus votos de las viejas clases medias, entre las que están los empresario y autónomos.

Si además de los resultados presentados por el CIS tras la última encuesta, donde se muestra como efectivamente en aquellos municipios con menor número de habitantes sale electo el PP, tenemos en cuenta la teoría sobre de la densidad de los municipios más emprendedores, todo cuadra. Es decir, los emprendedores tienen mayor presencia en pequeños municipios, de los que a su vez el Partido Popular obtiene la mayoría de los votos. Por ello, sería lógico que sea en localidades con bajas densidades de población, donde se den mayores tasas de emprendimiento.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

Como bien hemos mencionado en la introducción, el objetivo de este trabajo es clasificar a los municipios españoles de más de 1000 habitantes según su nivel de emprendimiento, para así extraer nuestras conclusiones acerca del perfil que tienen. Concretamente, se distinguirán cuatro grupos de municipios según su nivel de empleo por cuenta propia y tasa de paro.

Para ello, se ha hecho uso de diferentes fuentes de las cuales se han extraído datos referentes a un total de 3173 municipios, con los que se ha procedido a realizar un documento Excel donde se encuentra recogida toda la información de manera clara y resumida.

En primer lugar, la primera de las fuentes utilizadas para la elaboración del presente trabajo ha sido la Encuesta de Población Activa (EPA). Se trata de una investigación continua y de periodicidad trimestral dirigida a las familias, cuya finalidad principal es obtener datos de la fuerza de trabajo y de sus diversas categorías (ocupados, parados), así como de la población ajena al mercado laboral (inactivos). Gracias a la misma, hemos obtenido datos que nos han permitido elaborar la media de la tasa de desempleo y de emprendimiento de los municipios que van a ser objeto de nuestro estudio. Con estas medias se ha procedido a dividir a dichos municipios en los cuatro grupos a los que se hacía referencia con anterioridad, y los cuales vamos a desglosar a continuación, encontrándose ordenados de más emprendedores a menos:

- 1- Grupo 1: Municipios con una tasa de emprendimiento mayor que la media, pero cuya tasa de desempleo es menor que la media.
- 2- Grupo 2: Municipios con una TAE y una tasa de desempleo mayores que la media.
- 3- Grupo 3: Municipios con una tasa de emprendimiento y nivel de desempleo menores que la media.
- 4- Grupo 4: Municipios cuyo nivel de emprendimiento es menor que la media, pero su tasa de desempleo es mayor que la media.

En segundo lugar, se han extraído del INE (Instituto Nacional de Estadística) datos referentes a las características demográficas de la población de los diferentes municipios que van a ser analizados. Algunos de estos datos son la edad y la renta de los habitantes de dichos municipios. De este último dato, hay que destacar que no se han tenido en cuenta las rentas del País Vasco y Navarra, ya que cuentan con un sistema de financiación propio y diferentes al resto de las CCAA españolas, en virtud del cual se establecen y regulan las relaciones financieras y tributarias entre éstos y el Estado español.

Por otro lado, del Ministerio del Interior se ha obtenido cual es el partido más votado en las elecciones de 2011, que en su mayoría son los que se encuentran gobernando cada uno de los municipios estudiados. En particular nos hemos enfocado más en estudiar al PP, PSOE e IU, encontrándose el resto de partidos políticos agrupados en "Otros".

Además, nos hemos servido del Anuario Económico de España que el Área de Estudios y Análisis Económico de "la Caixa" publica cada año. Se trata de una recopilación estadística de indicadores económicos, comerciales y demográficos, de ámbito municipal, que "la Caixa" pone a disposición de investigadores y de un amplio

público de empresas, profesionales y particulares interesados en esta clase de información. Concretamente hemos obtenido: índices de actividad económica, la capacidad de consumo de cada municipio (la cuota de mercado) y la determinación de sus áreas de influencia comercial (las áreas comerciales).

En cuanto al análisis realizado, éste ha sido de tipo descriptivo. Con él, hemos pretendido mediante la recolección de datos de las diferentes fuentes nombradas anteriormente y su posterior exposición a lo largo del Capítulo 4, describir la situación actual del emprendimiento en España tal y como es. Concretamente, se han analizado los datos medios y tablas de frecuencia para las distintas variables analizadas en cada uno de los cuatro grupos de municipios.

La información obtenida a través de estas fuentes complementarias entre sí, constituye la base para la elaboración de los resultados que se presentaran a continuación y que nos ayudarán a dibujar un perfil de los municipios según al grupo que pertenezcan.

CAPÍTULO 4

RESULTADOS

Para analizar los resultados obtenidos de las diferentes fuentes mencionadas en el Capítulo 3 (Metodología), vamos a proceder como se dice en el mismo a clasificar el total de los municipios estudiados en cuatro grupos, ordenados de más a menos según su nivel de emprendimiento.

Concretamente la división se realiza mediante los datos obtenidos de la EPA acerca del nivel de emprendimiento y de desempleo de nuestro país, con los que se ha calculado la media de ambos indicadores para el conjunto de los municipios analizados, un total de 3173. El nivel medio de la TAE se sitúa en 24,1%, mientras que el de la tasa de desempleo es de 31,3%. A partir de estos niveles, se ha procedido a realizar dicha clasificación en los cuatro grupos que se muestran a continuación:

4.1. Grupo 1: Municipios con una tasa de emprendimiento mayor que la media pero cuya tasa de desempleo es menor que la media.

Dentro de este primer grupo se encuentran los municipios cuyo TAE ha sido superior a la media, es decir, tienen una tasa de emprendimiento superior al 24,1% y una tasa de desempleo que se sitúa por debajo del nivel medio. El grupo se encuentra formado por 641 municipios lo que viene a representar un 20% aproximadamente del total de los municipios analizados. Estos municipios agrupan a un total de 2.344.857 habitantes, lo que representa el 5,20% del total de la población analizada.

Por tanto, dentro de este grupo se encuentran los municipios que podríamos denominar más emprendedores, ya que no se sumergen en este proceso por falta de empleo (tienen una tasa de desempleo inferior a la media), sino que lo hacen por oportunidad.

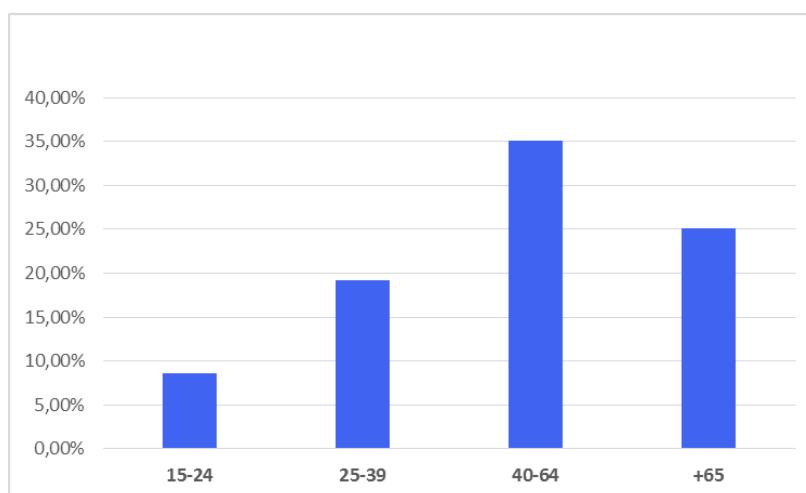


Figura 4.1. Rangos de edad de la población.

Fuente: Elaboración propia, datos extraídos del INE.

En cuanto al perfil de los emprendedores que pertenecen a este grupo, podemos observar en la Figura 4.1 que en su mayoría tienen una edad media que comprende entre los 40 y 64 años, lo que viene a confirmar los datos ofrecidos por el proyecto GEM y que se mostraron anteriormente. Concretamente, en dichos datos se mostraba como la edad media de los emprendedores había sufrido un incremento, encontrándose ésta próxima a los 40 años.

En cuanto al nivel de renta se refiere, los emprendedores pertenecientes a este grupo poseen una renta media de 19600€ aproximadamente, muy cercana a la media obtenida entre los cuatro grupos que no alcanza los 19200€. Como se ve en la Tabla A.4, este grupo de municipios es el tercero en cuanto a ingreso por habitante se refiere.

Si analizamos ahora el perfil ideológico de los municipios de este grupo más emprendedor, en la Figura 4.2 podemos observar como destaca en concreto el Partido Popular (PP) como partido político más votado en un 43,5% de los municipios de este grupo. Seguido por "Otros" partidos políticos, que son los más votados en el 34,5% de estos municipios. La importancia de estos "otros" partidos se debe a que, dentro de este grupo, un 26% de los municipios son pertenecientes a Cataluña y el País Vasco, quienes tienen una mayor inclinación por los partidos nacionalistas, los cuales están representados en este grupo de "Otros" partidos.

Por su parte, el PSOE es el partido más votado en el 21,7% de estos municipios. En conjunto, es prácticamente nula la representación de Izquierda Unida (IU) en los gobiernos de los municipios estudiados en el actual grupo.

