

Necessity Entrepreneurs. Determining Factors

Emprendedores por necesidad. Factores determinantes

Antonio Alvarez-Sousa

Key words

Unemployment
 • Entrepreneurial Spirit
 • Entrepreneurship Education
 • Entrepreneurs' Social Image
 • Entrepreneurial Motivations
 • Industrial Relations System

Palabras clave

Desempleo
 • Espíritu emprendedor
 • Formación emprendedora
 • Imagen social de los empresarios
 • Motivaciones emprendedoras
 • Sistema de relaciones laborales

Abstract

The aim of this study is to analyse the factors that turn individuals into necessity-driven entrepreneurs. The starting point is a theory of the logic of entrepreneurial action, whereby given a number of individual conditioning and contextual factors, only certain people choose entrepreneurship out of necessity, while others do not. The data were taken from the Eurobarometer and the Generalised Structural Equation Modelling (GSEM) methods were employed using Stata. The results show significant differences among the European Union population in terms of necessity-driven entrepreneurship based on a number of individual factors, namely their entrepreneurial spirit, image of entrepreneurs, propensity for risk-taking, gender, age, entrepreneurship education, perception of a household's economic situation; and also, on contextual factors such as unemployment rate, industrial relations system and development levels of their country of residence.

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar los factores que llevan a las personas a convertirse en emprendedores por necesidad. Partimos de la teoría de la lógica de la acción emprendedora, según la cual existen condicionantes individuales y contextuales que llevan a ciertas personas a convertirse en emprendedores por necesidad y a otras no. Los datos están tomados del Eurobarómetro. Aplicamos la técnica de las Generalized Structural Equation Modeling (GSEM) con Stata. El resultado es que existen diferencias significativas entre la población de la Unión Europea para convertirse en emprendedores por necesidad según factores individuales —espíritu emprendedor, imagen de los empresarios, propensión al riesgo, género, edad, formación, percepción de la situación económica del hogar— y contextuales —porcentaje del desempleo, sistema de relaciones laborales y desarrollo del país donde viven.

Citation

Alvarez-Sousa, Antonio (2019). "Necessity Entrepreneurs. Determining Factors". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 166: 3-24. (<http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.166.3>)

INTRODUCTION

The overall objective of this study is to analyse the different types of individual and contextual factors (Brunet and Alarcon, 2004) that lead people to become entrepreneurs out of necessity. There are some unfavourable circumstances in the lives of people that force them to become entrepreneurs even against their own will, often referred to as “push” motivations, as opposed to “pull” motivations (Shapiro and Sokol, 1982; Verheul *et al.*, 2010). This situation affects 6.56% of the citizens of the European Union (EU) (see Table 1), who are pushed to become entrepreneurs out of necessity, against their will, rising to 14.10% in some countries such as Greece.

This study needs to be *contextualised* within other studies on entrepreneurship as an alternative to being employed that is proposed around the world today. The focus is on the European Union, where the crisis led many people who were unemployed or had precarious jobs to become entrepreneurs out of necessity. Earlier studies analysed the difference between necessity entrepreneurs and opportunity entrepreneurs, comparing both (Block and Wagner, 2010). This study's *contribution* is not only making a comparison between entrepreneurs, but analysing the entire population of the European Union, comparing those who are necessity-driven entrepreneurs with those who are not, and identifying the social conditions for necessity entrepreneurs to emerge.

In Europe there is a high percentage of people who are either in economic difficulties, unemployed or in low quality employment (Gutiérrez, 2009; 2014; Fraser *et al.*, 2011). This makes it difficult for them to make ends meet and they decide to become self-employed. Other necessity entrepreneurs are also those whose employers rely on permissive laws to force their workers to become self-employed and economically dependent (Martínez Barroso, 2008; Segoviano

Astaburuaga, 2007). This entails having certain disadvantages compared to other workers, such as having to pay national insurance and unpaid holidays and being dependent on the decision of other employers in terms of retaining their jobs; although they are self-employed, in fact they depend on the main company in whose name their invoices are issued.

THEORETICAL FRAMEWORK

“Necessity-driven entrepreneurs” are people who do not want to be entrepreneurs but are forced to do it against their will as a result of the situation in which they find themselves. It should be clarified that the concept of necessity-driven entrepreneurs (as used in the Eurobarometer) is sometimes defined or named differently. Vivarelli (2004) used the concept of entrepreneurs in connection with a defensive attitude to escape unemployment. Thurik *et al.* (2008) considered that a “‘refugee’ effect” occurs when the unemployed become self-employed. The International Labour Organisation (ILO) (2006) has referred to necessity-driven entrepreneurship as “vulnerable employment”. It would also be interesting to include the concept of economically dependent self-employed workers. Although these workers cannot be fully equated with necessity-driven entrepreneurs, many of them are self-employed out of necessity, because the main companies in whose name their invoices are issued refuse to give them employment contracts.

The theory of “action logic” applied to entrepreneurship by Guyot and Vandewattyne (2004) is used here to analyse the factors that push people to become necessity entrepreneurs. They summarised the visions of other theorists by arguing that “action logic refers to the articulation between the actor ... on the one hand, and the action situation, on the other. This articulation can be symbolised by the equation ‘actor + action situation = action logic’” (2004: 2).

What Guyot and Vandewattyne were saying is that both individual factors (micro, referring to the actor) and contextual factors (macro, the action situation) are influential in the action of necessity-driven entrepreneurship. Within the sociological tradition, each of these aspects have given rise to different currents: whereas some authors are interested in explaining the action, prioritising the influence of the system (or the macro), others hold that the individual (or the micro) factors prevail. However, there are also some scholars who consider it necessary to take into account the influence of both aspects (Ritzer, 1993). Based on this idea of combining micro and macro, understanding the people who became entrepreneurs out of necessity in Europe involves taking into account both their individual and contextual circumstances. This double vision was also reproduced in entrepreneurship studies, with some scholars who prioritise the system and others who give more importance to the actor. In order to study necessity-driven entrepreneurship, it is essential to analyse both individual aspects (which some authors call the socioeconomic and attitudinal characteristics of individuals), together with the context-related, structural aspects (Gutiérrez and Rodríguez, 2016). None of them can be ignored, as they are all influencing factors.

Among contextual factors, entrepreneurial action logic can be either *push* or *pull* (Shapero and Sokol, 1982; Verheul *et al.*, 2010). A “push” entrepreneurial logic would “correspond to a defensive reaction vis-à-vis the state of the job market and/or the entrepreneur’s personal difficulties” (Giacomin *et al.*, 2007: 2). In contrast, a “pull” entrepreneurial logic is that which “would arise from a proactive initiative, in which case entrepreneurial initiatives are more likely to derive from strong professional aspirations articulated in an offensive posture, possibly originating in the identification of a market opportunity” (Giacomin *et al.*, 2007: 2). While the influence of context is important in both, it is

essential in the case of the “push” logic, as the system “pushes” the individual to become an entrepreneur.

The logic of the “action situation” encompasses some literature that can be incorporated into critical theory. It addresses the issue of necessity-driven entrepreneurs in the current context and includes Ararat (2010); Giraudeau (2007, 2012); Alonso and Fernández (2013); and Moruno (2015). These authors argue that entrepreneurial practice must be understood from within society, and that currently in some countries “entrepreneurship is seen as an ideological and pragmatic solution to the contraction of the labour market” (Ararat, 2010: 7). They have developed a discourse on entrepreneurial spirit and training, with the purpose of encouraging people to “combat the problem of finding a job, by creating their own businesses or becoming self-employed, because in contrast to the idea that everyone is a potential employee (typical of the social democratic era) the new *management* has imposed the opposite idea that we all have (economic, social, human, symbolic, relational) capital and we are all entrepreneurs, at least entrepreneurs of ourselves” (Alonso and Fernández, 2013: 65).

In the case of necessity-driven entrepreneurs context-related, structural factors are essential, as they are the factors that push them to become entrepreneurs. As Brunet and Alarcon said:

[...] a large proportion of new businesses are created as a result of unemployment, underemployment or precariousness, [...] self-employment becomes an alternative to the labour market [...] as a means of subsistence, a factor that is particularly evident in the less developed economies, which have the highest rates of self-employment, as well as the important effect of outsourcing and the strategies of entrepreneurs about the creation of companies by their employees (2004: 85).

It is thus necessary to study the *unemployment rate* of the countries, the *development level of the economies* of each country, and the permissiveness of the *labour relations system*, which allows employers to outsource their services and turn their employees into self-employed workers.

In addition to the context, it is necessary to take into account individual factors: what some authors call the “determinants and effects of the most subjective component in the entrepreneurial process” (Gutiérrez and Rodríguez, 2016: 37). Being unemployed, or in precarious or vulnerable employment is a precondition for a person to become a necessity-driven entrepreneur, but it is not sufficient by itself, as other factors are needed to trigger the process that culminates in the individual becoming self-employed (Giacomin *et al.*, 2007; Bergmann and Sternberg, 2007).

There are differences between people according to a series of cultural and social variables. Some authors based their studies on an analysis of sociodemographic factors (gender, age), in addition to education and other variables, and applied it to the European Union (van der Zwan *et al.*, 2010). Volkmann *et al.* considered that there are specific factors that influence the process of individual decision-making to set up a business, namely “human capital in terms of one’s competencies to start and run a business” (Volkmann *et al.*, 2010: 75); *socialisation* in norms and values that can lead to a desire to be an entrepreneur or not, to the idea of starting a business if the means are available or not; *technical factors*, understood as the different competences acquired in the educational process, in schools and in universities, with “technical competences having a positive influence on the decision-process to become self-employed” (*ibid.*: 77); and *cultural factors*: “the attitude of a society towards entrepreneurial thinking and acting ... the image of the entrepreneur in society”; (*ibid.*: 77) the conception of risk and second chances:

“after the failure of their first entrepreneurial activity ... In order to establish an entrepreneurial culture, it is first of all important that any failure is not stigmatised as an incapability of the entrepreneur” (*ibid.*: 77-78).

The different factors, both individual and contextual, derived from these theories will now be discussed in more detail, and the appropriate hypotheses in relation to each of them will be formulated.

Individual factors that influence necessity-driven entrepreneurship

Gender has been considered by several authors as one of the variables that influences entrepreneurship in general and, specifically, necessity-driven entrepreneurship (Giacomin *et al.*, 2007), with men being more likely than women to become entrepreneurs in times of need. The studies that explain this difference have concluded that there are two underlying reasons for it. One refers to the fact that in our societies “capital reproduction dynamics and the family models concern mainly males” (Giacomin *et al.*, 2007: 19), and women have “greater responsibility in the care of the home” (Fuentes García and Sánchez Cañizares, 2010: 12). Another reason is that there is a greater perceived risk that women might fail, compared to men (*ibid.*).

Hypothesis 1. *Men are more likely to be necessity-driven entrepreneurs than women.*

Hypothesis 2. *Gender has both a direct influence and an indirect influence through perceived risk of failure.*

Age is considered to be another important variable in necessity-driven entrepreneurship. It is very difficult for older people who are unemployed to find work again. Self-employment in this case becomes a way out of unemployment (Giacomin *et al.*, 2007; Verheul *et al.*, 2010). Bergmann and Sternberg (2007) argued that the propensity to entrepreneurship initially increases with age,

reaches its peak between the ages of 35 and 40 and then falls towards the end of an individual's working life. While this thesis may be appropriate when measuring entrepreneurship in general, in the specific case of necessity-driven entrepreneurs both the unemployment factor and employers' reluctance to hire them because of their age (preferring younger workers) are strongly influential. This leads to the conclusion that the most likely age to become necessity-driven entrepreneurs is the period between 45 and 54 years old. This thesis is also supported by the results of studies such as those by Adecco (2014).

Hypothesis 3. People aged between 45 and 54 are the most likely to be necessity-driven entrepreneurs.

Various studies have included *education* level as being influential in terms of entrepreneurship. While some have concluded that the relationship is not significant (Block and Wagner, 2010), most consider that having taken specific entrepreneurship training courses and having acquired entrepreneurial skills in their general training positively influences entrepreneurship. At present, there is a conviction held by organisations (OECD, 2009) and scholars (Pellicer *et al.*, 2013; Martínez and Carmona, 2009) that entrepreneurship can be learned, either by teaching specific courses on entrepreneurial spirit, or by providing training in various skills, even if they are not specific to entrepreneurship (Marina, 2010). These entrepreneurial skills (and their impact on entrepreneurial spirit) notably include those related to the development of a sense of initiative and entrepreneurial attitudes; an understanding of the role of entrepreneurs in society; inculcating an interest in becoming an entrepreneur; and providing the skills and knowledge needed to be able to run a business.

Hypothesis 4. Education in entrepreneurial skills positively influences being a necessity-driven entrepreneur.

Hypothesis 5. People who attended specific courses for entrepreneurs are more likely to become necessity-driven entrepreneurs.

Hypothesis 6. Attending specific courses for entrepreneurs is also influential through increased skills training.

The *image* of entrepreneurs can be both affective and cognitive. The affective image refers to whether people are in favour of entrepreneurs as a whole or not. The cognitive image is related to what people believe to be entrepreneurs' contribution to society and what they seek for themselves. According to Baumol (1990), there are three types of entrepreneurship: (a) productive (which generate private gains and social benefits, thereby being profitable both for the entrepreneurs and for society); (b) unproductive (where income, and sometimes illegal actions, generate benefits for the entrepreneurs themselves but at the expense of the rest of society, thus appropriating the wealth created by others for their own benefit); and (c) destructive (incapable of generating a system of social benefits or profits for the entrepreneurs themselves, since the interest in procuring benefits for themselves without producing anything is so great that they end up destroying society and their own personal situation). Both images are related, those that have a favourable affective image, usually have a positive cognitive image. Both the affective and the cognitive images of entrepreneurs held by people are closely related, so those who have a favourable affective image of entrepreneurs usually have a positive cognitive image as well. A positive or negative image therefore determines people's propensity to be entrepreneurial. When society considers that what entrepreneurs do is good and they are in favour of it, there is a tendency for people to be more inclined to set up businesses (Quintana, 2001).

Hypothesis 7. A favourable affective image of entrepreneurs positively influences being a necessity-driven entrepreneur.

Hypothesis 8: *A favourable cognitive image of entrepreneurs positively influences being a necessity-driven entrepreneur.*

Hypothesis 9: *The affective image has a direct influence and is also indirectly influential through the cognitive image.*

Weber (1994) explained what an individual with an *entrepreneurial spirit* does with time, loans, money and family inheritance. People with an entrepreneurial spirit are those who, if they have money, invest it to produce more money instead of stopping work, making their time unproductive, spending it on sumptuous goods and leisure, making unproductive investments, rushing to repay the money from loans, and waste what their family leaves them. Weber also considers that the capitalist spirit is an active spirit. Entrepreneurs are proactive people, who tend to carry out actions that alter the environment around them to make a profit.

Hypothesis 10: *People with an entrepreneurial spirit are more likely to be necessity-driven entrepreneurs than those who do not have an entrepreneurial spirit.*

People who are willing to *take risks* are more likely to become entrepreneurs than people who do not want to be involved in projects whose results may depart from their expectations (Das and Teng, 1997; Palich and Bagby, 1995). The propensity to risk and entrepreneurship is one of the factors that has been most widely discussed both by the classics, such as Knight (1921), and in recent studies (Hvide and Panos, 2014). All of them have agreed that the propensity to take risks is an essential factor in becoming necessity entrepreneurs.

