

Deporte, salud y belleza

En este artículo se analizan los sectores de deporte, salud y belleza y analizamos cuáles son las principales motivaciones para emprender en estos sectores, así como los obstáculos a los que se enfrentan. Los resultados señalan como principales motivaciones para emprender en estos sectores la búsqueda de la satisfacción personal y poder aprovechar una oportunidad de negocio. Por otro lado, los principales obstáculos serían la falta de financiación y los trámites administrativos necesarios para la creación y gestión del negocio. Este trabajo amplía el conocimiento que tenemos sobre el colectivo de los emprendedores, en especial sobre los sectores de salud, belleza y deporte.

Palabras clave: Juventud, emprendimiento, perfil emprendedor, deporte, belleza, salud.

1. Introducción

La concepción global de los mercados es el eje principal alrededor del cual se desarrolla la actividad económica de la empresa. La globalización debe interpretarse conociendo sus pilares fundamentales: libre movimiento de capitales, libre movimiento de bienes y servicios y libre movimiento de personas entre países.

Bajo esta óptica, la de una actuación global, las oportunidades de negocios ya no son interpretadas en términos de mercado local. Todos los mercados representan una oportunidad empresarial y así debe interpretarse.

La “oportunidad” se considera, por tanto, como más relevante que el “crecimiento” o el “clima de inversión”, a la hora de tomar decisiones empresariales.

La economía globalizada, resalta nuevas realidades comerciales que deben ser advertidos en los negocios y en la dirección. En particular, lo anterior ha llevado a una competencia más extensa e intensa para la mayor parte de las empresas y a un empuje continuo hacia el logro de una mayor eficiencia y surgimiento de un nuevo paradigma de dirección.

En el “Informe de proyecciones de la economía española” del Banco de España de 2018 se explica que la economía española se encuentra en una fase expansiva, con una política presupuestaria ligeramente expansiva, que podría dar lugar al aumento del grado de utilización de los factores productivos. A esto se añade un crecimiento de los mercados de exportación de la economía española. Todo ello llevaría a un crecimiento esperado del PIB. “Ello es consecuencia, principalmente, de las medidas fiscales expansivas (en particular, el mayor crecimiento esperado del empleo y los salarios públicos) y, en menor medida, del mejor tono de los mercados exteriores, factores que se ven amortiguados ligeramente por la apreciación cambiaria”.

Por otra parte, se estima que la inversión empresarial continuará apoyándose en la pujanza de la demanda y en el aumento de la utilización de la capacidad productiva, en un marco en el que la financiación de este gasto seguirá viéndose facilitada por la abundancia de generación de recursos internos y la disponibilidad de recursos externos en condiciones favorables. Respecto al “gasto en bienes y servicios de consumo seguirá apoyándose en la fortaleza del proceso de creación de empleo, en la persistencia de condiciones financieras favorables“. También se establece que el empleo seguirá creciendo hasta obtener reducciones adicionales de la tasa de paro a un nivel del 11% al final de 2020.

Tabla 1. **Proyección Macromagnitudes de la Economía Española***

Macromagnitud	2018	2019	2020
PIB	2.7	2.3	2.1
Consumo privado	2.1	1.6	1.6
Consumo público	1.4	1.2	1.2
Exportación de bienes y servicios	4.9	4.8	4.5
Importación de bienes y servicios	4.2	4.5	4.3
Empleo (puestos de trabajo equivalente)	2.7	2	1.9
Tasa de paro (% de la población activa)	14.2	12.6	11.0

*Tasas de variación anual sobre volumen y % del PIB

Fuente: Boletín Económico Banco de España (2018)

Respecto al tejido empresarial español, según el Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Directorio Central de Empresas (DIRCE), A 1 de enero 2017 en España 3.282.346 de empresas, un 1,4% más que en 2016, cuando había 3.236.582 empresas. Dentro del tejido empresarial español un 99,83% corresponden a Pymes de entre 0 y 199 empleados (INE, 2018), y por tanto solo un 0,17% a grandes empresas (mayor de 200 empleados).

Tabla 2. **Datos de empresas por situación de actividad a 1 de enero 2017**

Situación de actividad	Total	Porcentaje
TOTAL	3.667.511	100,00
Altas	419.504	11,4
Permanencias	2.862.842	78,1
Bajas	385.165	10,5

Fuente: INE (2018)

Desgraciadamente, 385.165 empresas se dieron de baja durante 2016, siendo aproximadamente 331.812 en 2015 (INE). De estas bajas, 231.079, el 59,99% fueron personas físicas (2016); un 24,18% sociedades de responsabilidad limitada; un 1,02% sociedades anónimas; y un 14,79% corresponden a otros tipos.

Respecto a la confianza empresarial, el actual Índice de Confianza Empresarial Armonizado (ICEA) del INE se sitúa en 134,9 puntos en el primer trimestre de 2018, lo que supone una mejora en la confianza de los empresarios de 3,1 puntos respecto al primer trimestre de 2017. Así como más de 30 puntos por encima del indicador de 2012. También incrementa la

confianza de los empresarios sobre la evolución futura de su negocio en el durante el primer trimestre de 2018 respecto al primer trimestre de 2017.

