

## **Planteamiento del problema**

La función empresarial o *entrepreneurship* ha sido una de las áreas de investigación que ha experimentado un mayor crecimiento en las últimas décadas (Vesper, 1996; Gartner, 2001; Busenitz *et al.*, 2003), concentrándose en ella tanto el estudio del empresario, como el de su empresa -especialmente en la etapa de la puesta en marcha-, además de la función que ambos ejercen en el entramado económico y social de su entorno. Entre las razones que explican este creciente interés se encuentra el reconocimiento del papel dinamizador -en el empleo y el crecimiento económico- de las nuevas empresas (Drucker, 1985; Baumol, 1986; Birch, 1987; Reynolds, 1987; Timmons, 1990; Amit *et al.*, 1993). Así, la función empresarial imprime dinamismo y prosperidad a un territorio, capacitando a su economía para ajustarse a los cambios estructurales que experimenta (Cámaras de Comercio, Industria y Navegación, 2001; Cooper *et al.*, 1986).

Las nuevas empresas suponen, por tanto, una inyección de energía directa en la economía debido, entre otras razones, al hecho de que los negocios que se incorporan por primera vez al mercado lo hacen aportando nuevos productos o servicios para un área geográfica no atendida, ampliando las posibilidades de elección de los clientes (McDougall *et al.*, 1992; Reynolds *et al.*, 2005) y estimulando a la competencia quien, en muchas ocasiones, se verá obligada a mejorar su oferta para continuar siendo competitiva.

En otro orden de cosas, las pequeñas y medianas empresas, entre las que se encuentran la gran mayoría de los nuevos negocios constituidos, se han revelado como la principal fuente de creación de empleo en la economía de los países evidenciando con ello su importancia tanto económica como social. En tal sentido, en Europa dos tercios del total de los puestos de trabajo son generados, en su mayoría, por microempresas (Dirección General de Empresa de la Comisión Europea, 2002).

Ahora bien, aunque parece existir un consenso generalizado acerca de la importancia que las empresas de reciente creación presentan para el crecimiento económico de las regiones y de los países, este consenso se diluye a la hora de determinar los factores que distinguen

a las organizaciones exitosas de las que no consiguen serlo. Las cifras de alta mortalidad entre la población infantil de empresas indican que se trata de una problemática digna de estudio y de consenso entre los investigadores, ya que con ello se podrá favorecer el desarrollo de la PYME en sus primeros años de vida. Un dato revelador que nos hace reflexionar sobre la importancia del tema que nos ocupa lo facilita el estudio realizado por las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España y la Fundación INCYDE (2001), en el que se pone de manifiesto que entre 1996 y 2000 habían nacido un 13% del total de las empresas existentes y desaparecido un 11% de ese total. En esta línea, el estudio presentado por el Consejo Económico y Social en el 2005<sup>1</sup>, tomando como referencia los datos facilitados por el *Eurostat*, pone de manifiesto que, por ejemplo en el sector de distribución comercial, únicamente un 55% de las empresas creadas en España en dicho sector en el año 1998 seguía viviendo después de cuatro años. Estas cifras justifican el que muchos estudios hayan tratado de aislar aquellos factores que determinan el fracaso, y por tanto el éxito, de una empresa que comienza a operar en el mercado, evidenciando resultados relativos al emprendedor, al sector al que pertenece la iniciativa que éste desarrolla o la estrategia implementada.

Así, el éxito en esta fase temprana la vida de una organización parece el pilar sobre el que descansa la continuidad de la misma, así como, con mucha probabilidad, el éxito futuro de ésta ya madura. Por ello, identificar los aspectos sobre los que se sientan las bases de una empresa adulta sana y aportar algo de luz a la anterior controversia es nuestro propósito. Por tanto, y siguiendo las recomendaciones de autores que subrayan la importancia de realizar investigaciones desde una perspectiva integradora dentro del campo del *entrepreneurship* (McDougall *et al.*, 1994), así como de enriquecerlo por las aportaciones de otros enfoques teóricos (Gartner, 2001; Batista *et al.*, 2003), desde la investigación en este campo dirigimos la mirada hacia la literatura que profundiza en el capital intelectual, donde se subraya la importancia de aquellos activos intangibles que aportan valor a la empresa y sobre los que, por tanto, pueden descansar sus ventajas competitivas. Sin embargo, uno de los principales problemas que plantea esta vertiente de la investigación sobre el tópico que nos ocupa es el hecho de que en las empresas los activos intangibles no son reconocidos ni administrados correctamente (Andriessen, 2004a) por sus dirigentes.

---

<sup>1</sup> Véase Consejo Económico Social (2005). *El proceso de creación de empresas y el dinamismo empresarial*.

La premisa del presente trabajo incluye, por tanto, el siguiente razonamiento: si desde el momento de constitución de la organización, los directivos y propietarios fueran conscientes de la importancia que esos activos cobran para su rendimiento a corto y medio plazo y, sobre todo, para su ventaja competitiva a largo, de seguro mejoraría considerablemente su gestión e, incluso, los beneficios que de ellos puedan derivarse. Así pues, ¿por qué esperar a que una empresa alcance una determinada edad o dimensión para comenzar a identificar y medir su capital intelectual?