Hypothesis 11: *People with a propensity to risk are more likely to be entrepreneurs.*

The decision to become necessity entrepreneurs is largely due to the presence of *household financial difficulties*, especially in times of crisis, in which there are many unem-

ployed people and others are employed but have low wages and live in poverty. Unemployment and poor employment (“individuals with a certain level of involvement at work who are in household poverty”) (Gutiérrez, 2009: 50) are fairly common situations in Europe (Fraser *et al.*, 2011), and as a result, many households struggle to make ends meet. Entrepreneurs seek self-employment as an alternative solution to poverty (Bruton *et al.*, 2013). In other cases, they simply do not have alternative employment and become self-employed out of necessity, but their self-employment often does not take them completely out of poverty; even if they improve, their income remains low. These are small enterprises that obtain gains from the entrepreneur’s work effort and can be called “semi-proletarian producers” (Hanley, 2000: 398).

Hypothesis 12: *There is an association between being necessity entrepreneurs and struggling to make ends meet in the household.*

Contextual factors that influence necessity-driven entrepreneurship

There are two different views of how *unemployment* affects entrepreneurship, one positive and the other negative. Crisis situations, on the one hand, hinder business activity (decreased entrepreneurship), but on the other hand, when the supply of jobs decreases, entrepreneurial initiative increases out of necessity (increased entrepreneurship) (Korpysa, 2010). Despite the debate on whether crisis situations fail to foster business activity and therefore are negatively associated with an increase in entrepreneurial activity, the fact is that necessity-driven entrepreneurship increases among people living within crisis and unemployment contexts. This is what Thurik *et al.* (2008) called the “refuge effect”.

Hypothesis 13: *As a country’s unemployment rate increases, the population are more likely to become necessity entrepreneurs.*

EU institutions, among others, consider that there is an increase in necessity entrepreneurs at present due to the existence of *employment relationships* that seek to end “‘traditional’ forms of job security” (Economic and Social Committee, 2013: 17). These conceal restructuring processes taken advantage of by employers in times of crisis to renegotiate employment relationships. Workers are induced to become self-employed, as it is a way of lowering costs and reducing social benefits (*ibid.*). The EU institutions have urged national governments to pay more attention to labour inspections in order to resolve the “cross-border” issues caused “where greater flexibility and deregulation make it difficult to verify the possibility that there is an employment relationship.” (*ibid.*: 18). As a solution, the Economic and Social Committee “recommends that tackling the specific problem of the self-employed be discussed in the social dialogue at both European and national level and that organisations representing their interests be allowed to take part in the social dialogue” (*ibid.*: 18).

It is therefore expected that people living in countries where there is less social dialogue (translated into lower unionisation

rates, representation and coverage, that is, labour relations systems that are less controlled by unions) are more likely to become necessity entrepreneurs than those who live in countries where the labour relations system is more established, with greater unionisation rates, representation and coverage. In the EU there are different types of labour relations. Beneyto (2010) concluded that there are five major trade-union areas in the European Union: Scandinavian, Continental, Mediterranean, English-speaking and Eastern European (see Table 2). Each of these large areas is different in terms of trade union membership, representation and collective bargaining coverage. When moving from the Scandinavian to the Continental, Mediterranean, English-speaking and Eastern European, the probability of being a necessity-driven entrepreneur increases as a result of higher unemployment rates and more permissive industrial relations settings that favour outsourcing (Daviri and Rezazadeh, 2015); but not in the positive sense of seeking greater innovation, but in the negative sense of searching for a cheaper labour force by turning employees who are effectively in regular employment situations into self-employed workers, forcing them into poverty.

TABLE 2. *Industrial relations areas in EU countries*

Area	Trade union membership	Representation	Coverage collective bargaining	Average of all 3
Scandinavian (DK-FI-SE)	74.7	75	86.8	78.3
Continental (AT-BE-DE-LU-NL- SI)	35.4	52	82.8	56.73
Mediterranean (EL-ES-FR-IT-PT)	20.2	48	75.4	47.87
English speaking (CY-IE-MT-UK)	33.9	35	35.3	34.73
Oriental (BG-CZ-EE-LV-LI HU-PL-RO-SK)	22.8	25	34.5	27.43
TOTAL EU-27	25.1	50	62.5	45.87

Source: Beneyto, 2010: 3. The last column was added.

Hypothesis 14: *When moving from countries in the Scandinavian industrial relations area to the Continental, Mediterranean, English-Speaking and Eastern areas, the probability of being necessity entrepreneurs increases.*

A country's stage of development and competitiveness (as measured by the Global Competitiveness Index (GCI) (Schwab, 2016)), which provides a development index, influences the entrepreneurial behaviour of the population living in that country. The theory generally held is that the higher a country's GCI score, the greater the probability that citizens will be entrepreneurs (GEM-Informe GEM España, 2017). However, as acknowledged by the World Economic Forum (2015), there is a need to put this into perspective, as in less competitive economies many people may be entrepreneurs out of necessity if they cannot find any source of income for themselves and their families, or in competitive economies there may be people who become entrepreneurs because they are unemployed. The latter is the viewpoint taken in this paper.

Hypothesis 15: *As the GCI score increases, the probability of being a necessity-driven entrepreneur decreases.*

METHODOLOGY

The data from the 2012 Flash Eurobarometer 354 was used to analyse both the dependent variable and the individual independent variables. The 28 countries of the EU were all subject to analysis. A total of 1,000 to 1,009 cases were taken from each country, and 28,062 interviews were conducted. The following data were also used: GCI data from the 2012-2013 Global Competitiveness Report (Schwab, 2016) for the contextual variables; unemployment figures from Eurostat; and Beneyto (2010) for industrial relations areas.

The dependent variable was described first. The results of the Eurobarometer survey for the dependent variable were then compared with those of another survey conducted by the CIS (Spanish Centre for Sociological Research) for the same year (2012) (Study No. 2953), based on a sample of 2,471 interviews, in order to contrast the results of the Eurobarometer with those from another survey.

Subsequently, a bivariate analysis of the dependent variable with all the independent variables was carried out. The categorical variables were considered to be statistically significant when the chi-square p-value was less than 0.05. The numerical variables were deemed to be significant if they passed Student's T test. All the variables together with their categories are presented in Table 3, together with the percentage (categorical variables) or the average (numerical variables) in relation to the dependent variable "Being a necessity entrepreneur".

Finally, a multivariate analysis was performed using the structural equations method. As the dependent variable was categorical (as were most of the independent variables), the generalised structural equation model (GSEM) was applied using STATA software.

RESULTS

Necessity entrepreneurs in the EU and in the different states

The question contained in the Eurobarometer about necessity entrepreneurs (dependent variable) was the following: "All in all, would you say you started or are starting your business...?" with the possible answers being: a) "because you came across an opportunity", b) "out of necessity", c) "because there was a need/opportunity to take over the business from a family member", d) DK (DO NOT READ OUT). For the purposes of this study, interest was focused on the number of peo-

ple who answered “out of necessity”. To explore this, a variable was created with two categories: a) those who stated that they started or are starting a business out of necessity, and b) the rest of the population.

A total of 6.56% (weighted) and 7.25% (unweighted) of the population of the 28 EU countries aged 15 and over were necessity entrepreneurs (see Table 1). This percentage varied across countries, and the highest percentages were found in Greece, Bulgaria, Cyprus, Romania, the Czech Republic and Spain, where it exceeded 10% of the population. The lowest percentage (below 4%) was that of Luxembourg, Sweden, Malta, Denmark and Belgium. The two most extreme countries were Greece, with 14.1%, and Belgium with 2.2%.

Then the data for Spain obtained from the CIS survey (Study 2953, year 2012) were analysed in order to compare the Eurobarometer results with those of another survey. The question contained in the CIS regarding necessity entrepreneurs was: “And did you decide/have you decided to start your own business because the opportunity arose or out of necessity?” The possible answers were: a) because the opportunity arose, b) out of necessity, c) (DO NOT READ OUT) for both reasons, d) DK (Don’t know), e) NA (No answer). The comparison data for those who said that they had decided to start their own business out of necessity compared to the rest of the population were quite similar to those found in the Eurobarometer for Spain. The CIS results showed that necessity-driven entrepreneurs accounted for 9.5% of those interviewed, whereas those of the Eurobarometer were 10.2%.

Bivariate analysis

A bivariate analysis was carried out that associated the different variables —personal (entrepreneurial spirit, propensity to risk and the image of entrepreneurs), sociodemographic (sex, age), socioeconomic and edu-

cation-related (household financial situation, training in entrepreneurship and acquired skills) and contextual (unemployment rate in the country of residence, global competitiveness index, type of industrial relations)— with being a necessity entrepreneur. The results can be seen in Table 3.

Both the affective image and the cognitive image of entrepreneurs has a significant influence on a necessity entrepreneurship. A total of 7.97% of those who were generally in favour of entrepreneurs (affective image) were necessity entrepreneurs, compared to 6.55% of the rest of the population. The different items of the cognitive image were all positively associated. People’s *propensity to risk* was an influence on being a necessity entrepreneur. From those who disagreed with the statement that “One should not start a new business if there is a risk that it may fail” 8.03% were necessity-driven entrepreneurs, compared to 6.66% of the rest of the population. From those who agreed with the statement that “People who started their new business and failed should be given a second chance,” 7.53% were necessity entrepreneurs, compared to 6.01% of the rest of the population. The *entrepreneurial and proactive spirit*, measured by the variable of what the respondent would do if they inherited 120,000 euros, 12.06% from those who answered that they would start a company were necessity entrepreneurs, compared to 6.09% of the rest of the population.

The variable concerning *sex, age, economic situation and education* was found to have a significant influence on necessity-driven entrepreneurship. Men were found to be more likely to be necessity entrepreneurs than women (9.40%, vs. 5.72%). People in the 45 to 54 age group were the most likely to become necessity-entrepreneurs. The household financial situation was very influential. The percentage of necessity entrepreneurs was found to be double among those who had a difficult time to manage with their current income than for those who lived comfort-

TABLE 3. *Probability of being a necessity entrepreneur according to different personal, sociodemographic, socioeconomic, cultural and contextual variables*

Variable		Categories				
Name	Label					
DEPENDENT VARIABLE						
necenthep	Necessity entrepreneurs.	0 = Rest of the population	1 = Started or is starting own business out of necessity	Sig. of association with the variable exneces-sit		
		92.75%	7.25%			
INDEPENDENT VARIABLES						
Schoolent	Latent variable: Influence of school education on entrepreneurial spirit and activity. This is formed from the following four variables: edattit, edrole, edinterest and edskills.					
schinit	My school education is helping/ has helped me to develop my sense of initiative and a sort of entrepreneurial attitude.	0 = Other answers 1 = Totally agree	93.4 90.63	6.6 9.37	0.000	
schrole	My school education is helping/has helped me to better understand the role of entrepreneurs in society.	0 = Other answers 1 = Totally agree	93.8 91.6	6.92 8.40	0.000	
schbecent	My school education is making/ has made me interested in becoming an entrepreneur.	0 = Other answers 1 = Totally agree	93.33 88.68	6.67 11.32	0.000	
schskills	My school education is giving/ has given me skills and know-how to enable me to run a business.	0 = Other answers 1 = Totally agree	93.59 89.47	6.41 10.53	0.000	
Cogimage	Latent variable: Cognitive image of entrepreneurs. This is formed from the following four variables: creanpsbtal, thinkpockts, crtejobs, tkeadvothers.					
creanpsbtal	Entrepreneurs create new products and services that benefit us all.	0 = Other answers 1 = Totally agree	93.32 91.76	6.68 8.24	0.000	

TABLE 3. *Probability of being a necessity entrepreneur according to different personal, sociodemographic, socioeconomic, cultural and contextual variables (continuación)*

Variable		Categories			
Name	Label				
thinkpocets	Entrepreneurs only think about their own pockets.	0 = Other answers	93.11	6.89	0.000
		1 = Strongly disagree	90.95	9.05	
crtejobs	Entrepreneurs are job creators.	0 = Other answers	93.58	6.42	0.000
		1 = Totally agree	91.99	8.01	
theadvothers	Entrepreneurs take advantage of other people's work.	0 = Other answers	93.06	6.94	0.000
		1 = Strongly disagree	90.89	9.11	
imagentrep	Affective image: General opinion on entrepreneurs (self-employed or business owners).	0 = Other answers	93.45	6.55	0.000
		1 = Generally in favour	92.03	7.97	
riskfail	One should not start a business if there is a risk it might fail.	0 = Agree	93.34	6.66	0.000
		1 = Disagree	91.97	8.03	
risk2oport	People who have started their own business and have failed should be given a second chance.	0 = Disagree	93.99	6.01	0.001
		1 = Agree	92.47	7.53	
scompany	Please imagine that you suddenly inherited EUR120,000. What would you do with the money?	0 = Other answers	93.91	6.09	0.000
		1 = Set up a company	87.34	12.66	
sex	Sex of the interviewee.	0 = Woman	94.28	5.72	0.000
		1 = Male	90.60	9.40	
age6cat	Age of the interviewee.	15-24 years old	97.82	2.18	0.000
		25-34 years old	94.54	5.46	
		35-44 years old	91.52	8.48	
		45-54 years old Base category	90.10	9.90	
		55-64 years old	90.95	9.05	
		65 and + years old	94.21	5.79	
education	At school or university, have you ever taken part in any course or activity about entrepreneurship – that is turning ideas into action, developing your own projects?	0 = No	93.18	6.82	0.000
		1 = Yes	91.39	8.61	

TABLE 3. Probability of being a necessity entrepreneur according to different personal, sociodemographic, socioeconomic, cultural and contextual variables (continuación)

Variable		Categories			
Name	Label				
difficulties	Household income.	Live comfortably with current income. Base category.	94.90	5.10	0.000
		Manages with the current income.	93.03	6.97	
		Finds it difficult to manage on the current income.	91.08	8.92	
		Finds it very difficult to manage on the current income.	89.60	10.40	
unemployment	Unemployment in country of residence.	Percentage of unemployment in countries (2012): Min = 4.4, Max = 24.2	10.33	11.63	0.000
indre	Model of industrial relations in country of residence. Five large areas.	Scandinavian. Base category	96.50	3.50	0.000
		Continental	95.66	4.34	
		Mediterranean	92.17	7.83	
		English- speaking	92.24	7.76	
		Oriental	90.37	9.63	
gcindex	index of global competitiveness of the different countries according to the World Economic Forum.	Value of the global competitiveness index of the country of residence (2012-2013): Min = 3.86, Max = 5.55	4.72	4.55	0.000

Source: Flash Eurobarometer 354 (2012) for the variables *exnecessit*, *edattit*, *edrole*, *edinterest*, *edksills*, *creanpsbtal*, *thinkpockts*, *crtejopbs*, *tkeadvothers*, *imgempr*, *riskfail*, *risk2opport*, *imgempre*, *sex*, *age6cat*, *training*, *difficulties*. EUROSTAT for unemployment. Beneyto (2010) for industrial relations. World Economic Forum (2015) for *gcindex*.

ably. The influence of *education* was positive, as people who had attended a course or an activity related to the entrepreneurial spirit were more likely to be entrepreneurs themselves. The acquisition of skills related to entrepreneurship also had a positive influence.