La creación de empresas en España

El emprendedor es una persona física con iniciativa empresarial, que identifica una oportunidad de negocio y reúne los recursos necesarios para llevarla a cabo, por ello este individuo está dispuesto a asumir un riesgo. Este riesgo debe conocerse, y debe tenerse en cuenta la actitud del emprendedor hacia el riesgo, puesto que programas genéricos orientados a incrementar la tasas de emprendimiento pueden no ser efectivos si no se tiene en cuenta el riesgo (Bolívar y Hormiga, 2012).

El Observatorio Internacional GEM, en su Informe GEM España 2016, proporciona datos acerca de la medición de la tasa de actividad emprendedora de España, sus regiones y ciudades participantes, una descripción de sus características, su relación con el desarrollo económico y un diagnóstico acerca del estado de las principales condiciones institucionales o de entorno para emprender. GEM entiende el emprendimiento “como un proceso que se inicia con la generación de una idea, continúa con las acciones de su puesta en marcha, se lanza al mercado, entra en una fase de consolidación y pasa a la fase consolidada cuando sobrevive por mas de tres años y medio”.

En esta línea, dentro de los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM España 2016 destacamos la creación del TEA, Actividad Emprendedora Total, que mide el emprendimiento naciente, iniciativas que se están poniendo en marcha y que aún no han pagado salarios, y el emprendimiento nuevo, iniciativas que se hallan en fase de consolidación (menos de 42 meses de actividad), ambas sobre la población de 18 a 64 años de edad:

Tabla 3. **Balanced Scorecard del Informe GEM España 2016**

Actividad Emprendedora Total (TEA)	2015	2016	Evolución
TEA Total	5,7%	5,2%	-8,8%
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	24,8%	26,0%	4,8%
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovecha un negocio detectado)	73,5%	70,2%	-4,5%
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	1,7%	3,8%	123,5%
TEA del sector orientado al consumo	51,1%	54,6%	6,8%
TEA sin empleados	50,5%	52,4%	3,8%
TEA de 1-5 empleados	44,9%	38,0%	-15,4%
TEA de 6-19 empleados	4,1%	6,5%	58,5%
TEA de 20 y más empleados	0,5%	3,2%	540,0%
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	10,6%	12,5%	17,9%

Fuente: Informe GEM España 2016

De este cuadro destacamos una disminución del porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras entre los años 2015 al 2016. Especialmente disminuye la actividad emprendedora por oportunidad mientras que aumenta la actividad emprendedora por oportunidad y otros motivos. También

aumentan la actividad emprendedora del sector orientado al consumo y al sector transformador; disminuyendo la actividad emprendedora en el sector primario y del servicio a empresas.

La actividad emprendedora de los negocios sin empleados y de más de 5 empleados aumentó, mientras que la actividad emprendedora entre los negocios de 1 a 5 empleados disminuyó. Es importante señalar que la actividad emprendedora de iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio creció durante del 2015 al 2016. Según el Informe Global de Competitividad 2015-2016, elaborado por el Foro Económico Mundial de Davos, España ocupa el puesto 38 en el ranking mundial de innovación de un total de 137 países analizados.

2. Muestra y metodología

Respecto a la información utilizada para el trabajo, se ha partido de fuentes estadísticas de información recogidas por el Banco de España, INE, AJE, CEAJE y GEM. Para la muestra de los casos de emprendedores para los tres sectores estudiados (Deporte, Belleza y Salud), se ha elaborado un cuestionario partiendo de los cuestionarios realizados por la Asociación de Jóvenes Empresarios de Málaga (AJE Málaga) y la Conferencia Española de Jóvenes Empresarios (CEAJE). Con ello se pretende obtener el perfil del joven emprendedor español en estos sectores, sus principales motivaciones y los obstáculos a los que se encontraron a la hora de emprender.

La obtención de datos se realizó mediante una encuesta. Las encuestas han sido descritas en la literatura empresarial como una herramienta poderosa y útil para la recogida de datos relacionados con características humanas tales como; actitudes, pensamientos y comportamiento (Easterby-Smith, Thorpe y Jackson, 2012). Dado que esta investigación analiza este tipo de características, el cuestionario fue una elección natural en cuanto es la forma más práctica para controlar la opinión de un grupo grande de personas.

