



Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo 2003 • España

Alicia Coduras • Paloma López-García
Rachida Justo • Ignacio de la Vega
Cátedra Najeti Instituto de Empresa



Fotografía de portada:
Antonio Catalá

Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo 2003 • España

www.ie.edu/gem

Depósito legal
M-21256-2004

ISSN
1695-9302

PROYECTO GEM-ESPAÑA

Informe nacional, equipo investigador

Instituto de Empresa, Madrid

Alicia Coduras
Paloma López-García
Rachida Justo
Ignacio de la Vega

Patrocinadores

Najeti Group
Instituto de Empresa



Informes regionales, equipos investigadores

Unidad de Andalucía: Universidad de Cádiz

José Ruiz Navarro
José Aurelio Medina Garrido
José Daniel Lorenzo Gómez
Álvaro Rojas Vázquez

Patrocinador

Junta de Andalucía



Unidad de Catalunya: Universitat Autònoma de Barcelona

José María Veciana
Enric Genescà
Yancy Vaillant
David Urbano

Patrocinador

Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona



Unidad de Extremadura: Fundación Xavier de Salas

Ricardo Hernández. (Universidad de Extremadura)
Carlos Díaz. (Universidad de Extremadura)

Patrocinadores

Caja Rural de Extremadura
SODIEX. Sociedad para el Desarrollo Industrial de Extremadura, S.A.
SOFIEX. Sociedad de Fomento Industrial de Extremadura S.A.
Fundación los Santos de Maimona



ÍNDICE

El Instituto de Empresa y el proyecto GEM 2003.....	5
Najeti, co-patrocinador del Proyecto GEM en España.....	5
Breve reseña del Proyecto GEM	6
El avance del Proyecto GEM en España.....	6
El Modelo Teórico GEM	7
Resumen Ejecutivo	8
1 La creación de empresas: una perspectiva internacional	12
1.1 Actividad emprendedora total en el entorno GEM y en España	12
1.2 El desglose de la actividad emprendedora: negocios nacientes, negocios nuevos y business angel	17
1.3 Los factores demográficos	20
1.4 Actividad emprendedora y crecimiento económico	23
2 Tipos de comportamiento emprendedor	26
2.1 Oportunidad versus necesidad	26
2.2 Cambios en el TEA por necesidad y oportunidad a lo largo del tiempo	27
2.3 Variación del tipo de empresa según motivación.....	29
2.4 Actividad emprendedora en las empresas ya establecidas	31
3 Perfil del emprendedor español.....	34
3.1 Características socio-económicas	34
3.2 La estructura de edad de los emprendedores españoles	35
3.3 ¿Cuál es el nivel socio-económico de los emprendedores?	38
3.4 ¿Qué tipo de negocio crean los emprendedores españoles?.....	39
3.5 ¿Son innovadoras las nuevas empresas españolas?	40
4 La financiación de los nuevos negocios	43
4.1 La destrucción de un mito: inversión informal versus capital riesgo	43
4.2 La inversión informal en España	45
4.3 Perfil del inversor informal en España.....	46
4.4 ¿Qué posición ocupa España en cuanto al volumen de inversión media tipo BA?	46
4.5 ¿Cómo se financian las start-ups españolas?	47
5 Mujer emprendedora	49
5.1 Características generales de la actividad emprendedora femenina	49
5.2 Apoyo cultural y social al fenómeno emprendedor femenino	50
6 La existencia de oportunidades, la motivación y la capacidad de la población para emprender	53
6.1 Percepción de oportunidades para la creación de empresas en España y en el entorno GEM	53
6.2 ¿Qué relación existe entre la percepción de oportunidades para emprender y la actividad emprendedora por oportunidad en el entorno GEM y en España?	54
6.3 Otras opiniones complementarias acerca de la existencia de oportunidades	56
6.4 Motivación para aprovechar las oportunidades existentes y convertir las ideas en nuevas empresas	58
6.5 Habilidades para la creación de empresas	59
7 Actividad emprendedora y creación de empleo	62
7.1 España en una perspectiva internacional.....	62
7.2 Factores que pueden incidir en la falta de crecimiento de las nuevas empresas españolas	64

8	Las condiciones específicas de entorno	65
8.1	Análisis general del entorno en que se desarrolla la creación empresarial en España	65
8.2	El apoyo financiero	70
8.3	Las políticas gubernamentales.....	72
8.4	Los programas gubernamentales.....	73
8.5	Educación y formación en entrepreneurship	74
8.6	La transferencia tecnológica y el I+D	76
8.7	Acceso a la infraestructura comercial y profesional (servicios para empresas)	77
8.8	Apertura y comportamiento del mercado interno	78
8.9	Acceso a la infraestructura física por parte de las nuevas empresas	79
8.10	Las normas sociales y culturales	80
9	Análisis comparativo de la actividad emprendedora por regiones	82
9.1	El índice que mide la actividad emprendedora presenta diferencias regionales en España	82
9.2	La motivación para emprender varía según la región	84
9.3	Evolución de las expectativas de actividad emprendedora por regiones	84
9.4	Características de los emprendedores por regiones	85
9.5	Cataluña aparece como la región con mayor tradición y desarrollo del Business Angel informal	86
9.6	Motivación, habilidades y oportunidades para emprender: comparación regional	86
9.7	La mujer emprendedora: comparación regional	88
9.8	Tipo de negocios creados: comparación regional	89
9.9	Las condiciones específicas de entorno: comparación regional	90
10	Algunas preguntas adicionales a la población española	96
10.1	El Estatuto de la Nueva empresa no es suficientemente conocido.....	96
10.2	La mujer española lo tiene algo difícil para ser emprendedora	96
10.3	Si las personas pudiesen emprender se decantarían mayoritariamente por negocios en el sector orientado hacia el consumidor o en el de servicios.....	97
11	Conclusiones y recomendaciones	99

EL INSTITUTO DE EMPRESA Y EL PROYECTO GEM 2003

Socio fundador en España del proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor), el Instituto de Empresa es una de las principales escuelas internacionales en materia emprendedora. El principal objetivo del Instituto de Empresa es el de ser obligado punto de referencia internacional en la iniciación y actualización de los conocimientos y habilidades relativos a la gestión de empresa, así como en su entorno jurídico y fiscal.

Desde hace cuatro años, el Instituto de Empresa viene realizando y presentando públicamente y a nivel de instituciones gubernamentales el informe global para España, así como colaborando con el Consorcio en el desarrollo y ampliación del mismo.

Las novedades que se aprecian en el informe 2003 son un mayor volumen de información con la redacción de nuevos apartados y, por primera vez, la presentación de una comparación regional basada en las mayores posibilidades de análisis que ha propiciado la incorporación de tres regiones españolas en el proyecto. En los siguientes apartados se explica ampliamente el proceso de incorporación de dichas regiones y el papel que juega el Instituto de Empresa en la generación de la red regional del estudio conocida como Proyecto REM (Regional Entrepreneurship Monitor).

Asimismo, este año, el Instituto de Empresa ha co-patrocinado el estudio junto al Grupo Najeti que lo ha hecho en solitario en los años precedentes, involucrándose, por consiguiente de forma más comprometida, si cabe, en el logro de esta iniciativa investigadora sin precedentes.

El Instituto de Empresa agradece profundamente la colaboración recibida hasta el momento por parte del grupo Najeti en el desarrollo del proyecto, así como el interés mostrado por las regiones y su trabajo en el desarrollo de la nueva red investigadora que va a proporcionar a partir de ahora informes específicos e independientes de las mismas, cuyo interés institucional y a otros niveles está garantizado.

NAJETI, CO-PATROCINADOR DEL PROYECTO GEM EN ESPAÑA

Es un gran placer para el Grupo Najeti presentar por cuarto año consecutivo los resultados del Proyecto GEM para España elaborados por el Instituto de Empresa. Nuestra empresa tiene una reconocida trayectoria como entidad colaboradora en la realización de proyectos de investigación y de formación en el entorno emprendedor, por lo que resulta altamente

satisfactorio el patrocinar un estudio de la envergadura e importancia del GEM, que tanto puede contribuir al conocimiento del fenómeno emprendedor.

Najeti está comprometida con el fomento tanto del espíritu emprendedor como de la innovación a nivel internacional, aportando capital y apoyo empresarial a nuevas empresas con base tecnológica así como a proyectos de alta innovación con viabilidad comercial.

Este compromiso lleva a Najeti a colaborar activamente en todo el proceso de negocio que desarrollan estos emprendedores: desde la validación tecnológica y estratégica y la confección del plan de negocio inicial, hasta la financiación con fondos propios, la gestión para el lanzamiento y el desarrollo posterior de cada proyecto.

Para el Grupo Najeti, especializado en inversiones en innovación a nivel internacional, el GEM constituye una herramienta que permite medir, analizar y fomentar la creación de empresas, posicionando las tendencias de España dentro del entorno global. Así, desde el punto de vista empresarial, Najeti aprovecha los resultados del estudio GEM como un termómetro de la capacidad emprendedora española.

Najeti colabora con el Instituto de Empresa, patrocinando la Cátedra Najeti de Emprendedores y Empresas Familiares, la cual tiene como principal objetivo la investigación y la docencia sobre creación de empresas, con una visión vanguardista e internacional, apoyando así el espíritu emprendedor, los valores de la empresa familiar y reafirmando su compromiso con la innovación.

Dentro de los cometidos de la Cátedra Najeti, el Proyecto GEM se consolida como un estudio anual sofisticado y realmente global, ya que agrupa investigadores de más de treinta instituciones internacionales, permite analizar la actividad emprendedora en el tiempo y pone de relieve las formas y las áreas de fomento empresarial. Asimismo, el estudio profundiza en las condiciones del entorno, tanto a nivel social, como político, financiero y educativo, que explican el impulso o freno de la capacidad emprendedora nacional, comparándola con el resto de países.

Considerando que la actividad emprendedora es el motor del desarrollo económico y laboral de un país, el GEM permite identificar áreas de mejora y soluciones dentro de las iniciativas de fomento empresarial, tanto públicas como privadas.

En conclusión, Najeti se siente satisfecho del valor añadido aportado por el GEM, tanto desde el punto de vista de diagnóstico, como en cuanto al impacto socio-económico que pueda tener la implantación de sus recomendaciones en su entorno de actuación: el Fomento de la Innovación.

BREVE RESEÑA DEL PROYECTO GEM

El Proyecto GEM es la iniciativa investigadora más ambiciosa que existe a nivel internacional sobre el estudio del entorno de la creación de empresas o entrepreneurship.

Iniciado en 1999 bajo la dirección y coordinación de Babson College y London Business School, con la incorporación de un conjunto de países de todo el mundo, se fijó como objetivo principal el cálculo de un índice de actividad emprendedora (conocido como TEA o Total Entrepreneurial Activity), así como el estudio de su influencia en el crecimiento de la economía de los países y el proporcionar información detallada sobre el panorama emprendedor a nivel nacional e internacional.

Fundamentado en unos trazos metodológicos concretos, el Informe GEM se ha constituido en un referente para multitud de instituciones gubernamentales y en un complemento a otros estudios desarrollados en todos los países en torno a este tema. La lectura de sus resultados debe hacerse siempre bajo la óptica de la metodología empleada, de forma que, las cifras que en él se presentan no tiene porqué coincidir con las de otros estudios en que los conceptos puedan medirse de forma diferente a como se hace en el GEM. En este sentido, los datos GEM proceden de tres fuentes informativas: APS (Adult Population Survey) o encuesta a la población adulta del país; KQ (Key Informants Questionnaire) o encuesta a expertos y SV (Secondary Variables) o conjunto de Variables Secundarias recopiladas de múltiples fuentes solventes como: FMI, OCDE, UE, ONU, USA Census, etc. Los cuestionarios están estructurados de una forma concreta y común para todos los países y regiones participantes, de manera que constituyen una opción de medición particular que, aunque satisfactoria en general, puede resultar crítica en función del punto de vista del observador.

Sin embargo, tras cinco años de andadura, no hay duda de que las recomendaciones plasmadas en los informes GEM han tenido un peso específico en todos los países en que se han elaborado, de forma que, cuando menos, se ha logrado llamar ampliamente la atención sobre un sector que necesita de gran apoyo para su desarrollo. Así, de los estudios de impacto internos que se realizan en el seno del Proyecto, se desprende que, desde su aparición, el Informe ha influido en la toma de medidas de políticas públicas en la mayoría de países implicados, dando una amplia visibilidad al fenómeno emprendedor y favoreciendo la creación de empresas en general. Asimismo, desde el punto de vista investigador, cada vez son más los artículos y trabajos presentados en foros y conferencias tanto locales como

internacionales que llevan el sello GEM. Por consiguiente, se pone de manifiesto que su consolidación y desarrollo son importantes desde diversas ópticas.

España se incorporó al Proyecto el año 2000, de la mano del equipo investigador nacional formado en el Instituto de Empresa. En los apartados siguientes se explica detalladamente el desarrollo de esta iniciativa y los avances actuales.

EL AVANCE DEL PROYECTO GEM EN ESPAÑA

Tras cuatro años de experiencia en el seno del Proyecto Internacional GEM, el equipo nacional formado en el Instituto de Empresa puede afirmar que ha logrado un conjunto de metas muy significativas incidiendo positivamente en el entorno de la creación empresarial y, en el de la investigación en torno a este fenómeno.

Por eso, al presentar esta cuarta edición, nos llena de satisfacción poder resaltar los avances que han tenido lugar gracias a la constancia de éste y el resto de equipos que integran el Proyecto. Así, en primer lugar, es importante destacar que, gracias al esfuerzo de difusión realizado en torno a los resultados del informe GEM, se han sensibilizado muchos agentes relevantes de entre aquellos que influyen finalmente en la creación empresarial como: instituciones gubernamentales, instituciones formativas, cámaras de comercio, instituciones empresariales, agencias de desarrollo local, medios de comunicación y muchos otros. Esta sensibilización se ha traducido en una influencia desarrollada desde múltiples frentes: medidas concretas de políticas públicas encaminadas a favorecer la creación empresarial, medidas que afectan al sistema educacional con una mayor introducción de materias que favorecen el desarrollo del espíritu emprendedor desde la infancia y mayor concienciación en la sociedad del papel que juegan los empresarios.

Sin embargo, desde la óptica del Proyecto, el logro más atractivo, y que puede suponer un mayor beneficio para la creación empresarial del país, es la introducción del mismo a nivel regional. Así, en esta edición, por primera vez, participan en el proyecto tres Comunidades Autónomas en cada una de las cuales se ha creado un equipo investigador que analiza los resultados para la región, independientemente del estudio a nivel nacional. Esta información es de gran valor para perfilar en detalle el panorama emprendedor, de forma que, a partir de estas iniciativas, se espera lograr una influencia territorial

importante en cuanto al ajuste de medidas específicas en cada región, por parte de las entidades gubernamentales correspondientes.

Las regiones que han participado son Andalucía, Cataluña y Extremadura y, además de contribuir al estudio en esas zonas, su incorporación al Proyecto ha supuesto una gran ampliación del tamaño muestral para el informe nacional, habiéndose pasado de contar con 2000 entrevistas a contar con 7000, que sometidas a las correspondientes ponderaciones, permiten proporcionar unos resultados muy fiables a nivel español dentro de la metodología GEM.

La voluntad de las instituciones (Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad de Cádiz, y Fundación Xavier de Salas) y de sus financiadores¹ que se han asociado al proyecto, está proporcionando una rápida expansión del mismo en España, bajo la dirección del equipo nacional en el Instituto de Empresa con la colaboración de la red de equipos regionales. Así, para la próxima edición se espera una ampliación cercana a las diez Comunidades Autónomas, lo cual proporcionaría un marco investigador sin precedentes sobre este tema en nuestro país, y unos beneficios derivados muy interesantes desde la óptica de las políticas públicas y de los propios empresarios tanto establecidos como potenciales. En ese sentido, no es lo mismo emprender en un país en que el empresariado no se siente apoyado que hacerlo en un país en que este colectivo se sabe estudiado, analizado y en el que las instituciones tanto gubernamentales como formativas, disponen de información anual sobre la evolución del entorno en que desarrollan sus iniciativas y actividades. No hay duda de que informar acerca de los problemas y barreras que pueden frenar las nuevas iniciativas, comparar nuestro entorno emprendedor con el de otros países, destacando los logros y los avances que tienen lugar, explicar las características de los emprendedores y otros muchos temas, proporciona una base para la mejora de esta plataforma de riqueza que cada vez tiene más relevancia frente a la evolución recesiva del mercado laboral tradicional.

De consolidarse el proyecto regional (REM: Regional Entrepreneurship Monitor), España sería el segundo país de la Unión Europea con mayor representación dentro del Proyecto GEM tras el Reino Unido y, por consiguiente, junto a Alemania y éste último, el que estaría proporcionando

información de mayor calidad a las entidades gubernamentales y a todos los agentes que intervienen en el apoyo a la creación empresarial.

En este sentido, se puede afirmar que España ha tenido visión de futuro dentro del seno del Proyecto, comenzando una iniciativa que cada vez va a tener mayor impacto a nivel internacional: el estudio de la creación empresarial por regiones.

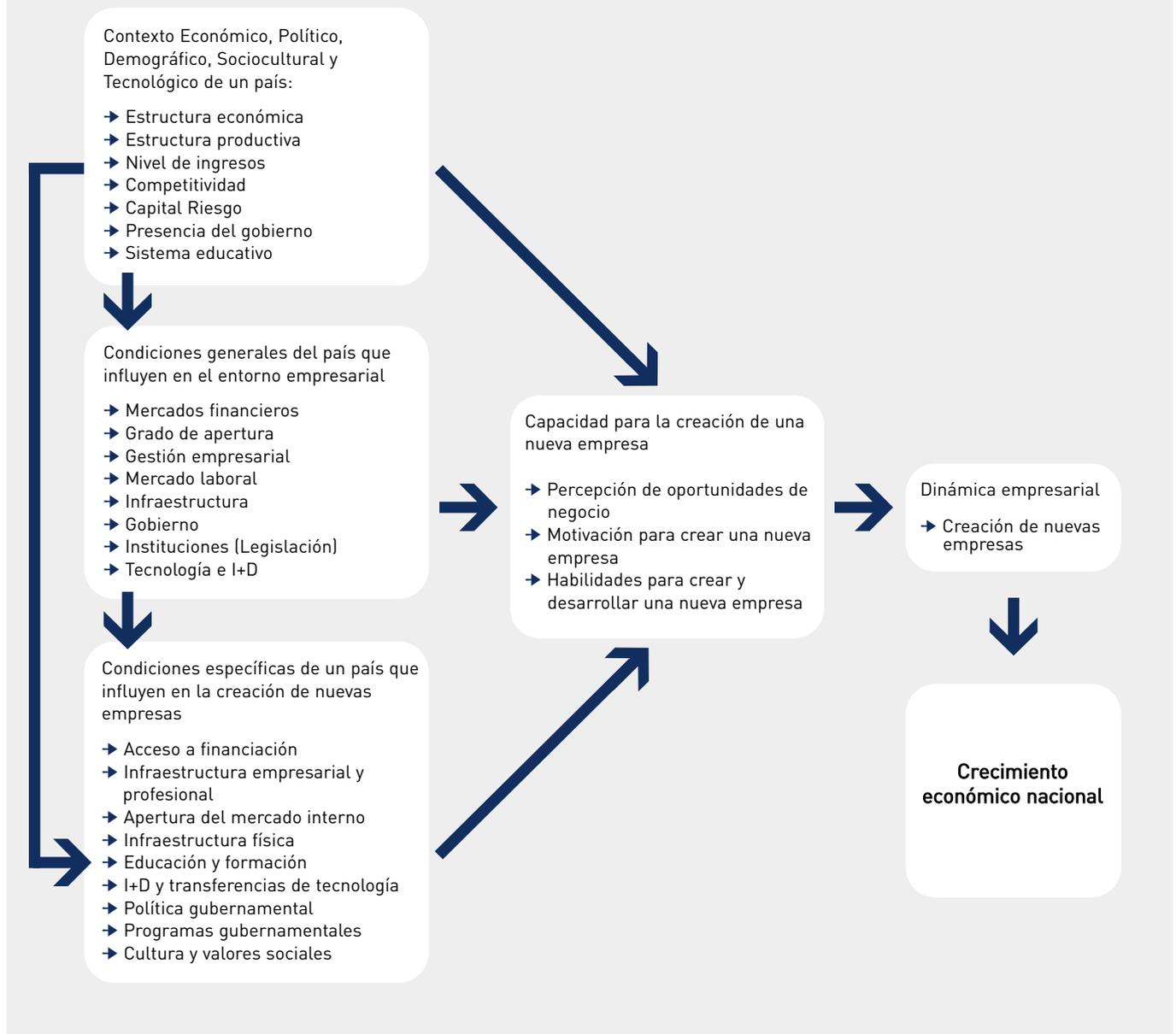
EL MODELO TEÓRICO GEM

El modelo GEM (ver Figura n^o 1) permite explicar la relación que existe entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico. Para ello, se integran las variables más relevantes que ha aportado la investigación económica hasta la fecha. El modelo teórico resultante se compone de 6 conjuntos de variables agrupadas en apartados relacionados entre sí:

- Las variables que permiten describir el contexto socio-económico de un país.
- Las condiciones generales del país que se derivan del contexto nacional, a saber, los mercados financieros, el mercado laboral, el grado de apertura, etc.
- El entorno específico que influye en la creación de empresas (que se describen en detalle en el Capítulo 8).
- La capacidad emprendedora: el nivel de actividad emprendedora depende en gran parte de la existencia de oportunidades de negocio y de la habilidad y motivación del emprendedor para aprovecharlas.
- La dinámica empresarial: ésta engloba los nacimientos de nuevas empresas y las expansiones, reducciones o cierre de otras ya existentes. Se trata, en esencia, del proceso de "destrucción creadora" descrito por Schumpeter.
- El crecimiento económico nacional (en términos de variación del PIB y creación de empleos).

¹ Universidad de Cádiz, Universitat Autònoma de Barcelona, Fundació Xavier de Salas en Extremadura, financiadas por Junta de Andalucía, Institut d'Estudis Metropolitans de Barcelona, Fundació Xavier de Salas, Sodiex, Sofiex, Caja Rural de Extremadura y Fundació Los Santos de Maimona.

FIGURA Nº1. El modelo teórico GEM



RESUMEN EJECUTIVO

Con la presentación de este informe, España incorpora por cuarta vez, los resultados de la investigación acerca de su desarrollo emprendedor al foro internacional del Proyecto GEM.

Los hallazgos más destacables de la presente edición son los siguientes:

Recuperación general, salvo excepciones, de la actividad emprendedora a nivel nacional e internacional. Los datos que presenta el informe 2003 son bastante más optimistas que los de la pasada edición en que se había registrado una notable recesión. La creación empresarial se va revelando como sensible a la situación social, política y económica y fluctúa como ésta por el gran número de variables relacionadas con el entorno que determinan su situación anual. El informe pone de manifiesto que los principales países de la UE acusan la recuperación, pero no de forma

regular: unos consiguen volver a los niveles de actividad del 2001, otros simplemente inician una línea ascendente por debajo de dicho nivel y otros no han conseguido superar la tendencia recesiva del pasado año.

El 9% de las personas en edad de trabajar del entorno GEM, está involucrado en la creación de nuevos negocios o empresas. El índice de actividad emprendedora total (TEA) oscila entre el 2 y el 29% a través del análisis de 40 países y se ha revelado como bastante estable en los mismos. La población activa de los 40 países GEM es de 2400 millones de personas, estimándose que existen 300 millones de emprendedores que están desarrollando 192 millones de nuevas firmas. De ahí que se justifique el estudio de su impacto en el crecimiento económico.

España logra una recuperación del índice total de actividad emprendedora (TEA) del 47,5% situándose en un 6,77%. Por consiguiente, esta cifra proporciona una estimación de un millón setecientos mil emprendedores (medio millón más que el año anterior). Los países de la UE que presentan índices más similares al español son: Grecia, Reino Unido, Finlandia y Dinamarca. Por encima tenemos a Irlanda y, por debajo a Italia, Alemania, Francia, Bélgica, Holanda y Suecia. En general, dentro de la recuperación, España se mantiene en una situación muy estable y moderada dentro de la UE y el entorno GEM, si bien, no brillante en términos de creación empresarial.

El porcentaje de empresas nacientes es el que proporciona la mayor firmeza a la recuperación, pues pasa de un 2,24% en el 2002 a un 4,29% este año, mientras que el de nuevas empresas se mantiene pasando de un 2,54% del año anterior a un 2,46%. Así, el año pasado se dio un notable freno a los start-up mientras se mantenían las empresas nuevas que ya llevaban meses actuando y, este año, se ha vuelto a incrementar ostensiblemente la actividad emprendedora naciente. Además, ha disminuido la proporción de cierre de negocios de los 12 últimos meses que se sitúa en un 1,54%, mientras que el año pasado superaba el propio índice de creación empresarial.

La inversión informal tipo Business Angel en la población española se ha recuperado un 11,2% proporcionando un porcentaje del 3,39%. Este tipo de ayuda financiera sigue siendo muy importante para la pequeña y mediana empresa española a falta de mayor desarrollo del Capital Riesgo y de la inversión Business Angel formal o procedente de entidades especializadas.

El volumen de inmigración no es una variable explicativa del TEA para el conjunto global de países GEM 2003, pero si que lo es en aquellos en que dicha inmigración está entre

valores del 1 y el 6 por mil habitantes aproximadamente. Países como el Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda y Estados Unidos, con corrientes migratorias históricas y algo desligadas de las actuales a las que se ven sometidos otros países como España y Francia en que los inmigrantes buscan empleo, son los que ponen de manifiesto una relación del tipo: a mayor inmigración, mayor actividad emprendedora.

Las empresas nuevas generan entre el 2 y el 15% del empleo actual en los países participantes en el GEM. Esta creación de empleo está notablemente correlacionada con el nivel de actividad existente en start-up y, por otro lado existe una correlación positiva y estadísticamente significativa entre el crecimiento económico nacional y la actividad emprendedora. Esta asociación es más elevada con respecto a la actividad emprendedora por necesidad, que es mucho mayor en países menos desarrollados, que tienen mayores tasas de crecimiento que los países ricos.

El estudio GEM sigue proporcionando evidencia de que la actividad emprendedora está asociada con el crecimiento económico. El papel causal de dicha actividad no está del todo claro, pero sí que parece confirmarse que tener un sector fuerte de start-ups es una condición necesaria para lograr altos niveles de crecimiento económico nacional.

La creación de negocios por oportunidad y necesidad mantiene el balance y, España sigue presentando una situación típica de país desarrollado en que predomina la primera sobre la segunda, si bien, al incorporar regiones al estudio, se puede comenzar a ver que esta situación no es uniforme en todo el territorio. La actividad emprendedora por oportunidad se ha recuperado ostensiblemente y, al mismo tiempo, se ha reducido la generada por necesidad, que ya era baja. Así, en el 2003, el TEA por oportunidad es del 6,1% y el TEA por necesidad un 0,5%.

El ratio hombre/mujer emprendedor ha mejorado ligeramente a todos los niveles con respecto al año 2002 y, especialmente, con respecto a la actividad por necesidad. Tanto los hombres como las mujeres han reaccionado de manera pareja al incremento de oportunidades ofrecido por el aumento en el crecimiento esperado de la economía española

El número de start-ups sobrepasa de forma dramática el número de empresas ya establecidas y con actividades emprendedoras en todos los países GEM. El ratio general es de 5 a 1. Para los 40 países GEM participantes en el Proyecto entre el 2002 y el 2003, se estima que 56 millones de personas trabajan en firmas emprendedoras frente a los 297 millones de personas que se estiman como involucradas en start-ups. En España, sólo el 1,90% de las firmas consolidadas realiza actividad emprendedora.

El perfil del emprendedor español comienza a cambiar. La edad media ha comenzado a disminuir significativamente, especialmente en el conjunto de las mujeres emprendedoras. El hombre sigue predominando fuertemente frente a la mujer en la puesta en marcha de empresas, pero con un ligero avance de éstas últimas. El nivel medio de estudios también mejora, lo que unido al dato de la edad sienta las bases para suponer una mayor incorporación de personas que acaban de finalizar sus estudios al ámbito empresarial. La necesidad y la falta de otras alternativas está impulsando a más jóvenes bien preparados para incorporarse a la actividad emprendedora. Este es un dato optimista, pues la situación del año pasado hacía pensar en un estancamiento progresivo del empresario español a medida que la población fuese envejeciendo.

Un 40% de los nuevos empresarios opera en los sectores orientados al consumidor y de transformación y, el resto se ubica de forma mayoritaria en el sector de los servicios comerciales. Se aprecia un notable incremento de empresas nacientes en actividades de intermediación financiera, consultoría y actividades inmobiliarias. Las start-ups en el sector orientado al consumidor han caído 18 puntos porcentuales y las del sector de transformación (sobre todo en el sector manufacturero) más de 26 desde el año pasado.

Las nuevas empresas españolas están entre las menos innovadoras de los países GEM. En términos de producto, sólo un 12% de las empresas nuevas y un 11% de las nacientes están ofreciendo uno considerado completamente nuevo en su mercado respectivo.

La cantidad invertida de manera informal en nuevos negocios supera de forma espectacular a la cantidad invertida por las compañías de capital riesgo. Considerando a todos los países GEM, se ha estimado que en 2002 cerca de 32 mil millones de dólares fueron invertidos por empresas de capital riesgo en cerca de 12500 empresas. En cambio, informalmente se invirtieron en torno a los 359 mil millones de dólares en casi 34 millones de empresas.

El inversor informal español es: preferentemente un hombre, de unos 41 años de edad, con estudios universitarios, en activo, con una renta mensual familiar media, posiblemente empresario y emprendedor, que ha invertido en un negocio del sector servicios y, en particular, del comercio y al cual le une una relación de parentesco con el beneficiario de la inversión.

Más de la mitad de los emprendedores localizados ponen de su bolsillo el 100% del capital inicial. Quizá por ello dos tercios de las start-up españolas afirman comenzar con un número de propietarios comprendido entre 2 y 5, porcentaje que disminuye de manera drástica en empresas nuevas

(menos de 3 años y medio) y empresas establecidas (más de 3 años y medio). Es probable que, pasada la fase de start-up, en la que varias personas han puesto capital semilla, los propietarios capitalistas se retiren dejando al frente a aquel que lleva el día a día de la empresa. El predominio de las empresas ya creadas (no start-ups) con un solo propietario al frente es un fenómeno que se viene observando en el GEM-España año tras año.

El año 2003 se aprecia que el ratio actual de 0,43 mujer emprendedora por cada varón es ligeramente superior al registrado el año anterior (0,39), lo que sugiere una cierta mejoría. Como se ha comentado, ha habido un incremento de actividad emprendedora general en el país respecto al año 2002. Dentro de ese aumento, el incremento de la actividad femenina ha sido sustancial (un incremento del orden de un 47,5% y 58,0% respectivamente). En el medio plazo, un objetivo factible para España sería el de alcanzar la media internacional, que se sitúa entorno al 0,55, es decir, el de una mujer emprendedora por cada dos hombres emprendedores.

El 35% de la población española entre 18 y 64 años, percibe buenas oportunidades para poner en marcha nuevos negocios hasta diciembre del 2003. La población de nuestro país se puede equiparar a la de otros como: el Reino Unido, Chile, Italia, Irlanda, Canadá y Eslovenia y queda prácticamente pareja a la media GEM acerca de este concepto. Sin embargo, si se compara esta situación con la del año anterior se aprecia una recesión en este concepto, pues, la población española estaba entre las 10 más optimistas y bastante por encima de la media GEM, habiendo bajado este año a la posición catorce sobre treinta. Se registra un descenso total del 13% en dos años, significativo y que puede estar indicando la existencia de cierto estancamiento en el acceso o la apertura del mercado interno.

Se percibe una muy ligera mejora en cuanto a la motivación para emprender en España, pero los resultados siguen apuntando a que se trata de un tema algo estancado y que, las medidas tomadas para impulsarlo, todavía no se reflejan de forma notable en la sociedad. Especial atención merece el que la carrera de empresario siga sin ser considerada como buena, ni por la población ni por los expertos entrevistados.

La valoración en cuanto a la habilidad de la población para emprender, es muy parecida a la del año 2002, de forma que hay que seguir avanzando en la concienciación de la sociedad de que se está cambiando el entorno y de que se abren muchas posibilidades para aquél que lo quiera intentar. Los índices que miden este concepto sólo cambiarán si la población va modernizando su mentalidad y si los expertos son capaces de percibir este cambio en la

población, pues por muchas medidas que se tomen, si la población sigue anclada en su visión del pasado, se seguirá viendo al empresario como un individuo que desafía al entorno para correr un tremendo riesgo personal que, en contadas ocasiones se ve recompensado por el éxito.

En España la contribución estimada de las nuevas empresas al empleo total es del 3.8%, estadísticamente no diferente a la contribución de la mayoría del resto de los países del entorno europeo. Las nuevas empresas españolas presentan un problema de crecimiento y, entre los factores que lo provocan se han detectado los referentes al sistema educativo, que no promueve los valores creativos y de autosuficiencia, y al entorno cultural, que no apoya al empresario. Es por estos factores por lo que, en parte, a pesar de tener una actividad emprendedora media, las nuevas empresas españolas no crecen y crean empleo al nivel que sería deseable. No basta con poner la semilla: hay que facilitar el crecimiento y consolidación de las nuevas iniciativas.

Las condiciones de entorno evaluadas se perciben como insuficientes en muchos aspectos y como suficientes pero no brillantes en otros. El tema peor evaluado es el relativo a la presencia de formación encaminada a favorecer el espíritu emprendedor en la educación primaria y secundaria y el mejor valorado es el acceso a la infraestructura física. Varias medidas están teniendo cierta repercusión, pues entre las variables mejor puntuadas se pueden ver las relativas a los Programas Gubernamentales en su faceta de presencia y de oferta de ayudas. El apoyo financiero a los emprendedores y

las normas sociales y culturales o apoyo de la sociedad al emprendedor siguen siendo condiciones más bien desfavorables pero, en cambio, según los expertos españoles, el clima económico actual y la estructura de nuestra población no suponen ningún obstáculo a la actividad emprendedora. Asimismo, se percibe como mejor el tema de las regulaciones y burocracia que afecta a la creación de empresas. La transferencia tecnológica y la inversión en I+D sigue siendo insuficiente y también se demanda una mejora en el acceso a la infraestructura de servicios de consultoría, gestoría y asesoramiento en general, cuyos costes no son asequibles para muchos de los nuevos empresarios.

El análisis regional pone, por primera vez, de manifiesto diferencias entre tres regiones, que han participado de forma independiente en el Proyecto, y los resultados nacionales. El capítulo 9 de este informe desarrolla extensivamente los análisis comparativos que ponen de manifiesto el carácter diferenciado de la actividad emprendedora en Cataluña, por razones de veteranía ampliamente demostrada en este campo, así como el espectacular desarrollo habido en Extremadura y el potencial que demuestra Andalucía y que deberá ser valorado por las Instituciones autonómicas correspondientes para darle mayor impulso. El análisis regional se revela como un instrumento de análisis de gran valor para lograr la convergencia de las Comunidades Autónomas en creación empresarial y desarrollo en general, así como para proporcionar un conjunto de resultados peculiares que es imposible detectar en el estudio nacional.

1. LA CREACIÓN DE EMPRESAS: UNA PERSPECTIVA INTERNACIONAL

1.1. Actividad emprendedora total en el entorno GEM y en España

Los datos procedentes de las encuestas de población adulta de los treinta países participantes en el Proyecto GEM 2003, han permitido, al igual que en ediciones anteriores, establecer el nivel de creación de empresas en un contexto internacional amplio. Sin embargo, la delicada situación internacional que se ha vivido desde los atentados del 11 de Septiembre y el posterior conflicto armado en Irak, ha afectado en cierta medida a la participación de algunos países, de forma que, de 37 participantes en el 2002, se ha pasado a 30 en el 2003. A la espera de una recuperación de participantes, la comparación de los índices totales de actividad emprendedora desde el inicio del Proyecto GEM es la que se muestra en la Figura 2.

Analizando la evolución de los índices de creación empresarial de estos cuatro años, hasta donde los datos lo permiten, se aprecia una fuerte evolución ascendente entre el año 2000 y el 2001, seguida de una fuerte recesión en el 2002 y de una notable recuperación en el 2003 para algunos países (EEUU entre ellos), mientras que otros han seguido una recuperación más lenta o, incluso una evolución descendente. El 2001 fue un año atípico, que probablemente sustentó parte de ese gran crecimiento en la burbuja de Internet y que dio paso a una caída propiciada por el fin de dicha burbuja sumada a la delicada situación internacional tras los atentados del 11 de Septiembre. El año 2003 marca una recuperación notable en muchos países que, superan los niveles registrados en el 2000 y tienden a aproximarse a los resultados del 2001. Este tipo de panorama es el que se puede atribuir a la serie temporal de España, Reino Unido y Bélgica, por ejemplo, siendo más lenta la recuperación en Alemania y Suecia y nula en Francia, Italia, Irlanda y Dinamarca tal y como muestran los siguientes gráficos particulares sobre países de la UE para los que se dispone de la serie temporal completa:

FIGURA Nº2. Comparación de los índices de actividad emprendedora total (TEA) desde el año 2000 al 2003 para aquellos países que han participado en el Proyecto en alguna de esas ediciones.