Necessity entrepreneurship grew with an increased percentage of *unemployment* in the country of residence. The *Global Competitiveness Index* had an inverse effect, with

the figures of necessity entrepreneurs dropping as the GCI rose. The variable *industrial relations system* of the country of residence was also a strong influence. Moving from countries in the Scandinavian industrial relations area to the Continental, Mediterranean, English-Speaking and Eastern areas, the probability of being necessity entrepreneurs increased: Scandinavian: 3.5%; Continental: 4.34%; Mediterranean: 7.83%; English-speaking: 7.76%; and Eastern: 9.63%.

Multivariable relationship. Discussion of results

Figure 1 shows the relationships using generalised structural equations modelling (GSEM). Table 4 illustrates the specific estimators (Coef.), odds ratio (OR), significance of the association ($P > z$) and confidence intervals. It provides the strength of the association between the dependent variable and each of the independent variables when the rest of the variables remained constant. The result was that all associations were significant when $P > z$ values were less than 0.05, except for the 55 to 64 age group, which was not significant compared to the base category of 45 to 54 years old.

The direct effects and the indirect effects of some variables can also be seen through other variables. The calculation of the indirect effect is equal to the product of the coefficients along the path that joins one variable to others. For example, the total effect of gender on the probability of being a necessity entrepreneur was equal to the direct effect (0.552) plus the indirect effect ($0.332 \times 0.211 = 0.070$), which gives a coefficient of 0.622, which gives an OR of 1.863.

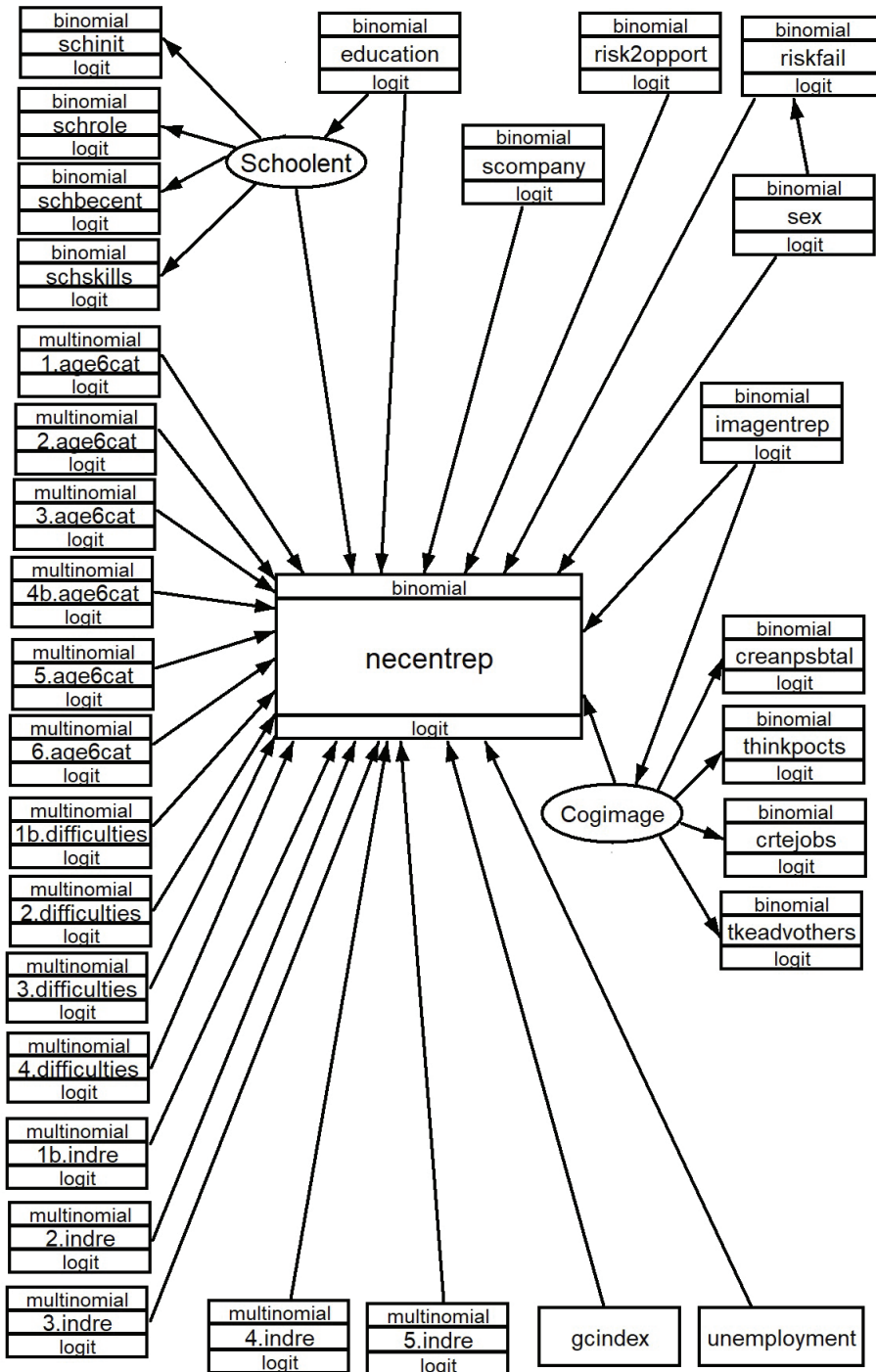
In the multivariate analysis all the hypotheses were confirmed, both those related to the influence of individual factors and of contextual factors. Hypotheses 1 and 2 were confirmed. Sex significantly influenced being a necessity entrepreneur, with men being more likely to be entrepreneurs than women (OR 1.73: for every 100 women who were necessity entrepreneurs, there were 173 men). This result confirmed those of Giacomini *et al.* (2007). But in addition to being a direct influence, there was also an influence through the *propensity to risk* ("One should not create one's own business if there is a risk that it may fail"), which was more likely to be perceived by women than by men (OR 1.39). This also confirmed results such as those by Fuentes García and Sánchez Cañizares (2010).

Hypothesis 2 was confirmed. Age significantly influenced necessity entrepreneurship, with people between the ages of 45 to 54 having higher likelihood than the other age groups. This confirmed the results of other authors such as Giacomini *et al.* (2007), Verheul *et al.* (2010), Bergmann and Sternberg (2007). Data such as those by Adecco (2014) were also confirmed. According to these, the most critical age group for finding employment is 45 to 54 years old, thus making people in this age group more likely to resort to necessity entrepreneurship.

Hypotheses 4, 5 and 6 were confirmed. *Education* significantly influenced necessity entrepreneurship. To be entrepreneurs, people need to have a certain level of motivation and skills that can be learned, what some authors call learning to be entrepreneurs (Marina, 2010). Having participated in a specific course on entrepreneurship had a direct effect, with an OR of 1.23. Training in entrepreneurial skills within academic education in general was also influential (academic education helped develop a sense of initiative; gain a better understanding of the role of entrepreneurs in society; become interested in being an entrepreneur; and acquire the skills and knowledge to run a business). The recommendations made by organisations such as the OECD (2009), and by some scholars (Pellicer *et al.*, 2013) were therefore proven to be correct.

Hypotheses 7, 8 and 9 were confirmed. Both the affective and the cognitive image of entrepreneurs influenced necessity entrepreneurship. People who were generally in favour of entrepreneurs were more likely to be necessity entrepreneurs. But if these people in turn had a positive cognitive image of entrepreneurs and considered that they were productive members of society (Baumol, 1990) (that they create new products and services for the benefit of all and generate employment), then the influence on becoming entrepreneurs was even greater (Quintana, 2001). It also showed that having a

FIGURE 1. GSEM model of relationship of dependent variable with independent variables



Source: Author's own creation.

TABLE 4. Results of the GSEM analysis

			Coef.	OR	P>z	[95% Coef.	Interval]
	schinit	<-;Schoolent	1				
	schrole	<-;Schoolent	0.97	2.63	0.000	0.90	1.04
	schbecent	<-;Schoolent	0.89	2.43	0.000	0.83	0.94
	schskills	<-;Schoolent	0.93	2.53	0.000	0.87	0.99
	creanpsbtal	<-;Cogimage	1				
	thinkpockts	<-;Cogimage	0.83	2.29	0.000	0.76	0.90
	crtejobs	<-;Cogimage	0.99	2.70	0.000	0.93	1.06
	tkeadvothers	<-;Cogimage	0.70	2.01	0.000	0.64	0.76
exnecessit <-;	education	No	1				
		Yes	0.20	1.23	0.000	0.09	0.32
	imgentrep	No	1				
		In favour	0.13	1.13	0.025	0.02	0.23
	riskfail	Agree	1				
		Disagree	0.21	1.23	0.000	0.11	0.31
	risk2oport	Disagree	1				
		Agree	0.18	1.20	0.013	0.04	0.33
	imagentrep	Other answers	1				
		Start a company	0.55	1.73	0.000	0.44	0.66
	Sex	Female	1				
		Male	0.55	1.73	0.000	0.45	0.65
	age6cat	45-54	1				
		15-24	-1.82	0.16	0.000	-2.09	-1.54
		25-34	-0.81	0.44	0.000	-0.99	-0.64
		35-44	-0.25	0.78	0.001	-0.39	-0.11
		55-64	-0.04	0.96	0.588	-0.17	0.10
	difficulties	65+	-0.41	0.66	0.000	-0.56	-0.26
		Live comfortably	1				
		Manages	0.23	1.26	0.001	0.09	0.37
		Difficult	0.39	1.48	0.000	0.23	0.55
	indre	Very difficult	0.48	1.61	0.000	0.30	0.66
		Scandinavian	1				
		Continental	0.25	1.29	0.049	0.00	0.50
		Mediterranean	0.33	1.39	0.035	0.02	0.63
	unemployment	English speaking	0.64	1.89	0.000	0.37	0.90
		Eastern Europe	0.67	1.96	0.000	0.39	0.96
gcindex		0.02	1.02	0.001	0.01	0.04	
Schoolent		-0.25	0.78	0.002	-0.41	-0.09	
Cogimage		0.06	1.06	0.000	0.03	0.08	
riskfail <-;	sex	0.08	1.09	0.000	0.04	0.12	
Schoolent <-;	education	0.33	1.39	0.000	0.28	0.38	
Cogimage <-;	imgentrep	1.49	4.43	0.000	1.38	1.59	
		1.20	3.31	0.000	1.12	1.27	

positive affective image was positively associated with having a positive cognitive image.

Hypothesis 10 (which related entrepreneurship with Weber's (1994) idea that people who have an entrepreneurial spirit, if they had money, instead of spending it on leisure, luxury or savings, would start businesses) was confirmed. These are people for whom money has to be used to make more money. Having an *entrepreneurial spirit* had a very important influence on becoming a necessity entrepreneur, with an OR of 1.73.

Hypothesis 11 was confirmed. A certain willingness to take risks was necessary to be a necessity entrepreneur. Those who considered that if there is a risk of failure they should not start a business were less likely to be necessity entrepreneurs. Being in favour of giving a second chance to people who had already failed in business influenced necessity entrepreneurship. This confirmed the thesis that related the propensity to risk with entrepreneurship, such as those by Hvide and Panos (2014).

Hypothesis 12 was confirmed. The perception of the household *financial situation* was significantly associated with necessity entrepreneurship. Those who lived comfortably were less likely to be necessity entrepreneurs, while those who struggled to make ends meet were more likely (OR 1.61) to be necessity entrepreneurs. Therefore, the thesis posed by Bruton *et al.* (2013) that necessity entrepreneurs look for self-employment as an alternative solution to poverty was confirmed.

The initial theory that it is necessary to include contextual effects in addition to the individual effects, was confirmed. Contextual effects had a very important impact on the dependent variable, to the extent that if the contextual variables were eliminated, the AIC and the BIC were higher. The model had a higher goodness-of-fit if these variables were included. Hypotheses 13, 14 and 15 were also confirmed. These were con-

cerned with the contextual aspects of the influence of the unemployment rates of the country of residence, the model of industrial relations, and the development and competitiveness index. The unemployment rate in the country of residence had an influence on entrepreneurship, so necessity entrepreneurship was more likely in countries with high unemployment rates. In this way, the thesis of the "refuge effect" posed by Thurik *et al.* was proven (2008). According to the GCI index, people are more likely to be entrepreneurs by necessity in the less developed and less competitive countries, thereby proving the thesis of the World Economic Forum (2015).

The model of industrial relations in the country of residence also influenced necessity entrepreneurship significantly. People living in countries with a Scandinavian model of industrial relations were less likely than those living in countries with other types of industrial relations to become necessity entrepreneurs, with the OR of the Continental area being 1.29 for the Scandinavian area, 1.39 for the Mediterranean area, 1.89 for the English-speaking area, and 1.96 for the Eastern area of the EU. Therefore, it was confirmed that Beneyto's typology of industrial relations (2010) has a great explanatory capacity.

In summary, the *basic mechanisms that drive necessity entrepreneurship* are both individual (actor) and contextual (action situation) in nature. There was a greater probability of being a necessity entrepreneur among those living in countries with high unemployment, a low competitiveness index, and a system of industrial relations with low trade union membership, representation and coverage. In addition to these contextual conditions, there are some individual subjective aspects to be taken into account (having good image of entrepreneurs, not fearing risk and being in favour of giving a second chance to a person if the first attempt fails, having values that prioritise investing money

in producing more money instead of spending it on conspicuous consumption). Other aspects to bear in mind were having objectives related to training in entrepreneurial skills, a lack of household resources in making ends meet, and sociodemographic factors, with men between 45 and 55 years old being more likely to be necessity-driven entrepreneurs.

CONCLUSIONS

The critical theory of entrepreneurship and its ideas that there is an ideological and pragmatic solution to the contraction of the labour market that pushes people to become entrepreneurs out of necessity is consistent with the results in this paper. Studies such as Ararat (2010), Giraudeau (2007, 2012), Alonso and Fernández (2013) and Moruno (2015) were therefore of great use.

Based on the application of the theory of "action logic" by Guyot and Vandewattyne (2004) to entrepreneurship, it can be stated that the individual and contextual conditions in which people live lead them to become necessity entrepreneurs. These conditions affect the European Union, where a high percentage of citizens are compelled to be entrepreneurs (push motivations) (Verheul *et al.*, 2010). But the percentages differed greatly among the different States according to their model of industrial relations, unemployment rate and development levels. Greece was the country with the highest percentage (14.10), whereas Belgium had the lowest percentage (2.20).

In the search for factors that lead to this action, the results of the analysis confirm the *push* theory about necessity entrepreneurs. They are likely to be people who live in difficult economic and social conditions: they are at an age when they cannot yet retire but when it is difficult for them to find work in companies; and live in environments with high unemployment, precarious industrial re-

lations and lower development levels. They are pushed to necessity entrepreneurship by a series of negative factors. Thus, the theory on *push* factors was proven, as negative factors that condition necessity entrepreneurship (Shapero and Sokol, 1982; Verheul *et al.*, 2010).