El cuestionario utilizado para llevar a cabo la encuesta fue de tipo electrónico. Como soporte del cuestionario electrónico se utilizó la aplicación Google Forms. Esta aplicación permite la elaboración de cuestionarios electrónicos, proporcionando un enlace para su difusión. El enlace del cuestionario electrónico fue enviado por correo electrónico, durante la primera mitad de Febrero de 2018. A su vez, en el proceso de desarrollo y envío, se utilizaron procedimientos que han demostrado su utilidad para mejorar la tasa de respuesta del cuestionario, así como para minimizar el sesgo (ver Edwards et al., 2009): 1) el cuestionario fue pre testado mediante siete entrevistas en profundidad con emprendedores de administración de empresas de la Universidad Rey Juan Carlos y con tres investigadores, uno de la Universidad de Sevilla y dos de la Universidad Rey Juan Carlos; 2) posteriormente, durante los tres primeros días de Febrero 2018 se llevó a cabo una prueba piloto sobre el proceso para rellenar el cuestionario electrónico, haciendo posible perfeccionar el contenido y la estructura del mismo a partir de las reacciones obtenidas; 3) para mantener el anonimato de los encuestados no se requería ninguna identificación; 4) se incluyó una frase indicando que las respuestas serían anónimas y que la encuesta formaba parte de una investigación de la universidad; 5) el fondo del cuestionario era blanco; 6) el encabezado simple; 7) aparecía una imagen en el email del cuestionario; 8) no se mencionó la palabra encuesta en el asunto del email.

Puesto que la encuesta se formalizó mediante un cuestionario electrónico los datos se obtenían automáticamente, en una hoja de cálculo, conforme eran rellenados por los encuestados.

Una vez elaborado el cuestionario (ver anexo), se realizó un directorio de empresas de los sectores estudiados a partir de los datos que proporcionan las diferentes Asociaciones de Jóvenes Empresarios. Se analizaron las principales AJEs de España, estas son, la de Alicante, Asturias, Baleares, Burgos, Cádiz, Cataluña, Castellón, Extremadura, Galicia (2 asociaciones), Huelva, La Rioja, Navarra, Madrid, Málaga, Murcia, Pontevedra, Salamanca y Valencia (provincial y de la comunidad autónoma), en total 20 asociaciones; además de 2 asociaciones nacionales: la Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE) y la Conferencia Española de Jóvenes Empresarios (CEAJE).

De los cuestionarios enviados a las empresas asociadas a las asociaciones de jóvenes empresarios españoles, se han obtenido 28 cuestionarios de distintos sectores. Es importante señalar que las circunstancias/ características de los colectivos encuestados son muy específicas, por lo que se hace arriesgado extrapolarlas de un modo colectivo (Velasco y Saiz, 2007), y por ello su tratamiento se hará para cada uno de los sectores individualmente.

En definitiva, la metodología empleada consiste en el análisis de cuestionarios a los gerentes de las empresas, para analizar el perfil del emprendedor español, sus principales motivaciones y los principales obstáculos. Para analizar las relaciones entre las variables y obtener conclusiones sobre los objetivos propuestos para esta investigación, hemos utilizado básicamente estadística descriptiva. Al ser una población pequeña se dificulta la utilización de análisis paramétricos.

3. Deporte

Dentro del Sector Emprendedor del deporte. Se le ha realizado un cuestionario basándonos en los cuestionarios elaborados por la AJE y CEAJE: (véase el cuestionario en el Anexo).

En este sector es difícil encontrar datos referentes a empresas, así en el Censo Nacional de Instalaciones Deportivas 2005 (CNID-05), elaborado por el Consejo Superior de Deportes, en su estudio sobre la estructura de las instalaciones deportivas compuestas de espacios deportivos y complementarios los datos reflejan que el 65,48% del total de las instalaciones existentes en España son de propiedad pública y el 34,52% de propiedad privada; y de estas, el 59,81% son gestionadas por el sector público y el 40,19% por el sector privado (ver tabla 4). Actualmente el Consejo Superior de Deportes no ha seguido elaborando el mencionado censo, por lo que los últimos datos actualizados son de 2005.

Tabla 4. Relación instalaciones deportivas público vs privado

Instalaciones deportivas	Público	Privado
Propiedad	65,48%	34,52%
Gestión	59,81%	40,19%

Fuente: Consejo Superior de Deportes (2005)

Perfil emprendedor

El tramo de edad en relación al momento en que empezaron a emprender es cuando tenían 25 años. El género difiere entre las empresas emprendedoras.

El nivel formativo de los emprendedores es de estudios de grado, siendo la principal forma jurídica la sociedad limitada y la antigüedad de la empresa entre 1,5 y 3 años. Los números de empleados se encuentra entre 1 a 10 empleados, siendo el volumen de negocio de menos de 500.000€.

Los principales motivos para crear una empresa para los entrevistados son:

- Crear su propio puesto de trabajo.
- Aprovechar una oportunidad de negocio.
- Ser mi propio/a jefe/a.
- Satisfacción personal.
- Relación Estudios-trabajo.
- Mejorar mis ingresos.

Los principales obstáculos a la hora de poner en marcha un negocio para los entrevistados son:

- Financiación.
- Demasiados trámites.
- Falta de apoyo familiar.

Destaca la idea que algunos emprendedores vuelven a utilizar créditos bancarios para el crecimiento de la empresa. Es decir, comienza a aumentar el endeudamiento pues consideran que la situación actual es de crecimiento.