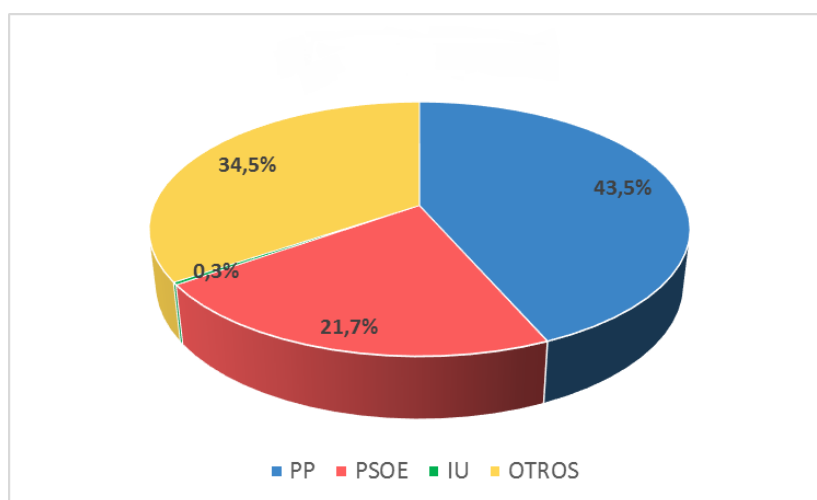


Figura 4.2. Perfil ideológico.

Fuente: Elaboración propia, datos extraídos de la web del Ministerio del Interior, 2011.

Con estos datos, podemos afirmar la teoría expuesta en el capítulo 2 (Teoría), donde tras las encuestas realizadas por el CIS durante las últimas elecciones, se podía observar como el porcentaje más alto de votos obtenidos por el PP provenía de las viejas clases medias, formada entre otros por los emprendedores, quienes vienen a representar este grupo que estamos analizando.

En cuanto a los datos relacionados con el propio municipio, destaca en primer lugar la densidad media de los municipios que forman esta primera división, la cual no llega a alcanzar los 120 habitantes por km². Esta cifra se sitúa muy por debajo de los

municipios cuya tasa de emprendimiento es inferior a la media, como podemos observar en la Tabla A.3.

Este resultado viene a confirmar como las tasas de emprendimiento son mayores en los municipios con una menor densidad de población, ya que sus habitantes recurren al empleo por cuenta propia por la falta de oportunidades de empleo por cuenta ajena al encontrarse más distantes de los centros económicos.

También relacionado con el propio municipio, analizaremos la presencia de áreas de influencia comercial, lo cual podemos estudiarlo como una consecuencia del desarrollo económico que arrastra el emprendimiento. A través de la figura 4.3, podemos destacar como las cuatro áreas de influencia comercial que han sido elegidas para este estudio, tienen unos valores superiores a la media.

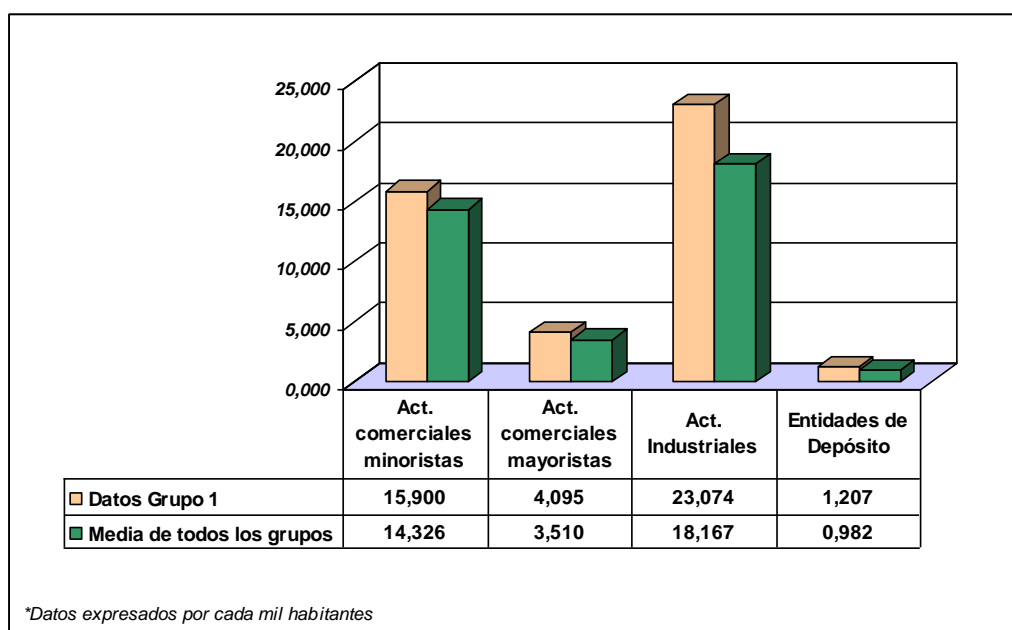


Figura 4.3. Áreas de influencia comercial

Fuente: Elaboración propia, datos extraídos del Anuario Económico de España de La Caixa.

Como consecuencia, de esta mayor presencia de áreas de influencia comercial en los municipios más emprendedores, podemos observar como su cuota de mercado va en consonancia con la misma, y es también superior a la que poseen el resto de los grupos, situándose concretamente en 0,232%. Si lo comparamos con las obtenidas por el resto los otros tres grupos estudiados, podemos concluir como a mayores niveles de emprendimiento mayores cuotas de mercado, y por tanto mayor movimiento de actividad económica (Tabla A.5).

Gracias a estos datos, podemos afirmar como lo hacíamos al comienzo del presente trabajo, la labor que sobre la economía desarrolla el emprendimiento, estando muy ligado el mismo a la buena marcha de la misma. Y es que como vemos reflejado en el análisis de este grupo de municipios, a mayor tasa de emprendimiento más alta es la presencia de áreas de influencia comercial, con las consecuencias económicas tan positivas que esto acarrea para un municipio.

Por último, para terminar de trazar el perfil de los municipios pertenecientes a este primer grupo, hemos creído conveniente por encontrarse estrechamente ligado con el desarrollo económico, relacionar el nivel de emprendimiento de los diferentes municipios con el porcentaje de población de los mismos que posee automóvil y

ADSL, para estudiar el grado de relación, valga la redundancia, que guardan entre ellos.

En concreto, en este grupo de municipios el 53% de la población posee automóvil, mientras que sólo el 15,55% de la misma disponen de ADSL. Respecto al primer indicador, el porcentaje obtenido se encuentra próximo al del resto de los grupos. Sin embargo, es en el porcentaje de personas con líneas de banda ancha, donde se observa mayor diferencia en comparación con los otros tres grupos (Tabla A.6).

En este caso, y para concluir con el análisis de este primer conjunto de municipios, podemos decir que no existe una relación paralela entre ambos indicadores y la TAE, ya que no es en este conjunto de municipios cuyo nivel de emprendimiento es superior a la media, donde se obtienen los mayores niveles de presencia de automóviles y ADSL entre sus habitantes. Esto puede guardar cierta relación con el tipo de municipios agrupados dentro de esta primera división, es decir, municipios en general de muy baja densidad de población y donde la presencia de habitantes mayores de 65 años es mayor. Como consecuencia, son entornos donde aún carecen de cierto desarrollo tecnológico (en parte relacionado por la elevada presencia de población mayor de 65 años) lo que vendría a explicar estos resultados.

4.2. Grupo 2: Municipios con una TAE y una tasa de desempleo mayores que la media.

Siguiendo con el orden establecido anteriormente, dentro de este grupo se concentran todos los municipios cuya tasa de emprendimiento es también superior a la media, establecida en 24,1%, pero alcanzan un nivel de desempleo que también es superior a la media, establecida en un 31,3%. Por este último motivo, se dice que los emprendedores que forman esta segunda segmentación lo hacen por “necesidad”, ante la falta de oportunidades en el mercado laboral por cuenta ajena.

Concretamente, este grupo se encuentra formado por un total de 693 municipios que representan el 21,64% de todos los municipios implicados en este estudio. En cuanto a la población, son un total de 4.177.450 habitantes los que conforman este colectivo, lo cual viene a representar un 9,26% del total de la población que ha sido analizada.

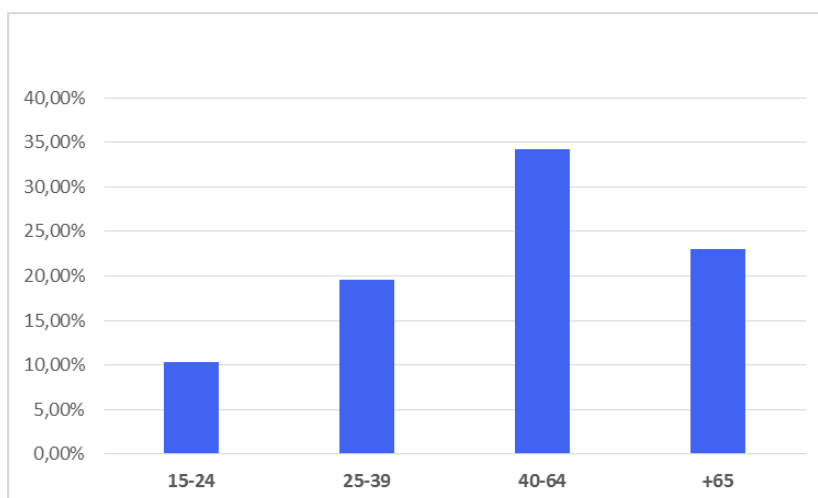


Figura 4.4. Rangos de edad de la población.