In addition to these circumstances, other variables such as having an entrepreneurial spirit, the image of entrepreneurs, the propensity to risk, and education significantly influence whether the individual becomes necessity entrepreneur or not. Although entrepreneurship may be an unwanted option, in the absence of an alternative it is a solution for many people and requires having certain knowledge. Having some training in entrepreneurial issues, whether or not taking specific but acquiring both motivational and technical skills, is essential to entrepreneurship, which reinforces the recommendations of institutions such as the OECD (2009). Entrepreneurship needs to be learned (Block and Wagner, 2007; Pellicer *et al.*, 2013; Marina, 2010).

To put an end to the situation that forces people to become necessity entrepreneurs, higher levels of development and competitiveness are needed in EU countries, while at the same time making changes to the industrial relations system. It is more appropriate to follow the Scandinavian or the Continental models (Beneyto, 2010), as these are the countries in which this problem is less common.

The shortcomings of the Eurobarometer surveys are limitations that have affected this study. In this specific case, it would be desirable to include specific questions to gain further knowledge of the need and the specific form adopted by these entrepreneurs, in addition to answering the question of whether respondents were entrepreneurs out of opportunity or out of necessity.

BIBLIOGRAPHY

- Adecco (2014). *Informe Infoempleo Adecco*. Madrid: Adecco. Available at: http://blog.infoempleo.com/wp-content/uploads/2014/07/Informe_Infoempleo_Adecco_2013.pdf, access 14 January, 2017.
- Alonso, Luis Enrique and Fernández Rodríguez, Carlos J. (2013). "Los discursos del *management*. Una perspectiva crítica". *Lan Harremanak*, 28: 42-69.
- Ararat Herrera, J. A. (2010). "La ideología del emprendimiento. Una mirada desde el análisis crítico del discurso". *AD-minister*, 17: 5-33.
- Baumol, William J. (1990). "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive". *Journal of Political Economy*, 98(5): 893-921.
- Beneyto, Pere J. (2010). "Afilación y representación sindical en Europa". *Fundación 1º de Mayo*, 37. Available at: <http://www.1mayo.ccoo.es/nova/files/1018/Estudio37.pdf>, access 10 March, 2017.
- Bergmann, Heiko and Sternberg, Rolf (2007). "The changing face of entrepreneurship in Germany". *Small Business Economics*, 28: 205-221.
- Block, Joern and Wagner, Marcus (2010). "Necessity and Opportunity Entrepreneurs in Germany: Characteristics and Earnings Differentials". *Schmalenbach Business Review*, 62(2): 154-174.
- Brunet, Ignasi and Alarcón, Amado (2004). "Teorías sobre la figura del emprendedor". *Papers: revista de sociología*, 73: 81-103.
- Bruton, Garry D.; Ketchen, David J. and Ireland, R. Duane (2013). "Entrepreneurship as a solution to poverty". *Journal of Business Venturing*, 28(6): 683-689.
- Comité Económico y Social Europeo (2013). "Uso abusivo del estatuto de trabajador autónomo", (2013/C 161/03). Official Journal of the European Union, 6.6.2013, C 161/14-19.
- Das, Tushar Kanti y Teng, Bing-Sheng (1997). "Time and entrepreneurial risk behavior". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 22(2): 69-71.
- Davari, Ali and Rezazadeh, Arash (2015). "The measurement of entrepreneurial outsourcing: preliminary scale development, dimensionality assessment, and construct validation". *Journal of Technology Management and Innovation*, 10(2): 211-224
- Fraser, Neil; Gutiérrez, Rodolfo and Peña-Casas, Ramón (eds.) (2011). *Working Poverty in Europe*. London: Palgrave Macmillan.
- Fuentes García, Fernando J. and Sánchez Cañizares, Sandra M^a (2010). "Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género". *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3): 1-28.
- Giacomin, Oliver et al. (2007). *Novice creators: personal identity and push pull dynamics*. CRECIS Working Paper 07/10, Center for Research in Change, Innovation and Strategy, Louvain School of Management. Available at: www.crecis.be. https://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/iag/documents/WP_07-10_Franssen.pdf, access 2 December, 2016.
- Giraudeau, Martin (2007). "Le travail entrepreneurial, ou l'entrepreneur schumpetérien performé". *Sociologie du travail*, 49(3): 330-350.
- Giraudeau, Martin (2012). "Remembering the Future: Entrepreneurship Gidebooks in the US, from Meditation to Method (1945-1975)". *Foucault Studies*, 13: 40-66.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2017). *Informe GEM España 2016*. Santander: Editorial de la Universidad de Cantabria.
- Gutiérrez, Rodolfo (2009). "La dinámica de la pobreza de los trabajadores". *Revista Internacional de Organizaciones*, 3: 49-70.
- Gutiérrez, Rodolfo (2014). "Welfare Performance in Southern Europe: Employment Crisis and Poverty Risk". *South European Society and Politics*, 19(3): 371-392.
- Gutiérrez, Rodolfo and Rodríguez, Vanesa (2016). Jóvenes y emprendedores. Las preferencias por el autoempleo de los jóvenes en España. *Revista del Ministerio de Empleo y Seguridad Social*, 121: 37-64.
- Guyot, Jean-Luc and Vandewattyne, Jean (2004) *Ebauche d'une sociologie des logiques d'action des créateurs d'entreprises: apports théoriques*. Available at: <http://www.airepme.org/index.php?action=section&id=250>, access 4 August, 2017.
- Hanley, Eric (2000). "Self-employment in post-communist Eastern Europe: a refuge from poverty or road to riches?". *Communist and Post-communist Studies*, 33(3): 379-402.
- Hvide, Hans K. and Panos, Georgios A. (2014). "Risk tolerance and entrepreneurship". *Journal of Financial Economics*, 111(1): 200-223.
- International Labour Organization (ILO) (2006). R198 - *Employment Relationship Recommendation*.

- Available at: http://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:R198, access 4 August, 2017.
- Knight, Frank H. (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*. Boston, MA: Hart, Schaffner & Marx; Houghton Mifflin Co.
- Korpysa, Jaroslaw (2010). "Unemployment as a main determinant of entrepreneurship". *Transformations in Business and Economics*, 9(1): 109-123.
- Marina, José Antonio (2010). "La competencia de emprender". *Revista de Educación*, 351: 49-71.
- Martínez, Francisco Miguel and Carmona, Gabriel. (2009). "Aproximación al concepto de "competencias emprendedoras": valor social e implicaciones educativas". *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 7(3): 83-97.
- Martínez Baroso, M^a de los Reyes (2008). "El principio de igualdad y la no discriminación del trabajador autónomo en el ordenamiento jurídico español". *Pecvnia*, 7: 207.
- Moruno, Jorge (2015). *La fábrica del emprendedor, trabajo y política en la empresa-mundo*. Madrid: Akal.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2009). *Evaluation of Programmes Concerning Education for Entrepreneurship*, report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship, OECD. Available at: <https://www.oecd.org/cfe/smes/42890085.pdf>, access 5 September 2016.
- Palich, Leslie and Bagby, D. Ray (1995). "Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: Challenging conventional wisdom". *Journal of Business Venturing*, 10(6): 425-438.
- Pellicer, Carmen; Álvarez, Beatriz and Torrejón, Juan Luis (2013). *Aprender a emprender. Cómo educar el talento emprendedor*. Fundación Príncipe de Girona/aulaPlaneta. Available at: <https://es.fpdgi.org/upload/proyecto/aprender-a-emprenderesp.pdf>, access 1 June, 2017.
- Quintana García, Cristina (2001). "Dimensiones del éxito de las empresas emprendedoras". *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 7(2): 139-158.
- Ritzer, George (1993). *Teoría sociológica contemporánea*. Madrid: McGraw-Hill
- Schwab, Klaus (ed.) (2016). *The Global Competitiveness Report 2016-2017*. Geneva: World Economic Forum. Available at: http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf, access 16 September, 2017.
- Segoviano Astaburuaga, María Luisa (2007). Trabajadores autónomos económicamente dependientes. *Documentación laboral*, 3(81): 29-46.
- Shapero, Albert and Sokol, Lisa (1982). "The social dimensions of entrepreneurship". In: Kent, C.; Sexton, D. and Vesper, K. H. (eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. N.J.: Prentice-Hall.
- Thurik, A. Roy et al. (2008). "Does self-employment reduce unemployment?". *Journal of Business Venturing*, 23(6): 673-686.
- Verheul, Ingrid et al. (2010). *Factors Influencing the Entrepreneurial Engagement of Opportunity and Necessity Entrepreneurs*. EIM Research Reports, The Netherlands. Available at: <http://www.ondernemerschap.nl/pdf-ez/H201011.pdf>, access 1 October, 2016.
- Vivarelli, Marco (2004). "Are All the Potential Entrepreneurs So Good?". *Small Business Economics*, 23: 41-49.
- Volkman, Christiner K.; Tokarski, Kim Oliver and Grünhagen, Mar (2010). *Entrepreneurship in a European Perspective*. Berlin: Galber.
- Weber, Max (1994). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Península.
- World Economic Forum (2015). *Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation. A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development*. Available at: http://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_EntrepreneurialInnovation_Report.pdf, access 23 March, 2017.
- Zwan, Peter van der; Thurik, Roy and Grilo, Isabel (2010). The entrepreneurial ladder and its determinants. *Applied Economics*, 42(17): 2183-2191.

RECEPTION: October 16, 2017

REVIEW: February 12, 2018

ACCEPTANCE: June 21, 2018

APPENDIX

TABLE 1. *Necessity entrepreneurs in the European Union*

Country of residence	Entrepreneurs by necessity (%).	Rest of the population (%)	Total
Greece	14.10	85.90	100
Bulgaria	12.84	87.16	100
Cyprus	12.76	87.24	100
Romania	11.94	88.06	100
Czech Republic	11.00	89.00	100
Spain	10.29	89.71	100
Croatia	9.97	90.03	100
Estonia	9.61	90.39	100
Hungary	9.12	90.88	100
Poland	8.80	91.20	100
Latvia	8.10	91.90	100
Ireland	8.00	92.00	100
Lithuania	7.78	92.22	100
United Kingdom	7.18	92.82	100
Slovakia	7.10	92.90	100
Portugal	6.40	93.60	100
Germany	5.99	94.01	100
Slovenia	5.29	94.71	100
Finland	4.70	95.30	100
Austria	4.70	95.30	100
France	4.28	95.72	100
The Netherlands	4.19	95.81	100
Italy	4.09	95.91	100
Luxembourg	3.69	96.31	100
Sweden	3.20	96.80	100
Malta	3.09	96.91	100
Denmark	2.60	97.40	100
Belgium	2.20	97.80	100
Total 28 EU countries, unweighted	7.25	92.75	100
Total 28 EU countries, weighted	6.56	93.44	100

Source: Flash Eurobarometer 354 (2012).

Emprendedores por necesidad. Factores determinantes

Necessity Entrepreneurs. Determining Factors

Antonio Alvarez-Sousa

Palabras clave

Desempleo
 • Espíritu emprendedor
 • Formación emprendedora
 • Imagen social de los empresarios
 • Motivaciones emprendedoras
 • Sistema de relaciones laborales

Key words

Unemployment
 • Entrepreneurial Spirit
 • Entrepreneurship Education
 • Entrepreneurs' Social Image
 • Entrepreneurial Motivations
 • Industrial Relations System

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar los factores que llevan a las personas a convertirse en emprendedores por necesidad. Partimos de la teoría de la lógica de la acción emprendedora, según la cual existen condicionantes individuales y contextuales que llevan a ciertas personas a convertirse en emprendedores por necesidad y a otras no. Los datos están tomados del Eurobarómetro. Aplicamos la técnica de las Generalized Structural Equation Modeling (GSEM) con Stata. El resultado es que existen diferencias significativas entre la población de la Unión Europea para convertirse en emprendedores por necesidad según factores individuales —espíritu emprendedor, imagen de los empresarios, propensión al riesgo, género, edad, formación, percepción de la situación económica del hogar— y contextuales —porcentaje del desempleo, sistema de relaciones laborales y desarrollo del país donde viven.

Abstract

The aim of this study is to analyse the factors that turn individuals into necessity-driven entrepreneurs. The starting point is a theory of the logic of entrepreneurial action, whereby given a number of individual conditioning and contextual factors, only certain people choose entrepreneurship out of necessity, while others do not. The data were taken from the Eurobarometer and the Generalised Structural Equation Modelling (GSEM) methods were employed using Stata. The results show significant differences among the European Union population in terms of necessity-driven entrepreneurship based on a number of individual factors, namely their entrepreneurial spirit, image of entrepreneurs, propensity for risk-taking, gender, age, entrepreneurship education, perception of a household's economic situation; and also, on contextual factors such as unemployment rate, industrial relations system and development levels of their country of residence.

Cómo citar

Alvarez-Sousa, Antonio (2019). «Emprendedores por necesidad. Factores determinantes». *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 166: 3-24. (<http://dx.doi.org/10.5477/cis/reis.166.3>)

La versión en inglés de este artículo puede consultarse en <http://reis.cis.es>

Antonio Alvarez-Sousa: Universidad de A Coruña | Sousa@udc.es

INTRODUCCIÓN

El objetivo general de esta investigación es analizar los distintos tipos de factores individuales y contextuales (Brunet y Alarcón, 2004) que llevan a las personas a convertirse en emprendedores por necesidad. Existen unas circunstancias desfavorables en la vida de las personas que les fuerzan a ser emprendedores incluso en contra de su propia voluntad, es lo que suele denominarse como motivaciones «push», frente a las motivaciones «pull» (Shapero y Sokol, 1982; Verheul *et al.*, 2010). Esta situación afecta a un 6,56% de los ciudadanos de la Unión Europea (UE) (véase la tabla 1), que son empujados a convertirse en emprendedores por necesidad, en contra de su voluntad. Porcentaje que en algunos países, como Grecia, alcanza al 14,10%.

Nuestra investigación hay que *contextualizarla* dentro de los estudios sobre emprendimiento como una alternativa al empleo por cuenta ajena que se propone en todo el mundo en la actualidad. Nos centramos en la Unión Europea, donde la crisis llevó a muchas personas sin empleo o con empleos precarios a convertirse en emprendedores por necesidad. Otras investigaciones anteriores analizaron la diferencia entre los emprendedores por necesidad y los emprendedores por oportunidad, comparando ambos (Block y Wagner, 2010). La *contribución* de nuestra investigación es que no se trata de una comparación solo entre emprendedores, sino de analizar toda la población de la Unión Europea, comparando los que son emprendedores por necesidad de los que no lo son y poner de manifiesto las condiciones sociales de existencia de los emprendedores por necesidad.

En Europa existe un elevado porcentaje de personas en situación de dificultades económicas, sin empleo o con empleo pobre (Gutiérrez, 2009; 2014; Fraser *et al.*, 2011) que les hacen tener dificultades para llegar a fin de mes y deciden convertirse en autóno-

mos. También son emprendedores por necesidad cuando los empleadores, amparándose en legislaciones permisivas, fuerzan a sus trabajadores a transformarse en trabajadores autónomos económicamente dependientes (Martínez Barroso, 2008; Segoviano Astaburuaga, 2007). Los autónomos tienen cierta desventaja respecto a los trabajadores por cuenta ajena, como son tener que pagar las cuotas de la Seguridad Social, las vacaciones no son remuneradas, su continuidad depende de la decisión de otros empresarios -si bien son autónomos, en realidad dependen de la empresa principal para la que facturan.