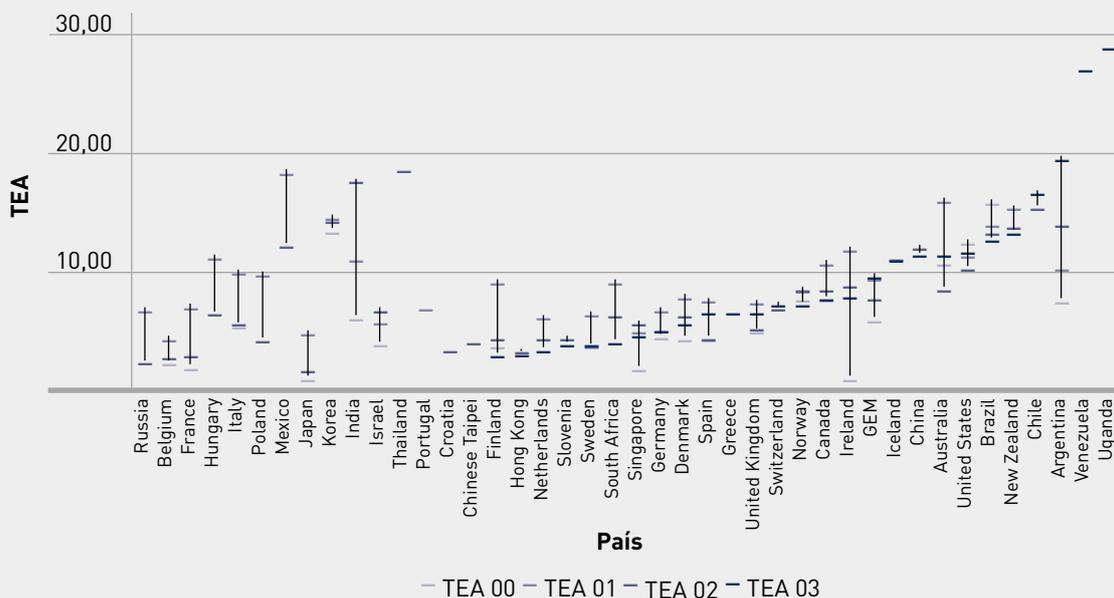
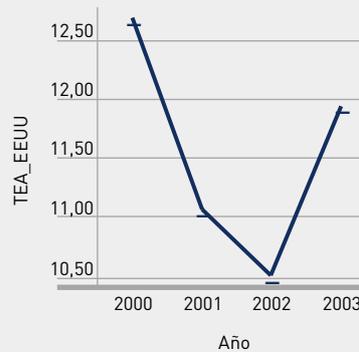
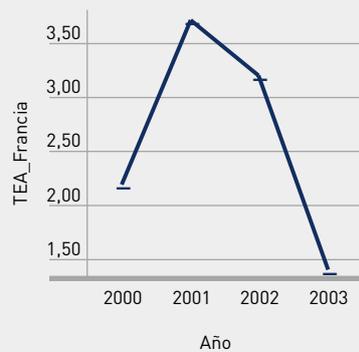
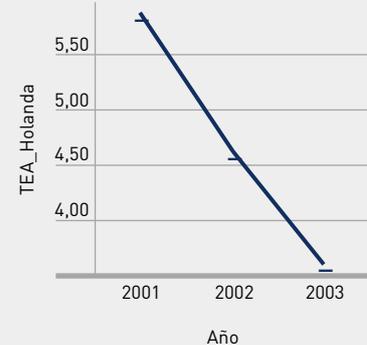
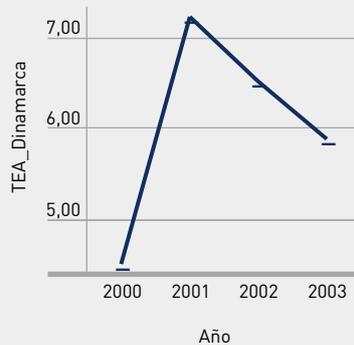
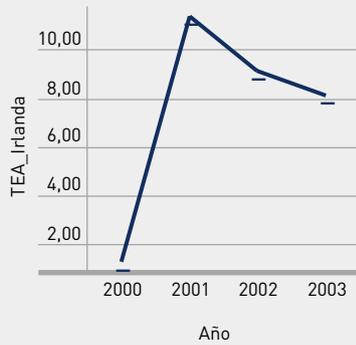
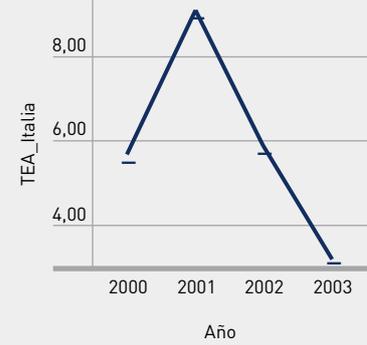
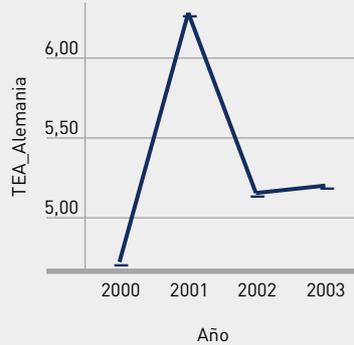
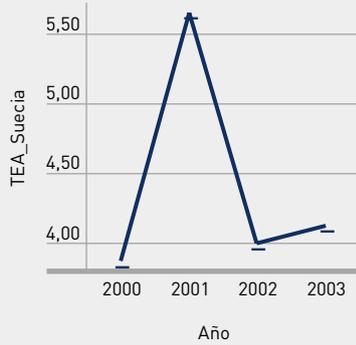
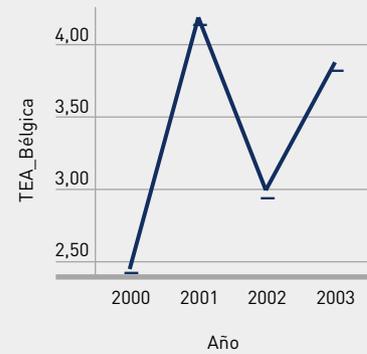
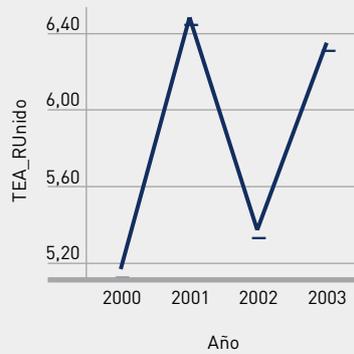
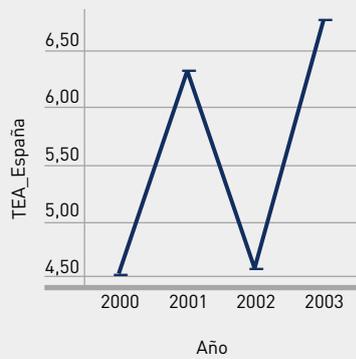


FIGURA N°3. Series temporales del TEA en países de la UE y EEUU



Por otro lado, es interesante observar la evolución ascendente del índice de actividad emprendedora en algunos países, pero sustentada en la necesidad en lugar de hacerlo en la oportunidad. Así, cabe enmarcar en esta situación a países como Argentina o la India, para la cual este año no va a ser posible disponer de datos, pero que seguía una línea ascendente hasta el pasado año, ajena a la situación internacional y más centrada en su situación particular, que permite efectuar un pronóstico de lo que cabía esperar para este año:

En definitiva, los datos GEM del 2003 muestran diversas tendencias regionales marcadas por la recuperación moderada en el caso de árbitros de la economía mundial como es el de EEUU y Alemania, notable en otros países desarrollados como el Reino Unido, Australia, Bélgica y España, fuerte pero por motivos de necesidad en países como Argentina, Venezuela y Chile, algo recesiva en otros como Italia, Francia, Dinamarca, Noruega, Finlandia, Holanda, Canadá, Brasil, Nueva Zelanda, China y prácticamente estable en otros lugares como Hong Kong, Suecia, Suiza e Islandia.

FIGURA N°4. Evolución del índice de actividad emprendedora total en Argentina, 2000-03

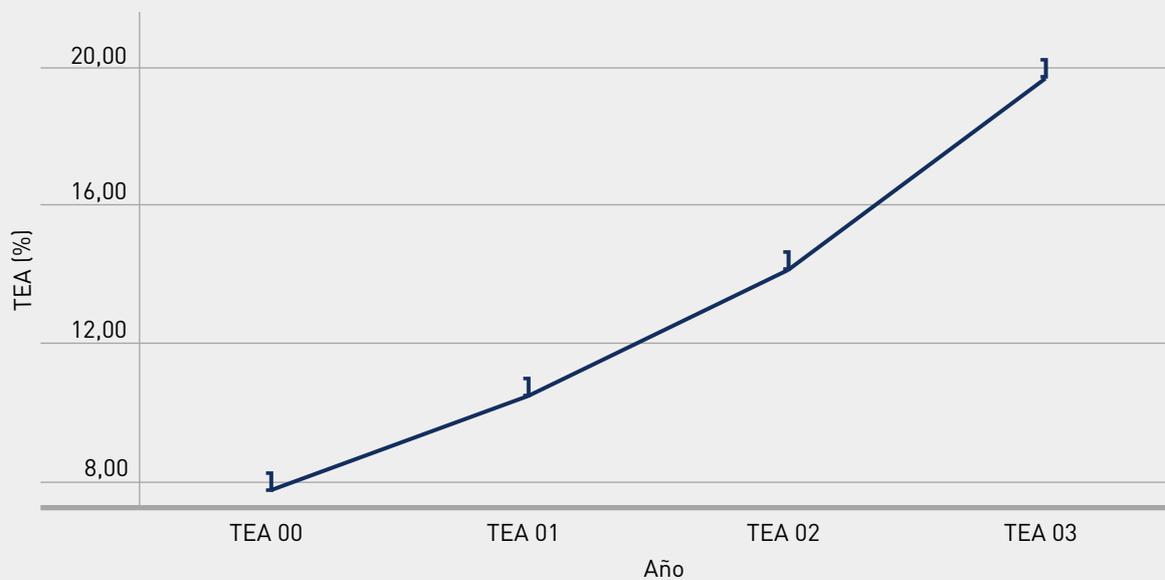
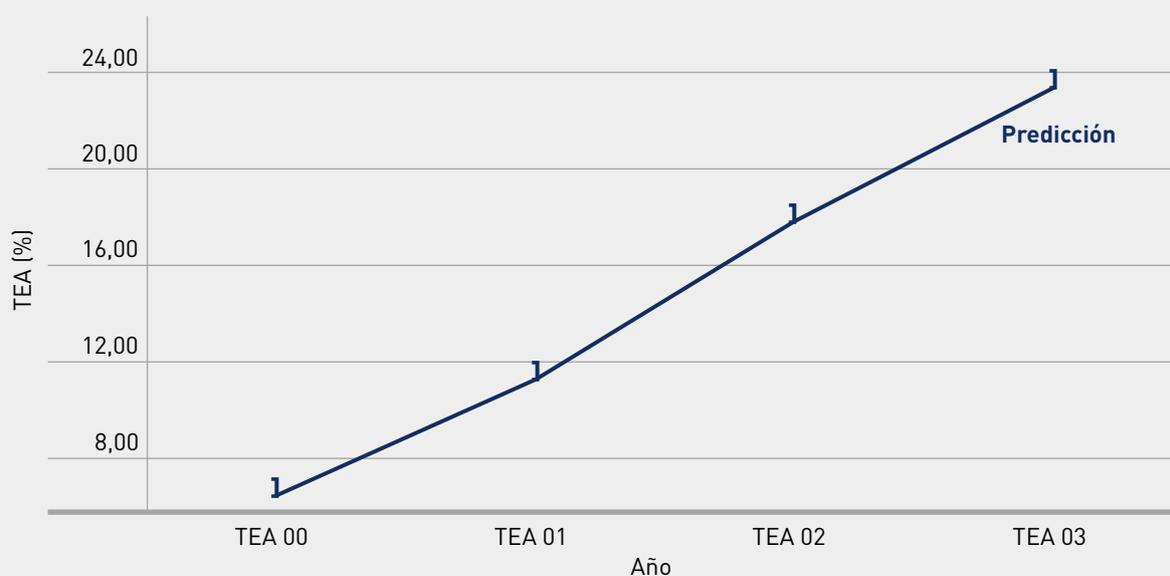


FIGURA N°5. Evolución del índice de actividad emprendedora total en la India 2000-03



La tabla nº 1 muestra los índices de actividad emprendedora total registrados en las cuatro ediciones del Proyecto en que viene participando España. En ella puede apreciarse la situación descrita para el contexto internacional.

Por otro lado, como viene siendo ya una costumbre, en la edición 2003, el mayor índice de actividad lo registra uno de los países recién incorporados al proyecto: Uganda, seguido de Venezuela, ambas naciones con un elevado desarrollo de

actividades emprendedoras por motivos de necesidad de la población. A falta de los datos de otros países de índices elevados como la India o Tailandia, a estos países les siguen Argentina y Chile que marca la frontera con los países más desarrollados con elevados índices de actividad emprendedora como Nueva Zelanda, los Estados Unidos de América y Australia. Brasil debería estar más cercano a Argentina y Chile, pero ha registrado cierta recesión este año.

TABLA Nº1.

Evolución de los índices TEA para los países participantes en el proyecto GEM

	País de origen	TEA 00	TEA 01	TEA 02	TEA 03
1	Uganda	,	,	,	29,26
2	Venezuela	,	,	,	27,31
3	Argentina	7,77	10,52	14,15	19,73
4	Chile	,	,	15,68	16,87
5	New Zealand	,	15,63	14,01	13,60
6	Brazil	16,04	14,21	13,53	12,90
7	United States	12,69	11,65	10,51	11,90
8	Australia	10,93	16,2	18,68	11,62
9	China	,	,	12,34	11,59
10	Iceland	,	,	11,32	11,24
11	Media GEM	6,14	9,68	7,98	8,88
12	Ireland	1,25	12,11	9,14	8,10
13	Canada	7,93	10,98	8,82	8,01
14	Norway	7,91	8,69	8,69	7,46
15	Switzerland	,	,	7,13	7,41
16	United Kingdom	5,16	7,68	5,37	6,89
17	Greece	,	,	,	6,77
18	Spain	4,55	7,78	4,59	6,77
19	Denmark	4,51	8,07	6,53	5,88
20	Germany	4,73	7,03	5,16	5,21
21	Singapore	2,06	5,18	5,91	4,95
22	South Africa	,	9,37	6,54	4,30
23	Sweden	3,87	6,67	4,00	4,12
24	Slovenia	,	,	4,63	4,05
25	Netherlands	,	6,38	4,62	3,60
26	Hong Kong	,	,	3,44	3,23
27	Finland	3,94	9,32	4,56	3,14
28	Thailand	,	,	18,90	,
29	India	6,30	11,25	17,88	,
30	Korea	13,67	14,85	14,52	,
31	Mexico	,	18,73	12,40	,
32	Israel	4,17	5,97	7,06	,
33	Hungary	,	11,42	6,64	,
34	Italy	5,68	10,16	5,90	3,19
35	Poland	,	9,98	4,44	,
36	Chinese Taipei	,	,	4,27	,
37	Croatia	,	,	3,62	,
38	France	2,20	7,23	3,20	1,40
39	Belgium	2,44	4,58	2,99	3,87
40	Russia	,	6,91	2,52	,
41	Japan	1,26	5,08	1,81	2,76
42	Portugal	,	7,09	,	,
Total	N 41	22	30	38	27

En la Figura 6 se muestra la evolución de la media del TEA a lo largo de cuatro ediciones del proyecto para los países participantes en cada una de ellas. Aunque no son exactamente comparables porque los países participantes han variado de una a otra, en general, se puede apreciar el elevado crecimiento que se experimentó en el 2001, la recesión detectada en el 2002 y la notable recuperación habida en el 2003.

Dentro de la situación de la actividad emprendedora de los países participantes en la edición 2003, España ocupa una

posición intermedia, del estilo de las registradas en años anteriores, pero que ha supuesto una mejora con respecto a la del año 2002, del orden de un 47,5% más de actividad², por lo que la evolución es optimista y se enmarca en un entorno de buenas perspectivas. La Figura 7 muestra la fotografía GEM internacional para este año 2003:

Asimismo, la Figura 8 muestra la comparación entre los índices del año 2002 y 2003 para este conjunto de países, pudiendo apreciarse los cambios anteriormente comentados:

FIGURA N°6. Evolución temporal del TEA promedio de los países GEM 2000-2003

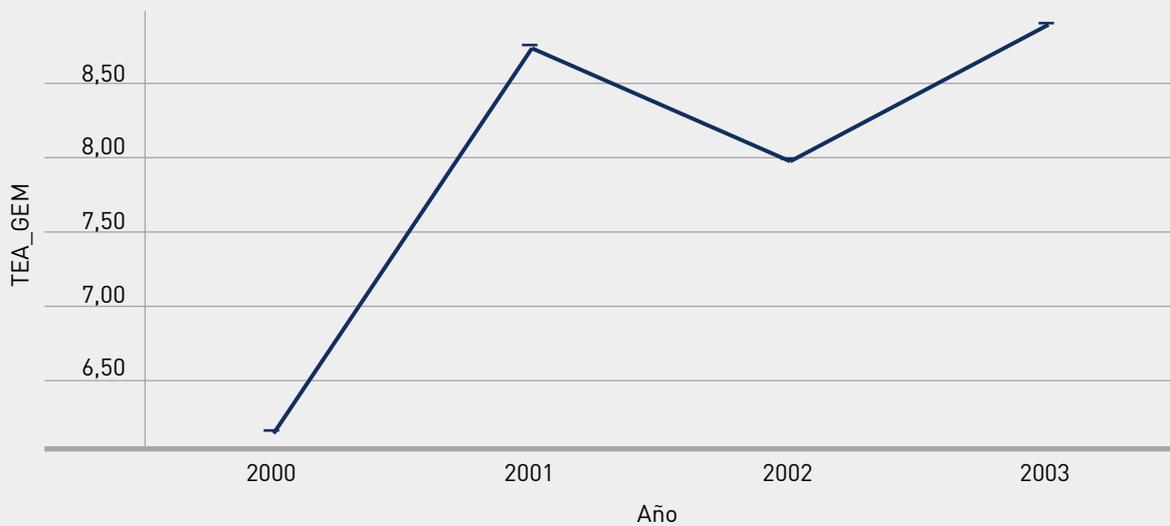
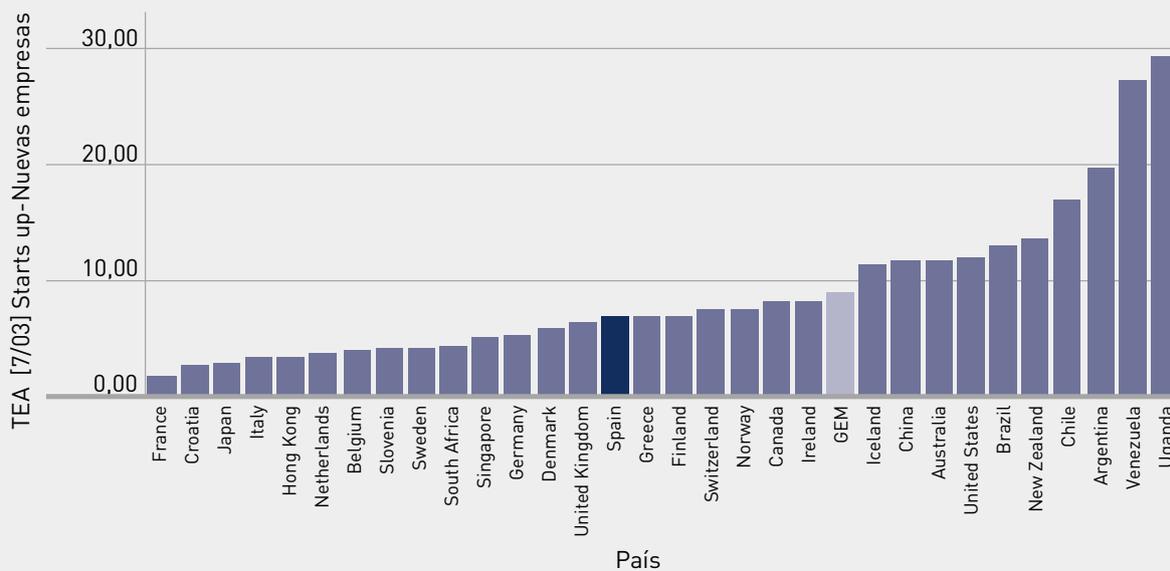
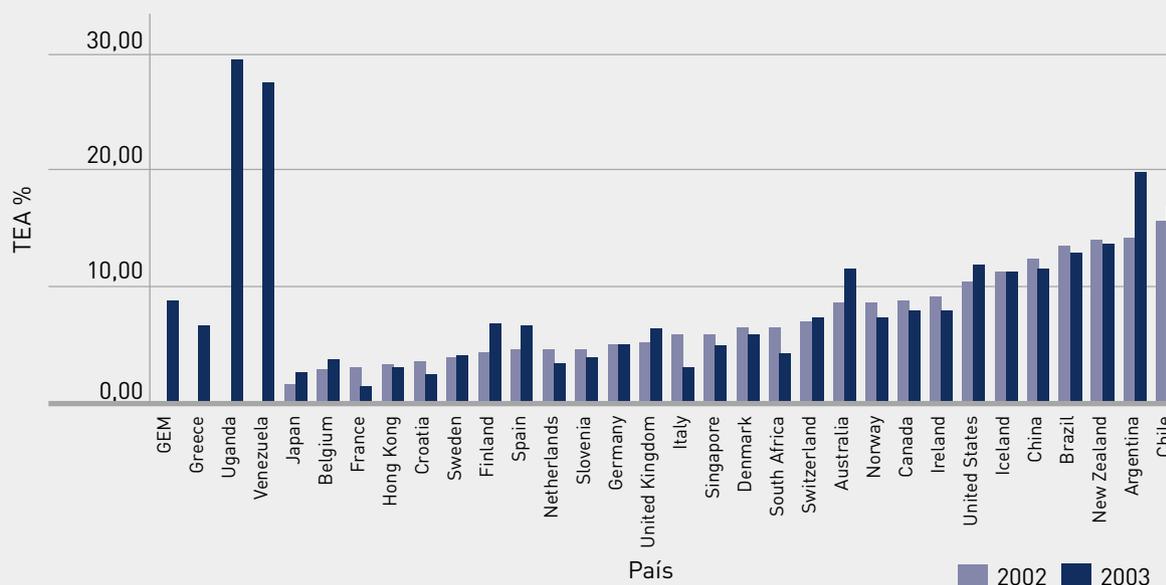


FIGURA N°7. TEA 2003 para todos los países GEM



² El incremento de actividad en España se calcula como número índice comparativo entre el TEA del año 2002 y el del 2003: $[(6,77/4,59) * 100 - 100] = 47,5\%$.

FIGURA N°8. Comparación del TEA 2002 y 2003 para los países GEM



1.2. El desglose de la actividad emprendedora: negocios nacientes, negocios nuevos y business angel

El índice de actividad emprendedora o TEA, muestra el grado de iniciativas empresariales que tienen lugar en los países participantes en el Proyecto GEM desde una perspectiva global. Sin embargo, dichas iniciativas, corresponden a diversos tipos de actividad, por lo que es necesario mostrar el detalle del desglose de las mismas, propósito que cubre este apartado.

Así, en la Tabla n° 2, se puede observar el volumen de firmas nacientes (nascent firms) medidas como porcentaje de adultos de 18 a 64 años de edad involucrados en la puesta en marcha (start up) de un nuevo negocio del cual van a poseer, cuando menos, una parte y, en el cual, todavía no se han pagado salarios por más de tres meses. Asimismo, se puede observar el volumen de firmas nuevas (baby business), entendidas como porcentaje de adultos de 18 a 64 años involucrados en la propiedad y dirección de un negocio que lleva pagando salarios por un período que oscila entre los 3 y los 42 meses.

El 74,2% de los países GEM, porcentaje en el cual se halla inmerso España, muestran un mayor volumen de firmas nacientes que de firmas nuevas. El caso contrario se registra en países como Uganda y China, mientras que en otros, el volumen de ambos tipos de firma es

prácticamente igual: Brasil, Reino Unido, Dinamarca, Suecia, Holanda y Hong Kong. Estas cifras guardan cierta relación con la mortalidad de las empresas nuevas, bastante elevada en general en la mayoría de países y, registrada en el informe GEM a través de la medición del porcentaje de negocios cerrados en los últimos 12 meses anteriores al trabajo de campo, es decir, entre julio de 2002 y julio de 2003 aproximadamente. El volumen de cierre de negocios se puede ver también en la sexta columna de la Tabla n° 2 y, por término medio, alcanza el 4,29% en el entorno GEM, cifra cercana a la media de firmas nuevas que se sitúa en un 4,06%, poniendo de manifiesto la importancia de este problema para el desarrollo de la actividad emprendedora, y apuntando una conclusión que debe tomarse en gran consideración para el éxito de las políticas públicas encaminadas a favorecer el espíritu emprendedor en todos los países: no basta con favorecer el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales, sino que hay que poner muchos medios para que éstas logren sobrevivir y consolidarse, por lo que, a las ayudas y programas establecidos hay que añadir urgentemente asesoramiento y formación destinado a los nuevos emprendedores.

Por otro lado, en la tabla se muestra el volumen de participación de la población adulta como business angel o inversora informal en iniciativas emprendedoras de otros. Las cifras se mantienen bastante estables respecto de las del año anterior, ya que en aquella ocasión se registró un 3,11% de participación en España, frente al 3,39% actual, que, considerando el intervalo de confianza existente en torno a las estimaciones obtenidas por medio de muestras, se puede considerar una cifra similar, sin cambios

TABLA N°2.

Desglose de la actividad emprendedora en los países GEM 2003

	País	% Empresas nacientes	% Empresas nuevas	% Firmas establecidas	% Cierre de negocios (julio02-03)	% Business angel, inversión informal
1	United States	8,09	4,89	5,39	3,84	4,92
2	South Africa	2,74	2,00	1,08	3,41	1,87
3	Greece	2,92	3,85	19,6	13,02	2,25
4	Netherlands	1,73	1,93	3,77	1,57	1,29
5	Belgium	2,83	1,21	2,21	1,53	1,72
6	France	,89	,74	1,64	1,00	,69
7	Spain	4,39	2,46	4,78	1,54	3,39
8	Italy	2,04	1,31	2,26	1,33	1,54
9	Switzerland	4,33	3,71	7,26	1,43	4,67
10	United Kingdom	3,41	3,19	5,78	2,09	1,63
11	Denmark	3,05	3,32	5,66	1,52	2,53
12	Sweden	2,03	2,42	5,36	4,19	2,28
13	Norway	4,03	3,88	6,14	2,73	4,71
14	Germany	3,49	2,09	4,64	1,85	2,73
15	Argentina	12,44	8,54	7,84	10,39	4,40
16	Brazil	6,52	6,94	7,62	8,08	,87
17	Chile	10,94	7,14	6,46	9,50	4,65
18	Australia	6,60	5,36	9,12	3,28	3,19
19	New Zealand	9,28	5,17	11,12	4,35	4,80
20	Singapore	3,00	2,27	1,78	1,49	1,58
21	Japan	1,36	1,46	5,96	,91	,44
22	China	4,29	7,38	16,38	8,04	7,08
23	Canada	5,08	3,77	4,37	3,56	3,33
24	Uganda	14,77	16,86	16,23	23,84	13,20
25	Ireland	5,10	3,76	6,70	2,46	2,62
26	Iceland	7,27	4,42	7,30	3,66	7,31
27	Finland	4,06	3,11	11,50	1,45	4,21
28	Croatia	1,75	,91	2,55	1,34	,59
29	Slovenia	2,99	1,11	5,45	1,34	2,97
30	Venezuela	19,23	9,73	9,63	12,58	4,31
31	Hong Kong	1,71	1,58	3,49	1,94	3,21
32	GEM	5,34	4,06	6,40	4,29	3,48
Total	N 32	32	32	32	32	32

estadísticamente significativos. Lo mismo puede decirse de la media GEM que pasa de 3,05% en el 2002 a 3,48% en el 2003. Por consiguiente, aunque se tiende a cierta recuperación frente a la situación más optimista que había hace dos años, el incremento no resulta significativo. La práctica del business angel está todavía poco desarrollada en la mayoría de países participantes, siendo más destacada en aquellos en que se crean muchos negocios por necesidad y con fuerte componente exportador de productos (caso de Uganda y China, por ejemplo) y algo más notable en países de fuerte tradición emprendedora

como Nueva Zelanda y los Estados Unidos de América. Poner dinero en iniciativas de otros es arriesgado y, por el momento no se "vende" como una posibilidad de inversión salvo en entornos muy especializados, expertos, antiguos emprendedores o familiares. Por otro lado, la legislación y regulación en torno a este tema no es conocida a nivel popular, por lo que la población, en general, no sabe qué posibilidades de obtención de contraprestaciones puede tener en el caso de invertir en el desarrollo de negocios de otros. En otro apartado del informe se trata de forma más extensa este tema.

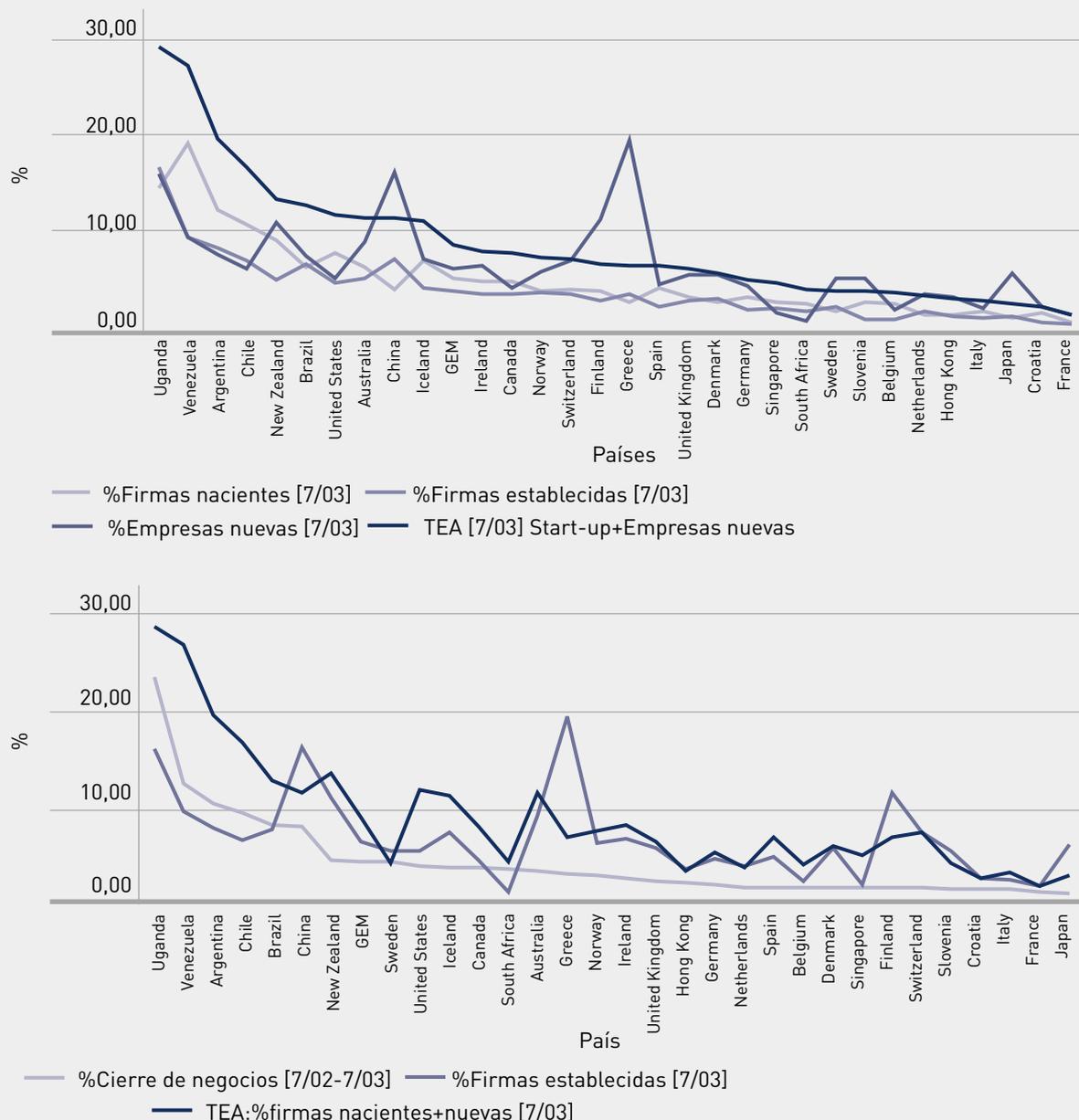
Por consiguiente, en España, se registra un nivel discreto de inversión tipo business angel informal, pero cercano a la media del entorno GEM, que le sitúa en el grupo de países con posibilidades de ir logrando, poco a poco, un mayor desarrollo de esta modalidad si se toman medidas de difusión en los ambientes adecuados. La situación, algo mejor hace dos años, parece tender a recuperarse, pero la estabilidad de este índice señala un cierto compás de espera hasta el asentamiento de las buenas perspectivas.

Por último, en la Tabla nº 2 se puede ver la medición de firmas establecidas o consolidadas, como porcentaje de adultos de 18 a 64 años involucrados en nuevos negocios

como propietarios-gerentes, que llevan pagando salarios por más de 42 meses. Las cifras nos sitúan algo por debajo del Reino Unido, Dinamarca e Irlanda, pero al mismo nivel que Alemania y por encima de Francia, Italia y Holanda, en el entorno de la UE.

La figura nº 9 muestra la comparación de tasas que desglosan la actividad emprendedora pudiendo apreciarse diversas situaciones en los países participantes. Así, en el primer gráfico se puede ver la proporción de empresas nacientes, nuevas y establecidas en cada país en referencia a su TEA y, en la segunda, la situación de la creación de empresas y de las firmas establecidas frente al cierre de

FIGURA N°9. Porcentaje de empresas nacientes, nuevas, establecidas y TEA



negocios habido en el último año. En este último gráfico se puede apreciar el caso preocupante de Suecia en que el porcentaje de cierre de negocios se iguala al TEA. En ningún país el porcentaje de cierres supera al TEA. Sin embargo, en la edición anterior, tanto Suecia como España fueron los únicos países en que el porcentaje de cierres superaba al TEA, dando pie a pensar que el proceso de creación empresarial no guardaba un buen equilibrio respecto del de destrucción. En la edición actual, la situación parece remitir: España se sitúa en niveles aceptables de relación entre cierre y apertura y Suecia, al menos ha igualado ambas tasas, lo cual supone una mejora. El resto de países presentan situaciones en que el TEA siempre queda por encima del porcentaje de cierres pero, en algunos de ellos sucede que dicha tasa supera a la de firmas establecidas: Uganda, Venezuela, Argentina, Chile y Sudáfrica. Así, en Venezuela y Argentina, la inestabilidad económica y política se refleja en estos datos, mientras que en Uganda, Sudáfrica y Chile puede responder a la estructura económica empresarial actual.

Como conclusión de este apartado en lo que respecta a España, se puede afirmar que el crecimiento experimentado por el TEA de nuestro país, viene sustentado, especialmente, por el aumento de firmas nacientes, mientras se mantiene bastante estable el porcentaje de firmas nuevas en referencia al año anterior. Por ello, es doblemente importante tener presente en términos de políticas públicas y de formación, el fomento de la preparación de los futuros emprendedores para que

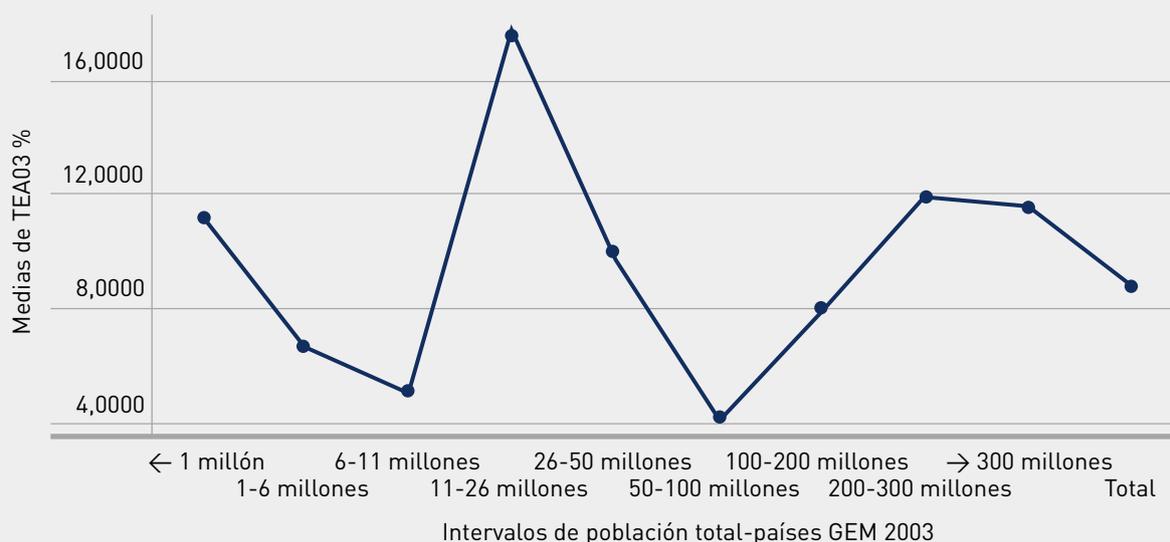
sean conscientes de la importancia de elaborar planes de empresa, estudios de viabilidad, correcto diseño de los productos, análisis del mercado y todas aquellas variables de las cuales puede depender el éxito del nuevo negocio, así como proveerse del asesoramiento necesario tanto en la puesta en marcha de dicho negocio como en los primeros años de su desarrollo para que pase a engrosar las cifras de cierres al cabo de poco tiempo.

1.3. Los factores demográficos

El Proyecto GEM dispone de un amplio abanico de variables secundarias que permiten el estudio de las posibles relaciones entre el índice TEA y diversos tipos de factores. En este apartado se exploran las existentes entre TEA y población, inmigración y fuerza laboral de los países GEM 2003.

En primer lugar, hay que señalar que el estudio GEM siempre ha puesto de manifiesto que no existe una relación entre los tamaños poblacionales y la actividad emprendedora de los países. Las variables que explican el fenómeno de la creación empresarial guardan más bien relación con los indicadores económicos y, en general, no se puede afirmar que a mayor población mayor actividad emprendedora. Al agrupar los países en nueve intervalos de población y relacionarlos con su media del índice TEA, se observan las siguientes diferencias:

FIGURA N°10. El TEA no depende del número de habitantes de los países



Por consiguiente, los países más emprendedores son aquellos que tienen entre 11 y 26 millones de personas y los menos emprendedores los que tienen entre 50 y 100 millones, pero aunque esta diferencia sea estadísticamente significativa, las que hay entre otros tipos de países no lo son. Así, los países de menos de un millón de habitantes se pueden equiparar a los de 26-50 millones; los de 200-300 millones a los de más de 300 millones, etc. España se sitúa en un nivel intermedio junto al resto de países de entre 26 y 50 millones de habitantes.

Por otro lado, se comprueba que el volumen de inmigración no es una variable explicativa del TEA para el conjunto

global de países GEM 2003, pero sí que lo es en aquellos países en que dicha inmigración está entre valores del 1 y el 6 por mil habitantes aproximadamente. La Figura nº 11 muestra la correlación entre el TEA y la inmigración del 2000, 2001 y 2002 (prácticamente estable) de forma que a mayor inmigración, mayor actividad emprendedora en este conjunto de países, aunque probablemente existen otras variables que están interaccionando para impulsar esta relación, como por ejemplo, las corrientes migratorias históricas entre el Reino Unido, Australia, Nueva Zelanda y Estados Unidos, algo desligadas de las corrientes actuales a las que se ven sometidos otros países como España y Francia:

FIGURA N°11. Países con inmigración entre el 1 y el 6 por 1000 hb y TEA

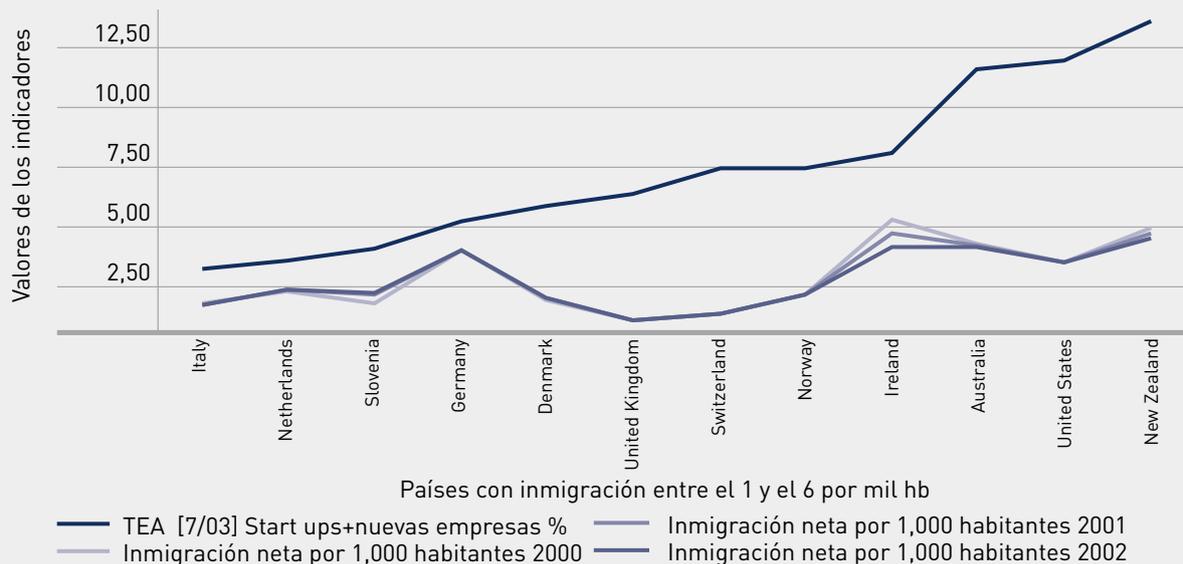


TABLA N°3.

Inmigración y TEA

		Inmigración neta por 1,000 habitantes 2000	
TEA 03	Correlación de Pearson		,632
	Sig. (bilateral)		,027
	N		12
TEA 03 por oportunidad	Correlación de Pearson		,602
	Sig. (bilateral)		,038
	N		12
TEA 03 por necesidad	Correlación de Pearson		,711
	Sig. (bilateral)		,010
	N		12

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Por consiguiente, los distintos tipos de inmigración dan lugar a diversos grados de incidencia en el TEA: las corrientes que llegan a los países del subconjunto descrito representan una parte de la actividad emprendedora, mientras que en países como Francia, España y otros no se manifiesta este tipo de fenómeno de forma suficientemente importante como para impactar en el TEA. Los inmigrantes son absorbidos como empleados en el mejor de los casos, o por la economía sumergida en muchos otros, no suponiendo un factor explicativo del TEA.

La población activa del país también tiene un comportamiento dispar en cuanto a su capacidad explicativa sobre el índice de

actividad emprendedora TEA. Así, la correlación general entre dicho índice y la fuerza laboral de los países GEM, es prácticamente inexistente, por lo que no se puede establecer una relación del tipo: a más fuerza laboral mayor actividad emprendedora. En cambio, si se realiza el análisis de la correlación entre la parte del TEA correspondiente a necesidad y la fuerza laboral total de los países, entonces, adquiere un valor positivo de 0,475 ($p = 0,011$), indicando que tiene una capacidad explicativa del 22%, aproximadamente. Por consiguiente, se puede decir que a mayor tamaño de la fuerza laboral de un país, más influencia en el desarrollo de iniciativas emprendedoras por necesidad, aunque este factor sólo explica una parte del fenómeno.

TABLA N°4.

De izquierda a derecha: ranking de países según el TEA o actividad emprendedora; país, TEA, TEA por oportunidad, TEA por necesidad, población total de 20 a 64 años 2003, número de emprendedores estimado total, por necesidad, por oportunidad y porcentaje que representan sobre el total.