Fuente: Elaboración propia, datos extraídos del INE.

Para comenzar el estudio del perfil de la población que conforma este grupo, vamos a centrar la atención en primer lugar en la edad. Como podemos observar en la Figura 4.4, el rango de edad donde más población se concentra es el comprendido entre los 40 y 64 años, seguido de la población con una edad superior a los 65 años. En tercer lugar y representando casi un 20% del total de la población de este grupo, se encuentran las personas cuya edad oscila entre los 25 y 39 años, seguidas en último lugar por los jóvenes con una edad entre los 15 y 24 años.

La distribución por edad de la población de este grupo sigue el mismo orden que el anterior grupo analizado, con la única diferencia respecto a la misma, que los rangos de edad 40-64 años y mayores de 65 años tenían un porcentaje algo mayor en detrimento de la población comprendida entre los 15 y 39 años.

En lo que se refiere al perfil ideológico, el Partido Popular (PP) es el más votado entre la población objetivo, alcanzando un 46,4% del total de los votos y seguido de cerca por el PSOE, con un 39,2% de los votos. En tercer lugar, se encuentran "Otros" partidos políticos cuya suma de votos representa el 10,4% de los mismos. Por último, con algo más de representación que en el anterior grupo analizado, pero siendo baja también su representación en el total de los votos (3,9%) se encuentra Izquierda Unida (IU).

Estos resultados vienen una vez más a demostrar como el Partido Popular obtiene más votos en aquellos municipios con una mayor presencia de las viejas clases medias, como es el caso de este grupo donde su tasa de emprendimiento es mayor a la media y por tanto mayor presencia de autónomos y empresarios hay.

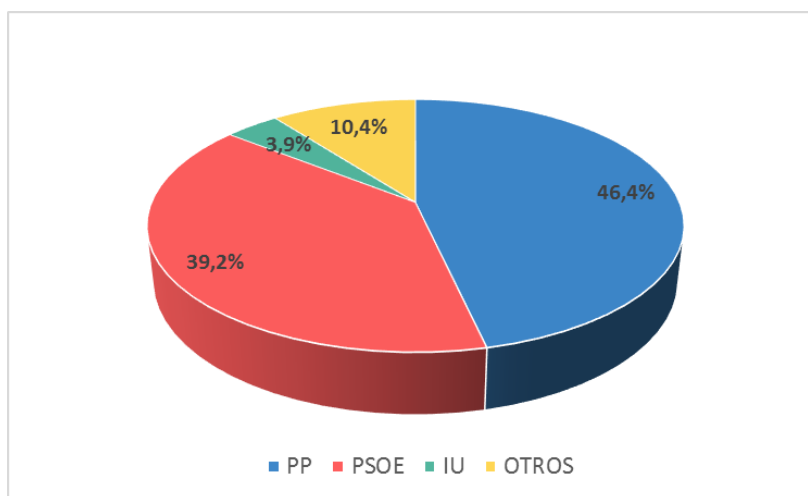


Figura 4.5. Perfil ideológico.

Fuente: Elaboración propia, datos extraídos de la web del Ministerio del Interior, 2011.

Respecto a la renta que de media tienen los habitantes de este colectivo de municipios, ésta se sitúa en 15980€ anuales, por lo que al contrario del primer grupo se encuentra por debajo de la media que está fijada en 19170€ aproximadamente. Esta disminución de la renta de un grupo respecto al otro puede deberse a la mayor tasa de desempleo que se da entre los municipios de este grupo. (Anexo A.4)

En cuanto a las características del propio municipio se refiere, empezaremos por analizar la densidad. En concreto, este grupo de municipios posee de media algo más de 126 habitantes por km², la cual es muy próxima a la del anterior grupo analizado, cuya tasa de emprendimiento también era superior a la media.

Una vez analizados los dos grupos cuya TAE es mayor que la media, observamos como efectivamente ya anticipábamos en el Capítulo 2 (Teoría), la tasa de

emprendimiento es superior en aquellos municipios donde su densidad es menor, ya que sus habitantes recurren al empleo por cuenta propia ante la falta de oportunidades laborales de su entorno, por encontrarse lejos del dinamismo económico de las grandes ciudades.

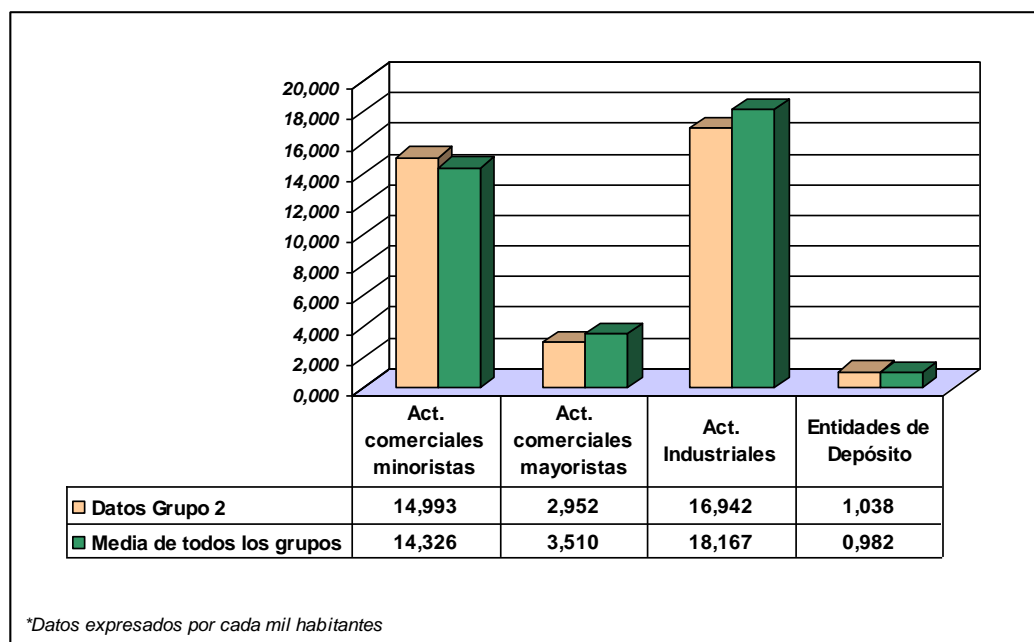


Figura 4.6. Áreas de influencia comercial

Fuente: Elaboración propia, datos extraídos del Anuario Económico de España de La Caixa.

En la Figura 4.6 podemos observar el número de áreas de influencia comercial por cada mil habitantes para este conjunto de municipios. Los datos obtenidos en los cuatro tipos de áreas que se han tenido en cuenta, han sido menores que en el anterior grupo analizado. Esto probablemente esté motivado por su tasa de desempleo, mayor a la media, lo que provoca una menor actividad económica y como consecuencia una menor presencia de áreas de influencia comercial.

Como comentábamos al comienzo del presente trabajo cuando distinguíamos entre emprendimiento por “necesidad” o por “oportunidad”, es éste último el que verdaderamente contribuye al crecimiento económico de la región, aportando generación de empleo, valor agregado e innovación. Es en este grupo cuyo emprendimiento está motivado más por necesidad que oportunidad donde casualmente la tasa de desempleo de sus municipios supera a la media, lo que viene a confirmar lo anteriormente expuesto.

Además, y como era de esperar, esta disminución respecto al anterior grupo de las áreas de influencia comercial viene acompañada de una disminución también en la cuota de mercado, la cual es de un 0,223% (Tabla A.5).

En último lugar, vamos a estudiar el porcentaje de la población perteneciente a este grupo de municipios que posee ADSL y automóvil, por considerarlo como dijimos en el análisis del anterior grupo medidas del desarrollo económico. En concreto, un 49,21% de la población posee automóvil, mientras que sólo un 13,08% de la misma tiene contratado ADSL. Ambas cifras son inferiores a las obtenidas por el anterior grupo, lo que de nuevo pone de manifiesta la diferencia en cuanto a desarrollo de económico del emprendimiento por “oportunidad” vs. emprendimiento por “necesidad” (Tabla A.6).

4.3. Grupo 3: Municipios con una tasa de emprendimiento y nivel de desempleo menores que la media.

Dentro del grupo 3 se engloban todos los municipios cuyas tasas de emprendimiento y desempleo son menores que la media. Son por lo general grandes ciudades donde el empleo por cuenta ajena es abundante y por ello las tasas de desempleo son bajas. Como consecuencia de esto, la población de estos municipios no necesita del emprendimiento como medio de vida, de ahí los bajos niveles de TAE.