MARCO TEÓRICO

La denominación de emprendedores por necesidad hace referencia a las personas que no desean ser emprendedores, pero la situación en que se encuentran les obliga a convertirse en emprendedores en contra de su voluntad. Conviene aclarar que el concepto de emprendedores por necesidad (como se le denomina en el Eurobarómetro) a veces recibe otra denominación distinta. Vivarelli (2004) emplea el concepto de emprendedores con actitud defensiva para escaparse del desempleo. Thurik *et al.* (2008) consideran que se da un «“refugee” effect» al convertirse los trabajadores desempleados en autónomos. La International Labour Organization (ILO) (2006) se refiere al «empleo vulnerable». También sería de interés incluir el concepto de trabajadores autónomos económicamente dependientes, aunque no puede equipararse totalmente al de emprendedores por necesidad, muchos de esos trabajadores son autónomos por necesidad, porque las empresas principales para las que facturan no les quieren hacer contratos como trabajadores por cuenta ajena.

Para analizar los factores que empujan a las personas a convertirse en emprendedores por necesidad recurrimos a la teoría de la «lógica de la acción» que fue aplicada al em-

prendimiento por Guyot y Vandewattyne (2004), quienes resumen las visiones de otros teóricos diciendo que «la lógica de la acción se refiere a la articulación entre el actor... de una parte, y la situación de la acción, de otra parte. Esta articulación puede ser simbolizada por la ecuación “actor + situación de la acción = lógica de la acción”» (2004: 2).

Lo que nos están diciendo Guyot y Vandewattyne es que en la acción de ser emprendedores por necesidad están influyendo a la vez factores individuales (micro, referidos al actor) y contextuales (macro, la situación de la acción). Dentro de la tradición sociológica, ambos aspectos dieron lugar a diferentes corrientes, con autores que son partidarios de explicar la acción primando la influencia del sistema o de lo macro, y otros que priman al individuo o lo micro. Sin embargo, en la actualidad existen autores que consideran necesario tener en cuenta la influencia de ambos aspectos (Ritzer, 1993). Partiendo así de esta idea de combinar micro y macro, entender las personas que se convirtieron en emprendedores por necesidad en Europa implica tener en cuenta sus condiciones individuales y las contextuales. En los estudios del emprendimiento también se reprodujo esta doble visión, existiendo autores que priorizan el sistema y otros el actor. Para el estudio de los emprendedores por necesidad se vuelve imprescindible analizar aspectos individuales —que algunos autores denominan características socioeconómicas y actitudinales de los individuos— y estructurales relacionados con el contexto (Gutiérrez y Rodríguez, 2016). No se puede obviar ninguno de ellos, pues todos están influyendo.

Entre las contextuales, la lógica de la acción emprendedora puede venir de dos fuentes, *push* y *pull* (Shapero y Sokol, 1982; Verheul *et al.*, 2010). Una lógica emprendedora *push* es la «derivada de una dinámica de impulso correspondiente a una reacción defensiva frente al estado del mercado de tra-

bajo y/o las dificultades personales del emprendedor» (Giacomin *et al.*, 2007: 2). Por contra, una lógica de la acción *pull* es la que «surgiría de una iniciativa proactiva, en cuyo caso las iniciativas empresariales tienen más probabilidades de derivarse de fuertes aspiraciones profesionales, posiblemente originadas en la identificación de una oportunidad de negocio» (Giacomin *et al.*, 2007: 2). Si la influencia del contexto es importante en ambas, en el caso de la lógica *push* es fundamental, el sistema empuja al individuo a ser emprendedor.

Dentro de la lógica de la «situación de la acción» existe una literatura que podemos incluir dentro de la teoría crítica sobre el problema de los emprendedores por necesidad en el contexto actual, como son Ararat (2010), Giraudeau (2007, 2012), Alonso y Fernández (2013) o Moruno (2015). Estos autores sostienen que la práctica emprendedora hay que entenderla dentro de la sociedad, y que en la actualidad, en algunos países, «el emprendimiento es visto como una solución ideológica y pragmática a la contracción del mercado laboral» (Ararat, 2010: 7). Se construye un discurso sobre el espíritu emprendedor y la formación que tiene la finalidad de animar a las personas a «luchar contra la dificultad de encontrar empleo, creando empresas propias o autoempleándose, porque, frente a la idea de que todo mundo es trabajador en potencia (típica de la era socialdemócrata), el nuevo *management* ha impuesto la idea contraria de que todos tenemos capital (económico, social, humano, simbólico, relacional, etc.) y somos empresarios, cuando menos empresarios de nosotros mismos» (Alonso y Fernández, 2013: 65).

En el caso de los emprendedores por necesidad, los factores estructurales relativos al contexto son imprescindibles, pues son los factores que le empujan (*push*) a convertirse en emprendedores. Como sostienen Brunet y Alarcón:

[...] una gran proporción de nuevas empresas se crean como consecuencia de situaciones de desempleo, subempleo o precariedad, [...] la ocupación por cuenta propia se convierte en una alternativa al mercado de trabajo [...] como una vía de subsistencia, factor que se hace especialmente evidente en las economías menos desarrolladas, donde tienen lugar las mayores tasas de ocupación por cuenta propia, así como el importante efecto del *outsourcing* y las estrategias de los empresarios sobre la creación de empresas por parte de sus empleados (2004: 85).

Resulta así necesario estudiar el *porcentaje de desempleo* de los países, el *desarrollo de las economías* de cada país y el *sistema de relaciones laborales* que es más o menos permisivo con los empresarios para poder externalizar los servicios y que sus empleados se conviertan en autónomos.

Además del contexto, es necesario tener en cuenta los factores individuales, lo que algunos autores denominan los «determinantes y los efectos del componente más subjetivo en el proceso emprendedor» (Gutiérrez y Rodríguez, 2016: 37). Estar en una situación de desempleo, de un empleo precario o vulnerable es una precondition para que una persona se convierta en emprendedor por necesidad, pero no es condición suficiente, se necesitan otros factores para que se desencadene el proceso y que culmine en convertirse en autónomo (Giocamin *et al.*, 2007; Bergmann y Sternberg, 2007).

Existen diferencias entre las personas según una serie de variables culturales y sociales. Algunos autores basaron sus estudios en el análisis de factores sociodemográficos (género, edad), a los que unieron formación, y otras variables y lo aplicaron a la Unión Europea (van der Zwan *et al.*, 2010). Volkman *et al.* consideran que existen unos factores específicos que influyen sobre el proceso de decisión individual de creación de una empresa que son «el capital humano en términos de poseer unas competencias para poner en funcionamiento la empresa»

(Volkman *et al.*, 2010: 75); la *socialización* en unas normas y valores que pueden llevar a un deseo de ser emprendedor o no, a la idea de crear una empresa si tiene medios o no; *factores técnicos*, entendiéndose por tales las distintas competencias adquiridas en el proceso educacional, en las escuelas y en las universidades —«las competencias técnicas tienen una influencia positiva sobre el proceso de decisión de convertirse en emprendedor» (*ibid.*: 77)—, factores culturales —«la actitud de la sociedad hacia los emprendedores... la imagen del emprendedor en la sociedad» (*ibid.*: 77)—, la concepción del riesgo y las segundas oportunidades —«después de fallar la primera actividad empresarial... En orden a establecer una cultura emprendedora, es muy importante no estigmatizar los fallos como una incapacidad del emprendedor» (*ibid.*: 77-78).

Pasamos a explicar con más detalle los distintos factores, tanto individuales como contextuales, derivados de estas teorías y a formular las oportunas hipótesis en relación con cada uno de ellos.

Factores individuales que influyen en ser emprendedores por necesidad

El *género* fue considerado por varios autores como una de las variables que influye en ser emprendedor en general, y en concreto, emprendedor por necesidad (Giacomin *et al.*, 2007), teniendo los hombres mayor probabilidad que las mujeres de ser emprendedores cuando existen necesidades. Sobre las razones de fondo que explican esta diferencia, los estudios concluyen en dos, una de ellas hace referencia a que en nuestras sociedades «la dinámica de reproducción del capital y los modelos familiares concierne principalmente a los varones» (Giacomin *et al.*, 2007: 19), teniendo las mujeres «mayor responsabilidad en el cuidado del hogar» (Fuentes García y Sánchez Cañizares, 2010: 12). Otra razón es que existe una mayor percepción del riesgo a fracasar en las mujeres

que en los hombres (*ibid.*).

Hipótesis 1: *Existe mayor probabilidad de que sean emprendedores por necesidad los hombres que las mujeres.*

Hipótesis 2: *El género, además de la influencia directa, también influye a través de la percepción del riesgo a fracasar.*

La edad es considerada como otra variable importante para ser emprendedor por necesidad. Las personas mayores que quedan desempleadas tienen grandes dificultades para volver a encontrar trabajo. En este sentido, el autoempleo se convierte en una salida al desempleo (Giacomin *et al.*, 2007; Verheul *et al.*, 2010). Bergmann y Sternberg (2007) consideran que inicialmente aumenta la propensión empresarial con la edad, alcanza su pico entre los 35 y los 40 años aproximadamente y luego cae hacia el final de la vida activa. Esta tesis, si bien puede ser adecuada cuando se mide el emprendimiento en general, en el caso específico de los emprendedores por necesidad influye mucho el factor de quedar desempleado y tener reticencias por parte de los empleadores a contratarles por la edad, al preferir trabajadores más jóvenes. Esto hace que nosotros consideremos la edad más probable para convertirse en emprendedores por necesidad el tramo de los 45 a los 54 años. Esta tesis puede ampararse también en los resultados de estudios como los de Adecco (2014).

Hipótesis 3: *Las personas con edades comprendidas entre 45 y 54 años son las que tienen mayor probabilidad de ser emprendedores por necesidad.*

Diversos estudios incluyen la formación de los individuos en la influencia sobre la actividad emprendedora. Si bien algunos concluyen que la relación no es significativa (Block y Wagner, 2010), la mayoría considera que haber recibido cursos de formación específica sobre emprendedores, o haber adquirido competencias emprendedoras en la

formación en general, influye positivamente en la actividad emprendedora. En la actualidad existe la convicción de organizaciones (OCDE, 2009) y estudiosos (Pellicer *et al.*, 2013; Martínez y Carmona, 2009) de que se puede aprender a emprender, bien impartiendo cursos específicos sobre espíritu emprendedor, o educando en competencias en distintas materias, aunque no sean específicas de emprendimiento (Marina, 2010). Entre las competencias emprendedoras y su repercusión sobre el espíritu emprendedor podemos indicar las referentes al desarrollo del sentido de iniciativa y de actitudes emprendedoras, la comprensión del papel de los emprendedores en la sociedad, inculcar el interés por hacerse empresario, proporcionar habilidades y conocimientos para poder llevar un negocio.

Hipótesis 4: *La educación en competencias emprendedoras influye positivamente en ser emprendedor por necesidad.*

Hipótesis 5: *Las personas que asistieron a cursos específicos sobre emprendedores es más probable que sean emprendedores por necesidad.*

Hipótesis 6: *Asistir a cursos específicos sobre emprendedores también influye a través del incremento de la educación en competencias.*

La imagen que se tiene de los emprendedores puede ser afectiva y cognitiva. La afectiva es si están a favor de los empresarios o no. La imagen cognitiva es lo que las personas consideran que los empresarios aportan a la sociedad y lo que buscan para ellos mismos. Puede dividirse según Baumol (1990) en tres grupos: a) los productivos (generan ganancias privadas y beneficios sociales, ganando por lo tanto ellos y la sociedad), b) los improductivos (con las rentas, y a veces acciones ilegales, generan beneficios para ellos pero a costa del resto de la sociedad, apropiándose así de la riqueza creada por otros en beneficio propio), c) los

destructivos (son incapaces de generar un sistema de beneficios sociales ni de beneficios propios, pues es tal el interés en beneficiarse sin producir nada que terminan por destruir la sociedad y su propia situación personal). Ambas imágenes están relacionadas, los que tienen una imagen afectiva favorable suelen tener una imagen cognitiva positiva. La imagen que se tiene condiciona la acción emprendedora de las personas, según sea positiva o negativa. Cuando desde la sociedad se considera que lo que hacen los empresarios es algo apropiado y se está a favor de ello, se tiende a que las personas sean más proclives a crear empresas (Quintana, 2001).

Hipótesis 7: *La imagen afectiva a favor de los empresarios influye positivamente sobre ser emprendedor por necesidad.*

Hipótesis 8: *La imagen cognitiva favorable de los empresarios influye positivamente sobre ser emprendedor por necesidad.*

Hipótesis 9: *La imagen afectiva, además de la influencia directa, también influye medianamente la imagen cognitiva.*

Weber (1994) explica lo que una persona con *espíritu emprendedor* hace con el tiempo, los préstamos, el dinero, las herencias familiares. Las personas con *espíritu emprendedor* son las que si tienen dinero lo invierten para producir más dinero en vez de dejar de trabajar haciendo que su tiempo sea improductivo, gastarlo en bienes suntuosos y el ocio, inversiones improductivas, apresurarse en devolver el dinero de un préstamo, malgastar lo que le deja su familia. Considera además Weber que el *espíritu capitalista* es un *espíritu activo*. Las personas emprendedoras son personas proactivas, que tienen tendencia a llevar a cabo acciones que alteran el ambiente que les rodea para sacar beneficio.

Hipótesis 10: *Las personas con espíritu emprendedor es más probable que sean em-*

prendedoras por necesidad que las que no tienen espíritu emprendedor.

Las personas que están dispuestas a *asumir riesgos* es más probable que se conviertan en emprendedores que las personas que no quieren incardinarse en proyectos cuyos resultados pueden alejarse de sus expectativas (Das y Teng, 1997; Palich y Bagby, 1995). La propensión al riesgo y el emprendimiento es uno de los factores que más ha sido tratado ya desde clásicos como Knight (1921) hasta los estudios de los últimos años (Hvide y Panos, 2014), considerando todos ellos la propensión al riesgo como un factor imprescindible para convertirse en emprendedores por necesidad.

Hipótesis 11: *Las personas con propensión al riesgo tienen mayor probabilidad de ser emprendedores.*

La decisión de convertirse en emprendedores por necesidad viene dada en gran parte por las *dificultades económicas del hogar*, sobre todo en época de crisis, en las que hay muchas personas desempleadas y otras empleadas con bajos salarios que viven en condiciones de pobreza. Paro y empleo pobre —«individuos de cierto nivel de participación en el trabajo y de una situación de pobreza de los hogares» (Gutiérrez, 2009: 50)— es algo que ocurre en la actualidad en un gran número de casos en Europa (Fraser *et al.*, 2011) y que lleva a muchos hogares a tener dificultades para llegar a fin de mes. Los emprendedores buscan en el autoempleo una solución a la pobreza (Bruton *et al.*, 2013). En otros casos, simplemente no tienen alternativa de empleo y se disponen a ser autónomos por necesidad, pero la situación de autoempleados muchas veces no les saca totalmente de la pobreza, ya que, aunque mejoren, sus ingresos siguen siendo bajos. Son empresas pequeñas que sacan el beneficio del esfuerzo del trabajo del emprendedor, lo que se puede denominar «semi-proletarian producers» (Hanley, 2000: 398).