Si se les pregunta brevemente sobre la competencia en su sector sugieren que se trata de un sector muy atractivo por la existencia de muchos clientes y el auge de la cultura del deporte en la sociedad, sin embargo señalan que este hecho también ha atraído mucha competencia, puntuando el grado de competencia en 5 puntos sobre 5. Además señalan los problemas en el retail con el auge de las tiendas *online*, la “guerras de precios”, y la existencia de irregularidades por parte de algunos competidores, en relación a las cotizaciones de los empleados.

Si se les pregunta que valoren de 1 a 5 la situación económica general en la actualidad con respecto a su competencia. Como media lo valora en 4 puntos.

4. Belleza

La industria española de la Belleza (perfumería, cosmética e higiene personal) ha sufrido elevados descensos durante los últimos años de la década de la primera década de 2000. Sin embargo, los últimos datos disponibles de 2016 señalan que el consumo de cosméticos y perfumes creció, aumentando las ventas un 3,25% hasta los casi 6.660 millones de Euros. Se trataría del segundo año en que el sector manifiesta una evolución en positivo. Además, este crecimiento ha sido para las cinco grandes categorías de productos en las que se divide el sector (perfumes y fragancias; cosmética de color; cuidado de la piel; cuidado del cabello e higiene personal), destacando los

crecimientos en cosmética decorativa con un 8% y perfumes y fragancias con un 4%.

Según la Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética (Stanpa) el sector de perfumería y cosmética en España “emplea a más de 35.000 trabajadores y alrededor de 200.000 de forma indirecta, en más de 15.000 perfumerías especializadas, 50.000 salones de peluquería, 22.300 centros de belleza y 21.900 farmacias. Se trata de un mercado con un tejido industrial muy diverso: el 84% son pymes españolas, algunas líderes mundiales en su categoría de producto”.

España es uno de los países referentes en Europa, donde “las exportaciones españolas de perfumería y cosmética han aumentado un 6,4% respecto a 2015 llegando a los 3.536 millones de euros”. Representando un incremento de más de 1000 millones de euros respecto a las exportaciones de 2010. Portugal y Francia son el principal destino de las exportaciones españolas en este sector, seguidas por el resto de países de la Unión Europea. Los países extracomunitarios con donde más se exporta serían EE.UU., Emiratos Árabes, México, Chile y Rusia. Estos datos indican la relevancia del sector en relación a otros de especial importancia en el país como son los sectores del vino, el calzado o el aceite y muestran la fortaleza de la perfumería y cosmética española en el mundo.

Las exportaciones que más crecieron fueron las de cosmética de color gracias a la ampliación del catálogo de productos, así como perfumería y cuidado para la piel. No obstante, el perfume sigue siendo el líder del sector en ventas al exterior, representando en torno al 40% sobre el volumen total.

Dentro de este sector, el de belleza, también llamado desde otras ópticas, servicios al consumidor, se ha realizado el cuestionario a diferentes empresas destacando como principales conclusiones.

Perfil emprendedor

Los emprendedores de este sector empezaron a emprender fundamentalmente entre los 26 a 35 años.

Respecto al nivel formativo, coinciden en estudios superiores de grado, siendo la principal forma jurídica la de autónomo, y la sociedad limitada en segundo lugar. Las antigüedades de las empresas son muy variables, entre menos de 6 meses hasta más de 5 años. El número de empleados en este sector se sitúa entre 1 a 10 empleados mayoritariamente. En todos los casos, el volumen de negocio es menor de 500.000€.

Los principales motivos para crear una empresa para los encuestados de este sector son:

- Crear su propio puesto de trabajo.
- Aprovechar una oportunidad de negocio.
- Satisfacción personal.
- Relación Estudios-trabajo.

Los principales obstáculos a la hora de poner en marcha un negocio para los entrevistados son:

- Financiación.

- Demasiados trámites.
- Falta de apoyo institucional.

Si se les pregunta brevemente sobre la competencia en su sector sugieren que se trata de un sector con mucha competencia debido al auge económico que favorece el incremento de las ventas, y la aparición de numerosas pequeñas empresas con fabricación artesanal. También consideran que se trata de un sector muy atractivo para emprender.

Si se les pregunta que valoren de 1 a 5 la situación económica general en la actualidad con respecto a su competencia, la valoración media es de 2 puntos.

5. Salud

Dentro del sector de la salud en España, todos los ciudadanos españoles tienen cubiertas sus necesidades sanitarias mediante el Sistema Nacional de Salud. La Sanidad Pública es más accesible, más cercana, menos exigente en cuanto a rentabilidad (García Prieto, 2011). Destaca, sin embargo, que actualmente el 20% de la población (alrededor de 10.500.000 personas) tienen contratado un seguro de asistencia médica privada (Unespa, 2018). Siendo esta cifra un 3% superior a la de 2010.