Este grupo está formado por un total de 1084 municipios, lo que viene a conformar un 34,16% del total de municipios analizados. En cuanto a la población se refiere, este tercer grupo suma un total de 24.685.855 habitantes, lo que representa el 54,69% de toda la población implicada en este estudio. Es sorprendente como más de la mitad de la población objetivo del estudio que abarca este trabajo pertenece a uno sólo de los cuatro grupos analizados, lo que se debe a la presencia de las grandes ciudades dentro de este grupo que nos encontramos observando.

Del perfil de los habitantes que forman este grupo, destacamos como una vez más la mayor parte de la población tiene una edad situada entre los 40 y 64 años, al igual que ocurría con los dos grupos anteriormente analizados. Sin embargo, no son las personas mayores de 65 años los que ocupan el segundo lugar, sino los jóvenes con una edad comprendida entre los 25 y los 39 años. Esto se debe a la presencia de la mayoría de las capitales españolas dentro de este colectivo, en las cuales la presencia de población joven es mucho mayor que en los pequeños municipios.

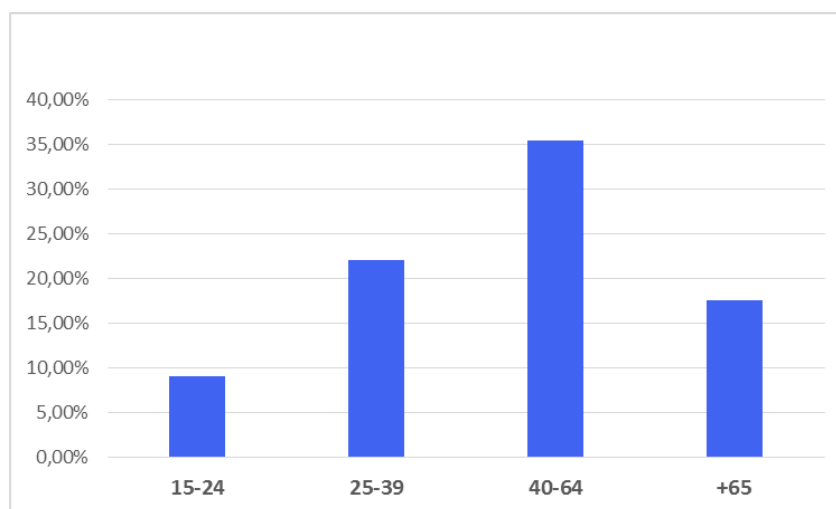


Figura 4.7. Rangos de edad de la población.

Fuente: Elaboración propia, datos extraídos del INE.

Respecto a la renta media de la población, ésta alcanza los 23.234,48€ anuales, encontrándose muy por encima de la media de los cuatro grupos como podemos ver en la Tabla A.4. Esto se debe a que los habitantes de pueblos más grandes tienen más recursos económicos que los que viven en municipios más pequeños, en general con menor renta disponible y mayores tasas de paro y deuda 'per cápita' baja.

En lo referente al perfil ideológico de la población objetivo, podemos ver como la situación respecto a los dos grupos anteriormente analizados se revierte. Concretamente, en la Figura 4.8 observamos como destacan "Otros" partidos políticos como los más votados en un 48,5% de los municipios. A una segunda posición queda relegado el Partido Popular con un 35,9% de los votos, seguido por el PSOE con el

15,1% de los apoyos. En última posición y con una representación casi nula se sitúa Izquierda Unida con el 0,7% de los votos.

Este cambio en la primera posición del partido político más votado tiene una explicación y es que entre los municipios de Cataluña, País Vasco y Navarra (comunidades en las cuales los partidos independentistas tienen una alta presencia y apoyo) suman un total de 460 municipios, lo que representa algo más de un 42% sobre el conjunto de municipios involucrados en el análisis de este grupo.

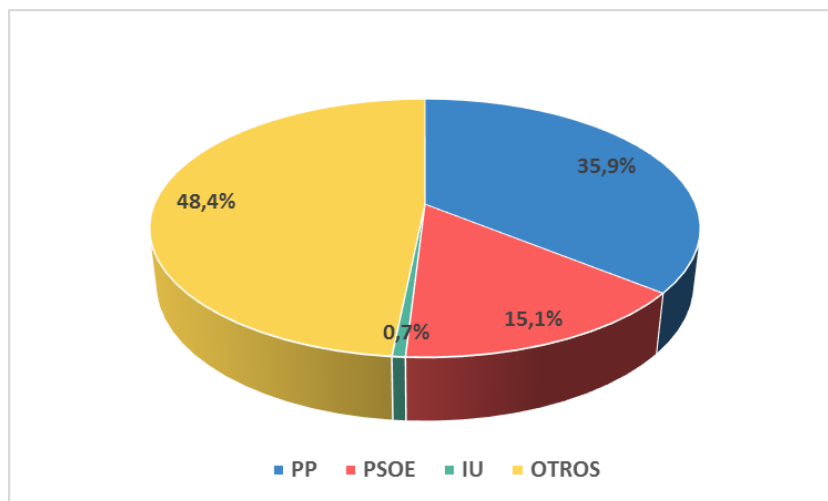


Figura 4.8. Perfil ideológico.

Fuente: Elaboración propia, datos extraídos de la web del Ministerio del Interior, 2011.

En cuanto a las características propias de los municipios que este grupo engloba, empezaremos por analizar la densidad que de media posee el mismo. Como podemos observar en la Tabla A.3, es el grupo 3 el que tiene con diferencia mayor densidad de población, aún más notable si lo comparamos con los dos grupos cuya TAE era mayor a la media. En concreto, la densidad de estos municipios supera casi los 711 habitantes por km², lo que se explica por la presencia dentro de este grupo de las grandes ciudades españolas, como son Madrid, Barcelona, Valencia, Palma de Mallorca o San Sebastián.

Respecto a la presencia de áreas de influencia comercial en estos municipios, en la Figura 4.9 encontramos la comparativa de los resultados obtenidos en este grupo respecto de la media calculada con los datos de los cuatro grupos analizados.

En concreto, el conjunto de municipios agrupados en esta tercera división consigue unos resultados mayores a la media en dos de las áreas de influencia comercial: actividades industriales y actividades comerciales mayoristas. La primera de ellas engloba las actividades relacionadas con la industria y la construcción, lo cual tiene su lógica al encontrarnos en entornos con un alto dinamismo económico. Por otro lado, las actividades comerciales mayoristas tienen tendencia a emplazarse en zonas periféricas de las grandes ciudades utilizando como factor determinante de la localización, la proximidad de adecuadas vías de comunicación, como es el caso de los municipios que forman este grupo.

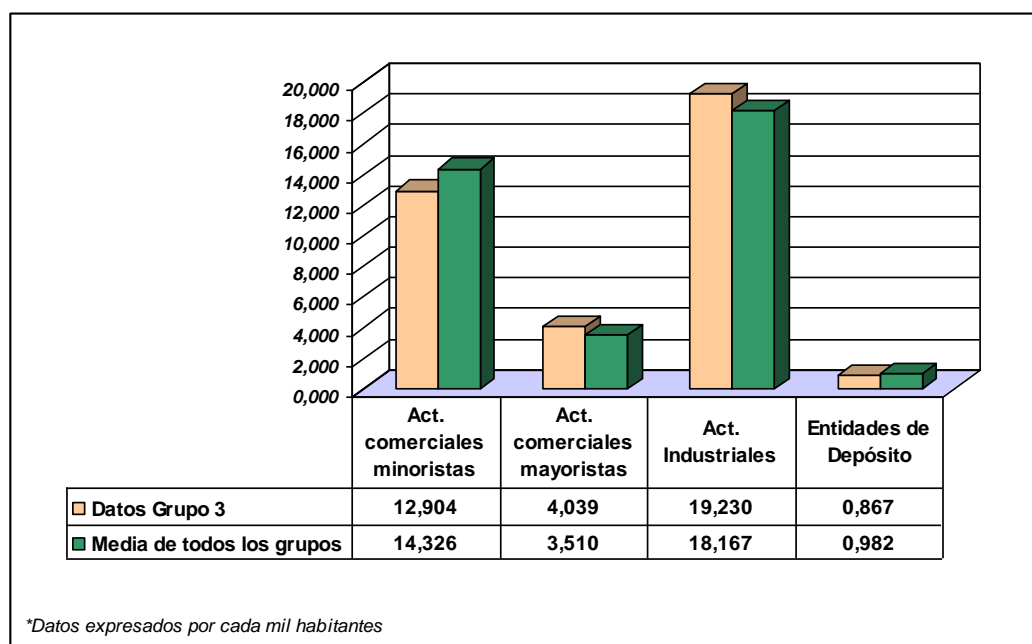


Figura 4.9. Áreas de influencia comercial

Fuente: Elaboración propia, datos extraídos del Anuario Económico de España de La Caixa.