Hipótesis 12: *Existe asociación entre ser emprendedores por necesidad y tener dificultades económicas para llegar a fin de mes en el hogar.*

Factores contextuales que influyen en ser emprendedores por necesidad

Hay dos visiones distintas para asociar el ambiente de *desempleo* al emprendimiento, una positiva y otra negativa. Las situaciones de crisis, por una parte, dificultan la actividad empresarial —menor emprendimiento—, pero, por otra, al descender la oferta de puestos de trabajo, incrementa la iniciativa emprendedora por necesidad —mayor emprendimiento— (Korpysa, 2010). A pesar del debate de si las situaciones de crisis no favorecen la actividad empresarial y por lo tanto asocian negativamente con el incremento de la actividad emprendedora, lo cierto es que el emprendimiento por necesidad se incrementa en las personas que viven en contextos de crisis y desempleo. Es lo que Thurik *et al.* (2008) denominan el «efecto refugio».

Hipótesis 13: *A medida que se incrementa el porcentaje de desempleo de los países es más probable que las personas que viven en ellos se conviertan en emprendedores por necesidad.*

Instituciones como las de la UE consideran que se está produciendo un incremento de los empresarios por necesidad debido a unas *relaciones laborales* dirigidas a «acabar con las formas “tradicionales” de seguridad de empleo» (Comité Económico y Social, 2013: 17) en las que se esconden reconversiones que aprovechan los empresarios en tiempos de crisis para renegociar relaciones laborales. Se induce a los trabajadores a convertirse en autónomos, siendo una forma de abaratar los costes y reducir las prestaciones sociales (Comité Económico y Social Europeo, 2013). Las instituciones de la UE instan a los gobiernos nacionales a poner más atención en las inspecciones de trabajo para resolver los temas «transfronterizos» provocados «cuando la flexibilización o la desregulación dificultan el control de la presunción de una relación de trabajo» (*ibid.*: 18). Como solución, el Comité Económico y Social «recomienda que la resolución de los problemas específicos de los autónomos se examine en el marco del diálogo social» (*ibid.*).

En este sentido es de esperar que las personas que viven en países en los que exista un menor diálogo social —plasmado en una menor afiliación, representación y cobertura, es decir, sistemas de relaciones laborales que están menos controlados por los sindica-

TABLA 2. Áreas de relaciones laborales en los países de la UE

Área	Afiliación	Representación	Cobertura nc	Media de los 3
Escandinava (DK-FI-SE)	74,7	75	86,8	78,3
Continental (AT-BE-DE-LU-NL- SI)	35,4	52	82,8	56,73
Mediterránea (EL-ES-FR-IT-PT)	20,2	48	75,4	47,87
Anglosajona (CY-IE-MT-UK)	33,9	35	35,3	34,73
Oriental (BG-CZ-EE-LV-LI HU-PL-RO-SK)	22,8	25	34,5	27,43
TOTAL UE-27	25,1	50	62,5	45,87

Fuente: Beneyto, 2010: 3. La última columna fue añadida.

tos— tienen más probabilidad de ser emprendedores por necesidad que los que habitan en países donde el sistema de relaciones laborales está más asentado, con mayor afiliación, representación y cobertura. En la UE podemos diferenciar distintos tipos de relaciones laborales. Beneyto (2010) concluye que existen cinco grandes áreas sindicales en la Unión Europea que son la escandinava, la continental, la mediterránea, la anglosajona y la oriental (véase la tabla 2). En cada una de estas grandes áreas contempla diferencias en la afiliación sindical, la representación y la cobertura de la negociación colectiva. A medida que se pasa del escandinavo al continental, mediterráneo, anglosajón y oriental, se incrementa la probabilidad de ser autónomo por necesidad, motivado tanto por una situación de desempleo mayor como por unas relaciones laborales más permisivas que favorecen el *outsourcing* (Daviri y Reza-zadeh, 2015), no en el sentido positivo de intentar buscar mayor innovación, sino en el sentido negativo de abaratar la mano de obra haciendo que los trabajadores sujetos a situaciones regulares se conviertan en autónomos que trabajan en situaciones de pobreza.

Hipótesis 14: A medida que se pasa de países del área de relaciones laborales escandinava al área continental, mediterránea, anglosajona y oriental, se va incrementando la probabilidad de ser emprendedores por necesidad.

El estadio de desarrollo y competitividad de los países, medido a través del Global Competitiveness Index (GCI) (Schwab, 2016), que nos da un índice de desarrollo, está influyendo en el comportamiento emprendedor de la población que vive en dichos países. La teoría general que se mantiene es que, a mayor puntuación en el GCI de un país, será mayor la probabilidad de que los ciudadanos sean emprendedores (GEM-Informe GEM España, 2017). Sin embargo, es necesario relativizarlo, como reconoce el propio World Economic Forum (2015)

cuando dice que para las economías menos competitivas existe la posibilidad de que muchos emprendedores lo sean por necesidad al no encontrar otra fuente de ingresos para ellos y sus familias, o en economías competitivas, personas que se encuentran en situación de desempleo. Esta segunda es la visión desde la que nosotros partimos.

Hipótesis 15: A medida que se incrementa la puntuación en el GCI desciende la probabilidad de ser emprendedor por necesidad.

METODOLOGÍA

Para realizar el análisis de la variable dependiente y de las independientes individuales tomamos los datos del Flash Eurobarometer 354 (del año 2012). Se tuvieron en cuenta los 28 países de la UE. El número de casos está entre 1.000 y 1.009 en cada país. En total se realizaron 28.062 entrevistas. Para las variables contextuales tomamos los datos del GCI del Global Competitiveness Report 2012-2013 (Schwab, 2016), las cifras de paro de Eurostat, las áreas de relaciones laborales de Beneyto (2010).

En un primer lugar, describimos la variable dependiente y, en aras de comparar los resultados del Eurobarómetro con los de otra encuesta, contrastamos los resultados de la encuesta del Eurobarómetro para la variable dependiente con los de otra encuesta que realizó para el mismo año (2012) el CIS (Estudio 2953), con una muestra de 2.471 entrevistas.

Posteriormente realizamos un análisis bivariado de la variable dependiente con todas las variables independientes (considerando significativas variables categóricas si el Chi cuadrado es inferior a 0,05). Las variables numéricas se estimaron significativas si superan la prueba T de Student. Presentamos todas las variables con sus categorías en la tabla 3, conjuntamente con el porcentaje (variables categóricas) o la media (variables nu-

méricas) en relación con la variable dependiente «Ser emprendedor por necesidad».

Finalmente se realizó un análisis multivariable con la técnica de ecuaciones estructurales. Al ser la variable dependiente categórica, así como la mayoría de las independientes, se aplicó el modelo de ecuaciones estructurales generalizadas (GSEM) con el programa STATA.

RESULTADOS

Emprendedores por necesidad en la UE y en los distintos Estados

La pregunta del Eurobarómetro para conocer los emprendedores por necesidad —variable dependiente— es la siguiente: «Teniendo en cuenta todos los aspectos, ¿diría usted que creó o está creando su negocio...?», y las posibles respuestas son: a) porque se le presentó la oportunidad, b) por necesidad, c) porque surgió la necesidad/oportunidad de asumir el negocio de un familiar, d) NS (No leer). Nuestro interés se centró en conocer las personas que contestaron «por necesidad», creando una variable con dos categorías: a) los que manifestaron que crearon o están creando un negocio por necesidad, b) el resto de la población.

Los emprendedores por necesidad son el 6,56% ponderado y el 7,25% sin ponderar de la población de los 28 países de la Unión Europea de 15 y más años (véase la tabla 1). Este porcentaje varía entre unos países y otros, siendo los porcentajes más elevados los de Grecia, Bulgaria, Chipre, Rumanía, República Checa y España, en los que sobrepasa el 10% de la población. El porcentaje más bajo es el de Luxemburgo, Suecia, Malta, Dinamarca y Bélgica, donde no llega al 4%. Los dos países más extremos son Grecia, con un 14,1%, y Bélgica, con un 2,2%.

Para comparar los resultados del Eurobarómetro con los de otra encuesta, analizamos los datos para España de la encues-

ta del CIS (Estudio 2953, año 2012). La pregunta del CIS para conocer los emprendedores por necesidad es la siguiente: «Y piensa/pensó crear su propio negocio porque surgió la oportunidad o por necesidad?». Las posibles respuestas son: a) porque surgió la oportunidad, b) por necesidad, c) (No leer) por ambas razones, d) N.S., e) N.C. Los datos de comparación de los que manifestaron que piensa/pensó crear el negocio por necesidad frente al resto de la población son bastante similares a los del Eurobarómetro para España, siendo el resultado del CIS que son emprendedores por necesidad el 9,5% de los entrevistados, y los del Eurobarómetro un 10,2%.

Análisis bivariado

Realizamos un análisis bivariado, asociando las diferentes variables —personales (espíritu emprendedor, propensión al riesgo y la imagen de los emprendedores), sociodemográficas (sexo, edad), socioeconómicas y de formación (situación económica del hogar, formación en temas emprendedores y competencias adquiridas) y contextuales (porcentaje de desempleo del país donde vive, índice de competitividad global, tipo de relaciones laborales)— con ser emprendedor por necesidad. Los resultados pueden verse en la tabla 3.

La *imagen* que se tiene de los empresarios influye de forma significativa en ser emprendedor por necesidad, tanto la imagen afectiva como la cognitiva. En lo que respecta a la imagen afectiva, los que están en general a favor de los empresarios son emprendedores por necesidad el 7,97%, frente al 6,55% del resto de la población. Los distintos ítems de la imagen cognitiva también asocian todos ellos de forma positiva. La *propensión al riesgo* de las personas influye en ser emprendedor por necesidad. De los que están en desacuerdo con que «Uno no debería crear su propio negocio si existe el riesgo de que pueda fracasar» son empre-

TABLA 3. Probabilidad de ser emprendedor por necesidad según distintas variables personales, sociodemográficas, socioeconómicas, culturales y contextuales

Variable		Categorías			
Nombre	Etiqueta				
VARIABLE DEPENDIENTE					
exnecesid	Emprendedores por necesidad.	0=Resto de la población	1=Creó o está creando su negocio por necesidad	Sig. de la asociación con la variable exnecesid	
		92,75%	7,25%		
VARIABLES INDEPENDIENTES					
Formemp	Variable latente: Influencia de la educación académica en el espíritu y actividad emprendedora. Está formada a partir de las cuatro variables siguientes: foractit, forpapel, forinteres y forhabcon.				
foractit	Mi educación académica me ayuda/ha ayudado a desarrollar mi sentido de iniciativa, así como mi actitud emprendedora/empresarial.	0=Otras respuestas 1=Totalmente de acuerdo	93,4 90,63	6,6 9,37	0.000
forpapel	Mi educación académica me ayuda/ha ayudado a comprender mejor el papel de los empresarios en la sociedad.	0=Otras respuestas 1=Totalmente de acuerdo	93,8 91,6	6,92 8,40	0.000
forinteres	Mi educación académica hace/ha hecho que me interese/interesara en hacerme empresario/a.	0=Otras respuestas 1=Totalmente de acuerdo	93,33 88,68	6,67 11,32	0,000
forhabcon	Mis estudios me dan/han dado las habilidades y conocimientos que me hacen capaz de llevar un negocio.	0=Otras respuestas 1=Totalmente de acuerdo	93,59 89,47	6,41 10,53	0,000
Imagencog	Variable latente: Imagen cognitiva de los empresarios. Está formada a partir de las cuatro variables siguientes: creanpsbtt, pienspbtd, genempleota, aprovtrabtd.				
creanpsbtt	Los empresarios crean nuevos productos y servicios que nos benefician a todos.	0=Otras respuestas 1=Totalmente de acuerdo	93,32 91,76	6,68 8,24	0,000

TABLA 3. Probabilidad de ser emprendedor por necesidad según distintas variables personales, sociodemográficas, socioeconómicas, culturales y contextuales (continuación)

Variable		Categorías			
Nombre	Etiqueta				
pienspbtd	Los empresarios solo piensan en sus propios bolsillos.	0=Otras respuestas	93,11	6,89	0,000
		1=Totalmente en desacuerdo	90,95	9,05	
genempleota	Los empresarios generan empleo.	0=Otras respuestas	93,58	6,42	0,000
		1=Totalmente de acuerdo	91,99	8,01	
aprovtrabtd	Los empresarios se aprovechan del trabajo de otros.	0=Otras respuestas	93,06	6,94	0,000
		1=Totalmente en desacuerdo	90,89	9,11	
imempres	Imagen afectiva: Opinión general sobre los empresarios (autónomos o propietarios de negocios).	0=Otras respuestas	93,45	6,55	0,000
		1=En general a favor	92,03	7,97	
riesgfracne	Uno no debería crear su propio negocio si existe el riesgo de que pueda fracasar.	0=De acuerdo	93,34	6,66	0,000
		1=En desacuerdo	91,97	8,03	
riesg2oport	Las personas que han empezado su nuevo negocio y han fracasado deberían tener una segunda oportunidad.	0=En desacuerdo	93,99	6,01	0,001
		1=De acuerdo	92,47	7,53	
mempresa	¿Qué haría con 120.000 euros de una herencia?	0=Otras respuestas	93,91	6,09	0,000
		1=Montar una empresa	87,34	12,66	
sexo	Sexo del entrevistado.	0=Mujer	94,28	5,72	0,000
		1=Hombre	90,60	9,40	
edad6cat	Edad del entrevistado.	15-24 años	97,82	2,18	0,000
		25-34 años	94,54	5,46	
		35-44 años	91,52	8,48	
		45-54 años. Categoría base	90,10	9,90	
		55-64 años	90,95	9,05	
		65 y + años	94,21	5,79	
formación	En el colegio o en la universidad, ¿alguna vez ha participado en un curso o actividad sobre el espíritu empresarial - es decir, transformar ideas en acciones, desarrollando sus propios proyectos?	0=No	93,18	6,82	0,000
		1=Sí	91,39	8,61	

TABLA 3. Probabilidad de ser emprendedor por necesidad según distintas variables personales, sociodemográficas, socioeconómicas, culturales y contextuales (continuación)

Variable		Categorías			
Nombre	Etiqueta				
dificultades	Ingresos de su hogar.	Vive cómodamente con el ingreso actual. Categoría base	94,90	5,10	0,000
		Se las arregla con el ingreso actual.	93,03	6,97	
		Le cuesta funcionar con el ingreso actual	91,08	8,92	
		Le cuesta mucho funcionar con el ingreso actual	89,60	10,40	
desempleo	Desempleo del país donde habita.	Porcentaje de desempleo de los países (2012): Mín=4,4, Máx=24,2	10,33	11,63	0,000
relab	Modelo de relaciones laborales del país donde vive. Cinco grandes áreas.	Escandinava. Categoría base	96,50	3,50	0,000
		Continental	95,66	4,34	
		Mediterránea	92,17	7,83	
		Anglosajona	92,24	7,76	
		Oriental	90,37	9,63	
gcindex	Índice de competitividad global de los distintos países según el Foro Económico Mundial.	Valor del índice de competitividad global del país en que vive (2012-2013): Mín=3,86, Máx=5,55	4,72	4,55	0,000

Fuente: Flash Eurobarometer 354 (2012) para las variables exnecesid, foractit, forpapel, forinteres, forhabcon, creanpsbttta, pienspbtd, genempleota, aproytrabtd, imempres, risgfracne, riesg2oport, mempresa, sexo, edad6cat, formación, dificultades. Eurostat para desempleo. Beneyto (2010) para relab. World Economic Forum (2015) para gcindex.

dedores por necesidad el 8,03%, frente al 6,66% del resto de la población. De los que están de acuerdo con que «Las personas que han empezado su nuevo negocio y han fracasado deberían tener una segunda oportunidad» son emprendedores por necesidad el 7,53%, frente al 6,01% del resto de la población. Ante la pregunta de «qué haría con 120.000 euros de una herencia», los que contestaron que montarían una empresa son emprendedores por necesidad el 12,66%, frente al 6,09% de los que contestaron otras alternativas.