RK	País	TEA03	TEA 03OP	TEA 03NE	Población03 20-64 años	Nº EMP	Nº EMPNE	Nº EMPOP %	EMPNE %	EMPOP
1	Uganda	29,26	17,05	13,17	9102127	2663282	1198750	1551913	45,01	58,27
2	Venezuela	27,31	16,06	11,58	13366442	3650375	1547834	2146651	42,40	58,81
3	Argentina	19,73	11,93	7,46	21228270	4188338	1583629	2532533	37,81	60,47
4	Chile	16,87	10,48	5,87	9006305	1519364	528670	943861	34,80	62,12
5	N. Zealand	13,60	11,51	1,67	2356300	320457	39350	271210	12,28	84,63
6	Brazil	12,90	6,89	5,50	104957512	13539519	5772663	7231573	42,64	53,41
7	USA	11,94	9,11	1,67	173107310	20669013	2890892	15770076	13,99	76,30
8	Australia	11,62	9,91	1,55	11857801	1377876	183796	1175108	13,34	85,28
9	China	11,59	5,45	6,11	784138907	90881699	47910887	42735570	52,72	47,02
10	Iceland	11,24	9,42	,81	163526	18380	1325	15404	7,21	83,81
11	Ireland	8,10	6,73	1,30	2340460	189577	30426	157513	16,05	83,09
12	Canada	8,01	6,69	1,05	19966337	1599304	209647	1335748	13,11	83,52
13	Norway	7,46	6,65	,67	2690048	200678	18023	178888	8,98	89,14
14	Switzerland	7,41	6,26	1,03	4541172	336501	46774	284277	13,90	84,48
15	Finland	6,85	5,79	,63	3152323	215934	19860	182520	9,20	84,53
16	Greece	6,77	4,16	2,63	6511651	440839	171256	270885	38,85	61,45
17	Spain	6,77	6,05	,51	25111985	1700081	128071	1519275	7,53	89,36
18	U.Kingdom	6,36	5,33	,97	35829810	2278776	347549	1909729	15,25	83,81
19	Denmark	5,88	5,31	,37	3282880	193033	12147	174321	6,29	90,31
20	Germany	5,21	3,73	1,23	50774641	2645359	624528	1893894	23,61	71,59
21	Singapore	4,95	3,88	1,00	3202154	158507	32022	124244	20,20	78,38
22	S.Africa	4,30	2,87	1,46	1223696	52619	17866	35120	33,95	66,74
23	Sweden	4,12	3,75	,37	5231150	215523	19355	196168	8,98	91,02
24	Slovenia	4,05	3,08	,81	1223696	49560	9912	37690	20,00	76,05
25	Belgium	3,87	3,34	,32	6145907	237847	19667	205273	8,27	86,30
26	Netherlands	3,60	3,01	,36	10012217	360440	36044	301368	10,00	83,61
27	Hong Kong	3,23	2,17	1,12	4844971	156493	54264	105136	34,67	67,18
28	Italy	3,19	2,90	,22	36130066	1152549	79486	1047772	6,90	90,91
29	Japan	2,76	2,02	,53	78227570	2159081	414606	1580197	19,20	73,19
30	Croatia	2,56	1,74	,59	2638548	67547	15567	45911	23,05	67,97
31	France	1,63	1,13	,36	35379326	576683	127366	399786	22,09	69,33
Tot	31				1467745064	153815233	64092232	86359612	41,67	56,15

En lo que respecta al número de emprendedores estimado para España en el año 2003, la cifra que se obtiene es de 1.700.081 de los cuales, 128.071 lo fueron por necesidad, 1.591.275 por oportunidad y el resto no especificó el motivo por el cual emprendió. Por consiguiente, este año se supera ampliamente el millón ciento cincuenta mil registrado en 2002 y se sigue dando una situación en que los motivos para emprender son los típicos de los países desarrollados: aprovechar una oportunidad de negocio más que poner en marcha uno nuevo a falta de otras alternativas de desarrollo profesional. En la tabla nº 4 se pueden ver los datos relativos a las estimaciones del número de emprendedores por países.

De izquierda a derecha: ranking de países según el TEA o actividad emprendedora; país, TEA, TEA por oportunidad, TEA por necesidad, población total de 20 a 64 años 2003, número de emprendedores estimado total, por necesidad, por oportunidad y porcentaje que representan sobre el total.

1.4. Actividad emprendedora y crecimiento económico

El análisis del impacto de la actividad emprendedora en el crecimiento económico de los países sigue siendo uno de los temas destacados en el seno del Proyecto GEM.

TABLA Nº5.

Clasificación de países GEM en función de su actividad emprendedora

Muy alta	Alta	Intermedia	Baja	Muy baja
Chile	Brasil	Argentina	Bélgica	China Taipei
Corea	China	Australia	Finlandia	Croacia
Nueva Zelanda	India	Canadá	Alemania	Francia
Uganda	Méjico	Dinamarca	Grecia	Holanda
Venezuela		Hong-Kong	Israel	Japón
		Hungría	Italia	Rusia
		Islandia	Noruega	Polonia
		Irlanda	Sudáfrica	
		Eslovenia	Suecia	
		España	Suiza	
		Singapur		
		Tailandia		
		Reino Unido		
		Estados Unidos		

Tras cinco años de investigaciones, el índice de actividad emprendedora total o TEA estima que el 9% de las personas en edad de trabajar, es decir, que tienen entre 18 y 64 años está involucrado en la creación de nuevos negocios o empresas. Dicho índice oscila entre el 2 y el 29% a través del análisis de 40 países y se ha revelado como bastante estable en los mismos. La población activa de los 40 países GEM es de 2,400 millones de personas, estimándose que existen 300 millones de emprendedores que están desarrollando 192 millones de nuevas firmas. De ahí que se justifique el estudio de su impacto en el crecimiento económico.

El estudio GEM estima que las empresas nuevas generan entre el 2 y el 15% del empleo actual en los países participantes. Dicha creación de empleo está notablemente correlacionada con el nivel de actividad existente en start-up y, por otro lado existe una correlación positiva y estadísticamente significativa entre el crecimiento económico nacional y la actividad emprendedora. Esta asociación es más elevada con respecto a la actividad emprendedora por necesidad, que es mucho mayor en países menos desarrollados que tienen mayores tasas de crecimiento que los países ricos.

Los índices que miden la actividad emprendedora en el conjunto de países GEM, proporcionan cinco grupos de naciones clasificadas de la siguiente forma:

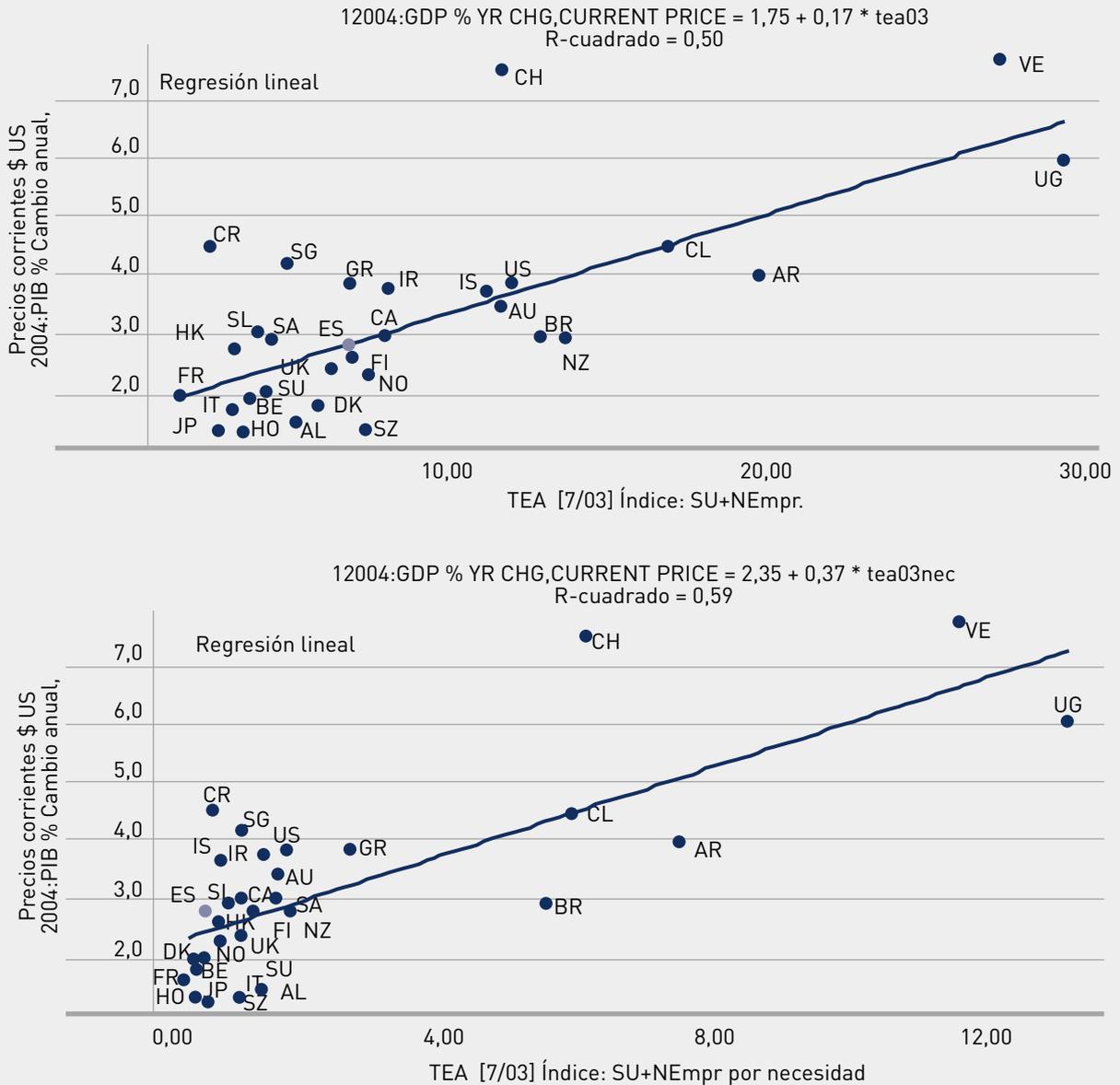
El grupo de países con mayor actividad emprendedora lo es de 3 a 6 veces más que el grupo de países con menor actividad de este tipo, en todos los indicadores con que el GEM mide este concepto.

La correlación que se observa para los indicadores de la edición 2003 entre actividad emprendedora y crecimiento económico es la siguiente:

	TEA03 índice global	TEA03 por necesidad	TEA03 por oportunidad
2004:PIB % Cambio anual a precios corrientes	Correlación = +0,709 P value = 0,000	Correlación = +0,766 P value = 0,000	Correlación = +0,598 P value = 0,000

FIGURA N°12.

Relación entre la estimación del cambio previsto en el PIB 2003-2004 como medida de crecimiento económico y el TEA como indicador de la actividad emprendedora en los países GEM 2003. La misma relación pero con el TEA por necesidad.



Las conclusiones a las que se va llegando en relación a este análisis tras cinco años de investigación son las siguientes:

- La evolución del índice TEA es estable a pesar de la incorporación de más países al estudio.
- La actividad emprendedora por necesidad (que refleja la de aquellos que ponen en marcha negocios porque no hallan una alternativa mejor de empleo) es mucho mayor en países pobres, los cuales, a su vez, tienen mayores tasas de crecimiento que los ricos. En consecuencia es bastante lícito concluir que esta actividad por necesidad es un factor causal que influye en el crecimiento económico nacional de dichos países menos desarrollados.
- Virtualmente no existe relación entre la actividad emprendedora de un año en concreto y el crecimiento económico nacional del mismo año. A lo largo de las sucesivas ediciones del Proyecto GEM, se ha podido constatar que dicha relación aparece, al menos con diferencia de un año. De ahí que se calculen las correlaciones entre la actividad emprendedora de un año y las proyecciones de cambio del PIB para el siguiente, o bien, que se estudie el impacto de la actividad emprendedora del año anterior sobre el PIB actual.
- Al analizar qué parte de la actividad emprendedora que analiza la metodología GEM es la que tiene más impacto en el PIB, se descubre que el volumen de Start-ups es el factor de mayor incidencia, por encima de la creación empresarial de firmas con previsión de impacto tecnológico en el mercado. Este diferencial tiene implicaciones sustanciales para las medidas de políticas públicas encaminadas a generar crecimiento económico pues, en esos casos, un enfoque encaminado a potenciar los start-ups parece tener mucho más potencial que otro dedicado a potenciar el desarrollo de nuevas empresas con impacto tecnológico a partir de otras ya existentes³.
- En resumen, el estudio GEM va proporcionando evidencia continua de que la actividad emprendedora está asociada con el crecimiento económico. El papel causal de dicha actividad no está del todo claro, pero sí que parece confirmarse que tener un sector fuerte de start-ups es una condición necesaria para lograr altos niveles de crecimiento económico nacional.

³ GEM 2003 Global Report. Paul Reynolds, Bill Bygrave, Erkko Autio and others. Enero 2004.

2. TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

2.1. Oportunidad versus necesidad

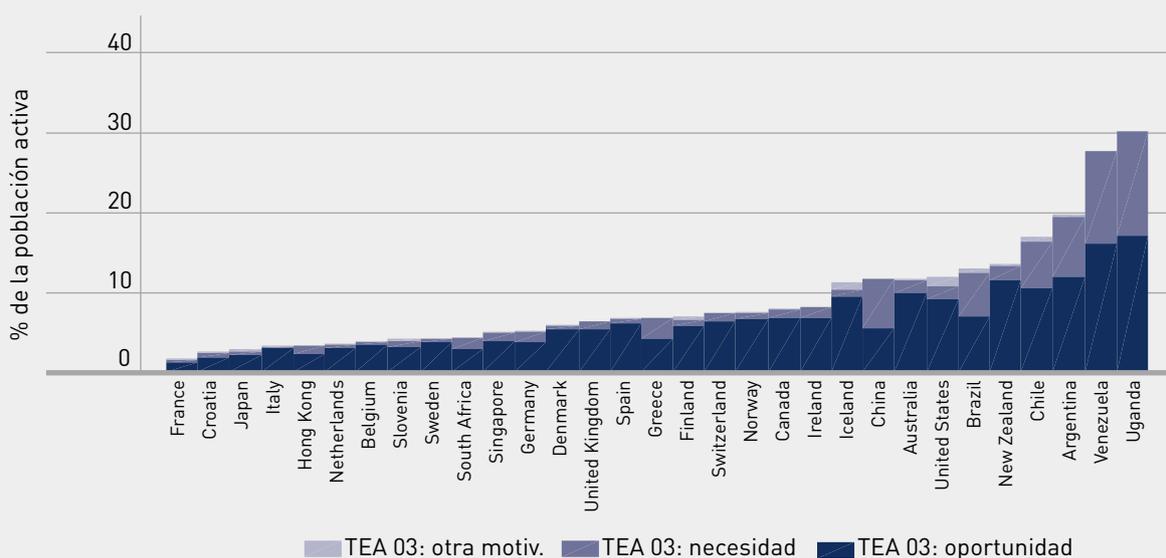
El proyecto GEM comenzó en 1999 con 10 países, los pertenecientes al G7 más dos países nórdicos e Israel, es decir, países todos ellos con un nivel similar de desarrollo. Aunque se encontraron diferencias estadísticamente significativas entre la tasa de creación de empresas de unos países y otros, el orden de magnitud era parecido. En el año 2000 se unieron por primera vez al proyecto algunos países en desarrollo como Brasil, Argentina o India. En contra de todo pronóstico los resultados de los análisis identificaron a esos países en desarrollo como los más empresariales del mundo, con diferencias muy considerables con los países desarrollados. En Brasil, para dar un ejemplo, 16 de cada 100 adultos estaban creando una empresa en el momento de la encuesta⁴, lo que multiplicaba por un factor 3 ó 4 la tasa encontrada en los países europeos.

A raíz de estos resultados se hizo evidente que el proceso emprendedor en los países en desarrollo era diferente al proceso en los países desarrollados. Para profundizar en esta cuestión, a partir del año 2001 se introdujo una nueva

pregunta en la encuesta a la población adulta en la que se indagaba sobre la motivación del individuo para comenzar una nueva actividad empresarial. La pregunta daba tres opciones: abrir una empresa para explotar una oportunidad de negocio (actividad por oportunidad), por supervivencia, esto es, porque no hay mejor alternativa (actividad por necesidad), u otras razones. Sorprendentemente, el 90% de los encuestados en todos los países no dudaron a la hora de especificar si habían empezado por oportunidad o por necesidad una nueva aventura empresarial. Los resultados no dejaron lugar a dudas: en la mayoría de los países en desarrollo, en torno al 50% de la actividad empresarial responde a la necesidad. Ese porcentaje disminuye hasta menos de un cuarto en la mayoría de los países desarrollados. La figura 13 muestra el porcentaje de la población adulta que ha comenzado una actividad emprendedora por oportunidad, por necesidad, o por otros motivos en todos los países participantes en el proyecto GEM en el año 2003.

Uganda, que participa este año por primera vez en el proyecto, junto con Venezuela, Argentina, Brasil y China, es el país con un mayor porcentaje de actividad empresarial por necesidad. En cuanto a los países pertenecientes a la Unión Europea participantes en el proyecto, la tasa de actividad empresarial por necesidad media está por debajo del 1%, representando en torno al 15% de la tasa de actividad total. Tan solo Grecia, que también participa este año por primera vez, presenta una tasa de actividad empresarial por necesidad en torno al 40% del total.

FIGURA N°13. Composición TEA 03 según motivación



⁴ En el año 2000 el GEM medía la actividad empresarial como el índice de creación de empresas. No fue hasta el 2001 que se tuvo en cuenta además a las empresas muy jóvenes a la hora de medir el índice de actividad empresarial total o TEA.

España está este año por debajo de esa media europea ya que la tasa de actividad empresarial por necesidad ha decrecido de manera constante desde 2001, primer año en el que se calculó, para situarse en la actualidad en torno al 7% del total. En cambio, la tasa de actividad empresarial por oportunidad ha fluctuado durante estos últimos años siguiendo el ciclo económico. De la evolución temporal de ambas tasas de actividad, según la motivación, se ocupa el siguiente apartado.

2.2. Cambios en el TEA por necesidad y oportunidad a lo largo del tiempo

Las figuras 14 y 15 reflejan la evolución temporal del TEA por oportunidad y necesidad respectivamente en los países pertenecientes al G7 más España.

FIGURA Nº14. TEA oportunidad 2001-2003, G7 y España

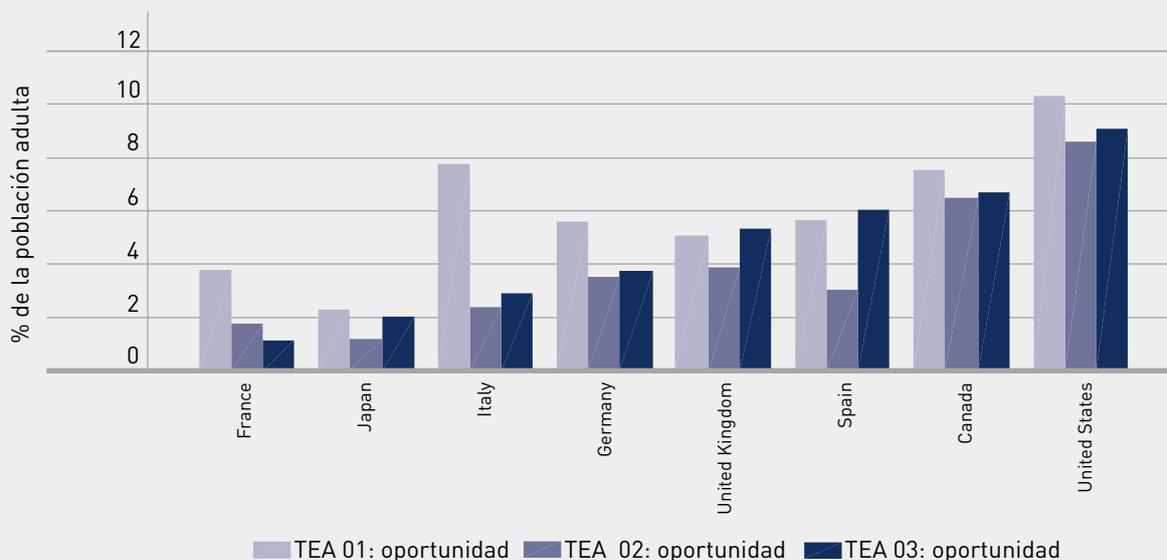
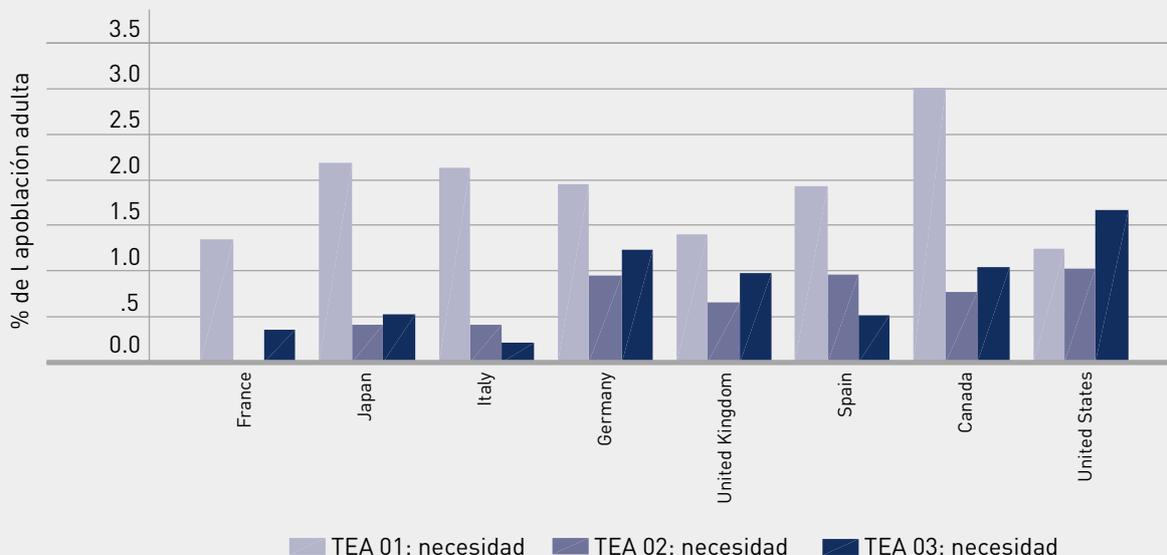


FIGURA Nº15. TEA necesidad 2001-2003, G7 y España

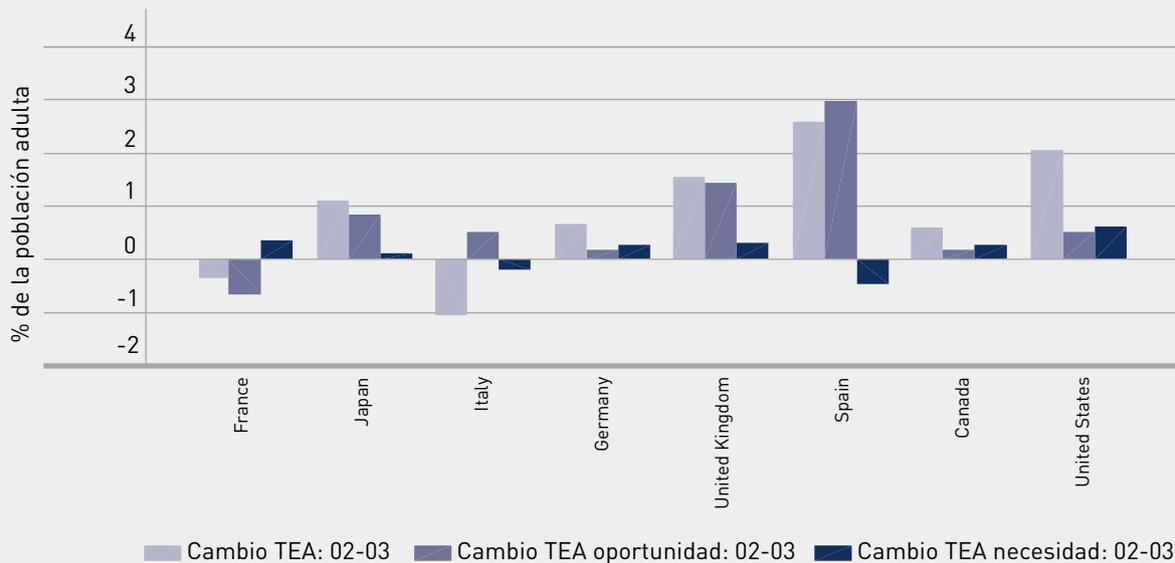


El caso de España presenta dos características de interés. La primera es la mayor fluctuación de la tasa de actividad por oportunidad con respecto al resto de los países. Así, mientras el TEA por oportunidad decreció en torno al 50% del año 2001 al 2002, del año 2002 al 2003 la tasa de actividad por oportunidad se ha recuperado de forma espectacular, creciendo en casi un 80%, es decir, casi doblando en 2003 la tasa apuntada en 2002. Este crecimiento es el mayor de entre los países del G7 y sólo superado por Bélgica entre todos los países del GEM, aunque hay que tener en cuenta que Bélgica partía de un nivel muy bajo. La otra característica de España es la reducción continuada de la tasa de actividad de necesidad, al contrario que otros países en los que la tasa por necesidad ha fluctuado pareja a la de oportunidad. A pesar de esta reducción del TEA por necesidad, el empuje de la actividad emprendedora orientada a explotar una oportunidad de negocio ha hecho que la tasa de actividad emprendedora total haya experimentado una subida notable, de 2.60 puntos porcentuales, lo que equivale a un incremento proporcional de en torno al 60%. La figura 16 ilustra el cambio, en puntos porcentuales, del TEA total en los países del G7 y España, así como la contribución a este cambio del TEA por oportunidad y por necesidad.

economía, ya que el crecimiento genera oportunidades de negocio. Efectivamente, mientras que el crecimiento esperado medio del PIB de los países europeos participantes en el GEM entre 2003 y 2004, siempre según datos del FMI, es apenas superior al 2%, el correspondiente a España es del 2.8%, solo superado, en el entorno europeo, por Irlanda, lo que podría explicar el mayor incremento de oportunidades de negocio susceptibles de ser explotadas. Para testar esta hipotética relación hemos reunido los datos de crecimiento del PIB y del TEA por oportunidad del año 2001 al 2002 y del 2002 al 2003. El diagrama de dispersión presentado a continuación muestra una relación claramente positiva entre ambas variables (el coeficiente de correlación Pearson es 0,44). El crecimiento esperado del PIB de China y Argentina para el año 2002 superó el 7% para el primer caso y el 5% para el segundo, mucho mayor que el esperado para el resto de los países lo que puede ayudar a explicar que aparezcan como "outliers".

La distinción entre actividad emprendedora por oportunidad y necesidad ha servido para entender las diferencias presentadas por países en distintos estadios de

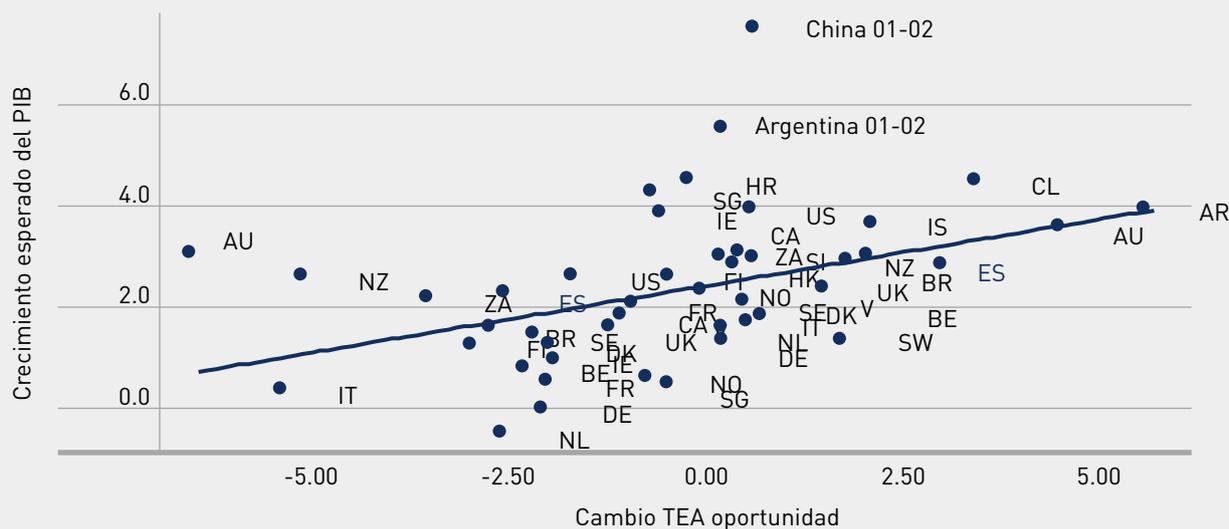
FIGURA Nº16. Cambio del TEA, y de sus componentes según motivación, del 2002 al 2003. Países G7 y España.



Lo que emerge claramente de la figura 16 es que para explicar el extraordinario empuje de la actividad emprendedora española en este último año hace falta explicar el incremento del TEA por oportunidad. A falta de un análisis en más profundidad, que llevamos a cabo más adelante en el apartado dedicado a las condiciones de entorno empresarial, el primer lugar donde debemos buscar una explicación es en el crecimiento esperado de la

desarrollo. Pero también para descubrir que el tipo de empresa que un emprendedor crea varía según su motivación, lo que afecta al impacto que esa empresa pueda tener sobre el entorno macroeconómico. Este tipo de información es de un valor indudable para los gobiernos pues según el tipo de empresa que se quiera impulsar, se utilizarán unas políticas de fomento de empresa u otras.

FIGURA N°17. Crecimiento esperado del PIB frente a crecimiento del TEA por oportunidad



2.3. Variación del tipo de empresa según motivación

La Tabla 6 muestra el TEA, es decir, el porcentaje de la población adulta que en el momento de la encuesta estaba empezando una empresa o era dueña de una empresa muy joven, según motivación y sexo. Ofrecemos los datos para 2002 y 2003 para facilitar la comparación. Lo primero que salta a la vista es que el espectacular incremento del TEA por oportunidad se ha dado por igual entre los hombres y las mujeres. Igualmente, tanto el porcentaje de hombres como de mujeres que comienzan una empresa por necesidad se ha reducido del año pasado al presente. De esta primera observación se deduce que tanto los hombres como las mujeres han reaccionado de manera pareja al incremento de oportunidades ofrecido por el aumento en el crecimiento esperado de la economía española. De forma estable a lo largo del tiempo algo más del doble de hombres que de mujeres se han decidido por comenzar una actividad empresarial. Podemos observar que, con respecto al año

2002, el ratio hombre/mujer emprendedor ha mejorado ligeramente a todos los niveles, especialmente con respecto a la actividad por necesidad.

El problema del empleo siempre se ha situado entre los que más preocupan a los ciudadanos españoles, y por lo tanto a los políticos. Por ello este año el informe GEM dedica un apartado a la importancia de la creación de empresas como fuente de generación de empleo. En el presente apartado nos limitamos a estudiar las aspiraciones en cuanto a creación de empleo de los emprendedores identificados por el TEA según sea su motivación. La Tabla 7 muestra el porcentaje de la cantidad de empleos que el emprendedor espera crear en los próximos cinco años.

La diferencia entre el tipo de empresas creado según la motivación se pone de manifiesto en esta tabla. Así, tan solo el 3% de las empresas creadas para explotar una oportunidad de negocio esperan no generar ningún empleo, aparte del de los fundadores, en los próximos cinco años. El porcentaje correspondiente para las empresas creadas por

TABLA N°6.

Actividad empresarial según motivación y género, 2002-03

	TEA, %		TEA oportunidad, %		TEA necesidad, %	
	2002	2003	2002	2003	2002	2003
Total	4.6	6.8	3.4	6.1	1	0.5
Hombre	6.6	9.5	4.9	8.5	1.5	0.7
Mujer	2.6	4.1	2	3.6	0.5	0.3
Ratio hombre/mujer	2.54	2.32	2.45	2.36	3.00	2.33

TABLA N°7.

Empleos esperados en 5 años según motivación

	TEA oportunidad 03 % empresas	TEA necesidad 03 % empresas	Ambos u otro % empresas
Ninguno	3	21.9	0
1-5 empleos	65.7	59.4	80
6-19 empleos	29.3	18.7	20
20+ empleos	1.9	0	0
	100	100	100

necesidad es el 21.9%, esto es, más de un-quinto del total de las empresas creadas por necesidad no aspira a crecer en el medio plazo. Paralelamente, en torno al 2% de las empresas creadas por oportunidad se considera de alto crecimiento ya que aspira a crear 20 empleos o más en los próximos cinco años; ninguna de las empresas creadas por necesidad responde a ese perfil. Aunque esto no son más que proyecciones para el futuro y no empleos reales, es un indicador de que la naturaleza de la empresa, y su impacto en el entorno económico, varía sustancialmente según la motivación del emprendedor.

Otro aspecto importante del impacto económico de las empresas creadas es su contribución a la innovación y a la productividad del país. Aunque no tenemos una medida perfecta para aproximar ese impacto, el proyecto GEM ha preguntado a los emprendedores localizados si creían que su empresa iba a ocupar un nicho de mercado completamente nuevo, o no tan nuevo, y si esperaban exportar parte de su producto. Una respuesta afirmativa a la última pregunta podría indicar que bien el producto bien el proceso de producción o de venta resultan lo suficientemente novedosos como para considerar al

producto competitivo en el mercado exterior. La tabla 8 muestra el porcentaje de las empresas "innovadoras" y no tanto según la motivación del emprendedor.

La tabla 8 muestra los únicos resultados sorprendentes de esta sección. De acuerdo a los datos es mayor el porcentaje de las empresas por necesidad que creen crear nuevos nichos de mercado y aspiran a exportar parte del producto que el porcentaje correspondiente a las empresas creadas para explotar una oportunidad de negocio.

Analizando los datos del 2003, se pone de manifiesto que las empresas creadas por necesidad en España, tienen mayores expectativas de crecimiento y de ser innovadoras que las creadas por oportunidad. La diferencia es estadísticamente significativa y se puede explicar en parte por el tipo de sectores en que se están generando este tipo de iniciativas: comercio, educación, consultoría, restauración, temas relacionados con finanzas, etc. Dentro de la creación por necesidad hay que enmarcar a un sector de personas con un elevado nivel de formación que tienen que plasmar sus conocimientos y habilidades en un negocio propio por falta de alternativas profesionales. Es lógico que

TABLA N°8.

Creación de nuevos nichos de mercado y exportación

Creación de nichos de mercado	TEA oportunidad 03 % empresas	TEA necesidad 03 % empresas	Ambos u otro % empresas
No hay creación de nichos de mercado	79.1	57.1	100
Alguna creación de nichos de mercado	20.9	40	0
Máxima creación de nichos de mercado	0	2.9	0
	100	100	100
Intención de exportar			
No piensa exportar	79.9	71.4	69.2
1-24% de las ventas fuera	14.9	14.3	23.1
25-74% de las ventas fuera	2.5	8.6	0
75-100% de las ventas fuera	2.7	5.7	7.7
	100	100	100

este contingente de personas se sumerja en actividades creativas y de alto potencial de crecimiento y es ahí donde hay que ubicar nuevas empresas de consultoría, nuevas tecnologías, educación, investigación y similares, así como nuevas industrias que tengan un importante potencial exportador. No es lo mismo hablar de necesidad en personas con bajo nivel de formación que con alto nivel de formación y, entre los emprendedores por necesidad en España, un 32% tienen estudios de post-graduación frente al 31% de los que crearon por oportunidad. Las cifras se igualan y ponen de manifiesto que se comienza a considerar la actividad emprendedora como una alternativa profesional seria ante la falta de oportunidades profesionales para los licenciados y post-graduados que se da en la actualidad. Por consiguiente, es bastante lógico que en países desarrollados como España, las empresas creadas por necesidad se vayan perfilando como activas, innovadoras y con alto potencial, pues una parte importante de sus creadores tienen un alto nivel de conocimientos que aportar en diversos sectores.

verticalmente en la propia empresa, tanto en España como en el resto de los países de nuestro entorno. Quizá lo que es más exclusivo del entorno español es el auge del sector inmobiliario, lo que explicaría también que este sea el sector preferido por los emprendedores.

Las empresas creadas por necesidad se concentran, en cambio, en sectores orientados a consumidores como pueden ser el comercio al por menor o la hostelería, pero hay una importante presencia en otros ámbitos, como el de la educación, la consultoría, servicios a profesionales, etc. Por consiguiente, se da una mezcla de empresas en que no se requiere en general habilidades tan especializadas como podrían ser las de un informático o consultor, lo que hace lógico que sea el sector mayoritario de las empresas creadas por necesidad, pero con notable presencia de otras en que sí se requieren esos conocimientos de más alto nivel y que están captando a emprendedores muy formados que no pudieron ubicarse en otros empleos cualificados.

TABLA N°9.

Sector económico según motivación

Sector de Actividad	TEA oportunidad 03 % empresas	TEA necesidad 03 % empresas	Ambos u otros % empresas
Extractivo: agropecuario, caza, pesca y minero	2.4	0	6.7
De transformación: manufactura, transportes, construcción, venta al por mayor y comunicaciones	10.6	12.9	6.7
Servicios comerciales: intermediación financiera, consultoría, actividades inmobiliarias y servicios a profesionales	56.5	38.7	53.3
Sectores orientados al consumidor: Venta al detalle, restauración, hostelería, servicios al consumidor, enseñanza, salud y servicios sociales	30.4	48.4	33.3
	100	100	100

Por último, la tabla 9 muestra el sector de actividad elegido por los emprendedores según la motivación que les llevó a crear su empresa.

Las empresas orientadas a explotar una oportunidad de negocio se crean mayoritariamente en el sector de servicios comerciales, que comprende servicios a empresas como puede ser consultoría o servicios informáticos, pero también intermediarios financieros y actividades inmobiliarias. No es de extrañar que en este sector se localicen la mayoría de las oportunidades debido a la creciente tendencia de las empresas a subcontratar servicios antes integrados

2.4. Actividad emprendedora en las empresas ya establecidas

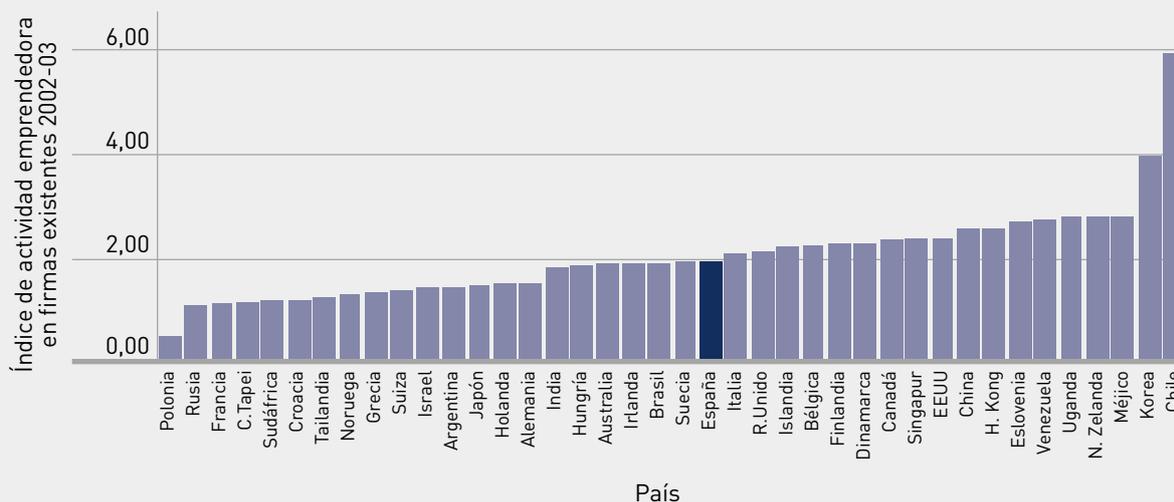
Un tipo de actividad emprendedora que se analiza por vez primera en el Proyecto GEM es el que desarrollan las empresas ya consolidadas, es decir, que no se consideran ni start-ups ni nuevas empresas. Para ello se ha creado un nuevo indicador llamado FEA (Firm Entrepreneurial Activity) que proporciona el porcentaje de empresas establecidas que se pueden considerar emprendedoras sobre el total de firmas registradas en un país.

La base teórica para el diseño de este indicador se sustenta en la identificación de aquellas empresas que introducen nuevos productos y servicios en el mercado y que, además tienen expectativas de crecimiento. Así, a partir de las encuestas GEM, se sabe que el 10% de los entrevistados es un propietario-gerente en activo de toda o parte de una empresa ya consolidada. A estas personas, se les hace una batería de

Asimismo, el índice se somete a una estandarización particular para que tenga un valor medio de 2 puntos que sirve para evitar los números negativos y poder establecer comparaciones significativas entre países.