Una empresa nueva aún no ha tenido tiempo de establecer relaciones con el entorno y tampoco cuenta con una historia o un pasado que le provea de la experiencia necesaria para enfrentarse a las dificultades que se le presentan. Por tanto, el despliegue que haga en sus primeros años de vida de sus recursos y capacidades condicionará, más que en ningún otro caso, sus posibilidades de éxito futuro (Martins Rodríguez, 2003). Ahora bien, dentro de las decisiones relacionadas con los nuevos activos comprometidos en la actividad empresarial, aquellas vinculadas con los intangibles se antojan de vital importancia (Stevenson y Gumpert, 1985; Vesper, 1990; Brush *et al.*, 1997) ya que estos recursos serán los que definan las características esenciales de la nueva organización, contribuyendo a la construcción de la misma (Katz y Gartner, 1998). En tal sentido, Lichtenstein y Brush (2001) encuentran que los activos intangibles se consideran más importantes y críticos que los tangibles en estos primeros años de desarrollo del negocio, por ello, todos los indicadores y medios de evaluación que ayuden a la identificación, medida y gestión del capital intelectual resultarán de utilidad en este período crítico de la vida de un negocio.

Finalmente, es de destacar que existe una carencia de investigaciones que traten de poner de manifiesto el impacto de los activos intangibles sobre el rendimiento de la organización, así como de evidenciar la importancia relativa de cada una de las categorías de estos (Kaufmann y Scheneider, 2004). Dentro del campo de la función empresarial ya han sido algunos los autores que se han interesado por el tópico, argumentando importantes relaciones y señalando la necesidad de profundizar aún más en el mismo -véase: Peña (2002); Salojärvi (2004)-. La presente investigación toma el testigo en esta senda de trabajo pero no sólo para realizar una mera aplicación de este marco teórico a las empresas

de nueva creación, sino para adaptarlo en profundidad a sus especiales características. En este sentido, las empresas que comienzan a desempeñar su actividad poseen unos rasgos que las diferencian del resto, y no pueden, por tanto, ser consideradas como simples réplicas de las grandes en pequeñas dimensiones o menor edad, manifestando características particulares sobre los recursos con los que éstas cuentan, así como sobre las actitudes hacia la propiedad o el control de los mismos como determinantes de la estrategia (Stevenson y Jarillo, 1990; Hart *et al.*, 1995).

### **Objetivos de la investigación**

El objetivo principal de la presente investigación es *revelar la importancia que la gestión de los activos intangibles tiene para el éxito de las nuevas empresas*. Con este fin se ha debido revisar en profundidad la literatura académica que analiza los factores de éxito en las empresas de nueva creación, así como aquella cuyo tópico central es el análisis de la influencia del capital intelectual en el éxito organizativo. Así, el trabajo persigue los siguientes objetivos específicos:

- OBJETIVO 1:** Aportar otras perspectivas teóricas al campo de la función empresarial, concretamente desde la literatura de capital intelectual, indagando en los activos intangibles que influyen en el rendimiento de las empresas de nueva creación.
- OBJETIVO 2:** Identificar en la literatura académica aquellos intangibles importantes para las nuevas empresas.
- OBJETIVO 3:** Proponer, desde la perspectiva del capital intelectual, un modelo para explicar el éxito de las empresas de reciente creación.
- OBJETIVO 4:** Contrastar empíricamente el modelo propuesto a fin de determinar qué activos intangibles presentan una mayor influencia en el éxito de las empresas de nueva creación.

## **Estructura del presente trabajo**

Con el fin de cubrir los anteriores objetivos, el presente trabajo se ha estructurado en cinco capítulos. El primero de ellos lleva a cabo un análisis de la trascendencia de las nuevas empresas para el conjunto de la economía, realizando un importante esfuerzo en delimitar el concepto de empresa nueva. Seguidamente se distingue qué se entiende por éxito en los primeros años de vida de una empresa y se repasan aquellos factores determinantes del mismo abordándolos desde cinco perspectivas principales: la del empresario o equipo emprendedor, la estratégica, la de redes, la organizativa y la del sector.

En el segundo capítulo, tras presentar brevemente la teoría basada en los recursos y capacidades –fundamento teórico de la perspectiva teórica que ocupa este capítulo-, se profundiza en el concepto de capital intelectual, destacando la importancia del mismo para la nueva economía en general y para las empresas en particular. A continuación, se repasan las tres dimensiones principales en las que, generalmente, se divide el capital intelectual y se presentan los distintos modelos utilizados para clasificar el mismo. Seguidamente se establece la relación existente entre los activos intangibles de las organizaciones y el éxito organizativo para, finalmente, contextualizar todo este desarrollo teórico en las nuevas empresas, identificando la importancia de los activos tangibles frente a los intangibles en estos primeros años de vida del negocio, y concretar un modelo para explicar el éxito de las nuevas empresas.

El tercero de los capítulos plantea las distintas hipótesis sujetas a contraste en la presente investigación. Además, se especifica la población y la unidad de análisis del estudio, pasando seguidamente a presentar en las fuentes de información utilizadas: la entrevista en profundidad y la encuesta. Este capítulo concluye con una breve exposición de las distintas técnicas de análisis aplicadas.

El cuarto capítulo recoge los principales resultados derivados de la información cuantitativa obtenida en el proceso de investigación y los analiza. Así, en primer lugar se realiza una descripción de las características de la muestra objeto de estudio observando su grado de ajuste y representatividad respecto a la población a la cual representa. Tras esto,

comprueba la validez y fiabilidad de las escalas utilizadas y se procede, en la medida posible, a su simplificación. Por último, se analiza la influencia en el éxito de las nuevas empresas, tanto de forma aislada como conjunta, de cada uno de los activos de capital intelectual.

El trabajo termina con un capítulo de conclusiones, implicaciones y recomendaciones, en el que de manera particular se ponen de manifiesto los resultados más importantes que se pueden extraer de la presente investigación.