El seguro privado juega un papel importante como complemento a la atención de la sanidad pública. Donde cada vez más personas pertenecen a una sociedad médica, para poder acceder a una sanidad privada que en muchas ocasiones le presta una atención más rápida, personalizada y con medios técnicos a la misma altura que los que poseen los hospitales públicos. El perfil medio del asegurado es de hogares de 2 adultos con 3 hijos.

El sector público de la sanidad española engloba a 1.86 personal médico en atención especializada por 1000 habitantes y 3.2 de enfermería especializada, además 0.76 personal médico en atención primaria por 1000 personas asignadas y 0.64 de enfermería. Todo ello para 2.98 camas por cada 1000 habitantes, 0.43 puestos en hospitales de día por 1000 habitantes y 9.52 quirófanos para 100.000 habitantes.

El gasto sanitario en España se sitúa en el 9,2% del PIB en 2015, por encima de la media de los países de la OCDE, siendo una décima por encima del año anterior. Este incremento viene motivado por el aumento tanto del gasto sanitario público como del gasto sanitario privado. En este sentido, el gasto privado representa el 29% del gasto sanitario total (IDIS, 2018).

Perfil emprendedor

Los emprendedores de este sector empezaron a emprender fundamentalmente entre los 26 a 35 años.

Respecto al nivel formativo, coinciden en estudios superiores de master, siendo la principal forma jurídica la sociedad limitada. Las antigüedades de las empresas son muy variables, entre menos de 6 meses 3.5 años. El número de empleados en este sector se sitúa entre 1 a 10 empleados mayoritariamente. En todos los casos, el volumen de negocio es medio se encuentra en menos de 500.000€.

Los principales motivos para crear una empresa para los encuestados de este sector son:

- Crear su propio puesto de trabajo.
- Aprovechar una oportunidad de negocio.
- Satisfacción personal.

Los principales obstáculos a la hora de poner en marcha un negocio para los entrevistados son:

- Financiación.
- Demasiados trámites.
- Falta de apoyo institucional.

Si se les pregunta brevemente sobre la competencia en su sector sugieren que se trata de un sector con una competencia moderada. Los encuestados destacan positivamente el incremento de pacientes con seguros privados, así como la mayor disponibilidad de sus clientes para hacer frente a tratamientos más costosos.

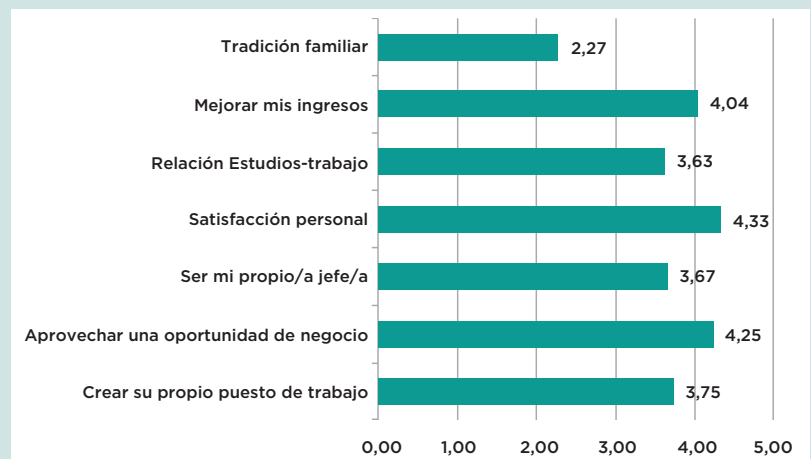
Si se les pregunta que valoren de 1 a 5 la situación económica general en la actualidad con respecto a su competencia, la valoración media es de 2 puntos.

6. Conclusiones

En este trabajo se analiza el emprendimiento en España en los sectores de salud, belleza y sanidad. De los resultados se desprenden varias conclusiones de relevancia.

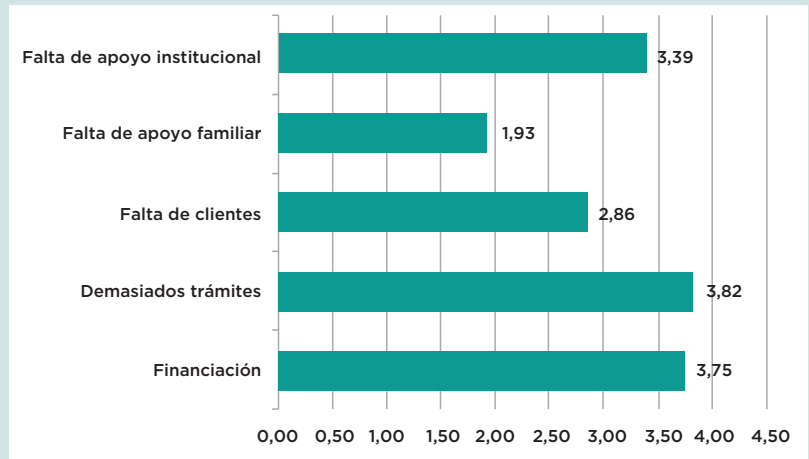
Haciendo hincapié en los motivos principales para crear una empresa en los diferentes sectores y sabiendo que se puede marcar más de una de las casillas destaca que “la satisfacción personal” y “aprovechar una oportunidad de negocio” son las opciones con mayor puntuación entre los emprendedores de estos sectores. Por el contrario, la tradición familiar es el factor motivador que menos cuenta a la hora de crear una empresa de estas características.