Los resultados obtenidos a partir de los datos GEM del 2002 y 2003 son los siguientes:

FIGURA N°18. FEA por países (índice de actividad emprendedora en empresas consolidadas)



preguntas relacionadas con el desarrollo de su negocio: número de propietarios, número de empleados actual, número de empleos que esperan generar en los próximos cinco años y otras tres preguntas que permiten determinar si la empresa está proporcionando nuevos bienes o servicios al mercado en que opera. Es evidente que el impacto de estas innovaciones puede tener lugar a nivel global, nacional, regional o local, de forma que, dentro de las empresas emprendedoras, hay que considerar diferentes categorías acerca de su impacto en el crecimiento económico.

Dada la importancia de entender la influencia de este tipo emprendedor en las economías nacionales y en el crecimiento económico, se ha considerado necesario y oportuno ofrecer, en el seno del Proyecto GEM, un nuevo indicador, cuando menos exploratorio, que proporcionase una medida del desarrollo de este tipo de actividad emprendedora en los países GEM. El índice FEA⁵ se calcula como una combinación de la proporción de firmas que ofrecen nuevos bienes y servicios al mercado y que van a proporcionar nuevos empleos en cinco años, todo ello ajustado al tamaño de las empresas, dada la variabilidad existente en torno a dicho factor.

España se sitúa, acerca de este tipo de iniciativa emprendedora, un poco por debajo de la media, al mismo nivel que Suecia y algo por debajo de Italia y el Reino Unido. En general, se observa una correlación positiva y significativa entre el TEA y el FEA, aunque discreta. Así, un análisis de regresión lineal, revela que el nivel de actividad emprendedora global de los países GEM explica sólo en un 17% la iniciativa emprendedora de las empresas ya consolidadas. Por consiguiente, existen otras variables que determinan su desarrollo quedando abierta una puerta para la investigación en este apartado que será de gran utilidad en un futuro próximo para la implantación de políticas destinadas a favorecer esta actividad.

La tabla 10 presenta de izquierda a derecha: el país, el número de empresas registradas en el mismo, el número de propietarios de firmas ya existentes, el número de propietarios de firmas establecidas consideradas como emprendedoras, el número de empresas existentes que son emprendedoras, el porcentaje de empleo en este tipo de empresas y el índice de actividad emprendedora en empresas existentes o FEA para cada país.

⁵ El índice FEA ha sido diseñado por el investigador principal del Proyecto GEM, el Dr. Paul Reynolds, siendo este año el primero en que se ofrecen sus resultados y primeras conclusiones con carácter exploratorio.

TABLA N°10.

Estimación de firmas emprendedoras

País	Número Empresas 2002-03	Propietarios de firmas existentes 2002-03	Propietarios de firmas emprendedoras 2002-03	Número de empresas emprendedoras 2002-03	% empresas existentes emprendedoras 2002-03	% empleo en firmas emprendedoras 2002-03	Índice de actividad emprendedora en firmas existentes 2002-03
India	122102850	1337305000	10047929	7972283	6,53	14,80	1,78
China	141500776	202448324	28151823	19088484	13,49	17,83	2,54
EEUU	15026142	25864251	4987114	2436506	16,22	12,14	2,36
Brasil	14321251	22023678	2222620	1308995	9,14	13,07	1,87
Tailandia	7508979	10100884	863274	413665	5,51	7,39	1,19
Méjico	4694624	8697117	1450761	880485	18,76	15,35	2,79
Korea	5270977	7474430	1887621	1145579	21,73	28,98	3,96
Venezuela	1756080	3085137	529010	311164	17,72	15,33	2,70
Argentina	3144703	4791409	430820	200961	6,39	9,44	1,40
Uganda	2351125	3549160	543320	353686	15,04	19,23	2,76
Alemania	3321691	5281607	515434	304619	9,17	7,38	1,48
Rusia	1973337	3674074	174746	56161	2,85	8,37	1,05
R.Unido	2858523	4579446	727015	365376	12,78	12,17	2,10
Japón	5273190	8778198	652761	491371	9,32	6,43	1,43
Canadá	1481184	2642554	474904	217069	14,66	13,39	2,33
Italia	1612528	3445284	383254	181912	11,28	13,21	2,05
España	1467425	2675659	278066	131972	8,99	13,60	1,90
Chile	842345	1501728	617789	319105	37,88	39,38	5,95
Sudáfrica	786768	1152937	62507	35088	4,46	7,84	1,14
Australia	1338836	2251137	307980	160116	11,96	9,62	1,86
Francia	1491802	2282509	189221	105075	7,04	3,94	1,08
C. Taipei	1111696	2270114	186348	98130	8,83	2,46	1,11
Grecia	1565499	2192299	119538	72090	4,60	9,88	1,29
Hungría	482761	819234	80359	44848	9,29	12,17	1,82
Holanda	474721	922094	105073	38790	8,17	8,27	1,46
Suiza	373116	676331	75249	35601	9,54	4,57	1,32
N. Zelanda	273665	521796	90378	46036	16,82	17,30	2,77
Israel	293154	446555	45064	28576	9,75	5,37	1,39
Noruega	208734	445681	42939	16343	7,83	5,82	1,27
Suecia	365055	763326	92241	30087	8,24	14,28	1,88
Bélgica	222262	378976	46447	27759	12,49	14,23	2,21
Irlanda	214166	344980	55178	28128	13,13	8,38	1,86
Dinamarca	208867	390085	60193	26712	12,79	14,60	2,26
Singapur	87959	189847	36034	16461	18,71	9,06	2,35
H.Kong	129335	273436	46554	16345	12,64	18,85	2,55
Finlandia	145331	313583	32991	6652	4,58	23,70	2,24
Polonia	962288	1425627	22436	15772	1,64	1,21	,46
Croacia	111370	153472	12079	8460	7,60	4,46	1,15
Eslovenia	58500	124513	23643	9287	15,88	17,10	2,68
Islandia	15013	34031	4561	1584	10,55	16,05	2,19

Al iniciarse el estudio de este tipo de actividad emprendedora en el Proyecto GEM, surge inevitablemente la pregunta de qué tipo de iniciativa tiene mayor peso e influencia en el entorno económico: ¿la creación de nuevas empresas o la actividad emprendedora dentro de las ya existentes? Las cifras ofrecidas hasta el momento hablan por sí solas: el número de start-ups sobrepasa de forma dramática el número de empresas emprendedoras en todos los países GEM. El ratio general es de 5 a 1. Por consiguiente, a pesar de que en algunos países la situación de necesidad impulsa a la realización de mayores esfuerzos en el terreno de los start-ups (India, Tailandia, Polonia, Rusia y Sudáfrica llegan a un ratio de 10 a 1), lo cierto es que, en todos se desarrolla mucho más esta actividad emprendedora que la relativa a las empresas ya existentes. Para los 40 países GEM participantes en el Proyecto entre el 2002 y el 2003, se estima que 56 millones de personas trabajan en firmas emprendedoras frente a los 297 millones de personas que se estiman como involucradas en start-ups.

Teniendo siempre en cuenta que se ha utilizado una definición muy relajada para clasificar a una empresa existente como emprendedora, sin tener en cuenta su mayor o menor impacto en los diversos mercados que se pueden considerar, esa enorme distancia existente entre los dos tipos de actividad emprendedora muestra la enorme oportunidad que se presenta para el desarrollo de políticas públicas que refuercen y promuevan la re-adaptación de las firmas existentes a la realidad económica y social de los países. La conclusión es clara: se ha hecho y se está haciendo mucho en pro de fomentar el espíritu emprendedor y el start-up. Ahora, debe entrar en juego también la consideración de emprender dentro de las empresas ya consolidadas, pues el 95% de las mismas replican actividades ya existentes.

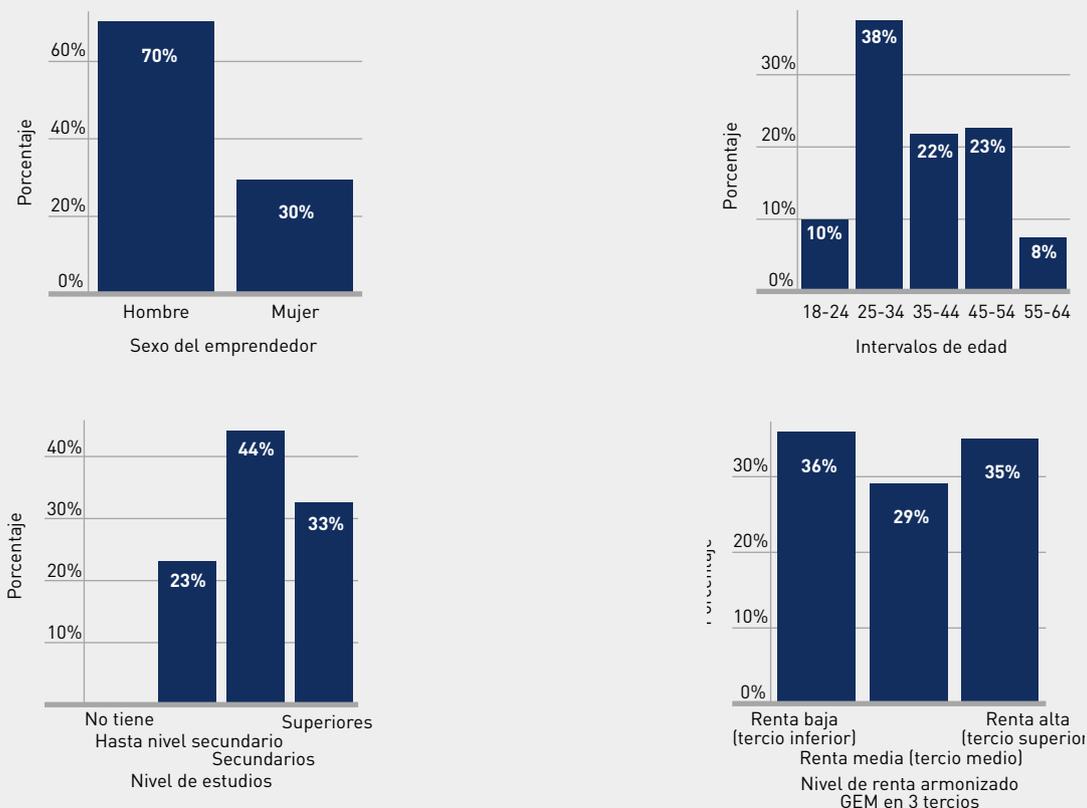
3. PERFIL DEL EMPRENDEDOR ESPAÑOL

3.1. Características socio-económicas

En España existe, actualmente, un 70% de emprendedores varones frente a un 30% de mujeres. La edad media se sitúa en 38 años, lo que va representando una disminución en comparación con la de otras ediciones del Proyecto GEM (en el 2000, la edad media fue de 40 años). La lectura de este último dato es clara: cada vez es más notable la incorporación de jóvenes al proceso emprendedor y, por consiguiente, cada vez se ve como más factible la carrera profesional de empresario en nuestro país. Este dato concuerda claramente con el apuntado anteriormente al hablar de la creación de empresas por necesidad que esperan tener expansión y buen potencial de crecimiento, pues estas iniciativas provienen de personas con buen nivel de formación y que no han hallado alternativas profesionales en el escenario actual. En la figura 19 se aprecia claramente que el 38% de los emprendedores tienen entre 25 y 34 años. Por consiguiente, también es importante constatar que las medidas que se van tomando a nivel gubernamental para facilitar la creación empresarial, van teniendo respuesta entre los licenciados y post-graduados. La situación de los años anteriores era algo preocupante, ya que se veía una escasa tendencia a la incorporación de los jóvenes al ámbito empresarial y un desgaste en las generaciones más mayores fruto del envejecimiento de la población. De seguir la tendencia actual, podría haber una corrección de estos datos que conduciría a una situación mucho más equilibrada y con buenas perspectivas de futuro para el sector.

La situación laboral de los emprendedores es la de trabajar ya sea a tiempo completo o parcial. El nivel de estudios predominante entre los emprendedores es el secundario y, en la distribución de esta variable también se aprecia claramente la renovación social que está teniendo lugar en el colectivo, puesto que desaparecen prácticamente los que no tienen estudios fruto de la incorporación de las nuevas generaciones. Finalmente, el nivel de renta de nuestros emprendedores se sitúa en el tercio medio-superior de la distribución armonizada de los países GEM que se ha dividido en tres partes para poder efectuar comparaciones. En la figura 19 se pueden ver los gráficos correspondientes a todas estas variables y datos.

FIGURA N°19. Características socio-económicas de los emprendedores españoles



En conclusión, el emprendedor español es, por término medio: predominantemente un hombre de 38 años de edad, con estudios secundarios y una renta media-alta, que desarrolla su actividad a tiempo completo o parcial.

3.2. La estructura de edad de los emprendedores españoles

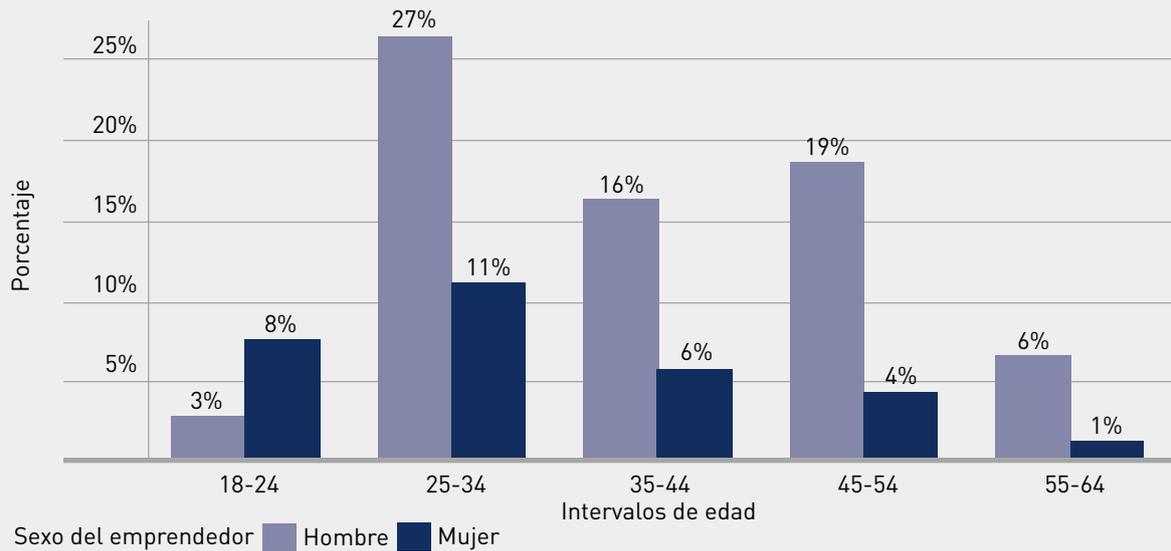
En el apartado anterior se ha podido constatar que la edad media de los emprendedores españoles es de 38 años indicando una tendencia a la incorporación de jóvenes a la actividad empresarial. El análisis que se ofrece a continuación pone de manifiesto que son las mujeres las que proporcionalmente están aportando mayor renovación al colectivo emprendedor. Así, la edad media de éstas es de 34 años, frente a los 40 que presentan los hombres. Por consiguiente, esta diferencia, que es, además, estadísticamente significativa, señala dos hechos: que las

mujeres jóvenes se plantean su incorporación al ámbito empresarial más pronto que los hombres y que, por lo tanto, es un terreno en el que encuentran una alternativa interesante de carrera profesional.

En la figura 20 se aprecia claramente la tendencia inversa de incorporación de hombres frente a mujeres de 18 a 24 años de edad, siendo muy superior la de éstas últimas. En cambio, también se aprecia el escaso porcentaje que representan las mujeres de entre 45 y 64 años de edad sobre el total de emprendedores, fruto posiblemente de las dificultades que puede representar tomar esta iniciativa combinada con las cargas familiares además del hallazgo de una idea y de la financiación necesaria para llevarla a cabo.

Por otro lado, la relación existente entre el tipo de actividad emprendedora (entendida como start-up autónomo, start-up como parte de un trabajo que ya se viene desarrollando y propiedad-gerencia de una empresa nueva), pone de manifiesto que los dos primeros tipos se corresponden con

FIGURA N°20. Actividad emprendedora por edad y sexo



una mayor proporción de jóvenes, siendo más probable que la edad del emprendedor sea superior cuando se trata de la propiedad-gerencia, aunque la empresa sea nueva. La tabla 11 proporciona los porcentajes de emprendedores de cada grupo de edad dentro de cada tipo de actividad emprendedora. La propiedad-gerencia de nuevas empresas es el tipo de actividad emprendedora más desarrollada en España, correspondiendo a un 7,5% de la población de entre 18 y 64 años. La mayoría de los que desarrollan esta actividad tiene una edad comprendida entre los 35 y los 54 años, mientras que un 31% tiene entre 18 y 34 años y un 18% más de 54. Este último porcentaje duplica a los correspondientes a personas más mayores inmersos en start-ups o en iniciativas emprendedoras desarrolladas dentro de otro trabajo, por lo que estas actividades son más propias de jóvenes y adultos hasta 54 años. La situación de estas cifras es parecida a la

registrada el año anterior, pero con un cambio significativo acorde con lo que se viene manifestando en todo el informe GEM 2003: la proporción de jóvenes en todas las actividades emprendedoras comienza a ser más destacada que anteriormente y más equilibrada con la proporción de adultos, lo cual puede interpretarse como resultado del impacto de las medidas que se van tomando en los últimos años para fomentar el espíritu emprendedor.

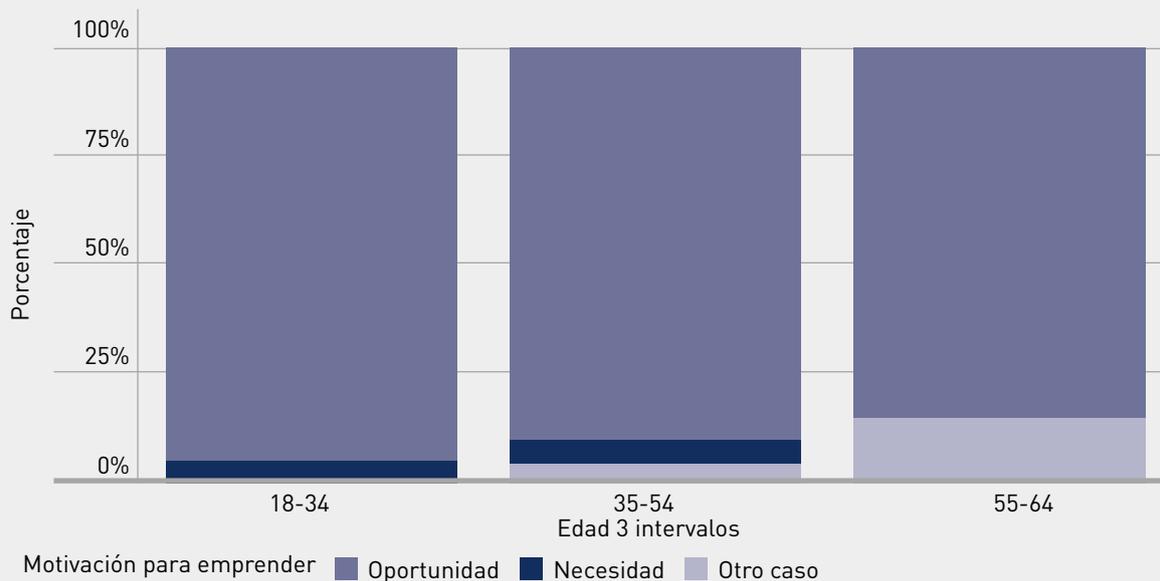
Otro dato interesante relacionado con la edad es que, emprender por necesidad o por oportunidad, no depende de la edad en el caso de España. Así, no se puede decir que los jóvenes emprenden por necesidad más que los adultos o los mayores. Los porcentajes de emprendedores por cada motivo se reparten de forma muy aproximada como se puede apreciar en la figura nº 21, salvo en el caso de los mayores, en que no aparecen casos de necesidad:

TABLA N°11.

Actividad emprendedora por grupo de edad y tipo de iniciativa

Tipo de actividad emprendedora	Joven 18-34	Adulto 35-54	Mayor 55-64	Total nacional
Start-up atuónomo	44,3%	48,1%	7,6%	3,9%
Start-up dentro de un trabajo	37,4%	52,8%	9,8%	2,1%
Propietario gerente de nueva empresa	31,1%	50,8%	18,1%	7,5%

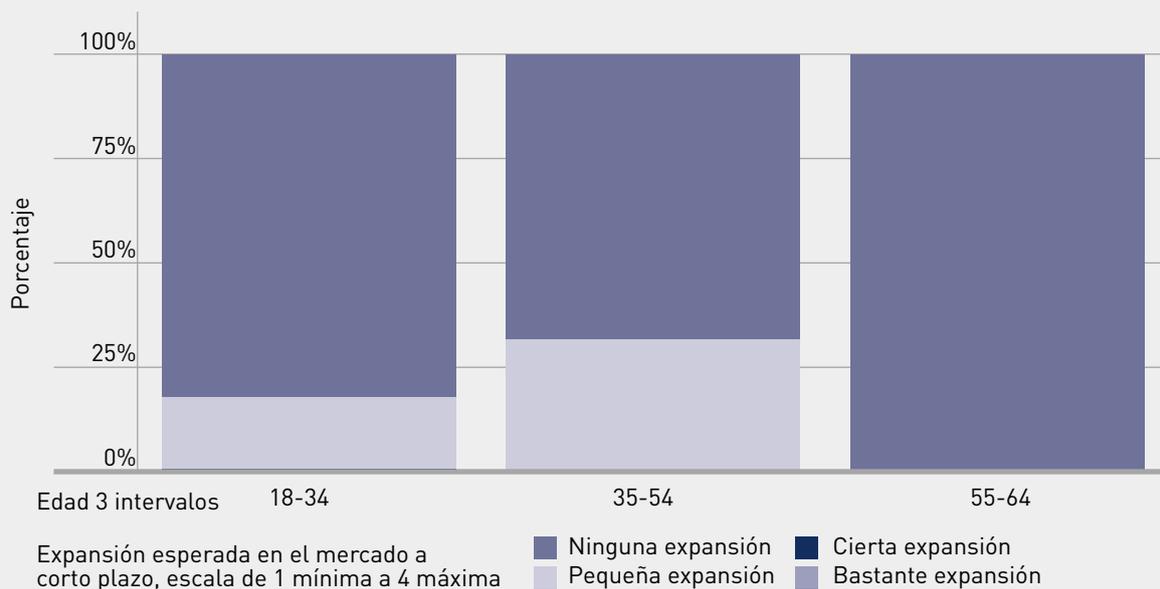
FIGURA N°21. Edad y motivación para emprender, oportunidad versus necesidad



La expansión limitada del nuevo negocio es algo más común entre los adultos que entre los jóvenes, y no se da en absoluto entre la gente mayor. Sin embargo, es solo entre los jóvenes que se da la aspiración a una expansión más ambiciosa. Por consiguiente, aunque una proporción notable de jóvenes crea empresas con cierto potencial,

ésta proporción es superada por los adultos, aunque, en ningún caso, los nuevos negocios que se están creando en España esperan una rápida expansión en sus mercados respectivos. Todo ello, se puede apreciar en los resultados que muestra la Figura 22.

FIGURA N°22. Expansión esperada del negocio según la edad de los emprendedores



3.3. ¿Cuál es el nivel socio-económico de los emprendedores?

Según los datos, el emprendedor medio del 2003 tiene estudios secundarios (43%) con un amplio porcentaje de individuos que tienen nivel universitario (32%). El dato más esperanzador es, precisamente, la creciente incorporación de recién licenciados a esta actividad profesional.

Al relacionar el nivel educativo de los emprendedores con el sexo, se obtiene que, en España, las mujeres emprendedoras tienden a tener más estudios que los hombres. La explicación de esta diferencia, estadísticamente significativa, radica en la mayor incorporación de mujeres jóvenes a esta actividad, tal y como se pudo apreciar en apartados anteriores en que se comprueba que la edad media de la mujer emprendedora es significativamente inferior. Por consiguiente, se puede afirmar que buena parte de las mujeres que toman esta alternativa profesional procede del ámbito universitario y cuenta, por consiguiente, con una buena base para emprender, aunque ésta pudiera no ser específica.

Por otro lado, si bien, en el 2002 el 84,7% de los emprendedores trabajaba a tiempo completo o parcial en

otra empresa, en el 2003, lo hacía el 99,4% , cifra que indica una mejora general, especialmente acusada en el colectivo femenino, que pasa de un 68,8% a un 99%.

Los emprendedores españoles están uniformemente distribuidos en cuanto a renta disponible, de forma que se puede decir que la tercera parte de ellos (33%) percibe rentas bajas, otra tercera parte, rentas medias y la otra tercera parte rentas altas. Esta distribución, apenas varía cuando se relaciona con el sexo de los emprendedores y, desde un punto de vista estadístico, las diferencias que se aprecian no son significativas, por lo que no se puede afirmar que los emprendedores hombres se concentren más que las mujeres en un tipo de renta, si bien, a nivel descriptivo lo parezca. En cambio, la edad sí que es un factor relacionado con el tramo de renta, siendo la correspondiente al grupo de 35-54 años la que se concentra en el superior y la correspondiente al grupo de 18-34 la que se concentra en el inferior. Por consiguiente, en el momento actual, en España, los emprendedores cuya situación es más desahogada son los de mediana edad, de forma que la situación es bastante lógica: los jóvenes emprendedores comienzan desde abajo y, los mayores desde un estatus medianamente consolidado, mientras que los de mediana edad son los que disponen de mayor capital.

TABLA N°12.

Nivel educativo del emprendedor español

	Hombre	Mujer
	Nivel educativo del emprendedor	Nivel educativo de la emprendedora
Sin estudios	,7%	,4%
Hasta nivel secundario	28,3%	16,2%
Nivel secundario	41,8%	45,5%
Nivel superior	29,2%	37,9%
Total	100,0%	100,0%

TABLA N°13.

Situación laboral del emprendedor español

	Hombre	Mujer
	Estatus laboral en tres categorías	Estatus laboral en tres categorías
Trabaja a tiempo completo o parcial	99,5%	99,1%
No trabaja	,1%	,3%
Jubilado o estudiante	,4%	,6%
Total	100,0%	100,0%

TABLA N°14.

Nivel de renta del emprendedor español

Tramo de renta	Hombre	Mujer	18-34 años	35-54 años	55-64 años
Tercio inferior	32,7%	34,9%	36,9%	30,7%	31,5%
Tercio medio	30,7%	36,5%	33,2%	29,1%	49,6%
Tercio superior	36,6%	28,6%	29,9%	40,2%	18,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3.4. ¿Qué tipo de negocio crean los emprendedores españoles?

Cuando el GEM localiza a un emprendedor, esté dando este los primeros pasos para crear una empresa o sea este el propietario de una empresa muy joven, se le pregunta por la actividad de la empresa. Posteriormente las respuestas son codificadas siguiendo la clasificación ISIC (3ª revisión, 1990).

El informe del año pasado destacó la concentración de la actividad emprendedora en los sectores orientados al consumidor y de transformación, sectores que acumulaban las tres cuartas partes del total. Este año la situación ha dado un vuelco espectacular. Como la tabla que mostramos a continuación indica, apenas un 40% de los emprendedores están operando en los sectores antes mencionados. El resto

se ubica de forma mayoritaria en el sector de servicios comerciales, sobre todo en los sectores de intermediación financiera, consultoría y actividades inmobiliarias. La diferencia estriba, sobre todo, en la actividad de las empresas nacientes y; es lógico pensar que, dado que las empresas nuevas de este año (entre 3 y 12 meses) son contemporáneas a las empresas nacientes del año pasado, la diferencia entre ellas no es tan marcada. Así las start-ups en el sector orientado al consumidor han caído 18 puntos porcentuales y las del sector de transformación (sobre todo en el sector manufacturero) más de 26 desde el año pasado.

Sin embargo no hay que perder de vista que el número absoluto de empresas nacientes se ha más que doblado del año pasado al presente (un incremento del 110%). Cuando las empresas creadas en cada uno de los sectores es calculado en términos absolutos⁶, la historia es otra. La tabla

TABLA N°15.

Actividad emprendedora por sector de actividad y año

Sector de actividad	Empresas Nacientes 03	Empresas Nuevas 03	Empresas Nacientes 02	Empresas Nuevas 02	Empresas Nuevas 01
Sectores orientados al consumidor:	34.4	28.0	52.8	36.9	29.6
- venta al detalle, restauración, hostelería, servicios al consumidor	[27.4]	[21.9]			
- Enseñanza, salud y servicios sociales	[7.0]	[6.1]			
De transformación:	7.0	20.0	33.3	36.4	38.0
- manufactura	[0.7]	[7.0]			
- transportes, construcción, venta al por mayor y comunicaciones	[6.3]	[14.0]			
Servicios Comerciales:	57.4	45.6	11.1	19.0	23.9
- intermediación financiera, consultoría y actividades inmobiliarias	[48.1]	39.5			
- servicios a profesionales	[9.3]	6.1			
Extractivo: agropecuario, caza, pesca y minero	1.2	5.3	2.8	7.7	8.5
Total	100	99			

⁶ Para ello, hemos multiplicado el porcentaje de la población adulta que estimamos está comenzando una empresa en el momento de la encuesta por el total de población con edades comprendidas entre 18 y 64 años. Así obtenemos el número de adultos comenzando una empresa. Posteriormente dividimos ese número por el promedio estimado de propietarios de las start-up españolas obteniendo finalmente una estimación del número de start-ups total y en cada sector de actividad.

TABLA N°16.

Número de empresas nacientes según sector de actividad

	Empresas Nacientes 2001	Empresas Nacientes 2002	Empresas Nacientes 2003
Sectores orientados al consumidor	131283	138537	189725
De transformación	168538	86586	38607
Servicios Comerciales	106002	29124	316578
Extractivo: agropecuario, caza, pesca y minero	37699	7347	6618
Total	443522	261594	551528

16 muestra que el número de empresas creadas en el sector de servicios al consumidor lejos de disminuir aumentó en 50000 del año pasado al presente. Las empresas nacientes en el sector de transformación y agropecuario, pero sobre todo las primeras, han decrecido de forma continua desde 2001. Esta reducción se puede enmarcar dentro de la actual des-localización de empresas manufactureras, la emigración de empresas a países del este de Europa con mano de obra más barata, y a la pérdida de peso en términos de valor añadido y empleo que el sector industrial experimenta en el proceso de desarrollo de los países.

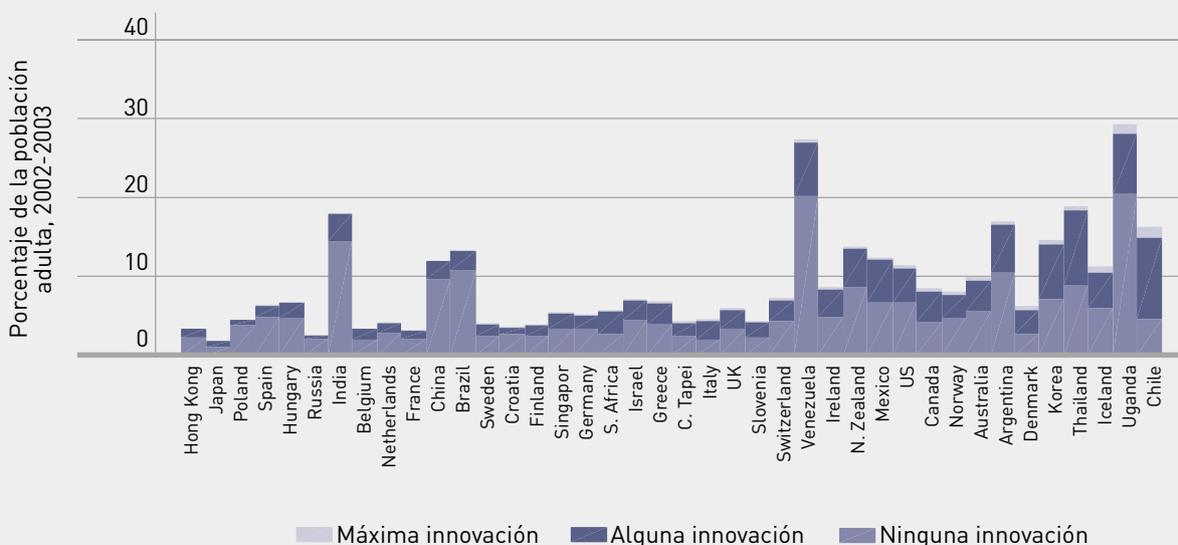
Las empresas nacientes en el sector de servicios comerciales, muestran un patrón claramente cíclico, con una caída espectacular del 2001 al 2002 y una recuperación no menos espectacular del 2002 al 2003. Este movimiento cíclico se explica porque en malas épocas los primeros gastos que recortan las empresas son los externos, esto es, los servicios de consultoría, IT etc. Por lo tanto las oportunidades en el sector dedicado a proveer de servicios a

las empresas decrecen y, correspondientemente, las start-ups. Cuando el ciclo mejora se abren nuevas oportunidades en sectores relacionados con la actividad de las empresas lo que tiene su reflejo en la apertura de negocios en el sector.

3.5. ¿Son innovadoras las nuevas empresas españolas?

Los datos GEM nos permiten investigar cómo son de innovadoras las nuevas empresas. La innovación en el producto o servicio ofertado por una empresa puede medirse de acuerdo a la percepción del producto por parte de los clientes (¿están familiarizados con el?), al nivel de competencia en el mercado, o a la previa disponibilidad de la tecnología en el mercado. El equipo GEM ha combinado las respuestas a estas tres cuestiones para crear un índice de innovación o creación de nuevos nichos de mercado. La figura 23 muestra el

FIGURA N°23. Actividad emprendedora según su nivel esperado de innovación: 2002-2003



porcentaje de la población adulta⁷ que está creando una empresa muy, poco o nada innovadora. Los países aparecen ordenados según el porcentaje que afirma estar creando una empresa para ofrecer un producto o servicio muy innovador.

Es importante señalar que la introducción de un nuevo producto es un concepto local, esto es, si el producto no era conocido o accesible anteriormente por los habitantes de la región en el que la empresa opera, podría considerarse una innovación. Esa es la explicación de la posición de Uganda, por ejemplo. España ocupa la cuarta posición por la cola. Esta preocupante situación se ve confirmada en la tabla 17 presentada a continuación que muestra el porcentaje de las empresas españolas nacientes y nuevas en cada una de las categorías utilizadas para construir el índice de innovación empresarial del gráfico anterior.

Al igual que el año pasado, se da la situación de que solo una muy pequeña parte de las nuevas empresas, 0.3% en

el caso de las empresas nacientes, han introducido nuevas tecnologías (o al menos inexistentes en el país en el último año). Asimismo, tres-cuartas partes de las empresas afirma entrar en mercados con mucha competencia y apenas 10% de las empresas afirman vender productos o servicios no conocidos anteriormente por sus clientes. Otra manera de medir la innovación de los productos ofrecidos por las nuevas empresas es estudiar su capacidad de exportación. La idea es que solo aquellas empresas innovadoras serán capaces de competir en el mercado internacional. Consistentemente con lo anterior, la tabla 18 muestra que cerca del 80% de las empresas nacientes y 70% de las nuevas no piensan exportar su producto.

Los datos mostrados hasta ahora sugieren que hace falta un mayor esfuerzo investigador en el sector privado y una mayor transferencia de tecnología desde la esfera académica a la de la empresa privada.

TABLA N°17.

Nivel esperado de innovación de empresas nacientes y nuevas en España

% empresas creadas	Empresas Nacientes	Empresas Nuevas
Novedad del producto o servicio		
- nadie lo considera nuevo	61.3	56.3
- Algunos clientes	27.5	31.1
- Todos los clientes	11.2	12.6
Total	100	100
Nivel de competencia esperado		
- Muchos competidores	73.6	71.9
- Pocos competidores	22.8	23.4
- Ningún competidor	3.6	4.8
Total	100	100
Disponibilidad de la tecnología utilizada		
- Disponible hace más de un año	99.7	94.0
- No disponible hace más de un año	0.3	6.0
Total	100	100

TABLA N°18.

Porcentaje de clientes en el extranjero

% de clientes extranjeros	Empresas Nacientes	Empresas Nuevas
Ninguno	78.9	70.5
1-24%	15.4	18.7
25-74%	3.6	4.2
75-100%	2.1	6.6
Total	100	100

⁷ Se trata de la media del año 2002 y 2003.

TABLA N°19.

Estadísticas de Investigación y Desarrollo

	Gasto doméstico total en I+D: 2001			Gasto en I+D del sector de la empresa privada, % PIB: 2001	Personal investigador: 2000	
	% PIB	% del gasto total financiado por la industria	% del gasto total financiado por el gobierno		total por cada mil empleados	% de investigadores en el sector de la empresa privada
España	0.96	47.2	39.9	0.5	4.9	27.2
Media UE	1.93	55.9	34.3	1.25	5.8	50
Media OCDE	2.29	63.2	29.1	1.58	6.4	63.6

Fuente: OCDE 2003/2 "Main Science and technology Indicators"

Para poner el actual esfuerzo investigador de España en perspectiva, la siguiente tabla, con datos de la OCDE, muestra datos comparativos de gasto en I+D y personal investigador para España, la media Europea y la media de la OCDE.

El esfuerzo total investigador de España es aproximadamente la mitad que la media europea y 2.4 veces menos que la media de la OCDE. Sin embargo, cuando se desglosan los gastos por su origen, nos damos cuenta de que el porcentaje de esos gastos realizado por el gobierno está en la media europea y es mayor a la media de todos los países de la OCDE. En cambio, tanto el gasto en I+D de la empresa privada como el porcentaje de investigadores en el

sector privado son hasta tres veces menores que la media europea y de la OCDE. Por lo tanto, proporcionalmente, parece que el déficit en investigación en España radica en la pobre actividad investigadora del sector privado.

Las consecuencias de este hecho son, como hemos visto anteriormente, que las nuevas empresas españolas están entre las menos innovadoras de los países GEM, con las consecuencias en cuanto a productividad y bienestar que ello implica. Un mayor gasto público en I+D y una mayor transferencia de conocimiento al sector privado así como incentivos fiscales u otro tipo de ayudas para que las empresas privadas realicen un mayor esfuerzo de investigación parecen medidas absolutamente necesarias.

4. LA FINANCIACIÓN DE LOS NUEVOS NEGOCIOS

La percepción de oportunidades y la posesión de las habilidades necesarias para explotarlas son condiciones necesarias, pero no suficientes, para lanzarse a la aventura emprendedora. Los nuevos emprendedores necesitan además recursos financieros para poner en marcha su proyecto. Dice la teoría que antes de empezar a buscar financiación, un emprendedor necesita lo que los anglosajones llaman "seed capital" o capital semilla; fondos necesarios para desarrollar un prototipo, realizar un estudio de mercado o alquilar los servicios de alguien que ayude con el plan de negocio. Ese capital semilla procede en la inmensa mayoría de los casos del propio bolsillo del emprendedor. Cuando este capital se agota el emprendedor debe recurrir a fuentes de financiación externas. Entre ellas, las empresas de capital riesgo son sin duda las que más atención mediática y académica han recibido. La razón se encuentra en la enorme repercusión que han tenido en los medios empresas exitosas que han sido respaldadas por capital riesgo; algunos ejemplos son Apple Computer, Microsoft, Intel o Lotus. Otras fuentes de financiación externa son los inversores informales, entre los que se encuentran los "Business Angels" o inversores profesionales, la deuda bancaria, y el mercado de capitales entre otros.