Las variables *sexo*, *edad*, *situación económica* y *formación* influyen de forma significativa en ser emprendedor por necesidad. Los hombres tienen más probabilidad que las mujeres (9,40%, frente a un 5,72%). Las personas del grupo de edad de 45 a 54 años son los que tienen mayor probabilidad. La situación económica del domicilio influye de modo muy importante. Los que tienen dificultades para funcionar con los ingresos actuales tienen más probabilidades de ser emprendedores por necesidad que los que viven cómodamente (10,40%, frente al

5,10%). La influencia de la *formación* es positiva, siendo más probable que sean emprendedoras las personas que participaron en un curso o actividad sobre el espíritu empresarial. También influye de forma positiva la adquisición de competencias relacionadas con el emprendimiento.

Se incrementa el ser emprendedor por necesidad con el incremento del porcentaje de *desempleo* del país donde vive. El Índice de Competitividad Global influye inversamente, descendiendo los emprendedores por necesidad a medida que se eleva su valor. La variable *sistema de relaciones laborales* del país donde vive también influye de forma muy significativa. A medida que pasamos de unas relaciones laborales de la zona escandinava a la zona oriental, pasando por la continental, mediterránea y anglosajona, se va incrementando la probabilidad de ser emprendedores por necesidad: escandinava, 3,5%; continental, 4,34%; mediterránea, 7,83%; anglosajona, 7,76%; oriental, 9,63%.

Relación multivariable y discusión de resultados

En el gráfico 1 presentamos el modelo de relaciones de las ecuaciones estructurales generalizadas (GSEM). La tabla 4 proporciona los estimadores puntuales (Coef.), OR, significado de la asociación ($P > z$) e intervalos de confianza. Nos da la fuerza de la asociación entre la variable dependiente y cada una de las independientes cuando el resto de las variables permanecen constantes. El resultado es que todas las asociaciones son significativas con valores $P > z$ inferiores a 0,05, excepto la categoría de edad de 55 a 64 años, que no es significativa en comparación con la categoría base, que en este caso es de 45 a 54 años

A su vez, se pueden ver los efectos directos y los indirectos de unas variables a través de otras variables. El cálculo del efecto indirecto es igual al producto de los coeficientes a lo largo de camino (*Path*) que une

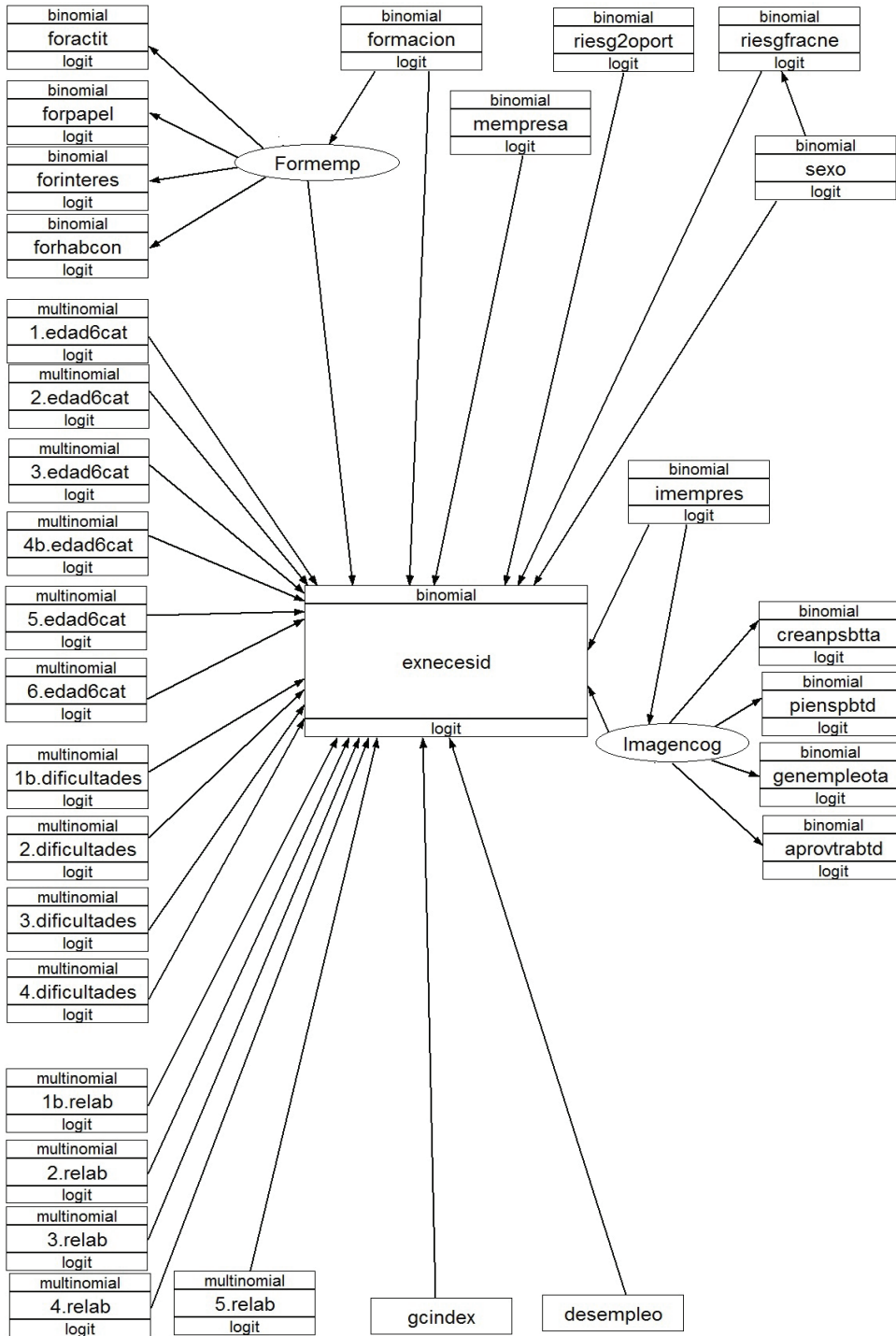
una variable con otras. Así, como ejemplo, el efecto total del género sobre la probabilidad de ser emprendedor por necesidad es igual al efecto directo (0,552) más el efecto indirecto ($0,332 \times 0,211 = 0,070$), que nos da un coeficiente de 0,622, el cual nos da un OR de 1,863.

En el análisis multivariable se confirman todas las hipótesis establecidas, tanto las relativas a la influencia de los factores individuales como las de los factores contextuales. Se confirman las hipótesis 1 y 2. El sexo influye de forma significativa en ser emprendedor por necesidad, siendo más probable que los hombres sean emprendedores que las mujeres (OR 1,73: por cada 100 mujeres que son emprendedoras por necesidad, tenemos 173 hombres). Este resultado confirma los de Giacomini *et al.* (2007). Pero además de la influencia directa también se produce una influencia a través de la *propensión al riesgo* («Uno no debería crear su propio negocio si existe el riesgo de que pueda fracasar»), siendo más probable que sea percibido por las mujeres que por los hombres (OR 1,39), lo cual también confirma resultados como los de Fuentes García y Sánchez Cañizares (2010).

Se confirma la hipótesis 2. La *edad* influye de forma significativa en ser emprendedor por necesidad, teniendo las personas de 45 a 54 años mayor probabilidad que los otros grupos de edad. Se confirman así los resultados de otros autores como Giacomini *et al.* (2007), Verheul *et al.* (2010), Bergmann y Sternberg (2007). Además, también se confirman datos como los de Adecco (2014), según los cuales el tramo de edad más crítico para encontrar trabajo por cuenta ajena es el de 45 a 54 años, convirtiéndose así las personas de este grupo de edad en los que más tienen que recurrir a ser emprendedores por necesidad.

Se confirman las hipótesis 4, 5 y 6. La *formación* influye significativamente en ser emprendedor por necesidad. Las personas,

GRÁFICO 1. Modelo GSEM de relación de la variable dependiente con las independientes



Fuente: Elaboración propia.

TABLA 4. Resultados del análisis GSEM

			Coef.	OR	P>z	[95% Coef.	Interval]
foractit	<-Formemp		1				
forpapel	<-Formemp		0,97	2,63	0,000	0,90	1,04
forinteres	<-Formemp		0,89	2,43	0,000	0,83	0,94
forhabcon	<-Formemp		0,93	2,53	0,000	0,87	0,99
creanpsbta	<-Imagencog		1				
pienspbtd	<-Imagencog		0,83	2,29	0,000	0,76	0,90
genempleota	<-Imagencog		0,99	2,70	0,000	0,93	1,06
aprovtrabtd	<-Imagencog		0,70	2,01	0,000	0,64	0,76
exnecesid <-	formación	No	1				
		Sí	0,20	1,23	0,000	0,09	0,32
	imempres	No	1				
		A favor	0,13	1,13	0,025	0,02	0,23
	riesgfracne	De acuerdo	1				
		En desacuerdo	0,21	1,23	0,000	0,11	0,31
	riesg2oport	En desacuerdo	1				
		De acuerdo	0,18	1,20	0,013	0,04	0,33
	mempresa	Otras respuestas	1				
		Montar una empresa	0,55	1,73	0,000	0,44	0,66
	sexo	Mujer	1				
		Hombre	0,55	1,73	0,000	0,45	0,65
		45-54	1				
		15-24	-1,82	0,16	0,000	-2,09	-1,54
		25-34	-0,81	0,44	0,000	-0,99	-0,64
		35-44	-0,25	0,78	0,001	-0,39	-0,11
	edad6cat	55-64	-0,04	0,96	0,588	-0,17	0,10
		65+	-0,41	0,66	0,000	-0,56	-0,26
		Vive cómodamente	1				
		Se las arregla	0,23	1,26	0,001	0,09	0,37
	dificultades	Le cuesta	0,39	1,48	0,000	0,23	0,55
		Le cuesta mucho	0,48	1,61	0,000	0,30	0,66
		Escandinava	1				
		Continental	0,25	1,29	0,049	0,00	0,50
		Mediterránea	0,33	1,39	0,035	0,02	0,63
	relab	Anglosajona	0,64	1,89	0,000	0,37	0,90
Oriental		0,67	1,96	0,000	0,39	0,96	
desempleo			0,02	1,02	0,001	0,01	0,04
gcindex			-0,25	0,78	0,002	-0,41	-0,09
Formemp			0,06	1,06	0,000	0,03	0,08
Imagencog			0,08	1,09	0,000	0,04	0,12
riesgfracne <-	sexo		0,33	1,39	0,000	0,28	0,38
Formemp <-	formación		1,49	4,43	0,000	1,38	1,59
Imagencog <-	imempres		1,20	3,31	0,000	1,12	1,27

para emprender, necesitan tener una cierta motivación y destrezas que se pueden aprender, es lo que algunos autores denominan aprender a emprender (Marina, 2010). Afecta directamente el haber participado en algún curso específico sobre el espíritu emprendedor, siendo el OR de 1,23. También influye mediante la formación en competencias emprendedoras en la educación académica en general (la educación académica le ayudó a desarrollar el sentido de iniciativa, a comprender mejor el papel de los empresarios en la sociedad, a interesarse por hacerse empresario, a tener habilidades y conocimientos para llevar un negocio). Son así acertadas las recomendaciones que hacen organizaciones como la OCDE (2009) o algunos estudiosos (Pellicer *et al.*, 2013).

Se confirman las hipótesis 7, 8 y 9. La *imagen* que se tiene de los empresarios influye en ser emprendedor por necesidad. Afecta tanto la imagen afectiva como la cognitiva. Las personas que en general están a favor de los empresarios es más probable que sean emprendedores por necesidad. Pero si a su vez dichas personas tienen una imagen cognitiva positiva de los empresarios considerando que son productivos para la sociedad (Baumol, 1990) —que crean nuevos productos y servicios que nos benefician a todos, que generan empleo—, entonces la influencia en convertirse en emprendedores todavía es mayor (Quintana, 2001). También se demuestra que tener una imagen afectiva favorable se asocia positivamente con tener una imagen cognitiva positiva.

Se confirma la hipótesis 10, que relaciona el emprendimiento con la idea de Weber (1994) de que existen personas que tienen un espíritu emprendedor, si tuviesen dinero en lugar de dedicarse al ocio, lujo o ahorro, se dedicarían a crear empresas. Son personas para las que el dinero ha de emplearse para conseguir más dinero. El tener *espíritu emprendedor* influye de forma muy importante en convertirse en emprendedor por necesidad, siendo el OR de 1,73.

Se confirma la hipótesis 11. Es necesaria una cierta disposición a asumir riesgos para ser emprendedor por necesidad. Los que consideran que si existe riesgo de fracasar no se debería crear un negocio, tienen menos probabilidad de ser emprendedores por necesidad. Estar a favor de dar una segunda oportunidad a las personas que ya fracasaron con un negocio influye en ser emprendedores por necesidad. Esto viene a confirmar las tesis que relacionan la propensión al riesgo con el emprendimiento, como las de Hvi-de y Panos (2014).

Se confirma la hipótesis 12. La percepción de la *situación económica* del hogar se asocia significativamente con ser emprendedor por necesidad. Los que viven cómodamente son los que tienen menos probabilidad y a los que les cuesta mucho son los que tienen mayor probabilidad (OR 1,61). Se confirma la tesis de Bruton *et al.* (2013) de que los emprendedores por necesidad buscan en el autoempleo una alternativa de solución a la pobreza.

Tenemos que confirmar la teoría de partida de que además de los efectos individuales es necesario incluir los contextuales, que están ejerciendo un efecto muy importante sobre la variable dependiente, hasta el punto de que si eliminamos las variables contextuales el AIC y el BIC son más elevados. El modelo ajusta mucho mejor si se incluyen dichas variables. Se confirman las hipótesis 13, 14 y 15, relativas a los aspectos contextuales de la influencia del porcentaje de desempleo del país donde viven, el modelo de relaciones laborales, el índice de desarrollo y competitividad. La situación de desempleo del país donde viven influye en el emprendimiento, siendo más probable que se recurra a ser emprendedor por necesidad cuando se vive en países con elevado porcentaje de desempleo. Se cumple así la tesis del «efecto refugio» de Thurik *et al.* (2008). En los países menos desarrollados y menos competitivos según el índice del GCI, es más probable que las personas sean emprende-

doras por necesidad, confirmándose así la tesis del World Economic Forum (2015).