Figura 1. **Motivos para crear una empresa por sectores (Deporte, Belleza y Salud)**



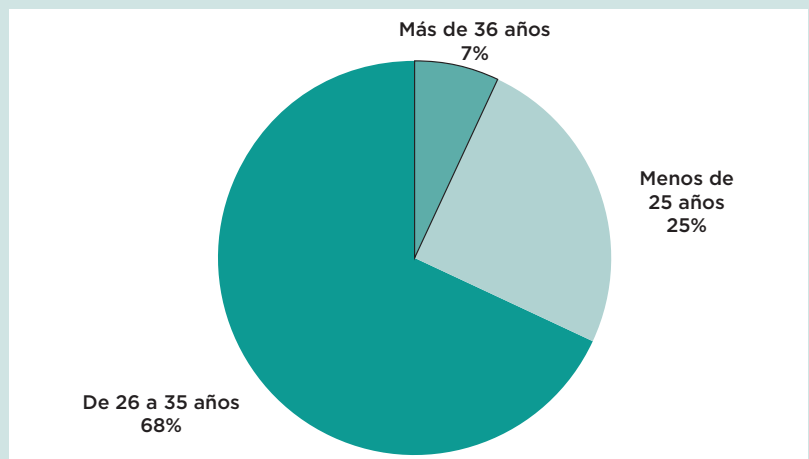
Respecto a los principales obstáculos a la hora de poner en marcha un negocio, por sectores y sabiendo que se puede marcar más de una de las casillas, destaca “demasiados trámites administrativos”, la falta de “financiación” y la “falta de apoyo institucional”. Estos resultados concuerdan con las investigaciones más relevantes del campo de la creación de empresas. A su vez, los factores que representan menores obstáculos serían la “falta de apoyo familiar” o la “falta de clientes”.

Figura 2. Principales obstáculos a la hora de poner en marcha un negocio por sectores



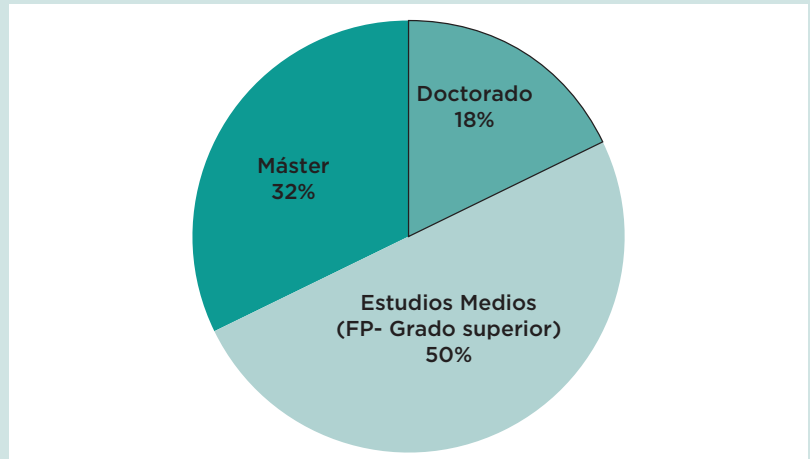
La edad a la que empezaron la creación de empresas los emprendedores de estos sectores es mayoritariamente de 26 a 35 años. Alrededor del 25% empezaron con menos de 25 años y tan sólo el 7% empieza a emprender a partir de los 36 años.

Figura 3. Edad a la que se empieza a emprender



En relación a la formación de los emprendedores de estos sectores, la mitad tiene estudios de medios de grado, y la otra mitad se divide entre estudios de master y doctorado. Es llamativo el alto porcentaje de emprendedores con estudios superiores en estos sectores. Esto podría deberse a que algunos sectores como la salud necesitan una alta especialización.

Figura 4. **Formación de los emprendedores**



La forma jurídica más utilizada en estos sectores a la hora de crear una empresa es la de sociedad limitada 55%, seguida por la de autónomo 30%. Además, el 63% de las empresas disponen de un número de empleados medios entre 1 y 10.