Pero ni la importancia del capital riesgo es igual en todos los países, ni las empresas de capital riesgo son la fuente de financiación más importante de las nuevas empresas. El primer propósito de esta sección es utilizar la información

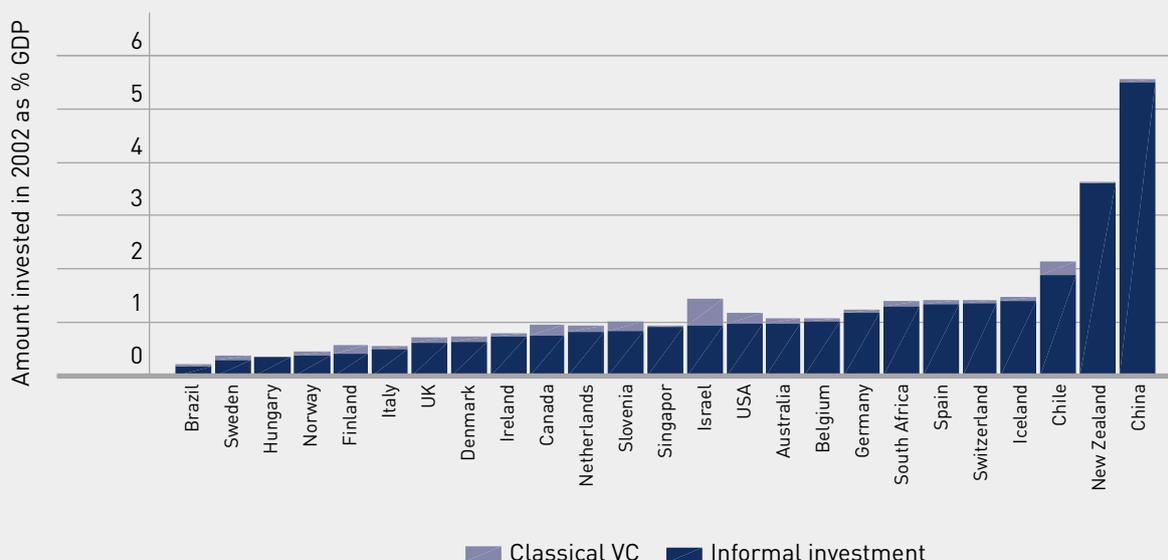
proporcionada por GEM para explorar la importancia en los países del consorcio de las diferentes fuentes de financiación de nuevas empresas. Después nos concentramos en los inversores informales: cuántos son, quiénes son y dónde invierten. Por último exploramos el caso español para intentar entender mejor cómo se financian las empresas en nuestro país.

4.1. La destrucción de un mito: inversión informal versus capital riesgo

Las compañías de capital riesgo son fondos de inversión de riesgo. Su función es seleccionar negocios jóvenes con alto potencial de crecimiento, negociar la compra de parte del capital de la empresa, supervisar la gestión de los fondos y, por último, recuperar la inversión y distribuir los beneficios entre los inversores.

Los inversores informales pertenecen en la mayoría de los casos a alguna de las cuatro efes: Founders, Family, Friends and Foolhardy. O en otras palabras, pertenecen al entorno más cercano del emprendedor y no invierten, por lo general, en la idea sino en la persona. Existen inversores informales profesionales, también conocidos en el mundo anglosajón como "Business Angels", nombre con el que se hacía referencia a los hombres adinerados que a principios de siglo invertían en producciones teatrales de Broadway. Hoy en día el término Business Angel se reserva para personas activas, por lo general antiguos emprendedores o ejecutivos, que disponen de fondos y recursos propios que invierten en

FIGURA N°24. Inversión como % PIB, 2002: Capital de riesgo versus inversión informal



iniciativas emprendedoras ajenas. De forma general, los Business Angels también proporcionan consejo y acceso a una red de contactos (networking). Dado que para realizar este tipo de inversión no hace falta satisfacer ningún tipo de requisito formal, al contrario que la inversión de las empresas de capital riesgo, existe muy poca información sobre la dimensión del fenómeno. El proyecto GEM asumió desde el principio el reto de arrojar algo de luz sobre este tema. Para ello, en la encuesta a la población adulta se incluyeron preguntas destinadas a identificar a los inversores informales (se les pregunta, concretamente, si han invertido en negocios ajenos en los últimos 3 años), a cuantificar sus inversiones y a explorar su relación con los emprendedores.

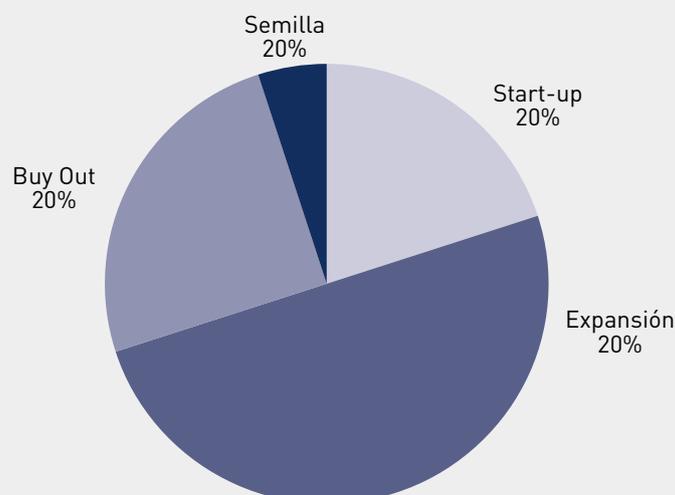
El primer resultado de esta investigación, confirmado año tras año, es especialmente relevante: la cantidad invertida de manera informal en nuevos negocios supera de forma espectacular a la cantidad invertida por las compañías de capital riesgo. La figura 24 muestra la estimación de la cantidad total invertida por ambas fuentes como porcentaje del PIB en los países GEM durante el año 2002. La cantidad de capital riesgo incluye la inversión en todas las fases de la empresa, semilla, start-up, expansión y salida a bolsa.

En los países con mayor inversión de capital riesgo como porcentaje de PIB, como Canadá, Israel, EEUU o Chile, la inversión informal es entre 2 y 5 veces mayor que la de capital riesgo (la proporción sería aún mayor si se considerara sólo el capital riesgo invertido en las etapas iniciales de una empresa). Para los países a la cola, como Singapur, la proporción se acerca a 100, esto es, la inversión informal como porcentaje del PIB es 100 veces mayor a la formal a través de sociedades de capital riesgo.

Considerando a todos los países GEM, se ha estimado que en 2002 cerca de 32 mil millones de dólares fueron invertidos por empresas de capital riesgo en cerca de 12500 empresas. La inversión media por empresa fue por lo tanto en torno a los 2 millones y medio de dólares. Informalmente se invirtieron en torno a los 359 mil millones de dólares en casi 34 millones de empresas, lo que significa que en término medio se invirtió 10500 dólares en cada empresa. Estos números promedio son enormemente esclarecedores. En primer lugar reflejan la importancia del capital informal en el proceso emprendedor, lo que tiene implicaciones políticas muy relevantes. Como escribe William Bygrave, autor de la sección especial sobre la financiación de nuevas empresas del informe GEM global, si no hubiera capital de riesgo, el número de nuevas empresas no se resentiría demasiado. Pero si no hubiera inversión informal el fenómeno emprendedor no existiría. En segundo lugar, los números dejan claro que el capital riesgo invierte en muy pocas empresas, la mayoría provenientes de sectores de alta tecnología, pero sumas muy importantes, por encima de los dos millones de dólares por empresa. El capital informal extiende su influencia a un número muchísimo mayor de empresas, provenientes de todos los sectores, pero invirtiendo sumas mucho más modestas en cada empresa.

Parte de la explicación de este comportamiento tan diferente de inversores informales y compañías de capital riesgo, es que estas últimas dedican el 75% de su capital a las últimas etapas del ciclo de una empresa exitosa: expansión y salida a bolsa. Los primeros, en cambio, se concentran más en los primeros pasos de una empresa, para los que se requiere menos dinero. La figura 25 se basa en el trabajo realizado por William Bygrave de recopilación de información sobre el

FIGURA N°25. Destino del capital riesgo, 2002. Media GEM



capital riesgo en los países GEM. Muestra la distribución de los fondos de una empresa de capital riesgo según el momento del ciclo en el que se encuentren las empresas. Las cifras son medias de todos los países del consorcio.

4.2. La inversión informal en España

La encuesta de población adulta que constituye una de las fuentes de información del GEM, contiene una batería de preguntas especialmente enfocadas para recabar información sobre estos agentes pero, en cambio, no contempla el estudio de las redes o networkings oficialmente establecidas de Business Angels (BA), esto es, inversores informales profesionales, en los distintos países, por lo que se trata de un análisis parcial, pero interesante y que complementa los datos aportados por estudios como el Benchmarking sobre BA realizado en el 2001 para la Comisión Europea y otros. Por consiguiente, estos resultados y otros que se muestran más adelante ponen de manifiesto que el estudio de la inversión informal debe abordarse desde distintas ópticas para poder disponer de una fotografía completa. Así, si solamente tuviésemos en cuenta los resultados GEM, resultaría que la inversión informal en España se podría equiparar a la de otras naciones. Pero una cosa es que la inversión informal sea similar en varios países y otra que el networking formal de Business Angels esté mucho más desarrollado en unos países que en otros.

En España, la encuesta de población adulta GEM que se ha venido realizando en los años 2000, 2001 y 2002, constaba de

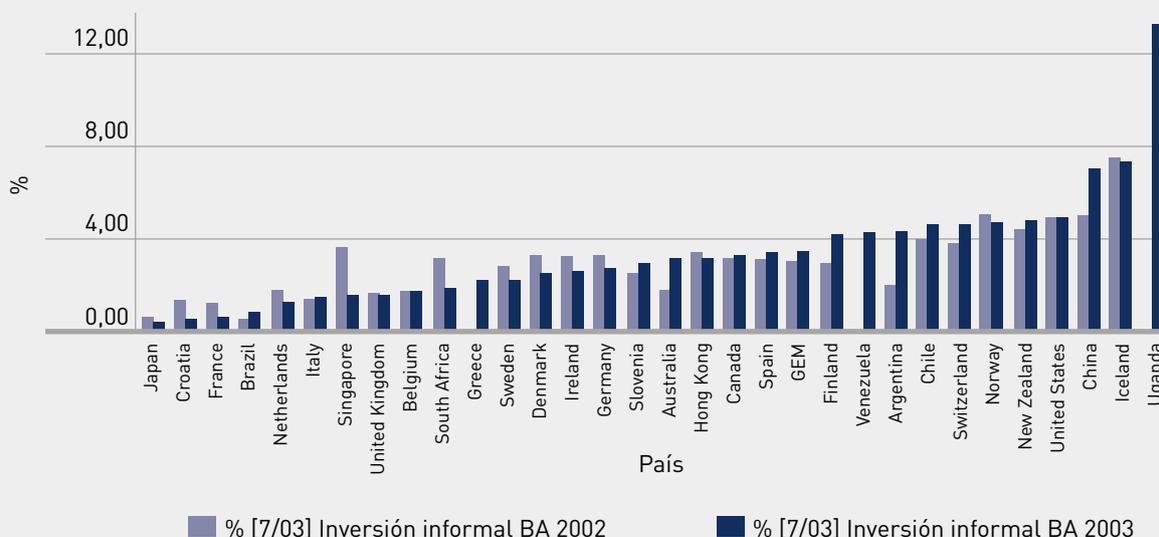
2000 entrevistas. Este hecho dificultaba el obtener muestras con suficientes inversores informales como para explorar sus características, ya que el porcentaje de participación de estos inversores en nuestra población es muy discreto, como se verá en los siguientes apartados. Sin embargo, este año 2003, con la primera ampliación regional del proyecto, el número de entrevistas se ha incrementado hasta 7000, de forma que se ha logrado, por primera vez, una muestra bastante amplia de este colectivo, siendo posible proporcionar un perfil del inversor informal bastante representativo.

La situación general de la participación poblacional en inversión informal en el entorno GEM se puede observar con detalle en el siguiente gráfico. La primera serie corresponde a los países participantes en la edición 2002 y, la segunda es la correspondiente al 2003:

Como se puede apreciar, las diferencias regionales son muy notables. España tiene un porcentaje de inversión informal en la línea de Alemania y, muy por encima de Francia y el Reino Unido, cuando por otras fuentes se sabe que la inversión en esos países de Business Angels profesionales es muy superior a la nuestra.

Asimismo, se puede ver que, en determinados países, se dan cambios brutales de participación de un año para otro, para los cuales hay que hallar explicaciones que van más allá de la situación económica general. Se trata de países en que, en general, se emprende mucho más por necesidad de la población que por oportunidad. Tal es el caso de Uganda, que experimenta un incremento muy amplio de inversión de este tipo en un año, o de Tailandia, Korea, Méjico y otros que presentan una recesión muy notable en este campo.

FIGURA Nº26. Porcentaje de la población que actuó como BA informal en los últimos tres años en cada país



4.3. Perfil del inversor informal en España

Como se ha explicado, en la edición 2003, en España, se ha contado con una muestra de 7000 entrevistas gracias a la primera ampliación regional del Proyecto. El resultado que se ha obtenido a partir de esta muestra indica que la participación de la población adulta como BA en España en el 2003, se estima en torno a un 3,5% (1.153.332 personas) que corresponde a una muestra de 242 individuos de los 7000 entrevistados.

Esta muestra permite establecer el siguiente perfil del inversor informal en España, así como caracterizar su actuación:

En resumen, nuestro inversor informal es:

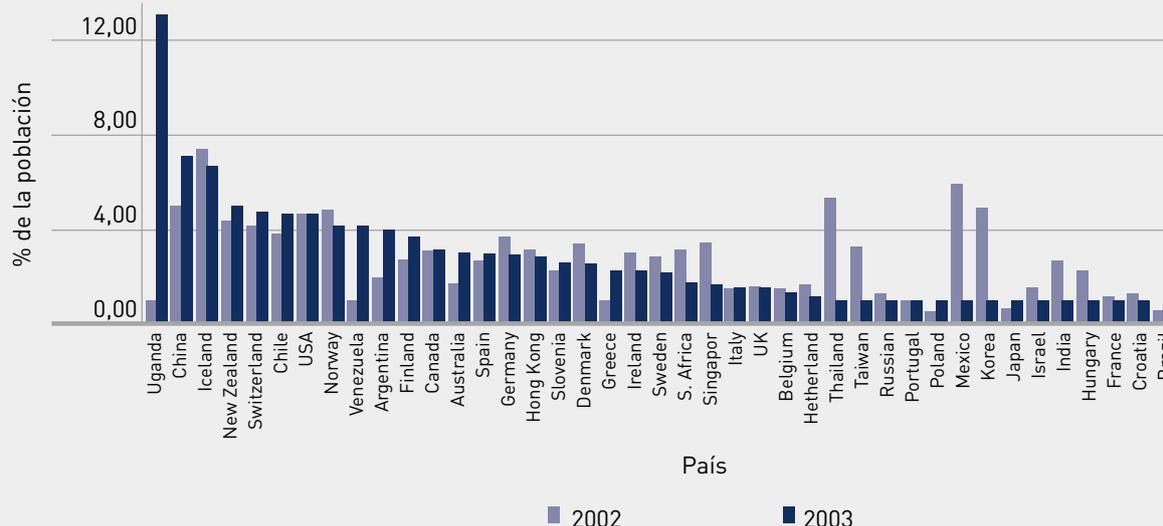
Preferentemente un hombre, de unos 41 años de edad, con estudios universitarios, en activo, con una renta mensual familiar media, posiblemente empresario y emprendedor, que ha invertido en un negocio del sector servicios y, en particular, del comercio y al cual le une una relación de parentesco con el beneficiario de la inversión.

4.4. ¿Qué posición ocupa España en cuanto al volumen de inversión media tipo BA?

En términos de cantidad invertida, el inversor informal español se puede equiparar al estadounidense, y es superado por los del Reino Unido y Alemania en el entorno próximo de la UE. Si

- El 56,5% de los inversores informales son hombres y el 43,5% mujeres.
- La edad media del inversor informal es de 42 años.
- El 89,4% trabaja a tiempo completo o parcial, un 0,5% está jubilado, un 7,4% trabaja en su domicilio, un 2,2% estudia y un 0,5% no trabaja.
- Un 0,8% no tiene estudios, un 23,9% tiene estudios de bachillerato, un 44% universitarios y un 31,3% de post-graduación.
- El 29,9% corresponde a una renta inferior a 1200 euros al mes, el 27,8% a una renta entre 1200-2400 euros, el 17,9% supera los 2400 euros al mes y el 24,3% no desea facilitar información sobre su renta.
- El 8,8% se halla inmerso en un start-up propio e independiente de su actividad de inversor informal.
- El 8,1% se halla inmerso en un start-up en combinación con otro trabajo.
- El 20,1% es, actualmente, propietario de un negocio del cual es director-gerente.
- El 16,8% espera acometer un nuevo start-up en los próximos 3 años.
- El 11,2% ha asumido el cierre de un negocio propio en los últimos 12 meses.
- El 46,9% percibe buenas oportunidades de negocio en España para los próximos 6 meses, el 42% opina lo contrario y un 11% no se pronuncia.
- El 55,4% cree poseer los conocimientos y habilidades para realizar un start-up.
- Un 64,4% afirma que el miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender.
- El 54,8% opina que ser emprendedor-empresario es una buena elección como carrera profesional.
- El 55,7% opina que lograr el éxito en una nueva iniciativa empresarial no es sinónimo de lograr un alto estatus en la sociedad.
- El 50,4% opina que en España, los medios de comunicación cubren suficientemente la información sobre nuevos negocios y empresarios.
- La inversión media que realiza un inversor informal de esta muestra es de 18969 euros con una desviación típica de 28034 euros.
- El tipo de negocio en que invierten es muy variado, destacando claramente el sector servicios y el comercial, con apenas presencia del sector industrial y cierta presencia del sector de la construcción.
- La relación del BA con el beneficiario de la inversión es de tipo familiar directa en un 47,9% de los casos, familiar indirecta en un 9,6% de los casos, de compañeros de trabajo en un 12,3% de los casos, de amistad o conocimiento en un 23,3% de los casos y con desconocidos con una buena idea de negocio (o BA profesional), en sólo un 1,4% de los casos. Un 5,5% de los BA no quieren especificar el tipo de relación

FIGURA N°27. Participación de la población como BA en los países GEM o Inversión Angel Informal



se compara en términos del 2002 a falta de datos para el 2003, nuestro inversor supera al francés. Todo ello se puede apreciar en el siguiente gráfico en que se puede ver la inversión media en dólares USA de los BA informales en los países GEM para los que se dispone de datos del año 2002 y 2003:

Por consiguiente, la posición de la inversión media informal, aunque discreta, no desentona en el panorama internacional, en el cual, salvo excepciones, la media suele ser más bien baja. En países como Uganda, existe un notable porcentaje de inversores informales, pero el capital medio que aportan es muy escaso, por lo que el volumen de esta inversión, por ejemplo, no es comparable a la que representa en España.

Ante la necesidad de promoción de la actividad de Business Angels profesionales en España, no hay duda de que es imprescindible la realización de diversos tipos de iniciativas, una de las cuales es, evidentemente, la de información y formación de la población acerca de este fenómeno. En este sentido, se perciben avances, dado que cada vez se habla más del Business Angel en los medios de comunicación y de que comienzan a existir actividades formativas sobre esta figura. Así, en Cataluña la red XIP de inversores privados ha puesto en marcha en colaboración con el IESE una escuela de Business Angel que, además de proporcionar formación, constituye una plataforma que permite el intercambio de experiencias en este terreno.

4.5. ¿Cómo se financian las start-ups españolas?

Ya hemos visto la magnitud de la inversión formal de empresas de capital riesgo y de inversores informales en

los países GEM. También, y por primera vez, gracias al mayor número de encuestas realizadas este año, hemos sido capaces de dibujar un perfil del inversor informal español. Pero aparte de capital riesgo e inversores informales, los emprendedores pueden recurrir a otro tipo de fuentes de financiación. El GEM nos permite explorar cuáles son esas fuentes en el entorno español.

La figura 28 muestra el capital requerido por las start-ups identificadas en la encuesta GEM realizada en España. La media se sitúa en torno a los 33000 euros, aunque la moda es de 6000 euros exactos, con una desviación típica de 47000 euros. El mínimo capital es de 555 euros y el máximo de 360000. Quizá más relevante es observar que más del 50% de las empresas nacientes identificadas en nuestra encuesta requerían menos de 20000 euros.

Más de la mitad de los emprendedores localizados afirmaban poner de su bolsillo el 100% de este capital inicial. Quizás por ello dos tercios de las start-up españolas afirman comenzar con un número de propietarios comprendido entre 2 y 5, como la tabla más abajo indica. Lo curioso es que ese porcentaje disminuye de manera drástica en empresas nuevas (menos de 3 años y medio) y empresas establecidas (más de 3 años y medio). La razón más probable es que pasada la fase de start-up, en la que varias personas han puesto capital semilla, los propietarios capitalistas se retiren dejando al frente a aquel que lleva el día a día de la empresa. El predominio de las empresas ya creadas (no start-ups) con un solo propietario al frente es un fenómeno que se viene repitiendo desde que se empezó a investigar este asunto en GEM.

FIGURA N°28. Capital inicial necesario para emprender

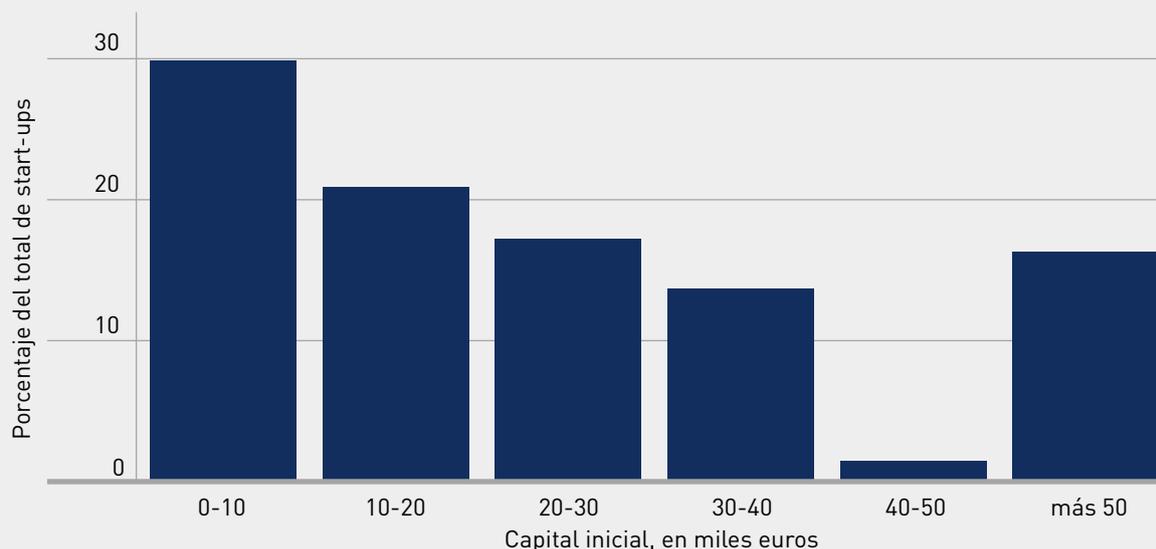


TABLA N°20.

Número de co-propietarios

Número de co-propietarios	Empresas Nacientes	Empresas Nuevas	Empresas Establecidas
Un propietario	33.8	50.0	54.2
Dos propietarios	46.0	33.9	27.1
3-5 propietarios	20.1	15.5	16.0
6+ propietarios	0.2	0.6	2.8
	100	100	100

Aquellos emprendedores que no financian la totalidad de su nueva empresa, obtienen el capital necesario de una o varias de las siguientes fuentes:

TABLA N°21.

Fuentes de financiación

Ha recibido fondos de:	% total
Familia cercana	7.12
Otros familiares	2.19
Compañeros de trabajo	0.55
Jefe	1.64
Amigos y vecinos	7.40
Inversores informales, total	18.90
Bancos u otras instituciones financieras	38.08
Ayudas gubernamentales	9.59
Total	66.58

Familia cercana, vecinos y amigos son los dos grupos de inversores informales más numerosos, lo cual no es sorprendente después de comprobar en la sección anterior que los inversores informales invierten mayoritariamente en negocios de sus familiares más allegados. Le sigue en cuanto

a porcentaje la fuente "ayudas gubernamentales", lo que demuestra el creciente apoyo por parte de la administración a la creación de empresas. La partida "bancos u otras instituciones financieras" se lleva la parte del león ya que casi un 40% de las empresas afirma recibir su apoyo financiero. Dado el poco desarrollo del capital riesgo en España y el gran endeudamiento de la población en este país, es presumible que la mayor parte de ese apoyo financiero provenga de bancos que, están demostrando un mayor grado de apertura que en años anteriores en cuanto a su implicación en la creación empresarial. En este sentido, es notable el incremento de publicidad en este tipo de entidades y en las de ahorro ofreciendo cada vez más productos y líneas crediticias para favorecer la actividad emprendedora.

Para fomentar dicha actividad, los órganos competentes del gobierno tendrían que incentivar la inversión informal, bien a través de una mejor información, como se dijo anteriormente, bien a través de incentivos fiscales. A pesar del esfuerzo que se está haciendo ya, un mayor apoyo financiero del gobierno, sobre todo en las primeras etapas de la empresa en las que quizá sea más difícil conseguir créditos bancarios por falta de activos e historial comprobable de la start-up también sería de ayuda.

5. MUJER EMPRENDEDORA

5.1. Características generales de la actividad emprendedora femenina

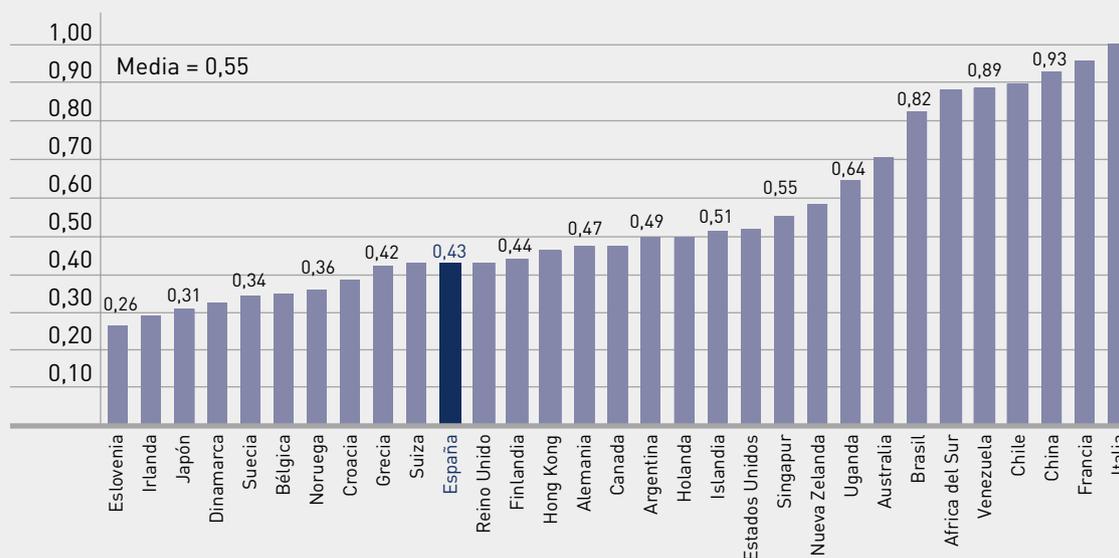
En el año 2003, se identificaron en España 731.035 mujeres implicadas en la creación de una empresa, lo que representa el 2,91% de la población femenina de 20 a 64 años del país. Si comparamos esta cifra con los 969.046 hombres que emprendieron un negocio en el mismo año⁸, podemos concluir que con un 30% de participación, la mujer española se encuentra medianamente representada en el colectivo emprendedor.

Analizados desde una perspectiva internacional, los datos españoles nos conducen a hacer el mismo tipo de inferencia. Así, la figura siguiente, que recoge el ratio mujer/hombre para el TEA 2003, sitúa a España en la posición 21 de los 31 países de la muestra GEM. Esta posición relativamente baja, indica de nuevo que la situación de la mujer emprendedora en España sigue necesitando de un empuje sustancial para acercarse a la paridad, que es donde se sitúan algunos países europeos como Italia y Francia.

No obstante, en el medio plazo, un objetivo factible para España sería el de alcanzar la media internacional, que se sitúa entorno al 0,55, es decir, el de una mujer emprendedora por cada dos hombres emprendedores. De hecho, se aprecia que el ratio actual de 0,43 mujer emprendedora por cada varón es ligeramente superior al registrado el año anterior (0,39), lo que sugiere una cierta mejoría. Por otra parte, cabe resaltar que si bien ha habido un incremento de actividad emprendedora general en el país respecto al año 2002, el incremento de la actividad femenina ha sido relativamente mayor al globalmente registrado para España (un incremento del orden de un 58,0% y un 47,5%⁹ respectivamente).

El análisis detallado de la actividad emprendedora femenina nos revela además otra tendencia interesante: El gráfico siguiente recoge la evolución, durante los tres últimos años, de los ratios de participación mujer/hombre en las empresas nacientes (o start-up) y en las empresas nuevas. En las ediciones anteriores del GEM, habíamos recalcado que en términos generales la involucración de las mujeres en nuevas empresas era mayor a su participación el proceso de creación propiamente dicho¹⁰. Para el año 2003, la situación tiende a equilibrarse, lo que podría indicar una mayor predisposición de la mujer española a participar en la actividad emprendedora desde las fases iniciales del proceso.

FIGURA N°29. Ratio mujer / hombre para la actividad emprendedora total

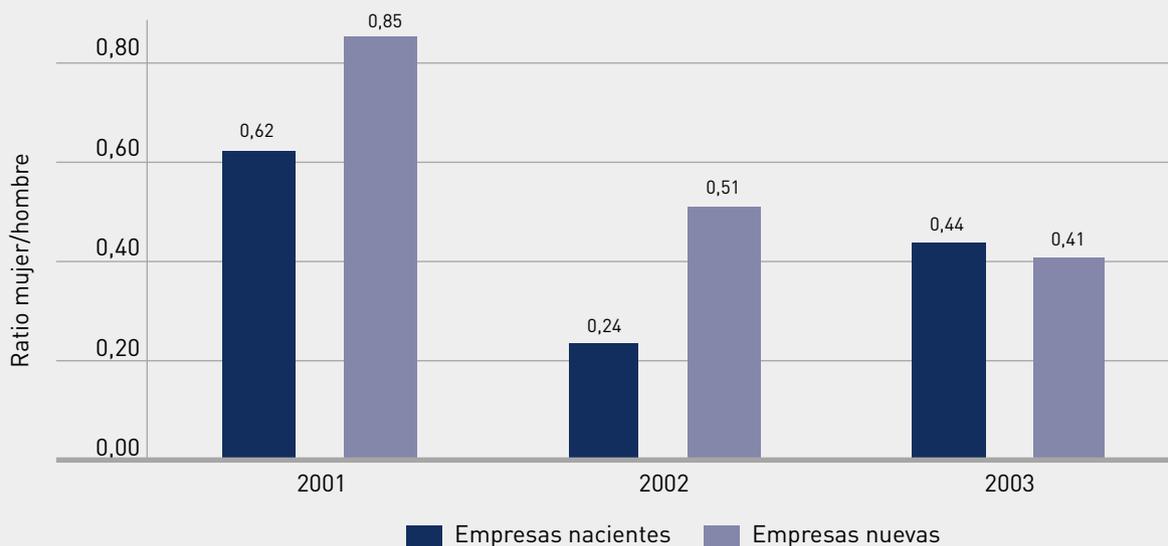


⁸ Esta cifra representa el 3,86% de la población masculina total de 20 a 64 años.

⁹ Como en el caso del TEA total, el incremento de la actividad emprendedora femenina en España se calcula como número índice comparativo del año 2002 y del 2003: $[(4,07/2,58) * 100 - 100] = 58,0\%$.

¹⁰ Ver Informe GEM-España 2001.

FIGURA Nº30. Ratio Mujer/hombre por tipo de empresa



Estos avances son importantes no sólo porque permiten a la mujer española alcanzar la independencia económica y la realización profesional, sino también por razones económicas. Su contribución significativa a la economía ya ha sido objeto de análisis en las ediciones anteriores del GEM¹¹, y esta relación viene confirmada por estudios que atribuyen a las emprendedoras españolas un papel importante en la convergencia de la economía del país con Europa¹². Desde un punto de vista más global, la aportación de las mujeres empresarias a la economía guarda relación con las peculiaridades propias de las empresas lideradas por mujeres. Así, una revisión de la literatura académica sobre el tema¹³ concluye que las mujeres demuestran una mayor habilidad para construir y mantener redes de relaciones a largo plazo, para organizarse de forma eficiente y para reducir los gastos fiscales. También se las asocia con una mayor sensibilidad hacia las necesidades de su entorno y hacia las diferencias culturales en el ámbito empresarial.

Desde un punto de vista de políticas públicas, estas ventajas competitivas de las mujeres plantean la pregunta de cómo fomentar una mayor actividad emprendedora entre las mismas. En España, la respuesta se halla, en gran medida, en identificar los obstáculos a los que se enfrenta la mujer emprendedora.

5.2. Apoyo cultural y social al fenómeno emprendedor femenino

Es bien sabido que las tradiciones sociales y culturales contribuyen de forma significativa en determinar qué tipo de persona puede llegar a ser emprendedor. Por ejemplo, en sociedades con una tradición machista más arraigada, las mujeres no son alentadas a lanzar su propio negocio. Algunos expertos opinan por lo contrario que es esta persistente discriminación a la que se enfrenta la mujer en el mundo laboral la que la empuja hacia el autoempleo¹⁴.

En términos relativos, la falta de apoyo cultural y social a la mujer emprendedora es mucho más acuciante en España que en la mayoría de los países incluidos en este estudio. Así lo demuestra la evaluación hecha por los expertos españoles, y en el que sitúan a nuestro país en la vigésimo séptima posición respecto a este factor, dejándolo incluso por detrás de países europeos con menos tradición emprendedora. Esta realidad, se traduce, como hemos podido comprobar en este capítulo, en una escasa participación femenina, a pesar de las distintas iniciativas llevadas a cabo desde el gobierno y la sociedad civil, para brindar apoyo a las mujeres emprendedoras¹⁵.

¹¹ Ver Informe GEM-España 2002.

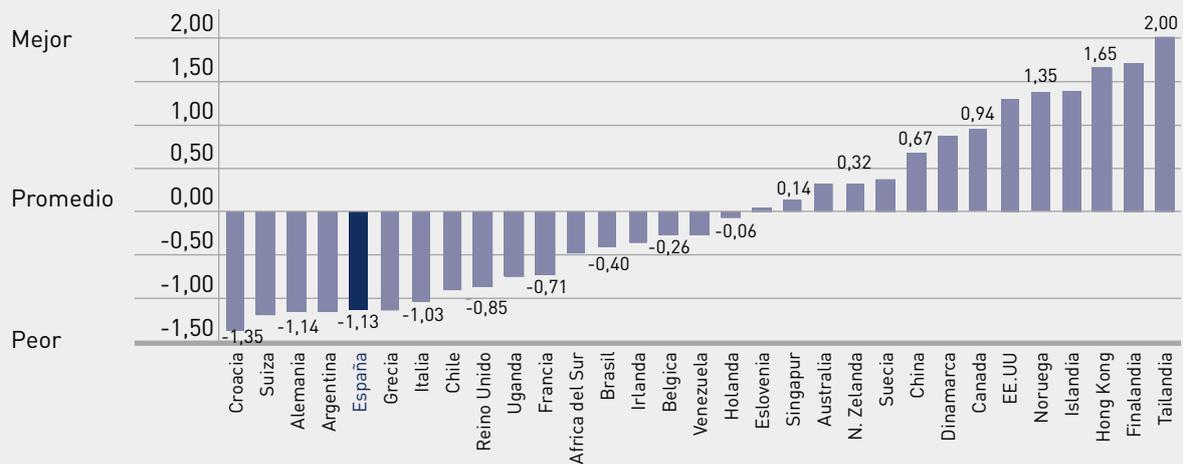
¹² Expansión.com, PYMEs, 14/01/04.

¹³ Jalbert, S. E. Woman Entrepreneurs in the Global Economy, Marzo 17, 2000.

¹⁴ Heilman, M. E. y Chen, J. J. (2003): "Entrepreneurship as a solution: the allure of self-employment for women and minorities", Human Resources Management Review, Vol.13, Nº2, p.347, p.18.

¹⁵ Una información detallada acerca de las ayudas económicas y no económicas a la mujer emprendedora se puede consultar a través de las páginas web del Ministerio de Trabajo y de Asuntos Sociales (www.mtas.es/mujer/micro.htm), de la Dirección General de la Pyme (www.ipyme.es) o de organismos no gubernamentales como El Banco Mundial de la Mujer y la Fundación Mujeres.es.

FIGURA N°31. Evaluación del apoyo a la mujer emprendedora en los países del GEM



La siguiente figura aporta algunas pistas para entender la peculiaridad del caso español, y recoge la opinión de los expertos españoles acerca del apoyo que la mujer emprendedora encuentra en nuestro país. En primer lugar, recalcar que los datos recogidos para el año 2003 son muy parecidos a los registrados durante el año anterior, lo que indica una cierta estabilidad en cuanto al grado de aceptación cultural del fenómeno emprendedor femenino. Así, nuestros expertos nos confirman que, cada vez más, tiende a desaparecer el tópico acerca de la supuesta incapacidad de las mujeres para lanzar un negocio. Por

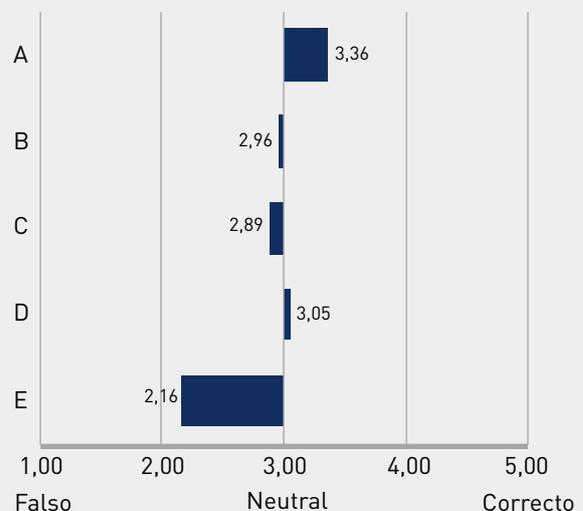
tanto, el nivel comparativamente bajo de mujeres emprendedoras podría explicarse más bien por la falta de servicios sociales que les permitan solventar la disyuntiva "carrera profesional /familia-hijos".

No obstante, los expertos adoptan una posición neutral a la hora de evaluar el resto de los factores culturales. Así, factores como la percepción de la actividad emprendedora como una carrera socialmente aceptada para una mujer, o el grado de exposición de las mismas a suficientes oportunidades, siguen planteando una incógnita.

FIGURA N°32. Evaluación del apoyo a la mujer emprendedora en España

En mi país...

- A.** Las mujeres tienen la capacidad y motivación necesaria para crear una empresa.
- B.** Las mujeres son expuestas a tantas buenas oportunidades para crear un negocio como los hombres.
- C.** Las mujeres son alentadas a ser autoempleadas y a crear una empresa
- D.** Crear un negocio es una carrera socialmente aceptada para una mujer.
- E.** Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando después de haber fundado una familia.



El tema de las barreras culturales parece por lo tanto particularmente difícil de contrarrestar con medidas concretas debido a que se trata de un fenómeno latente y de complicada descripción. De hecho, por segundo año consecutivo, los resultados del estudio GEM indican que si existen barreras culturales que inhiben o dificultan la creación de empresas por parte de las mujeres en España, éstas parecen ser menos fáciles de identificar de lo esperado.

Evaluación de los expertos y expertas a los obstáculos a la mujer emprendedora

ven particularmente perjudicadas a la hora de acceder a las ayudas financieras y, además de los obstáculos administrativos y de la competencia, tienen que cargar con el peso de llevar los asuntos familiares. Estos datos concuerdan de hecho con las conclusiones de gran parte de la literatura actual, que considera los factores financieros¹⁶ y familiares¹⁷ como los principales obstáculos a la iniciativa emprendedora femenina, tanto en el caso de los países desarrollados, como para los países en vías de desarrollo.

¿Hasta qué punto piensa que es difícil para una mujer crear su propia empresa?

	Porcentaje de respuestas
Muy difícil	3,8%
Difícil	32,1%
Ni mucho ni poco	55,6%
Bastante fácil	3,8%
Muy fácil	4,7%
Total	100%

Como mujer, ¿cuál sería el principal obstáculo con que tendría que enfrentarse si decide crear su propia empresa?

	Porcentaje de respuestas
El machismo	2,1%
Ninguno	2,4%
La familia/ Falta de tiempo	4,2%
Falta de habilidades personales	5,8%
Otros (el papeleo, la competencia...)	13,4%
Económico	72,1%
Total	100%

Así, más de la mitad de las mujeres que forman parte de nuestro panel de expertos (el 55,6%) plantearon sus dudas acerca de la afirmación que la creación de empresas fuera particularmente difícil para una mujer. Por otra parte, la tabla anterior confirma que los factores culturales, como el machismo, no constituyen un obstáculo directo a la creación de empresas por parte de la mujer española (sólo en el 2% de los casos).

No obstante, los expertos parecen sugerir que sí existen algunas barreras que, de forma subliminal, frenan el empuje emprendedor de las mujeres. En efecto, éstas se

Los resultados de las encuestas hechas a los expertos también coinciden con las características socio-económicas de la mujer emprendedora identificadas por el GEM¹⁸. Los datos del 2003 muestran en efecto que este colectivo suele tener una edad media entre los 24-35, un estatus económico relativamente elevado, y un nivel de estudios avanzado. Podría afirmarse en conclusión que las mujeres que emprenden un negocio en España, son aquellas que todavía no tienen cargas familiares importantes, y disponen de recursos educativos y financieros suficientes para enfrentarse a los retos que conlleva la actividad emprendedora.