Destaca como la existencia en estos municipios de entidades de crédito es menor respecto a la media, tratándose de grandes ciudades donde la presencia de sucursales bancarias debería ser mayor por moverse mayores volúmenes de negocio. Esto se debe a que es imprescindible que todo núcleo de población cuente al menos con un cajero automático y con un servicio de atención personal, por lo que la relación entidades de crédito/población tiende a ser mayor en los pequeños municipios que en las grandes ciudades. Además, la arrolladora incidencia de las nuevas tecnologías, ha provocado que cada vez más clientes realicen sus gestiones desde el ordenador o el móvil y hayan dejado de acudir a las sucursales, con el posterior cierre de éstas. Estas nuevas tecnologías son especialmente utilizadas por la población joven, quienes tienen una mayor presencia en este grupo de municipios que estamos analizando.

Respecto a la cuota de mercado, en la Tabla A.5 observamos como ésta va disminuyendo a medida que vamos analizando los diferentes grupos, si bien es cierto que la diferencia entre los distintos grupos es mínima. En este caso, el conjunto de municipios que analizamos ocupa la tercera posición de los cuatro grupos.

Para terminar el estudio de este tercer grupo, centraremos la atención en analizar el porcentaje de población que posee ADSL y vehículo propio. En la Tabla A.6 podemos observar como es este grupo el que obtiene los porcentajes tanto en posesión ADSL, como de vehículo propio se refiere. Los resultados de ambos indicadores guardan relación con el tipo de municipio que forma este colectivo, grandes ciudades, donde las distancias en las mismas son mayores y por tanto más se requiere el uso de vehículo propio. En relación al porcentaje de la población que tiene contratada líneas de banda ancha, hay que destacar el mayor desarrollo tecnológico de estos municipios motivado en parte por la mayor presencia de población joven en ellos, como observamos cuando analizábamos anteriormente los diferentes rangos de edad de este grupo.

4.4. Grupo 4: Municipios cuyo nivel de emprendimiento es menor que la media pero su tasa de desempleo es mayor que la media.

En último lugar, analizaremos aquellos municipios que se consideran los menos emprendedores, por tener una tasa de emprendimiento menor que la media a la vez de tasa de desempleo que supera los niveles medios establecidos. Es decir, son municipios que, a pesar de no tener oportunidades laborales para trabajar por cuenta ajena, no deciden emprender su propio camino en busca de un “empleo refugio”.

Este cuarto grupo se encuentra formado por un total de 755 municipios que viene a representar un 23,79% del total de municipios examinados, implicando a una población de 13.927.914 habitantes, que conforma el 30,86% de toda la analizada. Es el segundo grupo tras el anterior que cuenta con el mayor porcentaje de municipios y población envueltos en este estudio.

En cuanto a la edad de la población de este colectivo de municipios, se repite la misma tendencia que en el anterior grupo analizado, con porcentajes muy similares. La mayoría de la población tiene una edad que oscila entre los 40 y 64 años, seguida de los jóvenes cuya edad está en un rango de 24 a 39 años. La mayor presencia de población con edades comprendidas entre los 24 y 64 años se debe a que este grupo, al igual que el anterior, engloba en su mayoría municipios grandes, donde población joven es más abundante. Esto mismo explica la tercera posición que ocupa la población mayor de 65 años, más abundante en pequeños municipios, como vimos en los dos primeros grupos analizados. En último lugar, con algo más del 10% sobre el total, se encuentra la población con una edad que se sitúa entre los 15 y 24 años.

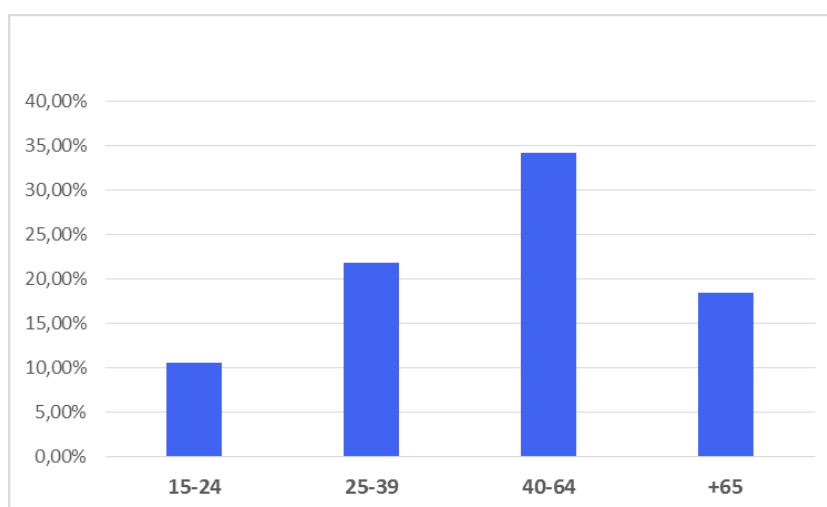


Figura 4.10. Rangos de edad de la población.

Fuente: Elaboración propia, datos extraídos del INE.

En lo que al perfil ideológico de la población se refiere, el Partido Popular es el partido más votado en el 43,6% de los municipios, seguido del PSOE con un 34,2% de los votos. En tercer lugar, se sitúan “Otros” partidos políticos (16,6%), siendo IU el menos votado, obteniendo sólo en un 5,6% de los municipios mayoría.

El elevado porcentaje que entre el PP y el PSOE acumulan se debe, a que un 60% de los municipios pertenecientes a este grupo, son de Andalucía, Extremadura, Castilla-La Mancha y Castilla y León, encontrándose históricamente ligados los votos de las dos primeras CCAA ligados al PSOE y de las dos últimas al PP.

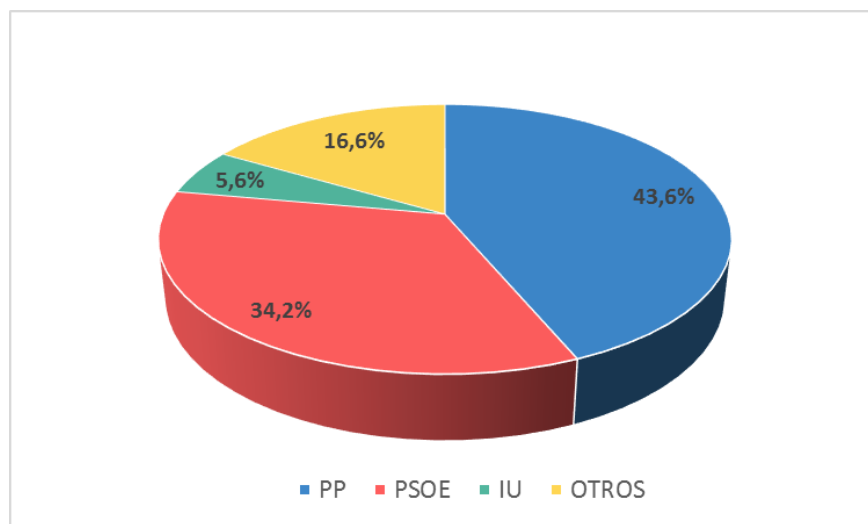


Figura 4.11. Perfil ideológico.

Fuente: Elaboración propia, datos extraídos de la web del Ministerio del Interior, 2011.

En lo que a la renta anual que de media obtiene la población de estos municipios se refiere, en la Tabla A.4 observamos como este grupo (Grupo 4) obtiene la tercera posición con unos 17900€ anuales aproximadamente. Solo por detrás de ellos se sitúa el segundo grupo analizado cuyos municipios obtenían también una tasa de desempleo mayor a la media acompañado de una TAE también mayor a la media establecida. Con estos resultados, podemos comprobar como la renta anual media de un municipio y su nivel de desempleo van de la mano.

Una vez analizadas las características propias de la población de estos municipios, nos centraremos en estudiar las de éstos. Comenzaremos hablando de la densidad, la cual gracias a la Tabla A.3 podemos comprobar como obtiene el segundo nivel más alto, con algo más de 513 habitantes por km². Estos resultados se deben a la presencia dentro de este último grupo de grandes ciudades (aunque en menor cantidad e importancia de las mismas), como son el caso de Sevilla y Alicante con una elevada población.

Respecto al análisis de la presencia de áreas de influencia comercial en los municipios inmersos en este grupo, cabe destacar como los resultados obtenidos en las cuatro áreas comerciales estudiadas son menores a la media del conjunto de los grupos. Aunque en la mayoría de los indicadores las diferencias no son elevadas (exceptuando las actividades industriales), es un dato que llama la atención, y que vendría a reflejar como las elevadas tasas de paro de estos municipios unido al poco espíritu emprendedor de su población, implica un menor movimiento de la economía, lo cual tiene su consecuencia en una menor presencia de áreas de influencia comercial en estas localidades, como podemos ver reflejado en la Figura 4.12.