Figura 5. **Forma jurídica de las nuevas empresas**

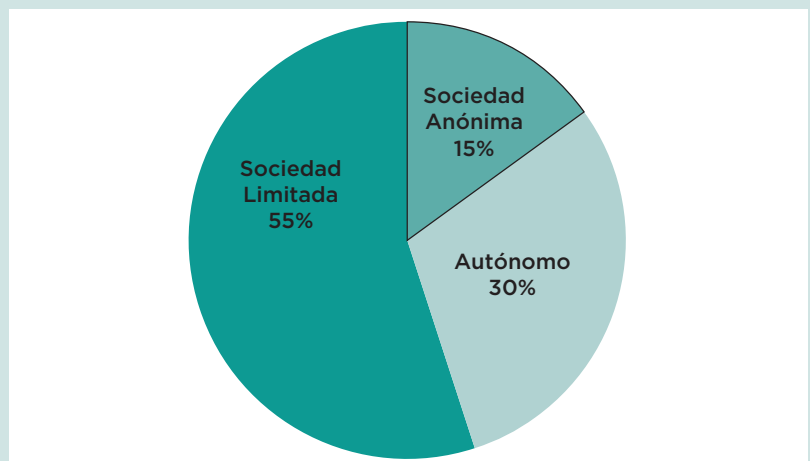
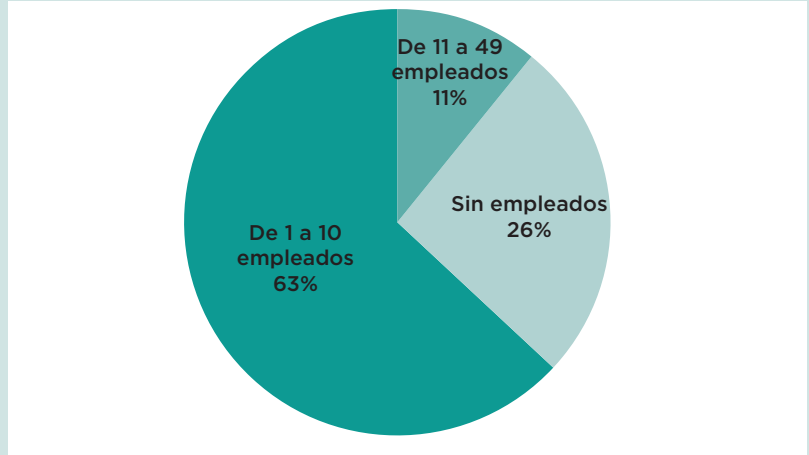


Figura 6. Número de empleados de las nuevas empresas



En cuanto a las limitaciones de este trabajo se encuentran en el tamaño de la muestra, por lo que se sugiere que futuras investigaciones amplíen el tamaño de la muestra. Los resultados deben interpretarse con cautela y considerarse como aproximaciones, hasta que puedan ser confirmados con nuevos estudios empíricos.

Es importante pensar que puede ser igual de peligroso trabajar para otros como emprender. Los emprendedores innovadores pueden ayudar al crecimiento del país. La ayuda al emprendedor debería estar dirigida a la facilitación de la financiación y la disminución de los trámites administrativos.

Referencias bibliográficas:

Asociación de jóvenes empresarios de Málaga. <http://www.ajemalaga.org> (última consulta en abril 2018).

Banco de España (2018): "Informe trimestral de la economía española", Boletín Económico, enero 2018.

Bolívar Cruz, A. y Hormiga, E. (2012): "La influencia del proceso de migración en la percepción del riesgo de crear una empresa". Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 18, Nº 1, Enero-Abril 2012, pp. 069-085, ISSN: 1135-2523.

Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios. www.ceaje.es (última consulta en abril 2018).

Coduras Martínez, A., y del Llano Señaris, J. (2016) La sanidad española en cifras 2016. Círculo de Sanidad. http://www.cesm.org/wp-content/uploads/2017/03/LIBRO_SANIDAD_ESPANOLA_EN_CIFRAS_2016.pdf. (última consulta en abril 2018).

Deloitte (2014). El sistema sanitario en España Situación actual y perspectivas de futuro. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/es/Documents/sanidad/Deloitte_ES_Sanidad-el-sistema-sanitario-en-espana-resumen-ejecutivo.pdf. (última consulta en abril 2018).

Diez, F. y Prado, C. (2009): "Análisis de la Estructura Económica y Financiera de la empresa en situaciones de crisis: una herramienta para no financieros"; Fundación Madrid por la Excelencia y Universidad Rey Juan Carlos; Madrid.

Easterby-Smith, M., Thorpe, R., & Jackson, P. R. (2012). Management research (Fourth Ed.). London: SAGE Publications.