¹⁶ Para profundizar en el tema del acceso de las mujeres a financiación consultar Carter, S. Y Rosa, P. (1998): "the financing of male and female owned-business", *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 10, N°3, pp.225-241; y Coleman, S. (2000): "Access to capital and terms of credit: A comparison of men and women-owned small businesses", *Journal of Small Business Management*, Vol. 38, N°3, pp.37-52.

¹⁷ Para una explicación más detallada acerca de la influencia de estos factores, ver Brush, C. G. (1997): "Women-owned businesses: Obstacles and opportunities", *Journal of developmental Entrepreneurship*, Vol. 2, N° 1, pp.1-24.

¹⁸ Ver el capítulo 3 de este informe.

6. LA EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES, LA MOTIVACIÓN Y LA CAPACIDAD DE LA POBLACIÓN PARA EMPRENDER

En este apartado se analiza el estado de las variables que definen la percepción de oportunidades para emprender desde la óptica de la población adulta española y los expertos entrevistados en la edición 2003 del Proyecto GEM. Asimismo, se exploran las variables correspondientes a motivación para emprender y la posesión de las habilidades y conocimientos necesarios para ello.

6.1. Percepción de oportunidades para la creación de empresas en España y en el entorno GEM

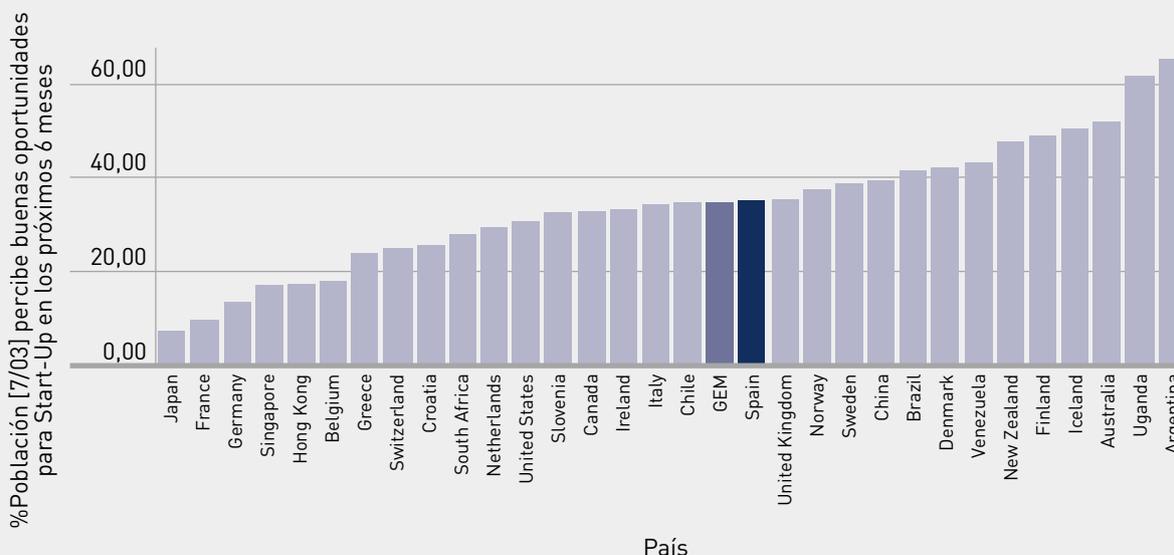
La información que se proporciona a continuación, procede de dos fuentes diferentes: la opinión de la población adulta española y la opinión de los expertos en diversas áreas relevantes para la creación empresarial.

El 35% de la población española entre 18 y 64 años, percibe buenas oportunidades para poner en marcha nuevos negocios hasta diciembre del 2003. En este sentido, la población de nuestro país se puede equiparar a la de otros como: el Reino Unido, Chile, Italia, Irlanda, Canadá y Eslovenia, como se puede apreciar en la Figura 33 y queda

prácticamente pareja a la media GEM acerca de este concepto. Sin embargo, si se compara esta situación con la del año anterior se aprecia una recesión en este concepto, pues, la población española estaba entre las 10 más optimistas y bastante por encima de la media GEM, habiendo bajado este año a la posición catorce sobre treinta. En los extremos, están Argentina y Uganda con más del 60% de su población en edad de trabajar percibiendo buenas oportunidades y Francia y Japón con menos del 10% de dicha población percibiendo oportunidades de start-up. Sin embargo, contrariamente a lo esperado, por la recuperación notable que ha habido en la actividad emprendedora en España, este porcentaje de percepción de buenas oportunidades sigue esa tendencia descendente algo acusada al compararlo con los dos años anteriores. Así, en el 2001 fue un 48% y en el 2002 un 42% de esta población la que percibió buenas oportunidades, de forma que se registra un descenso total del 13% en dos años, significativo y que puede estar indicando la existencia de cierto estancamiento en el acceso o la apertura del mercado interno. Consecuentemente, la recomendación es difundir mediante algún tipo de campaña en medios de comunicación, instituciones formadoras y agencias relacionadas con la creación empresarial, las áreas en que hay posibilidad de expansión a corto y medio plazo.

Al analizar esta cuestión desde el punto de vista de los expertos, la cifra aumenta considerablemente, de forma que el 85% de ellos señala que en España existen buenas oportunidades para Start-Up entre julio y diciembre de 2003. Sin embargo, si bien, hasta el momento, los expertos siempre han sido más optimistas que la población en general, lo cierto es que en esta edición registran un

FIGURA Nº33. Porcentaje de la población en edad de trabajar que percibe buenas oportunidades para start-up hasta diciembre de 2003.



descenso respecto de los años anteriores acorde con el que se observa en la población, si bien menos acusado. Por consiguiente, se pasa de un 91% en el 2001 a un 88% en el 2002 y al actual 85%, tendencia que avisa de que hay que prestar atención a este dato y tratar de acotar su origen y fundamento.

6.2. ¿Qué relación existe entre la percepción de oportunidades para emprender y la actividad emprendedora por oportunidad en el entorno GEM y en España?

Al analizar los resultados sobre percepción de oportunidades, es bastante lógico esperar que aparezca una relación del tipo: a mayor percepción de oportunidades para emprender, mayor desarrollo de la actividad emprendedora. Por consiguiente, en un análisis de correlación lineal cabría esperar un coeficiente positivo y significativo entre las variables de percepción de oportunidades por parte de la población y los expertos y el índice de actividad emprendedora.

Sin embargo, al realizar dicho análisis se obtienen resultados esperados y otros no tan esperados:

- En el conjunto de países GEM existe una correlación lineal, positiva y significativa entre las opiniones de la población en edad de trabajar acerca de la percepción de oportunidades para emprender y la actividad emprendedora por oportunidad registrada en ese mismo año. El coeficiente de correlación alcanza el valor +0,714 y es estadísticamente significativo ($p = 0,000$). Por consiguiente, si la población percibe buenas oportunidades, ésta percepción se plasma de forma bastante coherente en la creación empresarial o, dicho de otra forma, si la población está informada de las oportunidades, las aprovecha en bastante medida. La Figura nº 34 muestra esta relación.
- En cambio, en el conjunto de países GEM, no existe correlación lineal entre las opiniones de los expertos acerca de la existencia de oportunidades para emprender y la actividad emprendedora. Así, existe una disociación entre la información que poseen los expertos y la plasmación de la misma en actividad emprendedora por oportunidad en determinadas regiones del mundo. Así, existen países, como Venezuela, en que los expertos perciben pocas oportunidades, pero en los que existe una elevada

actividad de creación de empresas y negocios por oportunidad. En otros como en Grecia, Bélgica y Hong Kong, la situación es más lógica: se perciben pocas oportunidades y hay poca creación empresarial por oportunidad. Los países en que existe una alta percepción de oportunidades y una elevada o notable creación empresarial por oportunidad contarían con la presencia de Uganda, Argentina, Nueva Zelanda, Estados Unidos, Chile e Islandia y, finalmente, la mayoría de los países GEM responderían a una situación de alta o moderada percepción de oportunidades y un nivel más bien discreto de creación empresarial por ese motivo. Todo ello se puede observar en los cuadrantes de la figura nº 35.

- Ahora bien, si se eliminan los casos particulares u "outliers" (Venezuela, Uganda, Argentina, Nueva Zelanda, Chile, Australia, Islandia y Grecia), la relación obtenida es la esperada: a mayor percepción de oportunidades por parte de los expertos, mayor creación empresarial por oportunidad en los países. En este caso, la correlación es positiva, significativa y toma un valor de 0,714 (igual al mostrado por la población adulta), con un ajuste del 51%, como se puede apreciar en la figura nº 36. Estos países, entre los que se encuentra España, tienen un nivel de creación empresarial moderado pero bastante acorde con la situación que perciben sus expertos en las áreas que pueden incidir en la actividad emprendedora y, si dicha percepción es buena, la población la capta y emprende de acuerdo con lo que está ofreciendo el mercado en cuanto a oportunidades.

Por consiguiente, hay que concluir que la población en edad de trabajar refleja en un alto porcentaje la situación real de creación empresarial por oportunidad, mientras que los expertos aciertan en un amplio conjunto de países GEM y, en cambio, en otros, perciben más oportunidades que no llegan a desarrollarse en la realidad. En estos países, entre los que no se halla España, es necesario tomar medidas complementarias de información a la población para que estas oportunidades no se queden sin aprovechar.

La conclusión global que hay que extraer para nuestro país es que, la actividad emprendedora por oportunidad es acorde con la percepción de la población y los expertos y que, si la gente dispone de información acerca de los sectores en que se puede crear nuevos negocios, dicha información es bastante bien aprovechada. Por consiguiente, los canales de comunicación y las políticas públicas en este aspecto están funcionando bastante bien y deben seguir, cuando menos, en la misma línea de desarrollo.

FIGURA N°34. La actividad emprendedora por oportunidad viene explicada en un 55% por la percepción de oportunidades para emprender que tiene la población en edad de trabajar en el conjunto de países GEM.

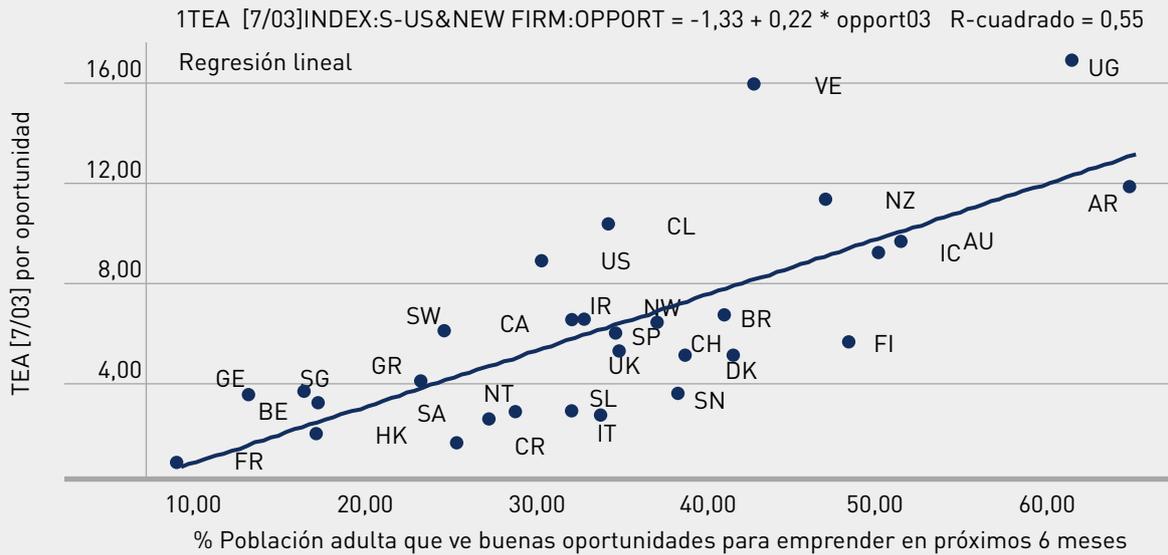


FIGURA N°35. A nivel global, no existe relación, entre la percepción de oportunidades de negocio en 6 meses y la actividad emprendedora por oportunidad en el conjunto de países GEM.

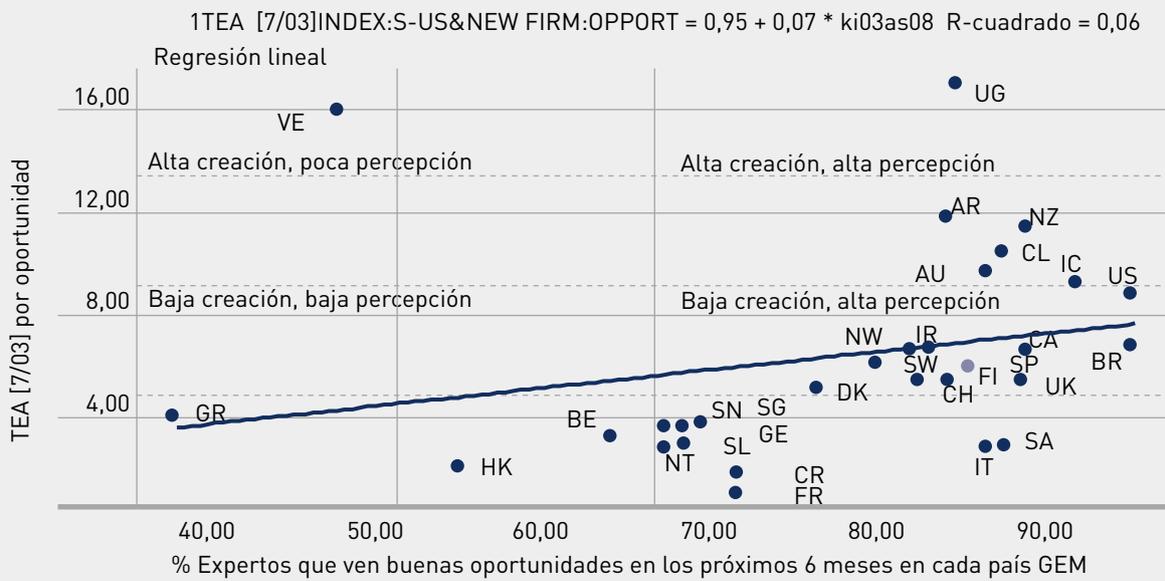
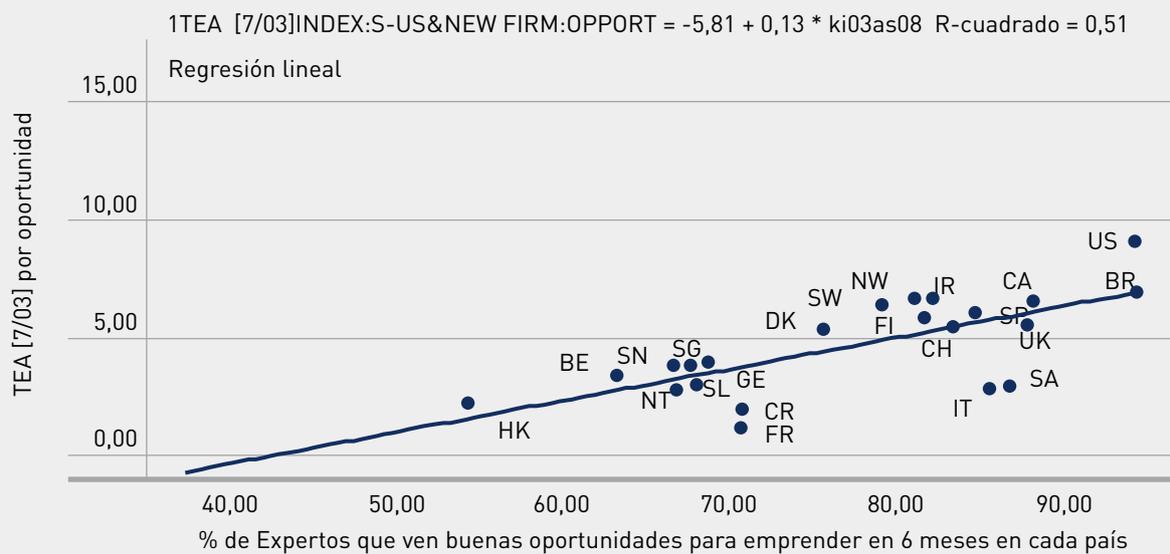


FIGURA N°36. En la mayoría de países de Europa, Estados Unidos y algunos países orientales, sí que se da una correlación entre la percepción de oportunidades por parte de los expertos y la generación de actividad empresarial por oportunidad.



6.3. Otras opiniones complementarias acerca de la existencia de oportunidades

Los expertos españoles entrevistados han facilitado su valoración, igual que en ediciones anteriores, acerca de preguntas complementarias acerca de la existencia de oportunidades para emprender en nuestro país. Sus puntos de vista permanecen prácticamente inalterados si se comparan con los resultados obtenidos en la edición 2002. Así, siguen creyendo que es más bien falso que en España haya muchas oportunidades de crear nuevos negocios de rápido crecimiento y desarrollo, si bien, no se trata de una percepción radicalmente negativa, puesto que la valoración se acerca a la media de 3 puntos. Así mismo, siguen pensando que es medianamente cierto que es fácil acceder a la información sobre nuevas oportunidades, resultado acorde con el desarrollado en el apartado anterior: la población adulta española aprovecha bastante bien las oportunidades de negocio existentes, por lo que debe estar bastante bien informada acerca de las mismas. Los expertos también siguen pensando que, en España, las oportunidades de crear una nueva empresa han aumentado en los últimos cinco años, si bien, este

resultado comparado con el del año anterior desciende unas décimas, también acorde con la disminución de percepción de oportunidades comentada en el primer apartado de este capítulo. Por otro lado, los expertos siguen en la línea de decir que es algo más que medianamente cierto que, en nuestro país, hay más oportunidades que gente para percibir las o llevarlas a cabo, de forma que, esta opinión sigue reflejando el mayor optimismo entre los expertos que entre la población acerca de la existencia de oportunidades, si bien, por otro lado, los resultados obtenidos señalan que las oportunidades existentes son bastante bien captadas por la población. En todo caso, este resultado señala que, en opinión de los expertos, se puede hacer más y, por eso, también dicen que es más bien falso que la población española percibe muchas oportunidades para crear nuevos negocios¹⁹.

Por consiguiente, parece un hecho el que la población española dé una imagen de menor desarrollo, de cara a los expertos, del que tiene en realidad estando mejor informada y preparada de lo que éstos piensan en cuanto al aprovechamiento de oportunidades de negocio.

La figura n° 37 muestra los resultados medios obtenidos acerca de estas preguntas efectuadas a los expertos:

¹⁹ Nota técnica: es de destacar que la muestra de expertos se ha incrementado a 138 gracias a la ampliación regional del Proyecto GEM en España mientras que en las ediciones anteriores se había trabajado con 40. Sin embargo, lo que se quiere resaltar en esta nota es la estabilidad mostrada por los índices con ambos tamaños muestrales, prueba de la coherencia demostrada en todas las ediciones por los expertos del país y garantía de fiabilidad de estos resultados en todas ellas.

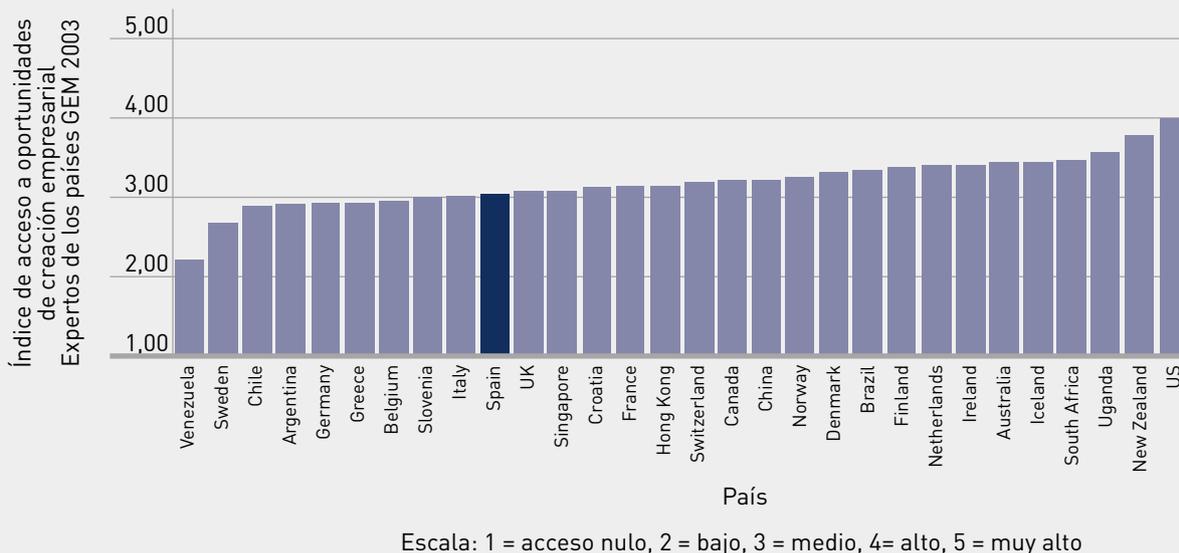
FIGURA N°37. Evaluación de la percepción de las oportunidades de negocios en España en opinión de una muestra de 138 expertos de todo el país.



Para completar este apartado, mostramos el gráfico de posicionamiento de acceso a oportunidades para emprender en todos los países GEM desde el punto de vista de los expertos. En él, se representa un índice resumen de todas las preguntas anteriores y, España se mantiene en la misma posición que ocupaba el año

anterior: un acceso medio a oportunidades para creación de nuevas empresas equiparado a Italia y cerca del Reino Unido, quedando por debajo de Francia, Irlanda, Dinamarca, Holanda y Finlandia y, por encima de Alemania, Suecia y Bélgica, en el seno de la Unión Europea.

FIGURA N°38. Clasificación de los países GEM según la opinión de sus expertos en cuanto al conjunto de variables que definen la percepción de oportunidades para emprender.



6.4. Motivación para aprovechar las oportunidades existentes y convertir las ideas en nuevas empresas

Los factores que pueden motivar a las personas para convertirse en empresarias son muy variados y su medición difícil. Sin embargo, la metodología GEM ha demostrado que es posible pulsar el estado de algunos de ellos midiéndolos de forma subjetiva mediante la valoración efectuada por los expertos. Así, del amplio conjunto de variables que pueden influir en la motivación para emprender, se les pide una evaluación acerca de su percepción de la población del país, sobre ideas acerca de los empresarios tales como: que son personas competentes y eficaces, que sus logros y experiencias son ampliamente comentados en los medios de comunicación, que los que tienen éxito gozan de un buen estatus y del respeto y respaldo de la sociedad, de que la creación empresarial es una buena elección de carrera profesional y una forma de hacerse rico, etc.

Las valoraciones obtenidas en escalas de Likert de 5 puntos en que el 1 significa que las afirmaciones son falsas en nuestro país y el 5 que son completamente ciertas, ponen de manifiesto que los expertos creen que, la población española piensa que es más bien cierto que los emprendedores son personas generalmente competentes y eficaces, que los medios de comunicación hablan con regularidad de aquellos que tienen éxito, que los empresarios de éxito son respetados y apreciados y que crear una nueva empresa puede ser un forma de hacerse rico. Sin embargo, los expertos piensan que la

gente todavía es reacia a ver la creación empresarial como una buena elección de carrera profesional.

Estos datos, que pueden verse en la figura nº 39, se mantienen muy estables respecto de los del año pasado, si bien, casi todos los indicadores suben unas décimas, indicando, posiblemente, una mejoría en este conjunto de variables que pueden motivar a las personas para convertirse en empresarios. Si en la próxima edición se registra una nueva tendencia ascendente, querrá decir que, en España, aunque lentamente, el entorno que favorece el espíritu emprendedor está mejorando y que la labor de difusión de la información sobre el fenómeno emprendedor está jugando un importante papel de concienciación sobre la sociedad en general.

Además de su valoración sobre lo que piensa la población española, los expertos ofrecen su propia opinión acerca de algunas de las anteriores variables. Así, del total de expertos, el 41,3% piensa que ser empresario constituye una buena elección de carrera profesional, mientras que el 52,2% piensa lo contrario y un 6,5% no lo sabe. El 72,5% afirma que los emprendedores de éxito gozan de respeto y respaldo social, mientras que el 21,7% piensa lo contrario y el 5,8% no proporciona una opinión al respecto. Y, finalmente, el 58,7% afirma que los medios de comunicación difunden noticias sobre emprendedores de éxito, mientras que el 38,4% cree que esta difusión es insuficiente y un 2,9% no opina sobre esta cuestión.

Por otro lado, a nivel internacional, se crea un índice resumen de las anteriores variables, que permite establecer una clasificación de países según las opiniones de sus expertos sobre lo que piensan que creen sus respectivas poblaciones, proporcionando una clasificación por orden de países más o

FIGURA Nº39. Evaluación media de 138 expertos españoles sobre factores que influyen en la motivación para emprender



menos motivadores para la creación empresarial. La figura nº 40 muestra esta clasificación, en la cual, España, ocupa un lugar intermedio, muy equiparado al del Reino Unido, pero distante del nivel que alcanzan los Estados Unidos acerca de este tema. Sin embargo, es de destacar que nuestra población es más propensa a valorar al emprendedor que la sueca, la alemana, la danesa o la belga, mientras que queda por debajo de la francesa, a pesar de ser mucho más emprendedora que ésta en el contexto de la Unión Europea. Tal y como se puede apreciar, Italia, sería el país más motivador para la creación empresarial en este ámbito.

La conclusión es muy parecida a la de la edición anterior: a pesar de que se percibe una muy ligera mejora en cuanto a la motivación para emprender, en España, se trata de un tema algo estancado que, las medidas tomadas para impulsarlo, todavía no se reflejan de forma notable en la sociedad. Especial atención merece el que la carrera de empresario siga sin ser considerada como buena, ni por la población ni por los expertos, de manera que las medidas que se van tomando y que son de muy diversa índole, deben añadir este aspecto en sus campañas de difusión y respaldarlo.

6.5. Habilidades para la creación de empresas

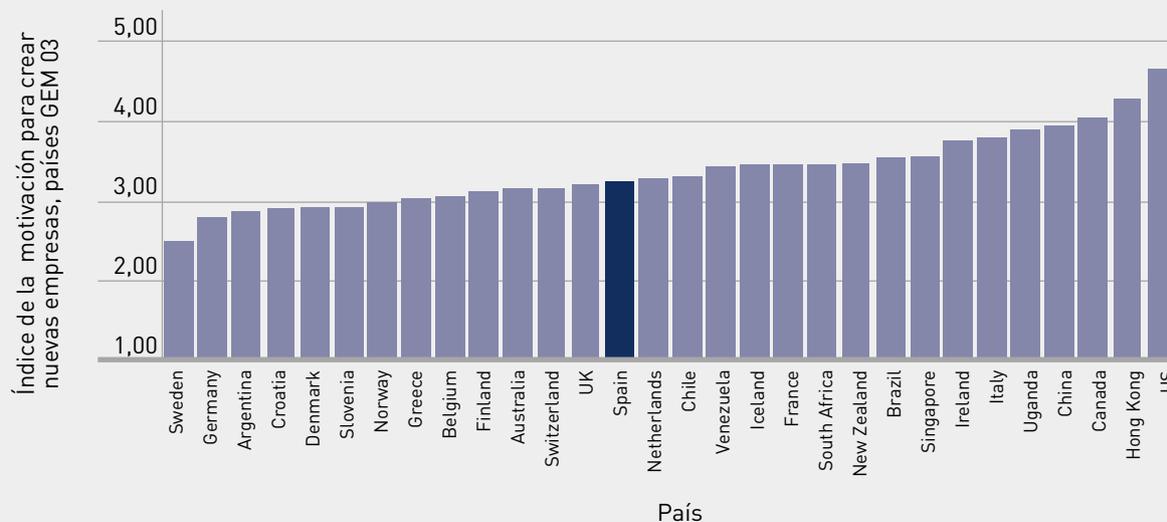
Junto a la motivación, la metodología GEM mide, también de forma subjetiva pero demostradamente eficaz, la posesión de habilidades de la población de los países para crear nuevos negocios y empresas. De nuevo, los expertos evalúan un conjunto de afirmaciones que permiten pulsar el estado de la cuestión en sus respectivas naciones.

En el caso español, según los expertos, los españoles piensan que la mayoría no cree que poner en marcha un nuevo negocio sea fácil, aunque tienden a tener cierta habilidad para dirigir uno pequeño. Asimismo, no son muchos los que han tenido una experiencia en start-up y que en general no reaccionamos rápidamente ante las oportunidades empresariales (a pesar de que la mayoría de los negocios se crean por este motivo en España y de que hemos podido ver que la población, en general, capta bastante bien las oportunidades existentes) no estando muy preparados para organizar los recursos necesarios para ello.

Esta valoración de los expertos que se puede ver en la figura nº 41, refleja un estancamiento histórico que ya no puede durar muchos más años por la razón de que la formación evoluciona y porque las administraciones están tomando cada vez más medidas para facilitar el acceso a información y recursos necesarios. Así, la imagen que se tiene en España de que son costosos y difíciles los trámites burocráticos, la consecución de créditos, el lograr recursos infraestructurales y otros temas asociados a la creación de negocios, tiene que tender a desaparecer, pues se han dado muchos pasos para lograr mejoras en todos esos terrenos. Las comunicaciones permiten acceder rápidamente a todo tipo de organismos que facilitan información sobre los temas más variados y complejos, así como para la consecución de servicios de asesoría, legales, bancarios, recursos físicos, apoyo para la formación, etc. Actualmente, quedan ya muy pocos reductos en España en los cuales no se puedan realizar todos estos trámites, ya sea en el ámbito rural o en el urbano.

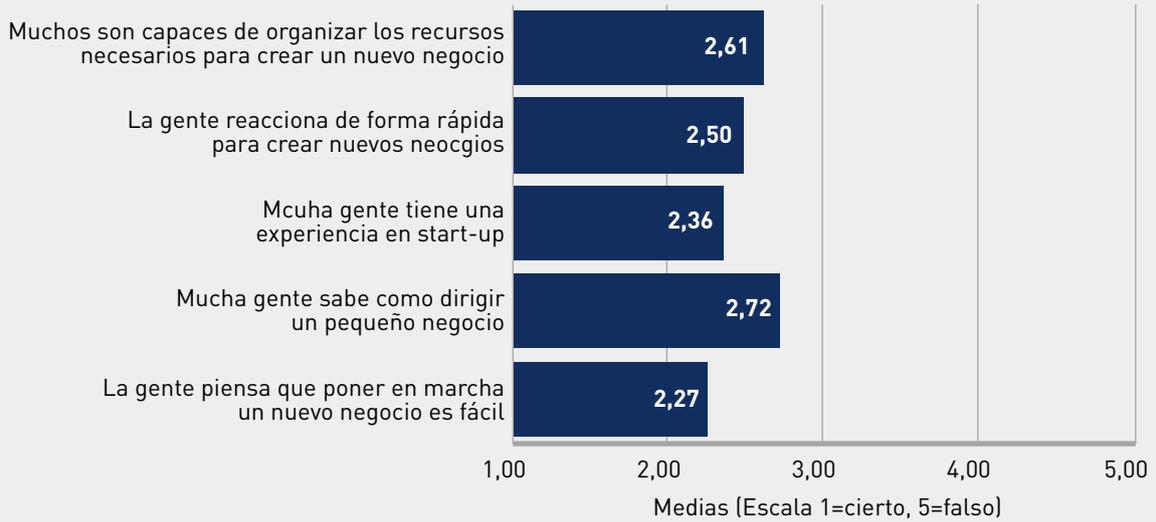
La valoración de este año es muy similar a la del anterior en cuanto a la habilidad de la población para emprender, de

FIGURA Nº40. Clasificación de los países GEM 2003 según su capacidad de motivación para la creación empresarial



Escala: 1= motivación nula, 5= motivación muy elevada

FIGURA N°41. Habilidad y conocimientos para emprender



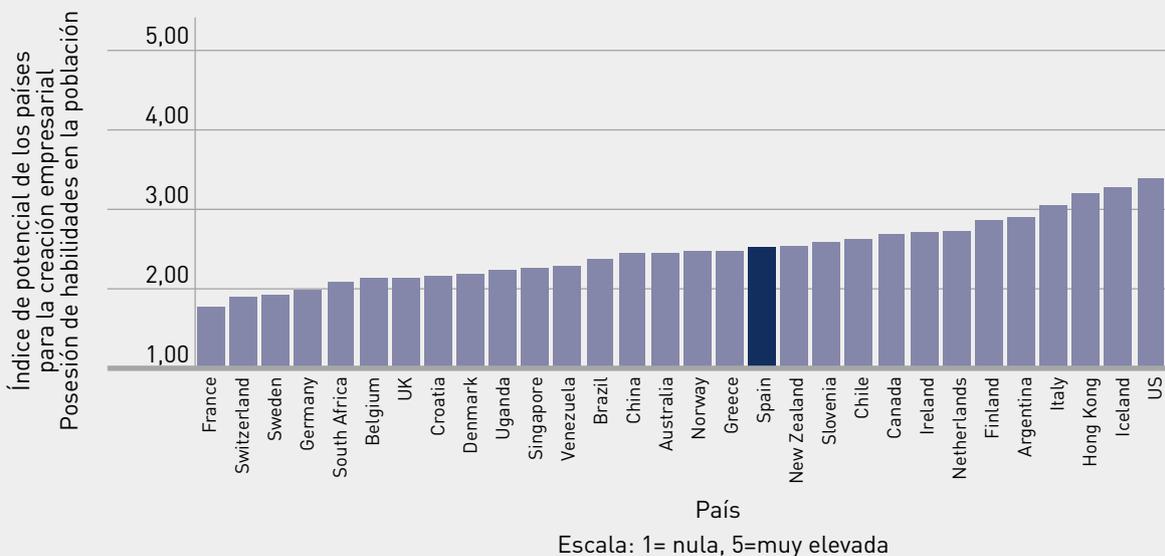
forma que hay que seguir avanzando en la concienciación de la sociedad de que esto está cambiando y de que se abren muchas posibilidades para aquél que lo quiera intentar. En definitiva, estos índices sólo cambiarán si la población va modernizando sus conceptos y si los expertos son capaces de percibir este cambio de mentalidad en la población, pues por muchas medidas que se tomen, si la población sigue anclada en su visión del pasado, se seguirá viendo al empresario como un individuo que desafía al entorno para correr un tremendo riesgo personal que, en contadas ocasiones se ve recompensado por el éxito.

necesarias para emprender un negocio, un 30% está actualmente involucrado en un start-up, un 34% en un start-up relacionado con su trabajo actual, un 42% dirige un negocio ya establecido, un 19% ha ejercido de business angel en los tres últimos años, un 32% piensa emprender un nuevo negocio en los tres próximos años, un 6,5% ha afrontado el cierre de un negocio en los doce últimos meses y el 99% conoce al menos a un emprendedor que haya emprendido en los dos últimos años. Por consiguiente, sus opiniones están fundamentadas y, no hay duda de que parten de un conocimiento de primera mano de la cuestión.

Por otro lado, en la muestra de expertos entrevistados, el 85% de los mismos auto-reconoce que posee las habilidades

La comparación internacional acerca de la habilidad de las poblaciones para emprender se muestra en la siguiente figura:

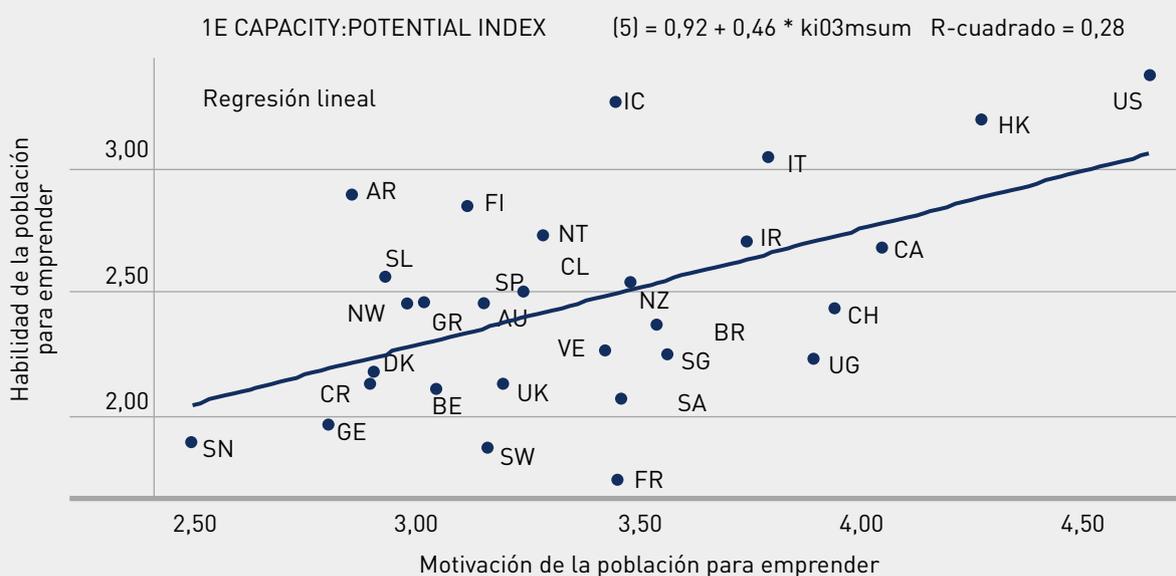
FIGURA N°42. Valoración media de las habilidades de las poblaciones para emprender



En ella se aprecia que, la población de Estados Unidos es la que tiene mayor potencial para desarrollar las habilidades necesarias para crear negocios, acorde con la percepción de que es la sociedad que más motivada está para ello. España ocupa un lugar discreto, y que muestra un potencial más bien bajo de la población en cuanto a la posesión de habilidades para emprender, si bien, por encima de otras poblaciones del entorno de la Unión Europea como el Reino Unido, Dinamarca, Bélgica, Alemania, Suecia. Italia ocupa el lugar más destacado en dicho entorno, igual que lo ha hecho en el tema de la motivación.

Por consiguiente, aunque la medición sea subjetiva, tras haber sido demostrada su consistencia en cinco ediciones del Proyecto GEM, se puede afirmar que existe cierta relación entre la motivación para emprender y la posesión de habilidades para ello en la población. Así, la motivación explicaría en un 28% dicha posesión y, en general, cuanto más motivada está la población, mayor potencial en cuanto a posesión de habilidades para crear negocios y empresas. Todo ello se puede apreciar en el análisis de regresión que muestra la figura nº 43:

FIGURA Nº43. Relación entre motivación de la población y su potencial para emprender



7. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y CREACIÓN DE EMPLEO

7.1. España en una perspectiva internacional

El proyecto GEM se ha centrado a lo largo de estos años en el impacto de la actividad emprendedora sobre el crecimiento de los países, tomado como una medida de bienestar social, y por lo tanto deseado por los ciudadanos y sus gobernantes. Sin embargo, la creación de empresas tiene además otro efecto sobre la economía de un país de gran importancia, a saber, la creación de empleo.