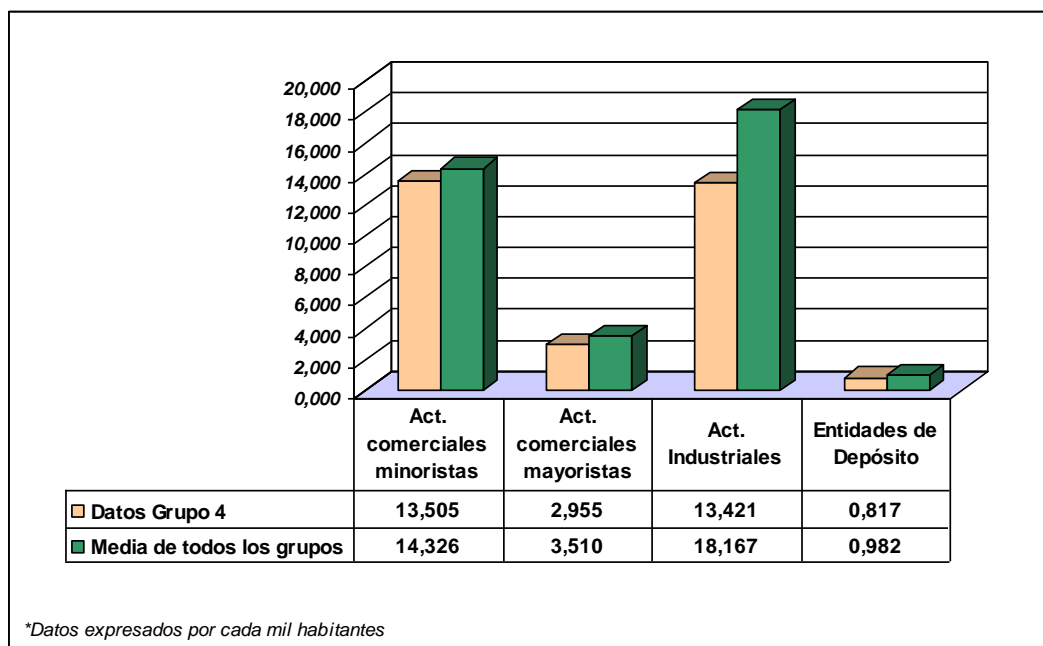


Figura 4.12. Áreas de influencia comercial.

Fuente: Elaboración propia, datos extraídos del Anuario Económico de España de La Caixa.

Otra de las consecuencias de este menor dinamismo económico, se puede apreciar en las cuotas de mercado de los diferentes municipios. Concretamente, y como podemos observar en la Tabla A.5, el grupo 4 obtiene la última posición de los cuatro analizados.

Para finalizar con el estudio de los resultados obtenidos y en concreto con los de este último grupo, analizaremos el porcentaje de la población de estos municipios que tiene ADSL y vehículo propio.

En la Tabla A.6, podemos observar como la posición respecto al resto de los grupos es diferente según hablemos de un indicador u otro. Si nos referimos al porcentaje de la población de estos municipios que posee ADSL en sus hogares, un 16,53% de los mismos lo tiene, lo cual guarda relación con esa mayor presencia de grandes ciudades en este grupo con el mayor desarrollo tecnológico que en ellas se da. Además, no podemos olvidar ese porcentaje también mayor de población joven en este conjunto de municipios, quienes son mas tendentes al uso de las tecnologías, para las cuales en su mayoría se requiere Internet.

Si hablamos de cuantos habitantes de media en estos municipios tiene su propio vehículo, este grupo obtiene la última posición con un 47,90%. Este resultado encaja si tenemos en cuenta que los municipios objetivo de este análisis obtienen de media una de las rentas más bajas, la cual es imprescindible tanto para adquirir como para mantener un coche.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

Una vez presentados y analizados todos los resultados recogidos en el capítulo 4, donde se muestra un perfil muy detallado de cada uno de los cuatro grupos estudiados, es hora de resumir, y de extraer nuestras propias conclusiones acerca de porque unos municipios, y por tanto su población, tienden a ser más emprendedores que otros, en base a sus características socioeconómicas.

Si a la edad nos referimos, observamos como aquellos municipios que tienden a ser más emprendedores (TAE mayor a la media) tienen mayor porcentaje de población con una edad superior a los 40 años, justo como anticipábamos en el capítulo 2 (Teoría), donde se exponía que la edad media de los emprendedores había aumentado en el 2015, situándose cerca de los 40 años, en parte porque cada vez son mas los adultos mayores de 50 años que se sumergen en este proceso.

Por el contrario, aunque sigue destacando en primer lugar la población con edades entre los 40 y 64 años, es en los municipios menos emprendedores donde la población mayor de 65 años cede la segunda posición a los jóvenes, con edades comprendidas entre los 25 y 39 años. Se trata en su mayoría de grandes ciudades con una fuerte acogida de jóvenes procedentes de localidades periféricas que buscan en ellas su primer empleo por cuenta ajena, dejando el emprendimiento como alternativa laboral y no principal.

En cuanto al perfil ideológico, los municipios con una tasa de emprendimiento superior a la media, obtiene mayoría el PP con independencia de si la tasa de desempleo es superior o inferior a la media. Esto se debe a que la mayoría del voto del Partido Popular proviene de las viejas clases medias, formada por empresarios, autónomos y agricultores, con una alta presencia en estos municipios. Seguido del PP, se sitúa el PSOE y “Otros” partidos políticos, los cuales tienen una menor importancia a nivel nacional, por tratarse en su mayoría de partidos propios de cada una de las diferentes CCAA. Concretamente el PSOE ocupa la segunda posición en aquellos municipios (dentro de los emprendedores) cuya tasa de desempleo es mayor que la media, mientras que lo hacen “Otros” partidos políticos en los municipios donde el desempleo es inferior a la media. Esto se debe a la mayor presencia, en este último grupo, de municipios pertenecientes a Cataluña y País Vasco, donde existe mayor tradición de votar a partidos nacionalistas. Como partido menos votado (de los tres principales) se encuentra, con independencia del nivel de desempleo, Izquierda Unida.

Sin cambiar de tercio, pero refiriéndonos a los municipios cuya TAE es inferior a la media, concluimos que son “Otros” partidos políticos los que obtienen mayoría entre aquellos cuyo nivel de paro es inferior a la media, dentro de los mismos. Al igual que en el caso anterior, estos resultados se deben por encontrarse dentro de este grupo la mayor cantidad de municipios pertenecientes a Navarra, Cataluña y País Vasco, con su correspondiente inclinación a partidos nacionalistas. Seguido de estos partidos, se encuentran por orden, el Partido Popular, el PSOE, e IU, ocupando este partido la última posición de nuevo. Dentro de los municipios con una mayor tasa de emprendimiento, aquellos que tienen una tasa de desempleo superior a la media se inclinan más por el PP y el PSOE, quienes ocupan la primera y segunda posición respectivamente en lo que a votos se refiere.

Respecto a la renta anual que de media obtienen los diferentes municipios podemos determinar que aquellos que con independencia de su nivel de emprendimiento tienen una tasa de desempleo inferior a la media establecida, tienen

mayores rentas de media que aquellos cuyos niveles de paro son elevados. Si bien es cierto, que esta renta es aún mayor en aquellos municipios (con menores tasas de desempleo) donde la TAE es también inferior a la media. Por lo que podríamos concluir que el nivel de emprendimiento no es directamente proporcional al nivel de renta de los municipios.

Cambiando de tercio y enfocándonos ahora en las características de los propios municipios, empezaremos hablando de la densidad de los mismos. En concreto, podríamos establecer una relación totalmente inversa entre la densidad de los y el nivel de emprendimiento, basada en los datos mostrados durante el capítulo 4. Concluimos, que aquellos municipios cuyo nivel de emprendimiento es inferior a la media se obtienen mayores cifras de habitantes por km², por tratarse de grandes ciudades con una elevada población, donde la presencia de grandes empresas y AAPP hace que los ciudadanos no tengan que acudir al emprendimiento como una alternativa laboral. Todo lo contrario ocurre en los pequeños municipios, lo que explica su alto emprendimiento en relación a su baja densidad de población.

Si nos referimos a la presencia de áreas de influencia comercial, el mapa a trazar es muy diferente según el grupo al que nos refiramos. Solo en los municipios considerados como más emprendedores, por tener unas tasas de emprendimiento superiores a la media a pesar de tener bajos niveles de desempleo, las cuatro áreas comerciales tenidas en cuenta durante el estudio obtienen valores superiores a la media. Esto demuestra que, en aquellos entornos más emprendedores, la economía funciona más y mejor y como consecuencia mayor es la representación de áreas de influencia comercial. El segundo de los grupos, aquellos que emprenden por “necesidad” solo alcanzan valores superiores a la media en actividades comerciales de tipo minorista y entidades de crédito.

Observando ahora el conjunto de municipios menos emprendedores, respecto a los que tienen una tasa de desempleo inferior concluimos que tienen una presencia de actividades industriales y entidades de crédito superiores a la media, por las razones expuestas durante el análisis de este grupo. Es el grupo formado por los municipios menos emprendedores, aquellos que a pesar de sus altas tasas de paro no recurren al autoempleo como medio para sobrevivir, los que no obtienen niveles superiores a la media en ninguna de las cuatro áreas de influencia comercial consideradas. Esto nos indica el poco dinamismo económico que existe en municipios con dichas características socioeconómicas.