- Edwards, P. J., Roberts, I., Clarke, M. J., Diguiseppi, C., Wentz, R., Kwan, I., ... Pratap, S.** (2009). Methods to increase response to postal and electronic questionnaires. The Cochrane Database of Systematic Reviews, (3), MR000008. <http://doi.org/10.1002/14651858.MR000008.pub4>
- Foro Económico Mundial de Davos** (2012): "Informe Global de Competitividad 2016-2017", Foro Económico Mundial de Davos.
- García Prieto, E.** (2011): "¿Sanidad pública o privada?". Análisis del sector sanitario en España. Revista Ideas, 80, tercer trimestre, pp. 5.
- Global Entrepreneurship Monitor** (2016): "Informe GEM España 2016", Asociación RED GEM España GEM, España.
- Hoyos Iruarrizaga, J. y Saiz Santos, M.** (2012): "*Los business angels* en España: presencia, criterios de actuación y naturaleza de su construcción", Proceedings del XXVI Congreso Anual AEDEM (Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa). ISBN: 978-84-7356-853-1.
- IDIS** (2018). Sanidad privada, aportando valor, análisis de situación. Instituto para el desarrollo e integridad de la sanidad. https://www.fundacionidis.com/wp-content/infornes/versionwebinforme_analisis_situac_idis2018.pdf. (última consulta en abril 2018).
- Instituto Nacional de Estadística** (2018): Indicadores de Confianza Empresarial.
- Instituto Nacional de Estadística** (2018): Movimientos en el DIRCE a 1 de enero de 2018.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Consejo Superior de Deportes** (2012): Censo Nacional de Instalaciones Deportivas.
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.** (2017) Indicadores de Salud 2017. Evolución de los indicadores del estado de salud en España y su magnitud en el contexto de la Unión Europea. Madrid: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- Prado, C., Diez, F., y Prado, M.** (2012). Juventud y emprendimiento en deporte, salud y belleza. Revista de Estudios de Juventud. N° 99, pp 157-170.
- Río Delgado, A. del** (2012): Guía de Financiación para emprendedores, Dykinson, Madrid.
- Unespa** (2018). El libro Blanco del Seguro. Asociación empresarial del seguro. <https://unespa-web.s3.amazonaws.com/main-files/uploads/2017/06/libro-blanco-del-seguro.pdf> (última consulta en abril 2018).
- Velasco Barroetabeña, R. y Saiz Santos, M.** (2007): Políticas de creación de empresas y su evaluación. Documento de trabajo 118/2007. Fundación Alternativas.

ANEXO

Cuestionario sobre el perfil del joven emprendedor

Buenos días/tardes:

Un equipo de investigadores de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid ha elaborado un cuestionario para estudiar el perfil del joven emprendedor en España. El cuestionario se compone de una serie de preguntas de repuesta directa que se deberá marcar con una X.

La encuesta es totalmente anónima y no va dirigida a ninguna empresa en concreto. Sólo se trata de un trabajo de investigación, en la que su participación es fundamental.

Muchas gracias por su ayuda y participación

Cuándo empezó a emprender

- Menos de 25 años
- De 26 a 35 años
- Más de 36 años

Genero

- Hombre
- Mujer

Nivel de estudios

- Sin estudios
- Estudios primarios (Graduado escolar)
- Estudios secundarios (Bachillerato)
- Estudios Medios (FP – Grado superior)
- Master
- Doctorado

Forma jurídica de su empresa

- Autónomo
- Sociedad Limitada
- Sociedad Anónima
- Sociedad Cooperativa
- Comunidad de Bienes

Sector económico

- Hostelería y restauración
- Servicios a empresas
- Construcción, minero
- Salud, educación y servicios sociales
- Comercio, ventas y reparaciones
- Servicios al consumidor
- Manufactura
- Financiero, inmobiliario, seguros
- Transportes y comunicación
- Agroalimentario
- Belleza
- Deporte

Antigüedad de la empresa

- Hasta 6 meses
- De 6 meses a 1,5 años
- De 1,5 a 3 años
- De 3 a 5 años
- Más de 5 años

Número de empleados

- Sin empleados
- De 1 a 10 empleados
- De 11 a 49 empleados
- De 50 a 250 empleados
- Más de 250 empleados

Volumen de negocio

- Menos de 500.000€
- De 501.000€ a 1.000.000€
- De 1.000.001€ a 2.000.000€
- De 2.000.001€ a 10.000.000€
- De 10.000.001€ a 50.000.000€
- Más de 50.000.000€

Motivos para crear una empresa

- 1 (Muy poco de acuerdo) -5 (Muy de acuerdo)
- Crear su propio puesto de trabajo
- Aprovechar una oportunidad de negocio
- Ser mi propio/a jefe/a
- Satisfacción personal
- Relación Estudios-trabajo
- Mejorar mis ingresos
- Tradición familiar

Valore su situación económica general, en la actualidad, con respecto a su competencia

- 1 (Muy débil respecto a mi competencia) -5 (Muy buena respecto a mi competencia)

Señale el nivel de competencia en su sector

- 1 (Poca competencia) 5- (Mucha competencia)

Principales obstáculos a la hora de poner en marcha un negocio

- 1 (Muy poco de acuerdo) -5 (Muy de acuerdo)

Financiación

- Demasiados trámites
- Falta de clientes
- Falta de apoyo familiar
- Falta de apoyo institucional

Califique los mejores sectores para emprender (actualmente)

- 1 (poco atractivo) - 5 (muy atractivo)
- Hostelería y restauración
- Servicios a empresas

Construcción, minero
Salud, educación y servicios sociales
Comercio, ventas y reparaciones
Servicios al consumidor
Manufactura
Financiero, inmobiliario, seguros
Transportes y comunicación
Agroalimentario
Belleza
Deporte