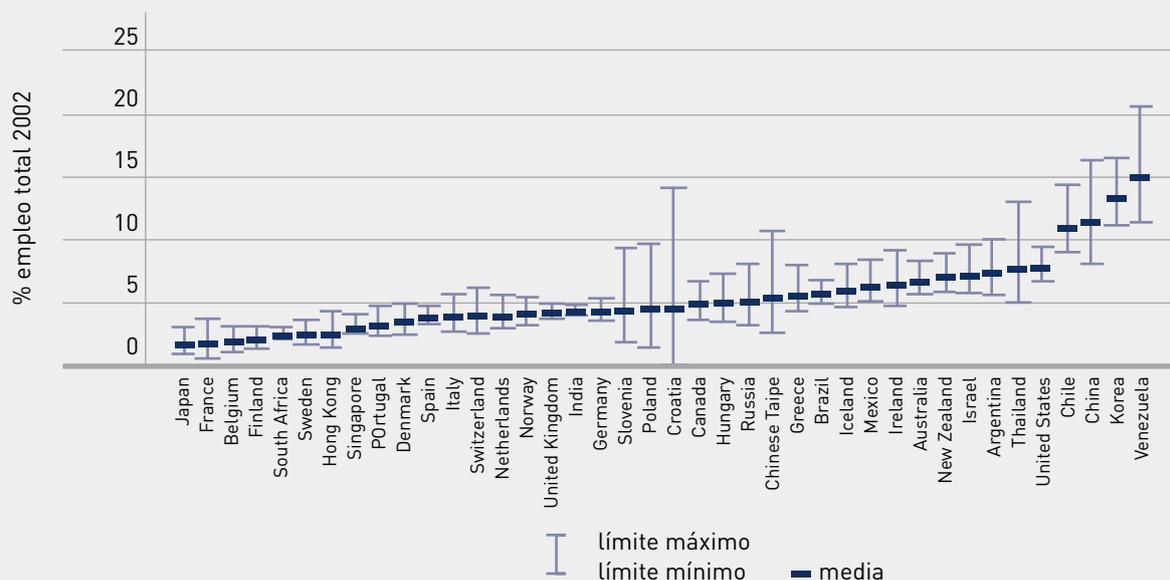
La importancia de la creación de empresas para el empleo fue puesta de manifiesto por primera vez por David Birch, un joven economista del MIT que a finales de los años 70 obtuvo una beca para investigar el impacto sobre el empleo local de la migración de empresas de un estado norteamericano a otro. Birch construyó una base de datos longitudinal que registraba el lugar de nacimiento de una empresa y luego seguía su evolución a lo largo del tiempo, en términos geográficos y de empleo. Las conclusiones de Birch fueron que la migración de empresas no tenía mayor efecto sobre el empleo de la región,

y que las pequeñas empresas (definidas como empresas con menos de 100 empleados en su estudio) creaban 8 de cada 10 nuevos empleos²⁰. Es más, Birch posteriormente aclaró que no todas las pequeñas empresas creaban empleo, sino que era un grupo de empresas jóvenes de rápido crecimiento las que creaban la mayor parte de los nuevos empleos²¹. Este descubrimiento fue de gran relevancia en una época en la que los países europeos sufrían de altas tasas de desempleo.

Aunque desde entonces han sido muchos los estudios dedicados a medir el potencial generador de empleo de las nuevas empresas, y a compararlo entre países, estos se han basado mayormente en registros oficiales de empresas o registros fiscales, lo que presenta graves problemas en cuanto a la comparabilidad de los datos. Es por esto que el proyecto GEM ofrece una oportunidad única para medir la creación de empleo de nuevas empresas de una forma comparable entre países, y de entender porqué esta varía de un país a otro. Este año es el primero que el consorcio GEM se ha ocupado con cierto rigor de este tema. Dado el enorme interés de políticas destinadas a fomentar el empleo en nuestro país, que todavía es el que tiene la tasa de desempleo más alta de Europa, se ha dedicado esta sección del informe a la creación de empleo de las nuevas empresas españolas.

El proyecto GEM pregunta a los dueños o gerentes de las empresas nuevas localizados, esto es, que han pagado

FIGURA N°44. Creación de empleo de nuevas empresas



²⁰ Birch, David (1979): "The job creation process." MIT Program on neighbourhood and regional change, Cambridge MA. Los resultados están recogidos en el artículo publicado por Birch en 1981 en la revista Public Interest titulado "Who creates jobs?."

²¹ Birch, David (1987): "Job creation in America: How the smallest companies put the most people to work." The free press: Mcmillan, Inc. Nueva York.

salarios por un plazo de 3 a 42 meses, cuántos empleos han creado hasta el momento. Si sumamos a esa cifra el auto-empleo de los dueños de la empresa obtenemos una estimación de la creación de empleo total por las empresas jóvenes de los países GEM. Dado que la media de edad de estas empresas es de 21 meses, el empleo total creado por ellas se ha multiplicado por un factor 12/21 para llegar a una cifra de creación de empleo anual. Posteriormente se ha calculado el porcentaje que representa sobre el empleo total. La figura a continuación muestra el resultado de este ejercicio: una de las primeras estimaciones comparable entre países de la contribución al empleo total de las nuevas empresas.

Los máximos y mínimos delimitan los intervalos de confianza a un nivel del 95%, los cuadrados representan las medias. Las diferencias entre los intervalos de confianza se deben a diferencias en tamaños muestrales y en propietarios de nuevas empresas localizados.

Las nuevas empresas de Venezuela, Korea, China y Chile crean anualmente un 12.6% del empleo total de sus respectivos países en término medio. Nótese que hablamos de la contribución al empleo total, no al nuevo empleo, por lo que estamos ante un fenómeno muy importante. Seguidamente, las empresas jóvenes de USA, Argentina, Israel, Nueva Zelanda o Australia crean en torno al 7% del empleo total de forma anual. En España la contribución estimada de las nuevas empresas al empleo total es del 3.8%, estadísticamente no diferente a la contribución de la mayoría del resto de los países del entorno europeo. A la cola se sitúan Japón y Francia cuya preocupante falta de dinamismo emprendedor (de forma consistente aparecen

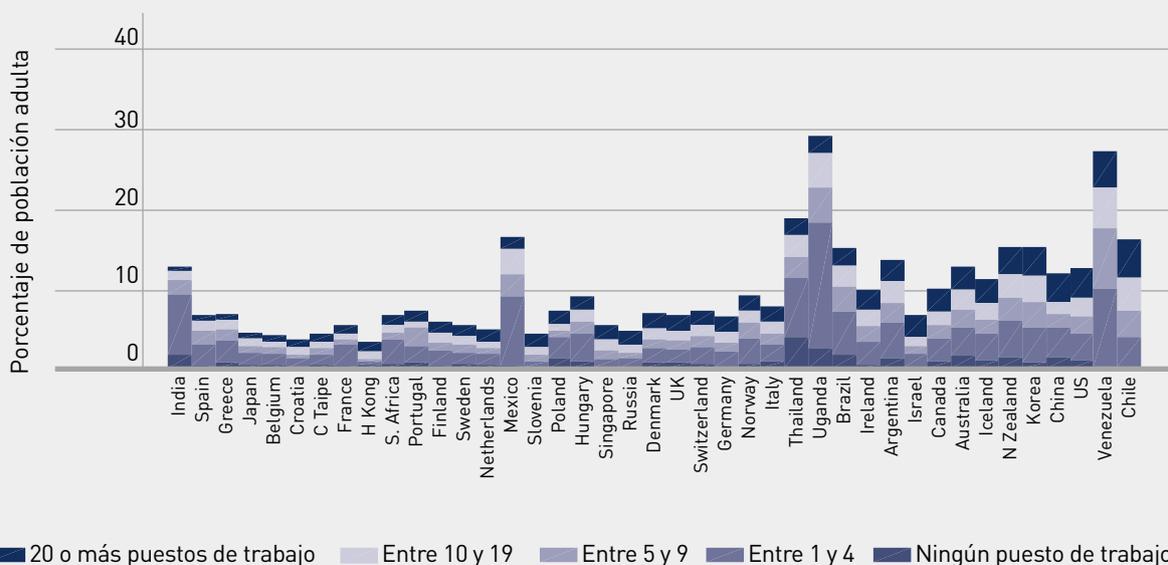
como los países con un TEA más bajo) explica la pobre contribución a la economía en general de sus nuevas empresas.

Porque efectivamente, la contribución de las nuevas empresas al empleo y crecimiento en cada país depende tanto de la cantidad de nuevas empresas como de la creación de empleo de esas empresas, o en la terminología de Birch, de la cantidad de empresas de alto crecimiento. Una aproximación al porcentaje de empresas de alto crecimiento puede ser el porcentaje de la población adulta que está creando una empresa o es dueña de una empresa nueva que aspira a crear 20 o más empleos en el medio plazo. Es una medida imperfecta, dado que responde a aspiraciones y no ha hechos, pero nos puede dar una idea de la magnitud del fenómeno.

La figura siguiente muestra el TEA de cada uno de los países participantes por creación de empleo esperada en 5 años (es una media del 2002 y 2003). Existen cinco categorías: no se espera crear ningún empleo, se espera crear entre 1 y 4, entre 5 y 9, entre 10 y 19 o más de 20. Los países están ordenados según el porcentaje de empresas que afirman querer crear 20 o más empleos en cinco años.

La historia que esta figura pone de manifiesto es distinta, y preocupante ya que España ocupa el segundo lugar por la cola, solo superando a India y por detrás de Japón y Francia, que como hemos remarcado anteriormente, son dos de los países menos emprendedores del grupo GEM. La posición intermedia del TEA español confirma que el problema de España no es tanto uno de creación de empresas como de crecimiento de las creadas. Los datos del INE de estructura

FIGURA Nº45. TEA 200-2003 por creación de empleo esperada en 5 años



y demografía empresarial, publicados a principios del año pasado, confirman de forma elocuente este fenómeno: el 78.9% de las empresas españolas tiene dos o menos empleados; algo más de la mitad no tienen ningún empleado.

7.2. Factores que pueden incidir en la falta de crecimiento de las nuevas empresas españolas

La pregunta obvia es: ¿Por qué no crecen las nuevas empresas españolas? Encontrar la respuesta no es tarea fácil, aquí solo sugeriremos posibles líneas de investigación, pero sin duda es un tema de gran trascendencia. La estrategia va a ser utilizar las respuestas que expertos de todos los países GEM han dado al cuestionario sobre las condiciones de entorno empresarial para encontrar aquellas circunstancias que parece tengan una mayor correlación con el porcentaje de empresas de alto crecimiento en el país.

Dada la existencia de un proceso emprendedor diferente en países en desarrollo y desarrollados, controlaremos por el nivel de desarrollo del país. Seguidamente, una vez identificados los sospechosos en la mayoría de los países, pasaremos a comprobar si alguno de ellos es identificado por los expertos españoles como culpable, es decir, como especialmente problemático en nuestro país.

La tabla mostrada a continuación contiene un resumen de las condiciones de entorno con una correlación significativa al menos a un nivel de confianza del 95% con el porcentaje de empresas de alto crecimiento en el país.

De la tabla se desprenden una serie de factores que podrían explicar la falta de crecimiento de las empresas españolas: factores culturales, seguramente debidos al sistema educativo que no fomenta la independencia, espíritu emprendedor, creatividad e innovación; la percepción de oportunidades y habilidades por la gente; y la protección de la propiedad intelectual.

TABLA N°22.

Condiciones de entorno y empresas de alto crecimiento

Correlaciones parciales: coeficiente de correlación de Pearson	Porcentaje de empresas de alto crecimiento
Sobre el sistema educativo	
La educación primaria y secundaria fomenta la capacidad de ser autosuficiente y emprendedor	0.65**
El sistema educativo incide suficientemente en la importancia del fenómeno emprendedor	0.50*
Sobre la cultura emprendedora	
Nuestra cultura fomenta la creatividad e innovación	0.64**
Nuestra cultura enfatiza la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal	0.48*
Nuestra cultura empuja a los individuos a ser responsables y gestionar su propia vida en lugar de estar influenciados por la comunidad	0.49*
Sobre la percepción de oportunidades y habilidades	
La gente considera que hay multitud de oportunidades para crear una empresa	0.67**
Hay facilidad para encontrar oportunidades para crear empresas de alto crecimiento	0.49*
Hay mucha gente con la experiencia necesaria para crear una empresa	0.49*
Sobre la protección de propiedad intelectual	
Las nuevas empresas pueden confiar en que sus patentes y marcas registradas sean respetadas	0.46*
Se respetan los derechos de los inventores	0.52*
Sobre la regulación	
La regulación antimonopolios es efectiva	0.55*

Nota: **significativo al 99%; * significativo al 95%

²² INE, Directorio Central de Empresas: estructura y demografía empresarial. Enero 2003.

De esos factores, los expertos españoles destacan como especialmente problemáticos los referentes al sistema educativo y cultural. Así, el 90% de los expertos en nuestro país consideraron falso o completamente falso que “la educación primaria y secundaria fomenta la capacidad de ser autosuficiente y emprendedor” y un 90.2% que “el sistema educativo incide suficientemente en la importancia del fenómeno emprendedor”. Los expertos españoles también afirmaron, aunque no de forma tan rotunda, que el entorno cultural en España no fomenta el espíritu empresarial. Así el 62% consideró falso o completamente falso que “nuestra cultura fomente la asunción de riesgos” y en torno al 55% que “nuestra cultura enfatiza la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal”. En cambio, aproximadamente el mismo porcentaje consideró falso y verdadero que nuestro sistema de protección de la propiedad intelectual sea efectivo y un pequeño porcentaje no consideró adecuadas las leyes antimonopolio.

Por lo tanto, y de forma muy preliminar, podemos concluir que de los factores identificados como explicativos de la presencia de empresas de alto crecimiento en un país, aquellos referentes al sistema educativo y los valores creativos y de autosuficiencia que allí se transmiten y aquellos que hacen referencia al entorno cultural, son los puntos débiles de España. Es por estos factores por lo que, a pesar de tener una actividad emprendedora media, las nuevas empresas españolas no crecen y crean empleo al nivel que sería deseable.

8. LAS CONDICIONES ESPECÍFICAS DE ENTORNO

8.1. Análisis general del entorno en que se desarrolla la creación empresarial en España

Las condiciones específicas de entorno son las principales variables acerca de las cuales el emprendedor no tiene control pero de las que depende en buena medida el desarrollo de la actividad empresarial de cualquier país.

Como es habitual, el informe anual GEM las pulsa y emite un veredicto que pretende colaborar en contribuir al acierto de la toma de medidas que ayuden a la creación empresarial y a facilitar el acceso de los potenciales emprendedores a dicha actividad.

Por consiguiente, en este capítulo, se explora el estado de:

- El apoyo financiero.
- Las políticas gubernamentales.
- Los programas gubernamentales.
- La educación y la formación.
- La transferencia tecnológica y el I+D.
- La infraestructura comercial y profesional.
- La apertura del mercado interno.
- El acceso a la infraestructura física.
- Las normas sociales y culturales.
- El apoyo a la actividad emprendedora femenina.

La información para evaluar el estado de estas variables procede de las entrevistas realizadas a los expertos en todos estos campos que, gracias al desarrollo regional del Proyecto, se ha ampliado a una muestra de 138 personas distribuidas de la siguiente forma:

Distribución de los expertos según la dimensión principal con la que se identifican

	n	%
Apoyo financiero	16	11,6%
Políticas gubernamentales	13	9,4%
Programas gubernamentales	18	13,0%
Educación y formación	16	11,6%
Transferencia tecnológica e I+D	16	11,6%
Infraestructura profesional y comercial	16	11,6%
Apertura del mercado interno	15	10,9%
Acceso a infraestructuras físicas	15	10,9%
Normas sociales y culturales	13	9,4%
Total	138	100,0%

La información que proporcionan estos expertos es de corte variado. Así, en primer lugar, se les solicita una evaluación de todas las condiciones de entorno mediante una batería de afirmaciones de cada una de ellas que ellos deben puntuar de falsas a ciertas en escalas de 1 a 5 puntos.

Posteriormente, se les pide que identifiquen las tres principales fortalezas y los tres principales obstáculos a la actividad emprendedora en su país o región y otras opiniones complementarias.

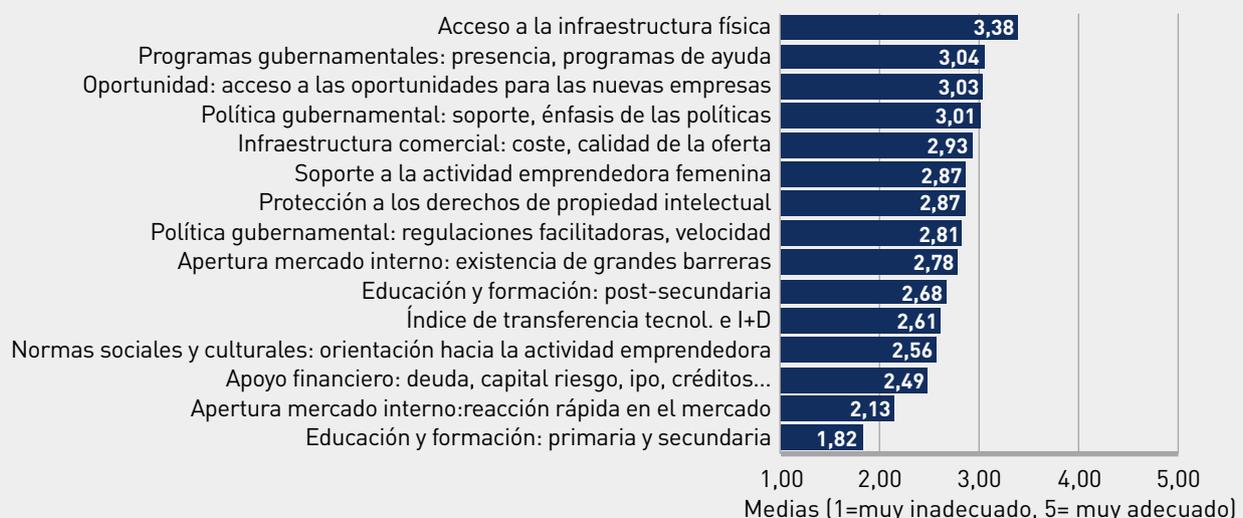
Los resultados generales muestran que, las condiciones de entorno se perciben como insuficientes en muchos aspectos y como suficientes pero no brillantes en otros. El tema peor evaluado es el relativo a la presencia de formación encaminada a favorecer el espíritu emprendedor en la educación primaria y secundaria y el mejor valorado es el acceso a la infraestructura física. En la figura nº 46 se pueden ver las puntuaciones medias otorgadas por los expertos al desglose de temas valorados mediante la extensa batería de afirmaciones que se les propone. En los siguientes apartados se analizan con detalle todas las condiciones de entorno y se comentan diversos detalles sobre las mismas, pero como avance hay que destacar que la falta de visibilidad de muchas de las medidas adoptadas por el gobierno provoca una valoración negativa de aspectos que se están trabajando actualmente y sobre los que ya se está poniendo énfasis. Tal es el caso de la variable peor puntuada pues, el 7 de octubre de 2003, el Secretario de Estado de Energía, Desarrollo Industrial y de la PYME, el Dr. José Folgado, anunciaba en un artículo publicado en *Expansión*, la toma de medidas para fomentar el espíritu emprendedor y, entre ellas, la de la incorporación de espacios dedicados a la enseñanza relacionada con la figura del emprendedor-

empresario en el marco del desarrollo de la LOCE (Ley Orgánica de Calidad de la Educación), y de forma directamente aplicable en los colegios de enseñanza primaria y secundaria. Por consiguiente, el gobierno es consciente de la existencia de este problema y está tomando medidas para paliarlo. La visibilidad de estas medidas sigue siendo, como en ediciones anteriores, el punto a mejorar para que las evaluaciones vayan reflejando los cambios que van a ir promoviendo las mismas.

Por otro lado, también es cierto que otras medidas están teniendo ya cierta repercusión, pues entre las variables mejor puntuadas se pueden ver las relativas a los Programas Gubernamentales en su faceta de presencia y de oferta de ayudas. La publicidad que se viene haciendo en torno a los fondos del ICO (Instituto de Crédito Oficial) para Pymes, el programa Nueva Empresa y el énfasis de las políticas mediante reducciones sucesivas del Impuesto de Sociedades, eliminación del IAE y otras, están contribuyendo a que estas variables hayan ganado posiciones en la valoración de las condiciones de entorno.

Otra medición que se realiza en el GEM consiste en solicitar a los expertos que identifiquen los tres factores que más dificultan y los tres que más facilitan la creación empresarial en el país o región en el momento actual. Las respuestas abiertas, se codifican después según la relación que tienen con las condiciones de entorno u otras variables no recogidas en la lista de las mismas. Posteriormente, del total de respuestas abiertas obtenidas, se calcula el porcentaje que corresponde a cada tema. Las siguientes tablas proporcionan los resultados de esta prospección de tipo cualitativo. Así, en la primera parte de la tabla se puede

FIGURA Nº46. Valoración media de las condiciones de entorno en España



apreciar que el tipo de obstáculos más citados están relacionados con el apoyo financiero a los emprendedores y con las normas sociales y culturales o apoyo de la sociedad al emprendedor. En cambio, según los expertos españoles, el clima económico actual y la estructura de nuestra población no suponen ningún obstáculo a la actividad emprendedora, factores que sí que inciden en otros países. En la segunda parte de la tabla, los expertos citan como elementos más favorecedores de la creación empresarial a las políticas gubernamentales y al clima económico, lo cual constituye un importante cambio cualitativo en comparación con los resultados de las pasadas ediciones del GEM España y la confirmación de que algunas medidas tomadas en las instituciones gubernamentales comienzan a tener la esperada visibilidad. Por otro lado, ocupan un lugar

destacado el grado de apertura del mercado interno y los programas gubernamentales, acorde con la percepción de que en nuestro país sigue, a pesar de la ligera recesión, existiendo un campo extenso de oportunidades para emprender. Los elementos menos citados son los que deberían centrar parte de las próximas acciones que se desarrollen a nivel institucional para favorecer la creación empresarial. Así, deberían promoverse mejoras en transferencia de conocimientos sobre nuevas tecnologías e I+D, acciones para lograr una mayor motivación en la población, atender al impacto derivado de las corrientes migratorias y analizar los aspectos que están perjudicando el espíritu emprendedor en el entorno político, institucional y social para poder paliarlos.

TABLA Nº23.

Obstáculos y elementos facilitadores de la creación empresarial

Clasificación de los factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas en España ordenados por orden de gravedad.	Porcentaje de respuestas sobre cada tema.
El apoyo financiero	23,06
Las normas sociales y culturales	23,06
Las políticas gubernamentales	14,29
La educación y la formación	11,53
Los programas gubernamentales	6,27
La motivación y capacidad para emprender	5,76
La apertura del Mercado interno	4,51
El acceso a la infraestructura física	3,76
El estado del Mercado laboral	3,01
El contexto político, institucional y social	2,51
La transferencia de I+D	1,25
El acceso a la infraestructura comercial y profesional	1,00
El clima económico	,00
La composición de la población (tasa de emigrantes, inmigrantes, etc.)	,00
Clasificación de los factores citados por los expertos como facilitadores de la creación de empresas en España ordenados por orden de importancia.	Porcentaje de respuestas sobre cada tema.
Las políticas gubernamentales	16,62
El clima económico	15,60
El grado de apertura del Mercado interno	12,53
Los programas gubernamentales	9,72
El acceso a la infraestructura física	8,95
Las normas sociales y culturales	8,95
La educación y la formación	8,44
E apoyo financiero	5,12
El acceso a la infraestructura comercial y profesional	4,86
El estado del Mercado laboral	3,58
La motivación y la capacidad de la población para emprender	2,05
El entorno político, institucional y social	1,79
La transferencia de I+D	1,53
La composición de la población (tasa de emigrantes, inmigrantes, etc.)	,26

Tras los porcentajes anteriores, existe un amplio conjunto de respuestas abiertas proporcionadas por los expertos en sus entrevistas. Seguidamente, se incluye una pequeña muestra de las mismas que aportan un valor añadido de gran interés:

1. Acerca de Factores culturales / sociales

“En España, la mayoría de las personas que terminan sus estudios siguen pensando en presentarse a unas oposiciones para conseguir un trabajo estable y cómodo. Dentro de la familia o el grupo de amigos todavía no se fomenta la creación de empresas o emprender como una carrera profesional atractiva. De hecho, muchos padres se asustan ante la idea de que sus hijos quieran establecerse por cuenta propia. Además, si una persona fracasa al frente de su negocio, entonces es culpado de perdedor y no se le concede una segunda oportunidad”.

“Falta de cultura emprendedora en las universidades y centros de investigación de donde pueden surgir nuevas empresas de base tecnológica”

2. Acerca de la Formación y la Educación

“El modelo educativo en España no fomenta ni el desarrollo de habilidades emprendedoras, ni actitudes positivas hacia el autoempleo. La independencia, la tolerancia al riesgo, la orientación al logro son competencias que deberían inculcarse y fomentarse desde que somos niños. Por otra parte, las universidades siguen sin tomar la responsabilidad de formar para el autoempleo e incluso son muy pocas las que cuentan con un servicio de orientación hacia el autoempleo, por no hablar de viveros de empresas o incubadoras”.

“Hasta ahora, las Escuelas de Negocios son las que, en mayor medida, han tomado la responsabilidad de ofrecer asignaturas relacionadas con el entrepreneurship”.

3. Acerca de la Financiación

“Normalmente cuando un emprendedor quiere montar su propia empresa tiene que recurrir a familiares, amigos y bancos. Creo que estas fuentes de financiación son las peores y se debería seguir el ejemplo de los EE.UU., donde los emprendedores pueden recurrir fácilmente a empresas de capital riesgo. Es cierto que en España están empezando a implantarse este tipo de empresas, pero sólo apoyan la creación de empresas de base tecnológica y con una fuerte tendencia al I+D. Recurrir a los bancos es la peor forma de financiar una nueva empresa y, sin embargo, la más utilizada en nuestro país”.

“Falta de financiación para Start-ups, especialmente de capital riesgo para las fases iniciales de una empresa. Dificultad para acceder a capital semilla y a las siguientes rondas de financiación”.

4. Contexto económico y político

“La explosión de la burbuja tecnológica (que creó desconfianza en los inversores), la crisis económica internacional y la incertidumbre provocada por la Guerra de Irak, son factores que afectan a la creación de empresas de forma directa y a nivel mundial”.

“La incertidumbre con respecto a las empresas de la nueva economía ya que la evolución reciente de las mismas ha demostrado un gran desajuste con respecto a las expectativas de alta rentabilidad que se habían generado”.

5. Acceso a infraestructura física, comercial y profesional

“Dificultad para encontrar directivos con experiencia para dirigir las nuevas empresas. Precio del suelo comercial/industrial”.

6. Políticas gubernamentales

“La falta de cobertura suficiente de prestaciones sociales para los trabajadores autónomos en los casos de incapacidad laboral transitoria y en los casos de desocupación”.

“Aunque se ha avanzado en ello, todavía existe demasiada burocratización del proceso de creación de empresas, sobre todo, en lo que respecta al cumplimiento de normativas y permisos de carácter local”.

Estas y otras muchas opiniones son las que han facilitado los expertos sobre las barreras a la creación de empresas en el momento actual. Asimismo, se incluye una muestra de comentarios relativos a los elementos facilitadores de la creación empresarial:

1. Normas sociales y culturales

“Cada vez se aprecia una mayor valoración social positiva del emprendedor”.

“El asociacionismo en el tejido de la empresa familiar”.

2. Los cambios en el mercado laboral

“Actualmente no es suficiente con la posesión de un título universitario para lograr un puesto de responsabilidad e interés dentro de una empresa. Esto está llevando a que muchas personas se planten la creación de su propia empresa como un medio de enfrentarse a desafíos y retos acordes con su formación. También es cierto que en muchas ocasiones la creación de empresas responde la actual situación de desempleo de nuestro país, especialmente en el caso de jóvenes, mujeres e inmigrantes. El autoempleo constituye para estos colectivos una vía de encontrar una forma digna de ganarse la vida”.

“La inestabilidad del mercado laboral está empujando a muchas personas a convertirse en emprendedores ante la falta de otras alternativas seguras y cómodas”.

3. Legislación

“Los cambios en la legislación sobre la creación de empresa y las subvenciones son importantes factores que favorecen la actividad emprendedora en España”.

4. Política gubernamental

“La creación y generalización de la ventanilla única para facilitar la realización de los tramites administrativos que

implica la creación de una nueva empresa está favoreciendo la actividad emprendedora”.

“Se percibe cierto impulso del Estado y Comunidades Autónomas hacia los emprendedores. Hay programas de apoyo a la creación de empresas desde las universidades y otras instituciones. Hay programas institucionales que permiten obtener financiación a las nuevas empresas de base tecnológica (cdti-neotec, trampolines tecnológicos, cidem, generalitat de catalunya). Papel de las administraciones locales en el fomento de la cultura emprendedora”.

5. Financiación

“El mercado de capital riesgo está más desarrollado en España”.

“Los bajos tipos de interés de los que se disfruta coyunturalmente desde hace unos años”.

De la misma forma que han identificado barreras y elementos facilitadores de la creación empresarial, los expertos han proporcionado recomendaciones para mejorar el entorno emprendedor. Clasificadas en función de las nueve condiciones que analiza el GEM más otros temas que puedan surgir fuera de la lista habitual, dichas recomendaciones serían por orden de importancia, en los apartados que figuran en la tabla nº 24:

TABLA Nº24.

Recomendaciones de los expertos

Clasificación de los temas citados por los expertos en sus recomendaciones para mejorar la creación de empresas en España ordenados por orden de importancia.	Porcentaje de respuestas sobre cada tema.
Mejorar Formación y Educación sobre Creación de Empresas	26,07
Mejoras en Políticas Gubernamentales	22,31
Mejorar en Programas Gubernamentales	21,05
Mejorar en apoyo financiero	13,53
Mejorar el acceso a la infraestructura física	5,26
Mejorar en normas sociales y culturales	4,76
Mejorar en transferencia tecnológica e I+D	3,51
Mejorar en acceso a infraestructura comercial y profesional	1,75
Mejorar en apertura interna del mercado	1,00
Mejorar la capacidad y motivación de la población para emprender	,50
Mejorar el contexto político, institucional y social	,25
Mejorar el clima económico	,00
Mejorar el Mercado laboral	,00
Mejorar temas relacionados con la estructura de la población	,00

Seguidamente se muestran algunas de las respuestas que hay tras los porcentajes de la tabla anterior:

1. Emprender en la escuela

“Considero que la actitud emprendedora se debe desarrollar desde niños y que los profesores deberían de tener una especial sensibilidad hacia este tema. Las nuevas generaciones deben ser capaces de actuar de forma independiente, asumir retos y aprovechar las oportunidades que nos brinda la Unión Europea”.

2. Viveros de empresa e incubadoras

“Los primeros meses de vida de una nueva empresa son muy delicados, por ello, estar en un vivero de empresa o incubadora durante uno o dos años sería muy beneficioso para los emprendedores”.

“Incrementar las ayudas públicas a fondo perdido para proporcionar soporte tanto para la adquisición de inmovilizado como para soporte tutorial de los proyectos de nuevas empresas. Incrementar las acciones tutoriales de formación y soporte a la gestión”.

3. Rebajar los impuestos

“Las empresas de nueva creación deberían pagar menos impuestos durante el primer y segundo año. Si queremos empresas competitivas y que crezcan debemos apoyarlas. Cuando la empresa se consolide, entonces podrá pagar los impuestos sin que esto suponga un varapalo. Mejoras fiscales a la inversión”.

4. Transferencia de conocimientos y soporte tecnológico

“Potenciar acuerdos empresa/ universidad. poner en marcha programas de formación y de asesoramiento profesionalizado para emprendedores procedentes del entorno académico”.

5. Financiación

“Más información y visibilidad de las empresas de Capital Riesgo. Facilitar el acceso a financiación (capital semilla y siguientes rondas)”.

“Establecer líneas de crédito flexible, especialmente diseñadas para las empresas de nueva creación que se adaptaran a la realidad de la evolución de la empresa en el

alcance de su rentabilidad, con períodos de carencia variables”.

“Fomento de sociedades de capital riesgo, inversores informales, etc”.

6. Políticas gubernamentales

“Finalizar el proyecto de ventanilla única de creación de empresas. Ventanillas únicas efectivas y a nivel local. Reducción de las cargas fiscales y de seguridad social para empresas de nueva creación”.

7. Acceso a infraestructuras

“Facilitar el acceso a instalaciones y equipamientos adecuados para la nueva empresa. Reducción o bonificación de los costes de alquiler o compra de bienes inmuebles”.

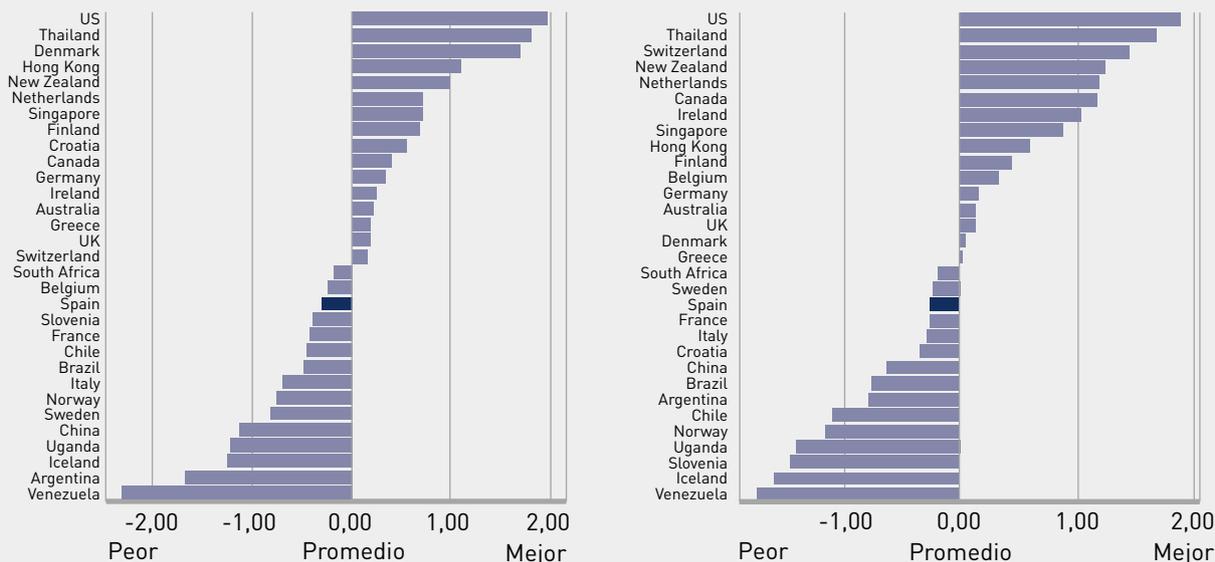
Como se ha podido apreciar, las respuestas son numerosas y variadas, pero el espacio de este informe es insuficiente para proporcionarlas todas con detalle. Se abordan muchos temas y se matizan otros tantos, pero las recomendaciones más numerosas se refieren a temas relacionados con la formación y la educación, a los programas y políticas gubernamentales y a la financiación. La impresión general del equipo investigador GEM en España, tras cuatro años de análisis, es que se avanza y que lentamente se van percibiendo cambios muy positivos en el entorno, especialmente en el apartado de políticas y programas gubernamentales. Algunos de los frentes en que se pueden desarrollar más actuaciones son los del capital riesgo y fomento a la inversión informal, así como mejoras en los temas relacionados con la cobertura de desempleo y seguridad social para autónomos. Terminar los proyectos de ventanilla única y estudiar las velocidades según los sectores de actividad, pues no es lo mismo la tramitación de un comercio que de una industria a la que afecten temas medioambientales, etc. Cuidar el acceso a la infraestructura y comunicaciones y fomentar la profesionalización de directivos, pues, como apuntan algunos expertos, faltan directivos capacitados para empresas en fase de consolidación o crecimiento.

Seguidamente, se proporciona información detallada sobre el estado de las principales condiciones de entorno que típicamente estudia el proyecto GEM cada año.

8.2. El apoyo financiero

El apoyo financiero sigue presentando una situación muy parecida a la de años anteriores aunque se intuye cierto giro

FIGURA N°47. Evaluación del apoyo financiero a las nuevas empresas y a las que se están desarrollando. A la izquierda, deuda y acciones y a la derecha, subsidios gubernamentales, business angel y capital riesgo:



positivo en torno a este tema en España. Así, desde una óptica internacional, nuestro país sigue estando lejos de proporcionar el apoyo financiero que muestran algunos de nuestros vecinos en la Unión Europea como Alemania, Holanda, Dinamarca o el Reino Unido. Sin embargo, nos acercamos un poco más a la paridad que el año pasado, lo cual puede interpretarse como una señal de cambio. En los próximos años se espera cierto crecimiento de las empresas de Capital Riesgo y mayor intervención de los bancos en el proceso de financiación de nuevas empresas. Por otro lado, a lo largo de los capítulos anteriores ya se ha comentado que

el business angel informal constituye una importantísima fuente de financiación y que los subsidios gubernamentales comienzan a tener mayor visibilidad que en el pasado.

Corroborando parte de lo anterior, nuestros expertos dicen que es más bien cierto que en España hay suficientes subsidios gubernamentales para financiar nuevas empresas y empresas en crecimiento, que hay suficientes fondos de capital y que es más bien falso que el resto de fuentes de financiación propuestas estén al nivel operativo que sería deseable. La Figura nº 48 muestra las puntuaciones medias

FIGURA N°48. Apoyo financiero a empresas nuevas y en crecimiento



otorgadas a las afirmaciones propuestas a los expertos sobre fuentes de financiación en España. No hay duda de que la valoración de los subsidios gubernamentales y de los fondos de deuda ha mejorado, siendo el primer año en que la valoración es positiva superando a la media.

Las conclusiones sobre este apartado se resumen en ese giro positivo antes apuntado y que se fragmenta en varios frentes: por un lado el anhelado reconocimiento de los subsidios gubernamentales que ya se va plasmando y en el que hay que seguir trabajando para que tenga la mayor visibilidad posible de forma que las ayudas no se queden sin adjudicar. Por otro lado, el crecimiento de las empresas de Capital Riesgo que, aunque limitado y cargado de restricciones de acceso a los proyectos emprendedores en general, se va haciendo palpable en nuestro país. En ese sentido hay que trabajar para que el emprendedor esté lo mejor formado posible y sea capaz de presentar proyectos con plan de negocio, viabilidad y todos los requisitos necesarios para que sea creíble y atractivo. Y, finalmente, una mayor concienciación del sector bancario para que esas incipientes campañas de apoyo a los emprendedores se desarrollen y formen parte de la gestión cotidiana en su campo de actuación. La formación del emprendedor es clave en la mejora de este proceso: cuando mejor sea el diseño del proyecto empresarial, más posibilidades tendrá de obtener una fuente de financiación dentro de la amplia oferta que puede llegar a existir.

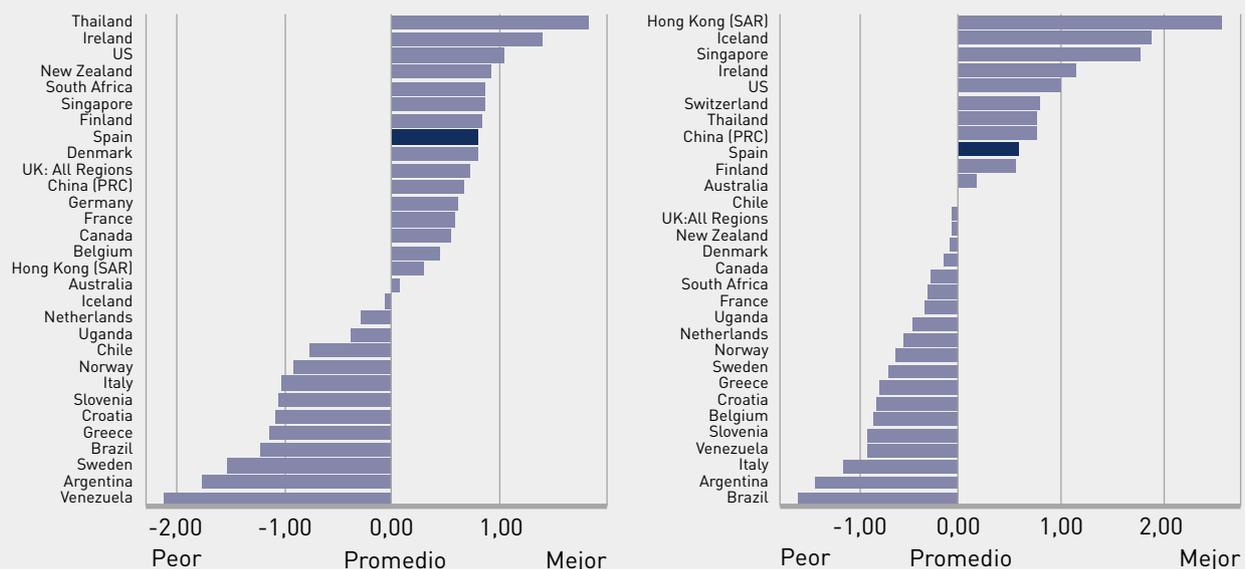
8.3. Las políticas gubernamentales

A diferencia de las pasadas ediciones del GEM España, los expertos comienzan a reconocer los avances que se están produciendo en este apartado y a diferentes niveles: estatal, autonómico y local.

Desde la óptica internacional, nuestro país ha mejorado posiciones percibiéndose como más efectivas las políticas gubernamentales de apoyo al emprendedor dentro de una tónica moderada, pues ningún país presenta valoraciones muy elevadas en este concepto²³. Lo mismo puede decirse en el aspecto de las medidas tomadas desde el punto de vista de la regulación, pero con un cambio menos notable que en el caso del apoyo. Por consiguiente, en materia de impuestos, trámites para la puesta en marcha de una empresa y similares, España se coloca en una posición más favorable que el Reino Unido, que ha sufrido una recesión significativa en este aspecto, y que la mayoría de países de la UE con la excepción de Irlanda, pero sin que este cambio sea espectacular.

El análisis detallado de las valoraciones otorgadas por los expertos a las variables que miden la influencia de las políticas gubernamentales en el apoyo al proceso de creación empresarial es, por consiguiente, más

FIGURA Nº49. Evaluación de las políticas gubernamentales. A la izquierda, políticas de apoyo y a la derecha regulaciones.