También influye significativamente en ser emprendedor por necesidad el modelo de relaciones laborales del país donde se vive. Las personas que viven en países con un modelo de relaciones laborales escandinavo tienen menor probabilidad que los que viven en países con otro tipo de relaciones laborales, siendo el OR del área continental respecto a la escandinava de 1,29, del área mediterránea de 1,39, del área anglosajona de 1,89 y del área oriental de la UE de 1,96. Resulta así de gran capacidad explicativa la tipología de relaciones laborales de Beneyto (2010).

Resumiendo, los *mecanismos básicos que impulsan al emprendimiento por necesidad* son de orden individual (actor) y contextual (situación de la acción). La mayor probabilidad de ser emprendedor por necesidad se produce cuando se vive en países con elevado desempleo, bajo índice de competitividad y un sistema de relaciones laborales con baja afiliación, representación y cobertura. A estas condiciones contextuales hay que añadir aspectos individuales, tanto subjetivos (buena imagen de los emprendedores, no temer el riesgo y ser partidarios de dar una segunda oportunidad a una persona si fracasa la primera, tener valores que primen invertir el dinero en producir más dinero en vez de gastarlo en consumo conspicuo) como objetivos, relacionados con la formación en competencias emprendedoras, la carencia de recursos para llegar en el hogar a fin de mes, y socio-demográficos, siendo más probable en los hombres de 45 a 55 años.

CONCLUSIONES

La teoría crítica del emprendimiento y sus postulados de que existe una solución ideológica y pragmática a la contracción del mercado laboral que empuja a las personas a convertirse en emprendedores por necesidad es acorde con nuestros resultados. Re-

sultan así de gran utilidad trabajos como los de Ararat (2010), Giraudeau (2007, 2012), Alonso y Fernández (2013) o Moruno (2015).

Siguiendo la teoría de la «lógica de la acción» aplicada al emprendimiento por Guyot y Vandewattyne (2004), podemos afirmar que las condiciones individuales y contextuales en que viven las personas les llevan a convertirse en emprendedores por necesidad. Estas condiciones afectan a la Unión Europea, existiendo un elevado porcentaje de ciudadanos que se ven forzados a ser emprendedores —motivaciones *push* (Verheul *et al.*, 2010)—. Pero los porcentajes difieren mucho entre los distintos Estados según su modelo de relaciones laborales, el porcentaje de desempleo y el nivel de desarrollo. Grecia es el país con mayor porcentaje (14,10) y Bélgica el menor (2,20).

En la búsqueda de factores que llevan a esta acción, los resultados del análisis confirman la teoría *push* sobre los emprendedores por necesidad: las personas que viven en condiciones económicas y sociales difíciles —con edades en las que todavía no se pueden jubilar, pero ya es difícil que las empresas quieran contratarles, en ambientes de desempleo, relaciones laborales precarias y países menos desarrollados— son las que tienen mayor probabilidad de ser emprendedores por necesidad. Se ven empujados a ello por una serie de factores negativos. Se cumple así la teoría de los autores sobre los factores *push*, como factores negativos que condicionan el hecho de convertirse en emprendedores por necesidad (Shapero y Sokol, 1982; Verheul *et al.*, 2010).

Pero además de estas circunstancias, para convertirse en emprendedores por necesidad influyen de forma significativa otras variables que están relacionadas con el espíritu emprendedor, la imagen que se tiene de los empresarios, la propensión al riesgo, la formación. Aunque el emprendimiento pueda ser una opción no deseada, en ausencia de otra alternativa es una solución para

muchas personas y para llevarla a cabo se necesita tener unos conocimientos. La formación sobre emprendimiento, con cursos específicos o sin ser específicos pero que inculquen competencias (tanto motivacionales como técnicas), son fundamentales para ser emprendedores, siendo así necesario seguir las recomendaciones de las instituciones como la OCDE (2009). Es necesario aprender a emprender (Block y Wagner, 2007; Pellicer *et al.*, 2013; Marina, 2010).

En todo caso, para cortar con la situación que lleva a las personas a tener que emprender por necesidad, resulta necesario el desarrollo y la competitividad en los países de la Unión Europea, al mismo tiempo que los cambios en el sistema de relaciones laborales, siendo más adecuado seguir los modelos escandinavo o continental (Beneyto, 2010), por ser en dichos países en los que menos se da este problema.

Como limitaciones del estudio se puede indicar las carencias que tienen las encuestas del Eurobarómetro. En este caso concreto sería de desear que además de la pregunta de ser empresario por oportunidad o por necesidad, se incluyesen preguntas específicas para profundizar en los distintos tipos de necesidades, así como en los distintos tipos de estrategias emprendedoras.

BIBLIOGRAFÍA

- Adecco (2014). *Informe Infoempleo Adecco*. Madrid: Adecco. Disponible en: http://blog.infoempleo.com/wp-content/uploads/2014/07/Informe_Infoempleo_Adecco_2013.pdf, acceso el 14 de enero de 2017.
- Alonso, Luis Enrique y Fernández Rodríguez, Carlos J. (2013). «Los discursos del *management*. Una perspectiva crítica». *Lan Harremanak*, 28: 42-69.
- Ararat Herrera, J. A. (2010). «La ideología del emprendimiento. Una mirada desde el análisis crítico del discurso». *AD-minister*, 17: 5-33.
- Baumol, William J. (1990). «Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive». *Journal of Political Economy*, 98(5): 893-921.
- Beneyto, Pere J. (2010). «Afilación y representación sindical en Europa». *Fundación 1º de Mayo*, 37. Disponible en: <http://www.1mayo.ccoo.es/nova/files/1018/Estudio37.pdf>, acceso el 10 de marzo de 2017.
- Bergmann, Heiko y Sternberg, Rolf (2007). «The Changing Face of Entrepreneurship in Germany». *Small Business Economics*, 28: 205-221.
- Block, Joern y Wagner, Marcus (2010). «Necessity and Opportunity Entrepreneurs in Germany: Characteristics and Earnings Differentials». *Schmalenbach Business Review*, 62(2): 154-174.
- Brunet, Ignasi y Alarcón, Amado (2004). «Teorías sobre la figura del emprendedor». *Papers: revista de sociología*, 73: 81-103.
- Bruton, Garry D.; Ketchen, David J. e Ireland, R. Duane (2013). «Entrepreneurship as a Solution to Poverty». *Journal of Business Venturing*, 28(6): 683-689.
- Comité Económico y Social Europeo (2013). «Uso abusivo del estatuto del trabajador autónomo» (2013/C 161/03). *Diario Oficial de la Unión Europea*, 6.6.2013, C 161/14-19.
- Das, Tushar Kanti y Teng, Bing-Sheng (1997). «Time and Entrepreneurial Risk Behavior». *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 22(2): 69-71.
- Davari, Ali y Rezazadeh, Arash (2015). «The Measurement of Entrepreneurial Outsourcing: Preliminary Scale Development, Dimensionality Assessment, and Construct Validation». *Journal of Technology Management and Innovation*, 10(2): 211-224.
- Fraser, Neil; Gutiérrez, Rodolfo y Peña-Casas, Ramón (eds.) (2011). *Working Poverty in Europe*. London: Palgrave Macmillan.
- Fuentes García, Fernando J. y Sánchez Cañizares, Sandra Mª. (2010). «Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género». *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3): 1-28.
- Giacomin, Oliver *et al.* (2007). *Novice Creators: Personal Identity and Push Pull Dynamics*. CRECIS Working Paper 07/10, Center for Research in Change, Innovation and Strategy, Louvain School of Management. Disponible en: www.crecis.be. https://www.uclouvain.be/cps/ucl/doc/iag/documents/WP_07-10_Franssen.pdf, acceso el 2 de diciembre de 2016.
- Giraudeau, Martin (2007). «Le travail entrepreneurial, ou l'entrepreneur schumpetérien performé». *Sociologie du travail*, 49(3): 330-350.

- Giraudeau, Martin (2012). «Remembering the Future: Entrepreneurship Gidebooks in the US, from Meditation to Method (1945-1975)». *Foucault Studies*, 13: 40-66.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2017). *Informe GEM España 2016*. Santander: Editorial de la Universidad de Cantabria.
- Gutiérrez, Rodolfo (2009). «La dinámica de la pobreza de los trabajadores». *Revista Internacional de Organizaciones*, 3: 49-70.
- Gutiérrez, Rodolfo (2014). «Welfare Performance in Southern Europe: Employment Crisis and Poverty Risk». *South European Society and Politics*, 19(3): 371-392.
- Gutiérrez, Rodolfo y Rodríguez, Vanesa (2016). «Jóvenes y emprendedores. Las preferencias por el autoempleo de los jóvenes en España». *Revista del Ministerio de Empleo y Seguridad Social*, 121: 37-64.
- Guyot, Jean-Luc y Vandewattyne, Jean (2004). *Ebauche d'une sociologie des logiques d'action des créateurs d'entreprises: apports théoriques*. Disponible en: <http://www.airepme.org/index.php?action=section&id=250>, acceso el 4 de agosto de 2017.
- Hanley, Eric (2000). «Self-employment in Post-communist Eastern Europe: A Refuge from Poverty or Road to Riches?». *Communist and Post-communist Studies*, 33(3): 379-402.
- Hvide, Hans K. y Panos, Georgios A. (2014). «Risk Tolerance and Entrepreneurship». *Journal of Financial Economics*, 111(1): 200-223.
- International Labour Organization (ILO) (2006). R198 - *Employment Relationship Recommendation*. Disponible en: http://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:R198, acceso el 4 de agosto de 2017.
- Knight, Frank H. (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*. Boston, MA: Hart, Schaffner & Marx; Houghton Mifflin Co.
- Korpysa, Jaroslaw (2010). «Unemployment as a Main Determinant of Entrepreneurship». *Transformations in Business and Economics*, 9(1): 109-123.
- Marina, José Antonio (2010). «La competencia de emprender». *Revista de Educación*, 351: 49-71.
- Martínez, Francisco Miguel y Carmona, Gabriel (2009). «Aproximación al concepto de "competencias emprendedoras": valor social e implicaciones educativas». *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 7(3): 83-97.
- Martínez Barroso, M^a de los Reyes (2008). «El principio de igualdad y la no discriminación del trabajador autónomo en el ordenamiento jurídico español». *Pecunia*, 7: 207.
- Moruno, Jorge (2015). *La fábrica del emprendedor, trabajo y política en la empresa-mundo*. Madrid: Akal.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2009). *Evaluation of Programmes Concerning Education for Entrepreneurship*, report by the OECD Working Party on SMEs and Entrepreneurship, OECD. Disponible en: <https://www.oecd.org/cfe/smes/42890085.pdf>, acceso el 5 de septiembre de 2016.
- Palich, Leslie y Bagby, D. Ray (1995). «Using Cognitive Theory to Explain Entrepreneurial Risk-Taking: Challenging Conventional Wisdom». *Journal of Business Venturing*, 10(6): 425-438.
- Pellicer, Carmen; Álvarez, Beatriz y Torrejón, Juan Luis (2013). *Aprender a emprender. Cómo educar el talento emprendedor*. Fundación Príncipe de Girona/aulaPlaneta. Disponible en: <https://es.fpdgi.org/upload/proyector/aprender-a-emprenderesp.pdf>, acceso el 1 de junio de 2017.
- Quintana García, Cristina (2001). «Dimensiones del éxito de las empresas emprendedoras». *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 7(2): 139-158.
- Ritzer, George (1993). *Teoría sociológica contemporánea*. Madrid: McGraw-Hill.
- Schwab, Klaus (ed.) (2016). *The Global Competitiveness Report 2016-2017*. Geneva: World Economic Forum. Disponible en: http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2016-2017_FINAL.pdf, acceso el 16 de septiembre de 2017.
- Segoviano Astaburuaga, María Luisa (2007). «Trabajadores autónomos económicamente dependientes». *Documentación Laboral*, 3(81): 29-46.
- Shapero, Albert y Sokol, Lisa (1982). «The Social Dimensions of Entrepreneurship». En: Kent, C.; Sexton, D. y Vesper, K. H. (eds.). *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Thurik, A. Roy et al. (2008). «Does Self-employment Reduce Unemployment?». *Journal of Business Venturing*, 23(6): 673-686.

- Verheul, Ingrid et al. (2010). *Factors Influencing the Entrepreneurial Engagement of Opportunity and Necessity Entrepreneurs*. EIM Research Reports, The Netherlands. Disponible en: <http://www.ondernemerschap.nl/pdf-ez/H201011.pdf>, acceso el 1 de octubre de 2016.
- Vivarelli, Marco (2004). «Are All the Potential Entrepreneurs So Good?». *Small Business Economics*, 23: 41-49.
- Volkman, Christiner K.; Tokarski, Kim Oliver y Grünhagen, Mar (2010). *Entrepreneurship in a European Perspective*. Berlin: Galber.
- Weber, Max (1994). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona: Península.
- World Economic Forum (2015). *Leveraging Entrepreneurial Ambition and Innovation. A Global Perspective on Entrepreneurship, Competitiveness and Development*. Disponible en: http://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_EntrepreneurialInnovation_Report.pdf, acceso el 23 de marzo de 2017.
- Zwan, Peter van der; Thurik, Roy y Grilo, Isabel (2010). «The Entrepreneurial Ladder and its Determinants». *Applied Economics*, 42(17): 2183-2191.

RECEPCIÓN: 16/10/2017

REVISIÓN: 12/02/2018

APROBACIÓN: 21/06/2018

ANEXO**TABLA 1.** *Emprendedores por necesidad en la Unión Europea*

País donde reside	Emprendedores por necesidad (%)	Resto población (%)	Total
Grecia	14,10	85,90	100
Bulgaria	12,84	87,16	100
Chipre	12,76	87,24	100
Rumanía	11,94	88,06	100
República Checa	11,00	89,00	100
España	10,29	89,71	100
Croacia	9,97	90,03	100
Estonia	9,61	90,39	100
Hungría	9,12	90,88	100
Polonia	8,80	91,20	100
Letonia	8,10	91,90	100
Irlanda	8,00	92,00	100
Lituania	7,78	92,22	100
Reino Unido	7,18	92,82	100
Eslovaquia	7,10	92,90	100
Portugal	6,40	93,60	100
Alemania	5,99	94,01	100
Eslovenia	5,29	94,71	100
Finlandia	4,70	95,30	100
Austria	4,70	95,30	100
Francia	4,28	95,72	100
Holanda	4,19	95,81	100
Italia	4,09	95,91	100
Luxemburgo	3,69	96,31	100
Suecia	3,20	96,80	100
Malta	3,09	96,91	100
Dinamarca	2,60	97,40	100
Bélgica	2,20	97,80	100
Total 28 países de la UE, sin ponderar	7,25	92,75	100
Total 28 países de la UE, ponderado	6,56	93,44	100

Fuente: Flash Eurobarometer 354 (2012).