Relacionado con esto, se encuentra la cuota de mercado, aunque mostrando un comportamiento distinto. A lo largo del análisis de los resultados obtenidos de los cuatro diferentes grupos, se observa como a medida que el municipio se considera menos emprendedor, la cuota de mercado del mismo disminuye. Por lo que podríamos afirmar, que existe una relación muy directa entre la tasa de emprendimiento y la cuota de mercado, entendiéndose ésta última como una consecuencia de la primera.

Así, en los municipios que emprenden por “oportunidad” se obtienen mayores porcentajes de cuota de mercado que en aquellos en los que el emprendimiento ni siquiera se entiende como un “empleo refugio”.

Para terminar de extraer conclusiones acerca de las características de los diferentes municipios que han conformado este estudio, hablaremos de la presencia de ADSL en los hogares y el porcentaje de población de los mismos que dispone de vehículo propio. Respecto a la presencia de ADSL, ésta es mayor en aquellos hogares españoles que pertenecen a municipios menos emprendedores. Como explicamos anteriormente, esto guarda relación con el tipo de municipio que se esconde detrás de esa menor TAE, por lo general grandes ciudades con un mayor desarrollo tecnológico que las pequeñas localidades y donde la presencia de población joven (la cual hace un mayor uso de las tecnologías y en consecuencia de Internet) es también mas elevada.

En cuanto al porcentaje de población que posee vehículo propio, a lo largo de los resultados mostrados hemos observado como éste es mayor en aquellos municipios donde la tasa de desempleo es menor, y como consecuencia, mayores son sus niveles de renta. Esta relación es totalmente lógica si tenemos en cuenta lo que para una persona supone ya no solo la compra del vehículo, sino su posterior mantenimiento, quedando esto solo disponible para bolsillos con rentas mayores.

En general, y una vez extraídas las conclusiones acerca de las características socioeconómicas de los diferentes municipios analizados en función de su nivel de emprendimiento, podemos afirmar que los emprendedores son y serán el motor de nuestra economía. Ellos aportan innovación a nuestra estructura productiva y son los principales generadores de empleo, lo que a su vez genera un buen funcionamiento de la economía y de desarrollo social. Por ello, es necesaria que las autoridades se impliquen en una mayor concienciación de la población sobre las ventajas del autoempleo, acompañadas de ayudas para aquellos que decidan emprender este camino.

Para finalizar, y como conclusión final, podemos afirmar que todos los datos extraídos de las diferentes fuentes mencionadas en el Capítulo 3 (Metodología) y analizados con detalle a lo largo del Capítulo 4, han venido a confirmar la teoría expuesta a lo largo del Capítulo 2.

Bibliografía

- Alarcos, A. (2015). 10 cifras que demuestran el cambio 'brutal' del emprendimiento en España en el último año. *El Idealista*, págs.
<https://www.idealista.com/news/finanzas/emprendedores/2015/07/23/738526-diez-cifras-que-demuestran-el-cambio-brutal-del-emprendimiento-en-espana> .
- Cinco Días. (19 de Mayo de 2016). El emprendedor medio español es cada vez más mayor. *El País*.
- Cirugeda, E. (2015). El perfil del emprendedor español.
<https://www.rankia.com/blog/autonomos-y-emprendedores/2713774-perfil-emprendedor-espanol>.
- Doing Business. (2017). *Doing Business: Informes*. Obtenido de <http://espanol.doingbusiness.org/>
- Europa Press. (2016). Sólo para valientes: cómo emprender en España pese a la burocracia y la poca financiación. *20 minutos*.
- García Iglesias, I. (2015). El emprendedor medio español es cada vez más mayor. *Cinco Días- El País*.
- Gedesco. (2015). El perfil del emprendedor español. <https://www.gedesco.es/blog/el-perfil-del-emprendedor-espanol/>.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2015). *Informes: GEM*. Obtenido de Web Corporativa GEM: <http://www.gem-spain.com/>
- Holcombe, R. (1998). Entrepreneurship and economic growth. *The Quarterly Journal of Austrian Economics*.
- Minniti, Bygrave, & Autio. (2006). GEM: Executive Report .
- Minniti, M. (2016). *El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones*. Obtenido de <http://emelarevista.com/wp-content/uploads/2016/09/Emprendimiento.pdf>
- Rodríguez de la Rubia, E. (2015). ¿Quién vota a quién? Una radiografía del CIS. *La Vanguardia*.
- Viñuela, A., & Cueto, B. (s.f.). Autoempleo y territorio: ¿Dónde están los emprendedores en España?
<http://encuentros.alde.es/anteriores/xveea/trabajos/c/pdf/221.pdf>.

Anexos

Tabla 2.1.1. Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre condiciones del entorno para emprender en España (periodo 2005-2015)

Condiciones del entorno	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Cambio 2014-15	Prom. 2005-15
Acceso a infraestructura física y de servicios	3,64	3,61	3,56	3,54	3,67	3,61	3,46	3,98	3,91	3,64	3,06	-0,16	3,61
Programas gubernamentales	3,01	3,17	3,13	3,10	3,06	2,49	2,72	2,79	3,05	2,88	2,89	0,00	2,94
Acceso a infraestructura comercial y profesional	3,26	3,18	3,23	2,98	3,06	2,86	2,58	3,04	2,53	3,03	2,68	-0,06	2,47
Dinámica del mercado interno	2,16	2,29	2,09	2,40	2,50	2,55	2,69	2,79	2,14	2,87	2,68	-0,12	2,95
Normas sociales y culturales	2,74	2,69	2,74	2,80	2,45	2,27	2,21	2,34	2,11	2,64	2,63	0,00	2,51
Educación y formación emprendedora (etapa post)	2,75	2,82	2,82	2,81	2,65	2,26	2,34	2,34	2,25	2,61	2,58	0,04	2,54
Barreras de acceso al mercado interno	2,70	2,97	2,76	2,60	2,68	2,30	2,16	2,46	2,28	2,47	2,58	-0,01	2,57
Políticas gubernamentales: prioridad y su apoyo	2,69	2,84	2,90	2,73	2,60	2,40	2,06	2,68	2,34	2,50	2,45	-0,02	2,56
Financiación para emprendedores	2,54	2,57	2,67	2,58	2,20	2,08	2,06	2,06	1,79	2,14	2,40	0,12	2,28
Transferencia de I+D	2,52	2,51	2,53	2,60	2,42	2,24	2,13	2,34	2,19	2,45	2,36	-0,03	2,39
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,81	2,79	2,80	2,56	2,34	2,21	2,21	2,59	2,01	2,40	2,32	-0,04	2,46
Educación y formación emprendedora (etapa escolar)	1,87	2,01	2,00	1,91	1,73	1,58	1,56	1,52	1,37	1,84	2,09	0,14	1,77

Fuente: GEM España, NES 2015.

TABLA A.1. Evolución de las valoraciones medias de los expertos entrevistados sobre las condiciones del entorno para emprender.

Fuente: Informe GEM, 2015.

INTENCIÓN DIRECTA DE VOTO ENTRE VOTANTES DE ENTRE LAS VIEJAS CLASES MEDIAS | CIS (ENERO-ABRIL-JULIO)

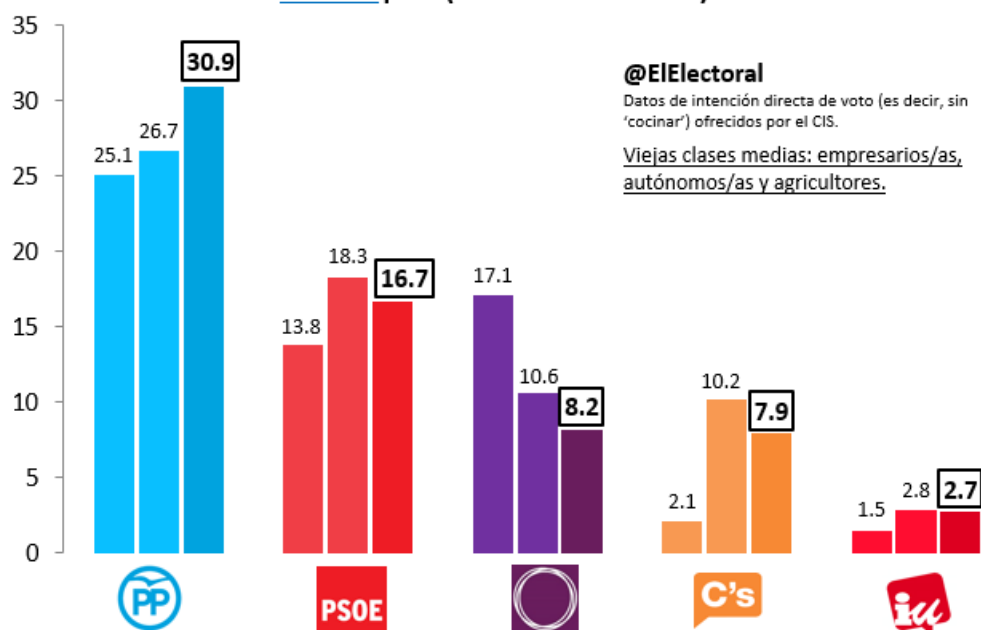


TABLA A.2. Intención directa de voto entre votantes de entre las viejas clases medias.

Fuente: CIS.

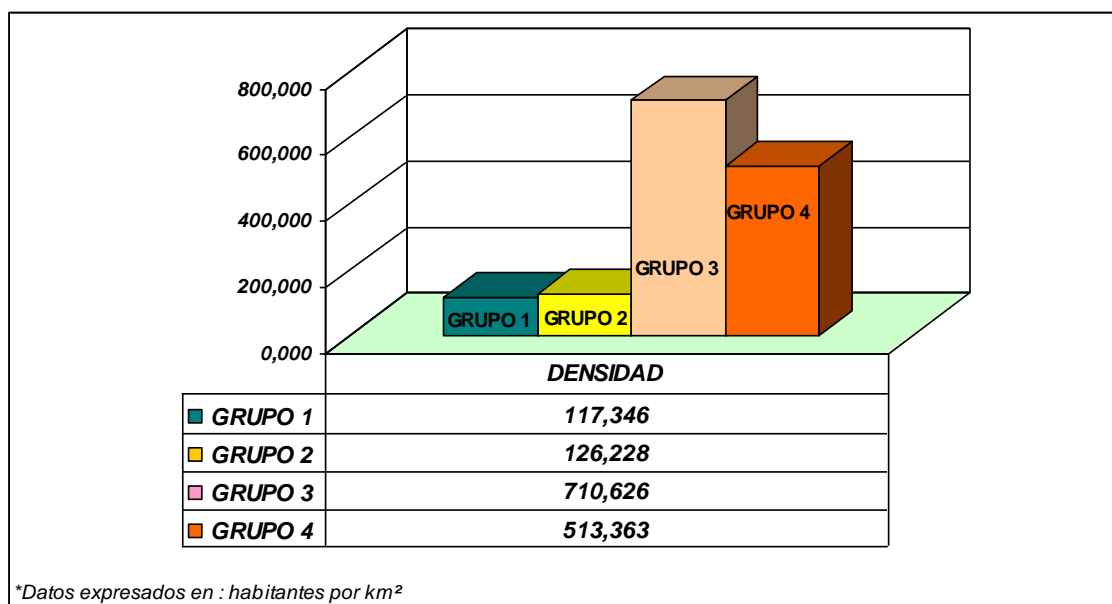


TABLA A.3. Densidad de población de los municipios analizados.

Fuente: Anuario Económico de España de La Caixa.

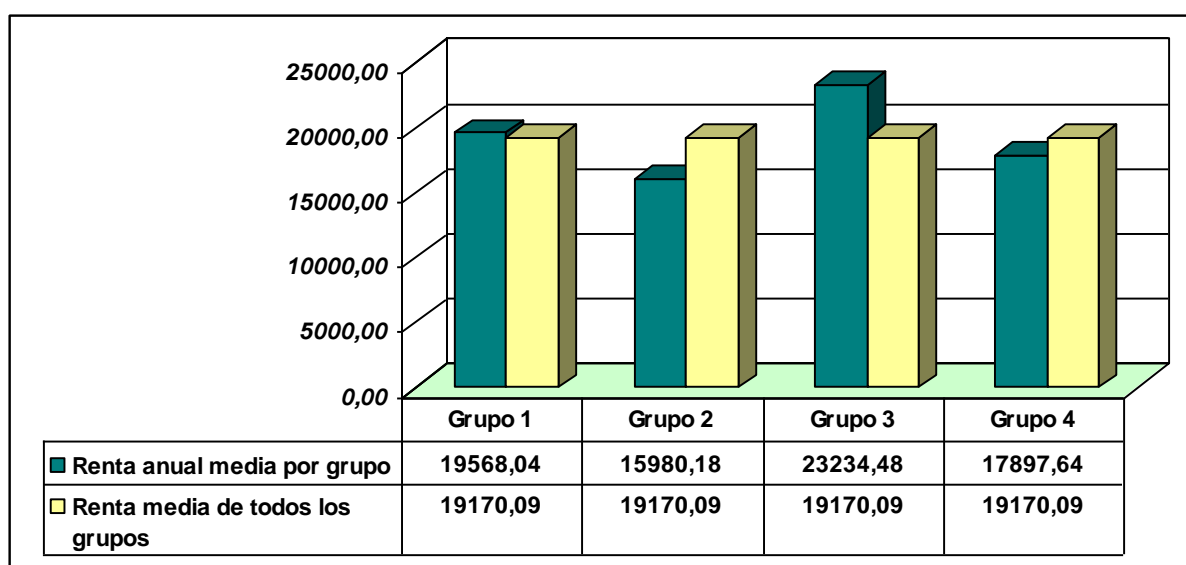


TABLA A.4. Renta anual media de los municipios analizados.

Fuente: El País, 2016.

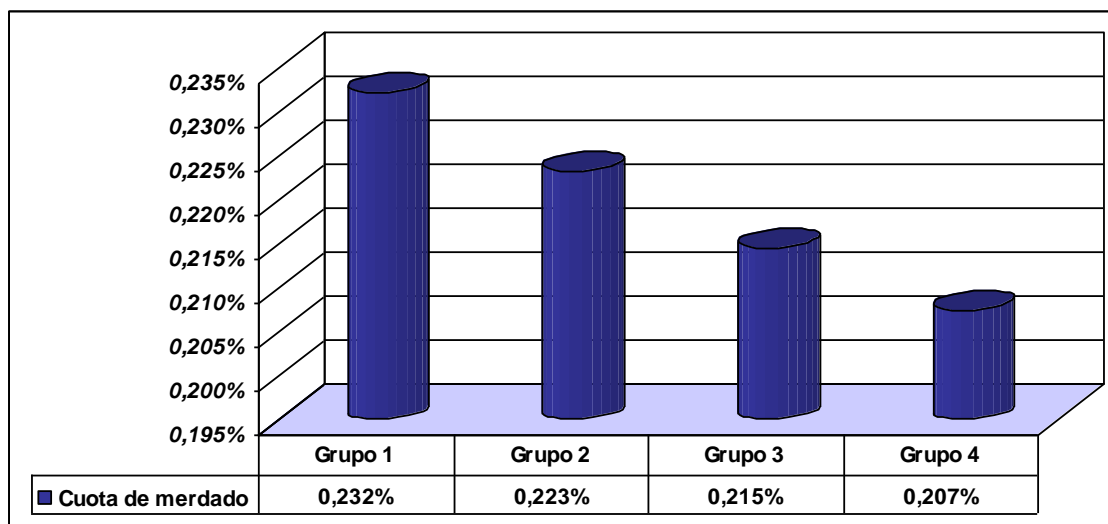


TABLA A.5. Cuota de mercado media de los municipios analizados.

Fuente: Anuario Económico de España de La Caixa.

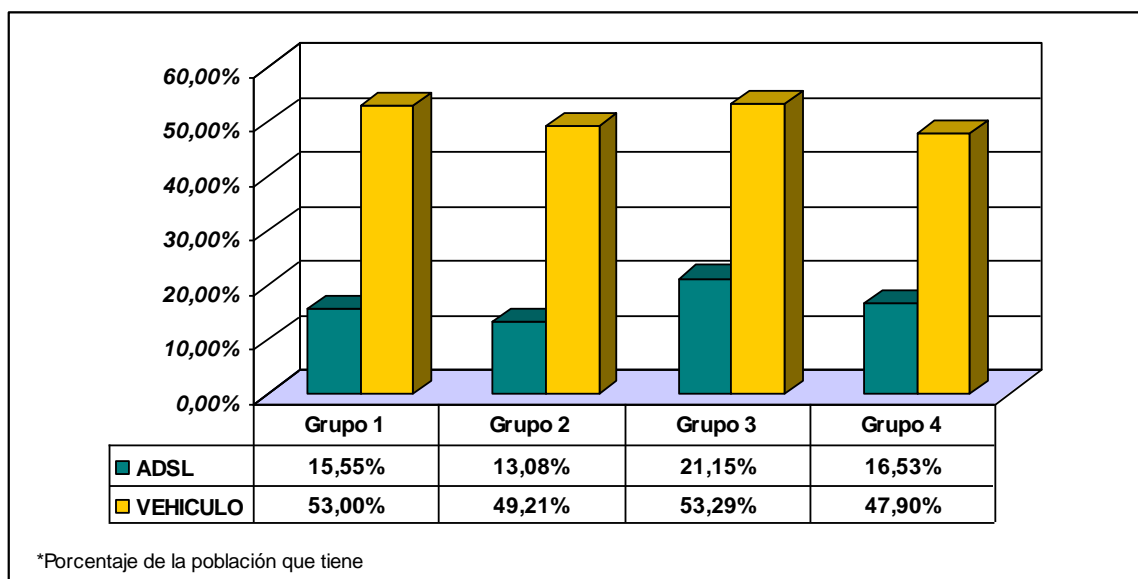


TABLA A.6. Porcentaje de población con ADSL/ vehículo propio.

Fuente: Anuario Económico de España de La Caixa.