²³ Las puntuaciones que se ofrecen en esta figura son valores estandarizados, cuya media es cero y cuyo extremo máximo se aproxima al valor 3 para una N(0,1). En el gráfico se puede apreciar cómo los países mejor situados se acercan al valor 2 pero ni llegan al mismo ni lo superan.

FIGURA N°50. Política gubernamental para nuevas empresas y empresas en crecimiento



esperanzador que el de ediciones pasada, aunque quedan puntos por mejorar. Así, se percibe buena estabilidad y consistencia en torno a las regulaciones, así como mayor intervención de los gobiernos locales en su apoyo al emprendedor. Los impuestos no se ven como el principal obstáculo a la creación empresarial y se percibe un apoyo, cuando menos suficiente, del gobierno de la nación hacia los empresarios. Sin embargo, se considera que las políticas no son suficientemente efectivas, por lo que es necesario tomar medidas para que tengan mayor visibilidad y asequibilidad y también se recomienda la profundización en el estudio de los factores que están mermando dicha efectividad. Finalmente, como se ha apuntado anteriormente, el tema de ventanilla única y de velocidad en los trámites fundacionales se sigue percibiendo como pendiente y sin terminar de resolver, por lo que, de nuevo, se recomienda fijar objetivos que permitan mejoras en este concepto. La figura n° 50 muestra los resultados obtenidos en el análisis de estas cuestiones.

8.4. Los programas gubernamentales

La creación, difusión y efectividad de los programas gubernamentales es una signatura pendiente en prácticamente todo el entorno GEM. Como se puede observar en la figura n° 51, las puntuaciones globales proporcionadas por expertos de todos los países derivan en medias escasas que no llegan a los dos puntos y, por tanto,

lejanas de los tres que representarían el máximo en esta escala de valoración. Sin embargo, dentro de este contexto moderado, España queda bastante bien situada, ocupando la sexta posición de 31 países y sólo por debajo de Alemania en el ámbito de la UE. Por consiguiente, no hay duda de que se avanza en esta parcela y de que cada vez hay más iniciativas exitosas en este terreno.

En la figura n° 52 se puede ver que los expertos señalan como puntos fuertes del apartado de Programas Gubernamentales para creación empresarial y empresas nuevas al personal encargado de su tramitación e información en las diversas agencias gubernamentales, tema relacionado con la existencia de servicios de ayuda tipo "one stop" también bien valorado, así como la adecuación de los programas en general y la existencia cada vez más profusa de viveros e incubadoras de nuevas empresas. El desarrollo de todos estos servicios se está revelando como muy importante en el fomento de la actividad emprendedora y, por consiguiente, se recomienda su seguimiento y ampliación. En cambio, los puntos débiles, aunque con una valoración que se acerca al "aprobado" son los referidos a la efectividad de los programas y a su accesibilidad. Por consiguiente, deben tomarse medidas para que las nuevas empresas no fracasen y sean gestionadas de forma que lleguen a consolidarse: no basta con poner la semilla, hay que cuidarla y procurar que proporcione un árbol con frutos. Y, asimismo, hay que ir adecuando estos servicios para que puedan atender gran diversidad de proyectos y para que su visibilidad sea mayor facilitando el acceso a todo aquél que pueda necesitarlos.

FIGURA N°51. Comparación internacional de la valoración de los Programas Gubernamentales por parte de los expertos GEM.

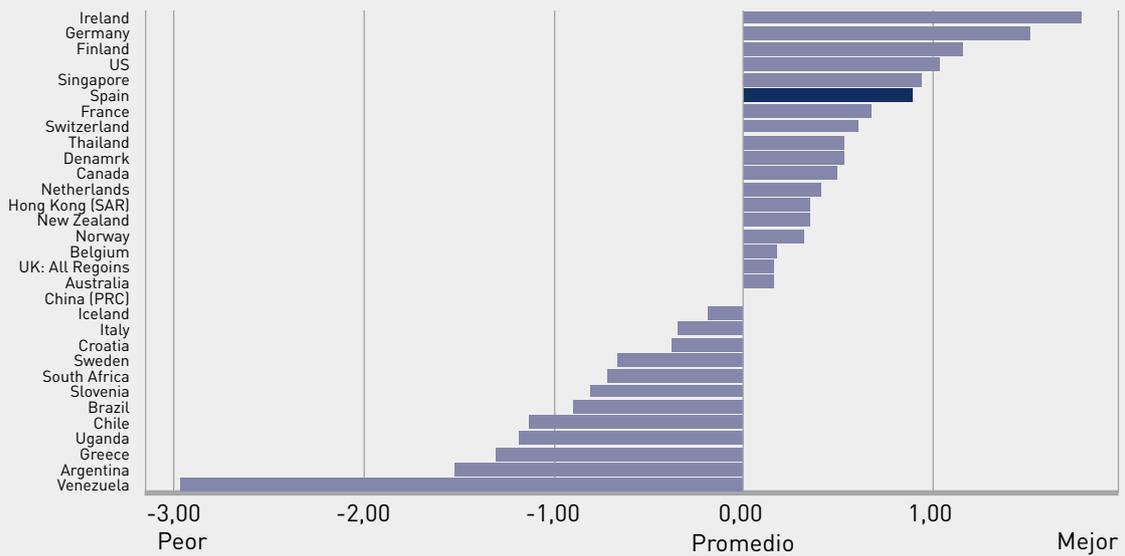


FIGURA N°52. Puntos fuertes y débiles de los Programas Gubernamentales dedicados a la creación y consolidación de nuevas empresas



8.5. Educación y formación en entrepreneurship

Al igual que en ediciones anteriores, muchos expertos insisten en que la escasa preparación de nuestra población en temas de creación y gestión empresarial capaz de competir en la actual situación coyuntural, es en buena

parte, la responsable de que nuestro porcentaje de actividad emprendedora sea discreto. En la figura n° 53 se puede apreciar que, dentro de un contexto internacional poco desarrollado en este tema, España ocupa una posición muy desfavorable cuando se habla de estas enseñanzas en el sistema primario, secundario y post-secundario. Las medidas que se han comenzado a tomar para paliar este problema y a las que se ha hecho referencia en el primer apartado de este capítulo todavía

FIGURA N°53. Valoración de la educación y formación en entrepreneurship por parte de los expertos GEM. A la izquierda, valoración en primaria y secundaria y a la derecha en post-secundaria.

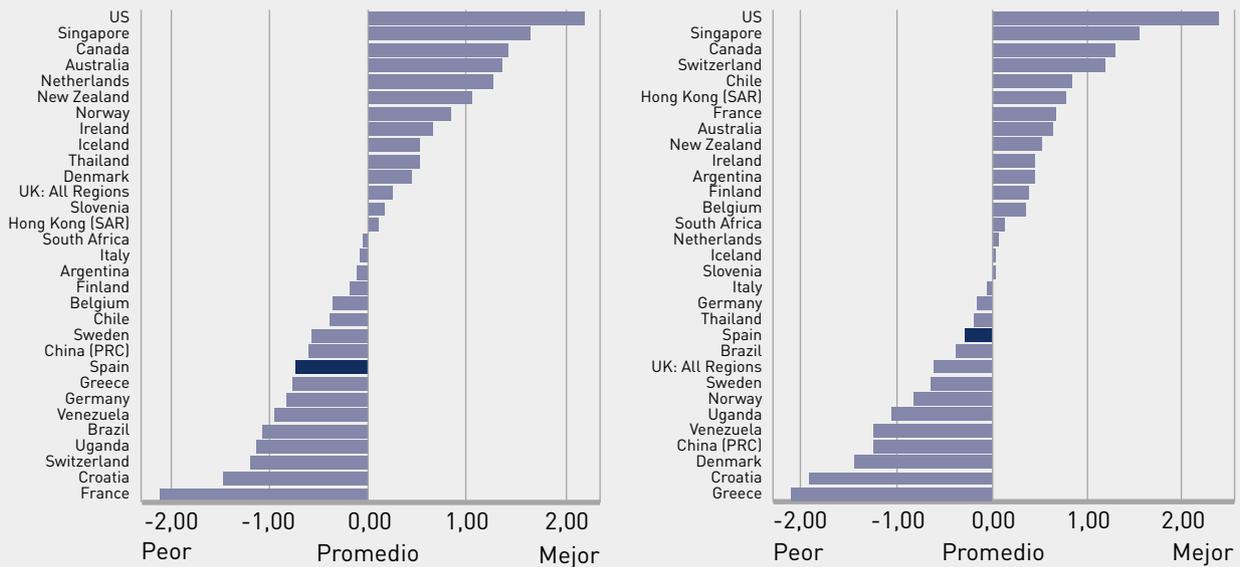
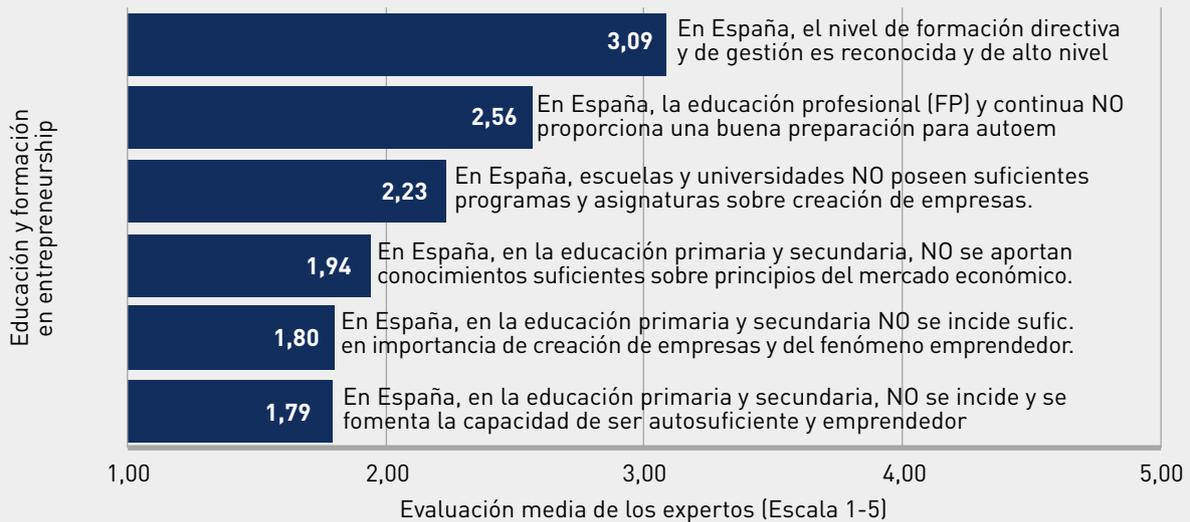


FIGURA N°54. Valoración de la educación y formación en entrepreneurship en el sistema educativo español.



no tienen impacto y visibilidad, por lo que hay que esperar y seguir trabajando para que nuestro país mejore su nivel internamente y en el ámbito internacional. Con todo, se puede apreciar que ningún país alcanza notas brillantes cuando se evalúa este aspecto, siendo Holanda e Irlanda los mejor situados de la UE en enseñanza primaria y secundaria, y Francia y Holanda en enseñanza post-secundaria.

Un análisis más detallado pone de manifiesto que, por el momento, el único punto fuerte de nuestro sistema educativo en cuanto a la enseñanza de materias afines al entrepreneurship es el relativo a la enseñanza de dirección y gestión de empresas, tarea llevada a cabo en gran parte por las escuelas de negocios y, por consiguiente, a nivel de post-graduación.

8.6. La transferencia tecnológica y el I+D

En la figura nº 55 se puede ver la posición que ocupa España en materia de transferencia tecnológica e I+D en opinión de la amplia muestra de expertos consultados. Nuestro país desciende algunas posiciones en comparación con los resultados obtenidos el año

anterior, lo que puede interpretarse como cierto estancamiento o incluso recesión. La muestra de expertos era bastante más optimista el año anterior puntuando las preguntas relacionadas con este tema. Por consiguiente, aumenta la sensación de que no hay suficiente inversión pública y privada en esta partida y que ello puede acabar afectando a la competitividad de las empresas que se crean en determinados sectores. Los esperados resultados del VI Programa

FIGURA Nº55. Índice de transferencia tecnológica e I+D elaborado a partir de las opiniones de expertos en los países GEM

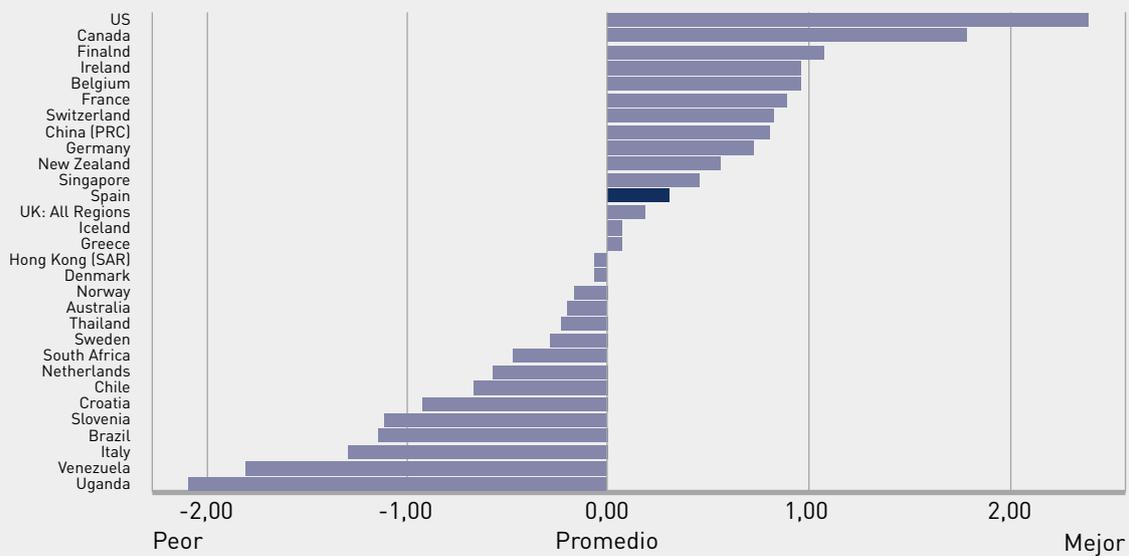


FIGURA Nº56. Detalle de la evaluación de los expertos españoles acerca de variables relacionadas con la transferencia tecnológica y el I+D



Marco de investigación europea para el 2003 en que uno de los temas prioritarios era lograr que las Pymes europeas se volcasen en la investigación no se han hecho visibles todavía.

En la figura nº 56, se puede ver con mayor detalle la evaluación de las variables que componen el índice de transferencia tecnológica e I+D. Así, los expertos piensan que el acceso a las nuevas tecnologías es igual para empresas nuevas y empresas ya establecidas, lo cual se puede leer como que ambos tipos tienen las mismas dificultades o facilidades. Por otro lado, ponen de manifiesto la insuficiencia e inadecuación de los subsidios gubernamentales para lograr estas transferencias o un mayor nivel investigador en nuestras nuevas empresas, destacando la enorme dificultad que tienen las mismas para costear estos procesos. Asimismo, apuntan al escaso apoyo que encuentran nuestros científicos e ingenieros para transformar sus ideas en nuevos negocios, así como a la escasa relación existente entre universidad y empresa que dificulta la emergencia de empresas punteras en nuevas tecnologías en el país.

En definitiva, los nuevos empresarios se enfrentan a una situación estancada e incluso recesiva en relación a la transferencia tecnológica y la inversión en I+D a la que debe prestarse mayor atención en los próximos años.

8.7. Acceso a la infraestructura comercial y profesional (servicios para empresas)

Desde un punto de vista internacional, España queda en una posición bastante desfavorable en cuanto al acceso a la infraestructura comercial y profesional o sector de servicios a las empresas en general. En este sentido, junto a Italia y Grecia ocupamos las peores posiciones en este sector en la UE, siempre en opinión de los expertos.

La explicación radica, según los expertos, no en una carencia de oferta de estos servicios, sino en una difícil accesibilidad a los mismos por parte de los nuevos empresarios tanto por su coste, como por su ubicación no siempre factible en las zonas rurales donde la creación empresarial está teniendo un notable crecimiento. Y, a todo ello hay que añadir la dificultad de establecimiento de relaciones entre bancos y nuevos empresarios, profusamente documentada en nuestros informes anteriores. Estos resultados se pueden ver plasmados en la figura nº 58 en que la oferta de servicios se valora como suficiente siendo, en cambio, insuficiente el acceso a los mismos.

FIGURA Nº57. Valoración del acceso a infraestructura comercial y profesional o servicios a empresas en opinión de los expertos GEM

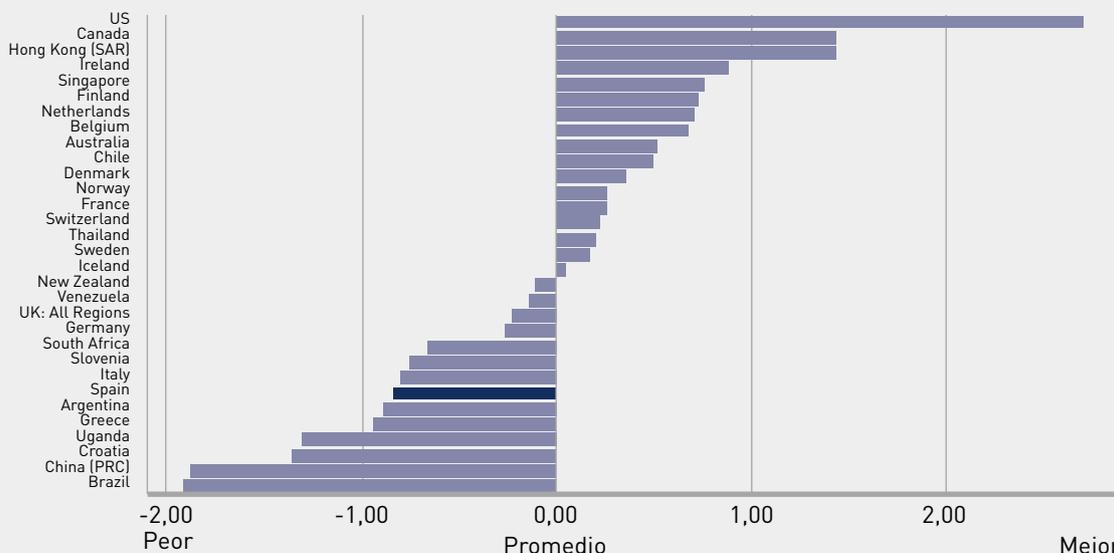
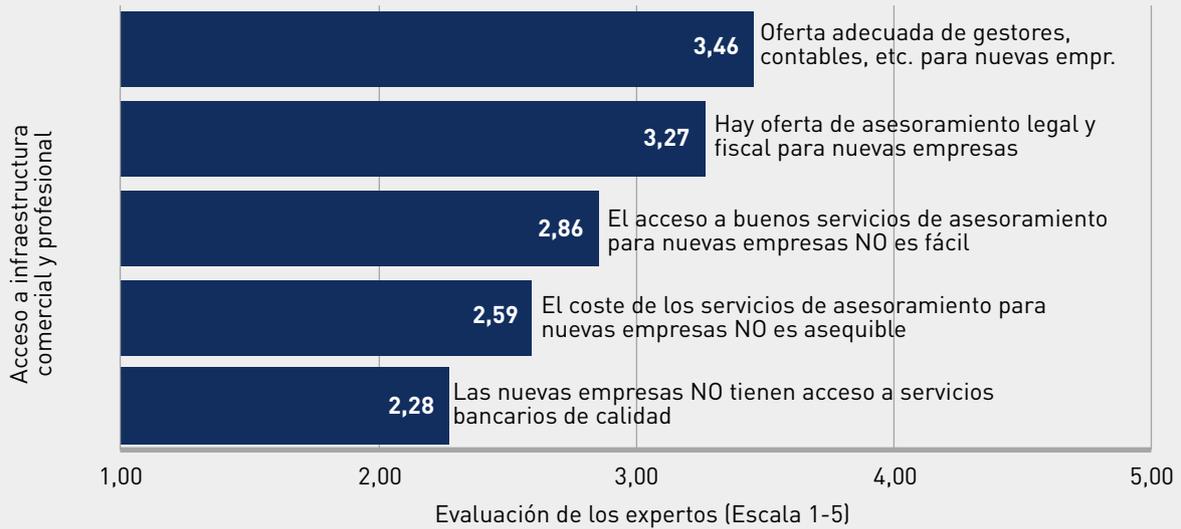


FIGURA N°58. El acceso a la infraestructura de servicios comerciales y profesionales para nuevos empresarios en opinión de los expertos españoles



8.8. Apertura y comportamiento del mercado interno

La figura n° 59 muestra que España es un país del entorno GEM en que el mercado interno de negocios y de consumidores no está sometido a grandes cambios anuales, tratándose de un entorno estable, según la opinión de los expertos y que presenta una situación algo restrictiva en cuanto a apertura de mercado. En la figura 60 se puede ver con mayor detalle que, la percepción general es que las nuevas empresas hallan

ciertas barreras a su entrada en el mercado y no siempre pueden asumir el reto de introducirse en determinados sectores. Los expertos piensan que las regulaciones anti-trust no son adecuadas en nuestro país y que suponen un freno a algunos tipos de nuevas iniciativas, especialmente en sectores industriales, de nuevas tecnologías y similares, más que en los comerciales o de servicios.

En apartados anteriores se ha comentado que las empresas de nueva creación se concentran especialmente en sectores de servicios comerciales, intermediación financiera, consultoría y

FIGURA N°59. A la izquierda, velocidad de cambios del mercado y a la derecha, apertura del mercado interno

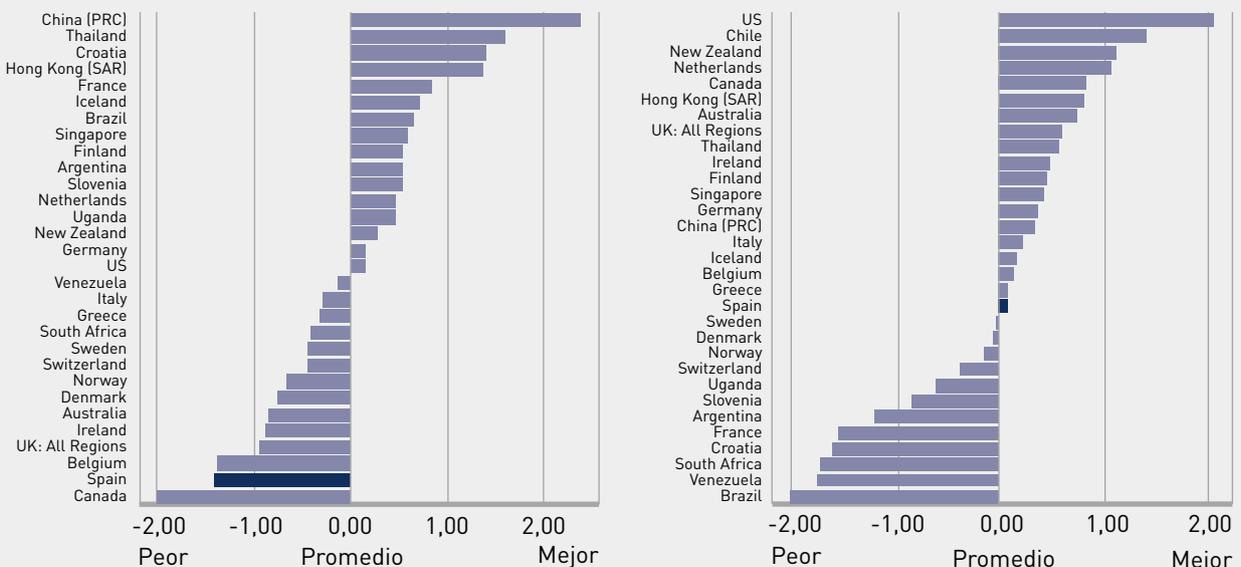
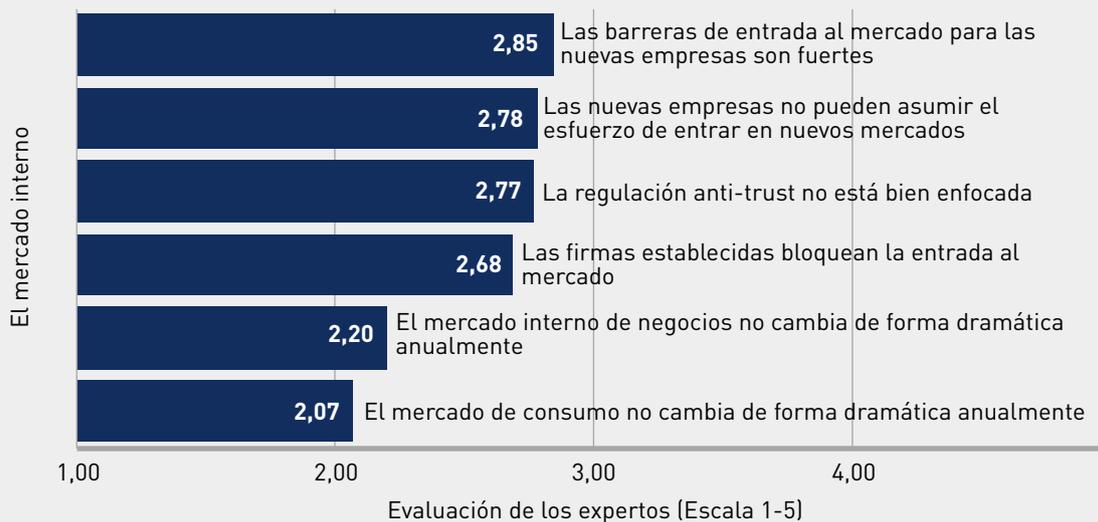


FIGURA N°60. Opinión de los expertos sobre las variables que caracterizan la actividad del mercado interno español



actividades inmobiliarias, existiendo menor incidencia en apartados de manufacturas e industriales en general. Este dato es importante porque, coincidiendo con la información que proporcionan los expertos en este apartado, pone de manifiesto que las dificultades para la creación empresarial se concentran, para este año, mucho más en sectores que requieren mayor inversión en infraestructuras, maquinaria, personal y entrar en nichos de mercado muy competitivos o cubiertos por empresas ya establecidas y consolidadas. Por consiguiente, no basta sólo con el optimismo derivado del aumento del índice de creación empresarial, sino que es

necesario prestar atención al desarrollo oportuno de todos los sectores de actividad, facilitándolo y revisando los mecanismos de apertura a los mismos.

8.9. Acceso a la infraestructura física por parte de las nuevas empresas

Desde un punto de vista internacional, España ocupa una posición discreta en un panorama muy optimista en que

FIGURA N°61. Valoración de los accesos a la infraestructura física por parte de los nuevos empresarios

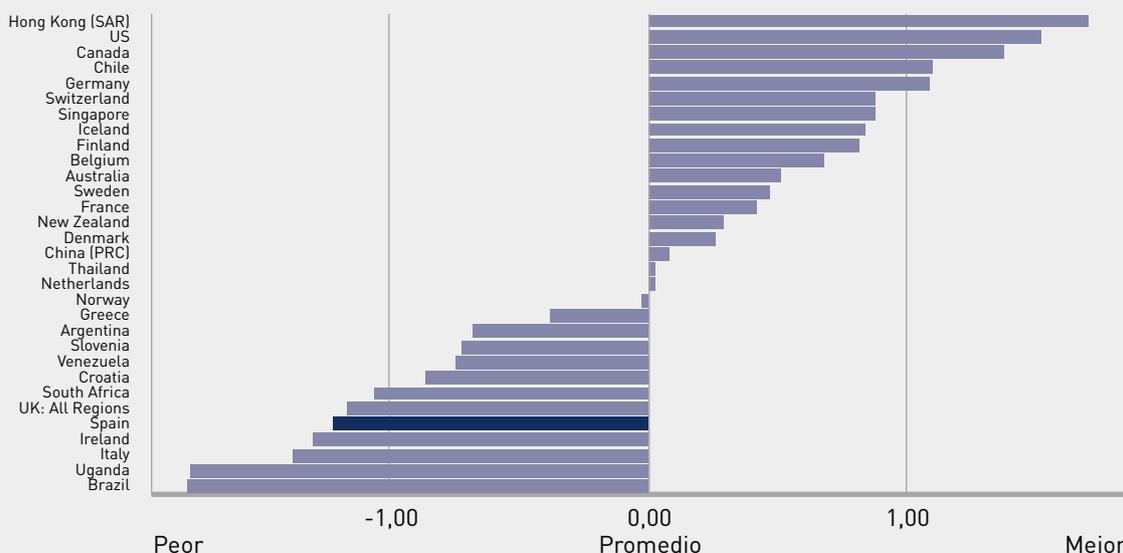
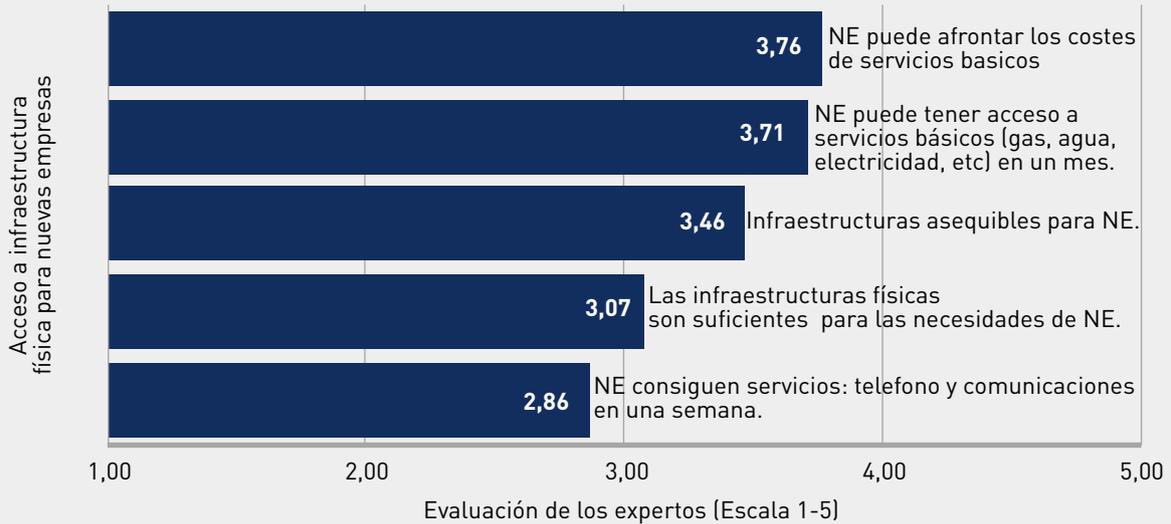


FIGURA N°62. Análisis detallado del acceso a las infraestructuras por parte de los nuevos empresarios en España



prácticamente todos los países GEM sobrepasan por la facilidad de acceso a las infraestructuras físicas por parte de los nuevos empresarios. En este contexto, el análisis hace referencia a la consecución de locales, servicios de agua, electricidad, teléfono, telecomunicaciones, comunicaciones viarias y de otros tipos. Por consiguiente, aunque en el gráfico quedemos por debajo de la media en cuanto a facilidad de acceso a las infraestructuras físicas, lo cierto es que este aspecto todos los países están bastante bien considerados, por lo que, aunque mejorable, no es un tema en el que los nuevos empresarios hallen especiales dificultades. El tema más lento, se puede ver

en el análisis detallado proporcionado por la figura n° 61 y, corresponde a la consecución de teléfono y medios de telecomunicación en una semana.

8.10. Las normas sociales y culturales

La sociedad española no apoya suficientemente a la figura del empresario. Las opiniones de nuestros expertos

FIGURA N°63. Evaluación de las normas sociales y culturales por países

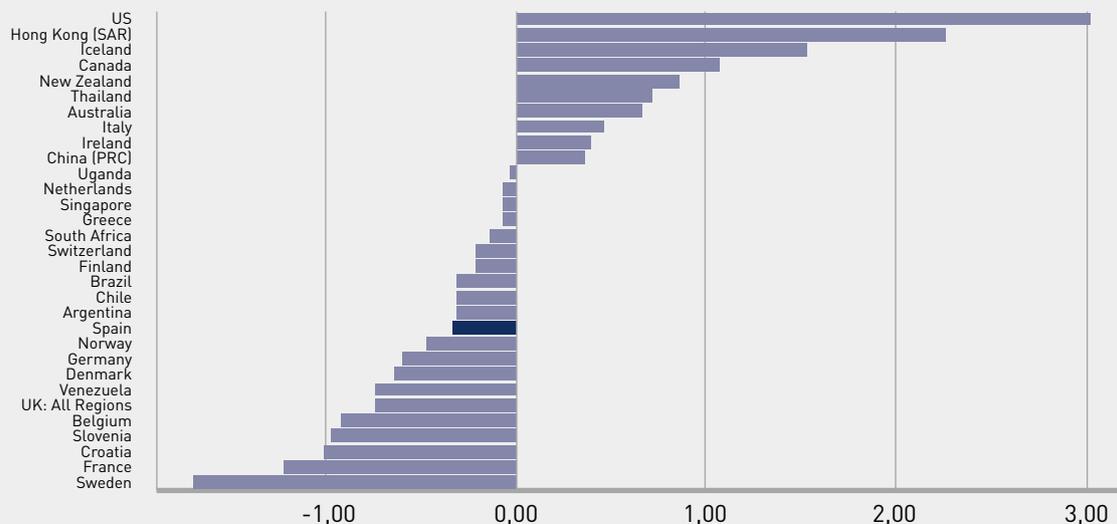


FIGURA N°64. Evaluación de normas sociales y culturales en España



proporcionan una media conjunta de las variables que miden este concepto, inferior a una nota de "aprobado". Se trata de un concepto que apenas ha variado en los cuatro informes GEM realizados hasta el momento, por lo que se sigue recomendando la toma de medidas de concienciación social acerca de la importancia del papel jugado por el empresariado en la economía del país, en su mercado laboral y en su vertiente social.

Más concretamente, la figura nº 64 muestra que en España, nuestros valores sociales y culturales no

proporcionan soporte al éxito individual logrado a través del esfuerzo personal, no fomentándose tampoco la creatividad y la innovación ni la autosuficiencia o la toma de riesgos emprendedores. Nuestra tendencia es más a "asegurar el futuro" en puestos de trabajo estables y cómodos que no supongan la asunción de riesgos o el tener que superar fracasos y obstáculos. En otros países como EEUU, el fracaso se toma como un aliciente para aprender y probar otra salida hacia delante.

9. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR REGIONES

La incorporación de tres equipos regionales al desarrollo del proyecto GEM en España, permite por primera vez presentar dos tipos de información: los correspondientes informes regionales elaborados por los respectivos equipos creados en cada región y presentados por los mismos en sus Comunidades Autónomas,²⁴ y el análisis comparativo regional efectuado por este equipo y que se incluye a continuación.

El interés despertado por esta nueva información es elevado y, no hay duda de que, aporta matices muy relevantes y valiosos para la elaboración de políticas públicas y para el mayor conocimiento de la realidad emprendedora y empresarial en nuestro país. En la próxima edición del informe GEM está prevista una nueva ampliación que añadirá nuevos datos y un clima de estrecha colaboración en este campo de investigación y de intercambio de información sin precedentes en España.

9.1. El índice que mide la actividad emprendedora presenta diferencias regionales en España

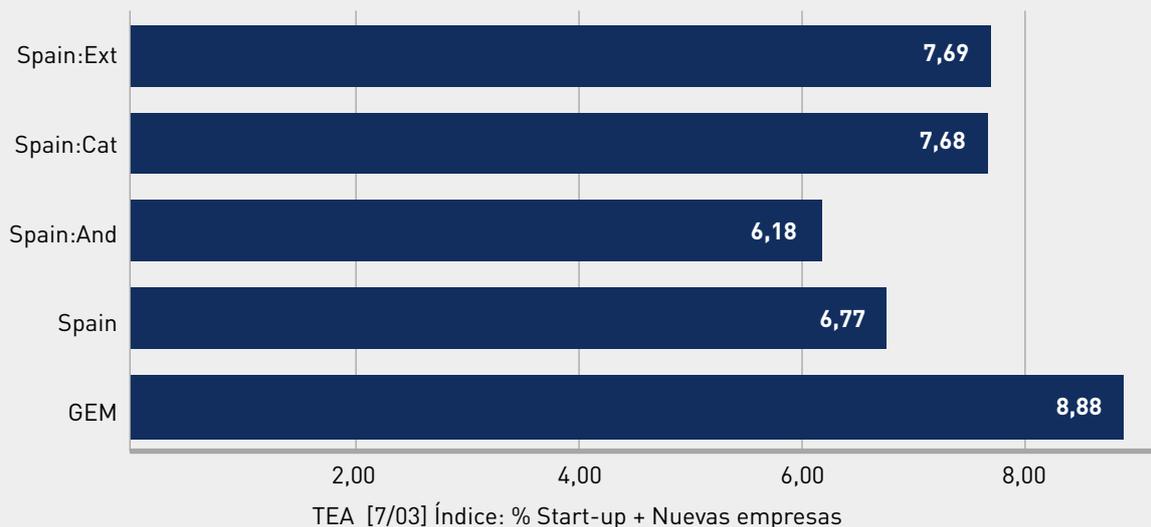
Al comparar el TEA (índice que mide la actividad emprendedora global) de España con el de las regiones

incorporadas al estudio se aprecian diferencias, tal y como se puede ver en la figura nº 65. Así, de las tres regiones incorporadas al proyecto, Extremadura y Cataluña se revelan como más emprendedoras quedando por encima de la media española y más próximas a la media del entorno GEM. Andalucía se muestra como algo menos emprendedora que la media española siendo, por consiguiente la menos desarrollada de las tres en este ámbito. Sin embargo, todas las cifras señalan que éstas regiones reproducen, cuando menos la situación española que, como se ha visto en apartados anteriores, había llegado a presentar índices inferiores al andaluz en ediciones anteriores.

Las cifras anteriores son representativas, dado que el volumen de datos recopilado en cada región es, por primera vez suficiente como para proporcionar datos independientes de cada una de ellas. Sin embargo, esto sigue sin ser así para el resto de regiones, acerca de las cuales sólo se puede proporcionar una estimación orientativa y agregada.

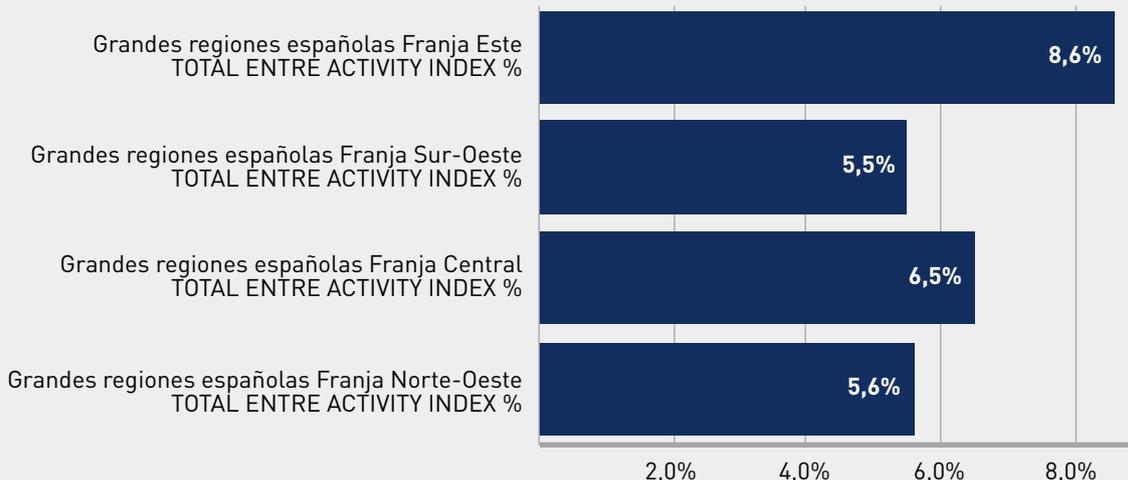
En función de los datos que muestra la figura nº 67, se aprecia claramente que la franja este constituida por Cataluña, Aragón, Comunidad Valenciana, Baleares y Murcia, proporciona un índice de actividad emprendedora notablemente destacado sobre el resto de las grandes regiones analizadas. Esta franja estaría seguida por la central, constituida por Extremadura, Madrid y Castilla la Mancha y, cerca de ella seguirían las franjas norte-oeste y

FIGURA Nº65. Comparación regional de actividad emprendedora



²⁴ Universidad de Cádiz en Andalucía, Universitat Autònoma de Barcelona en Catalunya y Universidad de Extremadura-Fundación Xavier de Salas en Extremadura.

FIGURA N°66. Índice de actividad emprendedora en grandes regiones españolas agregadas



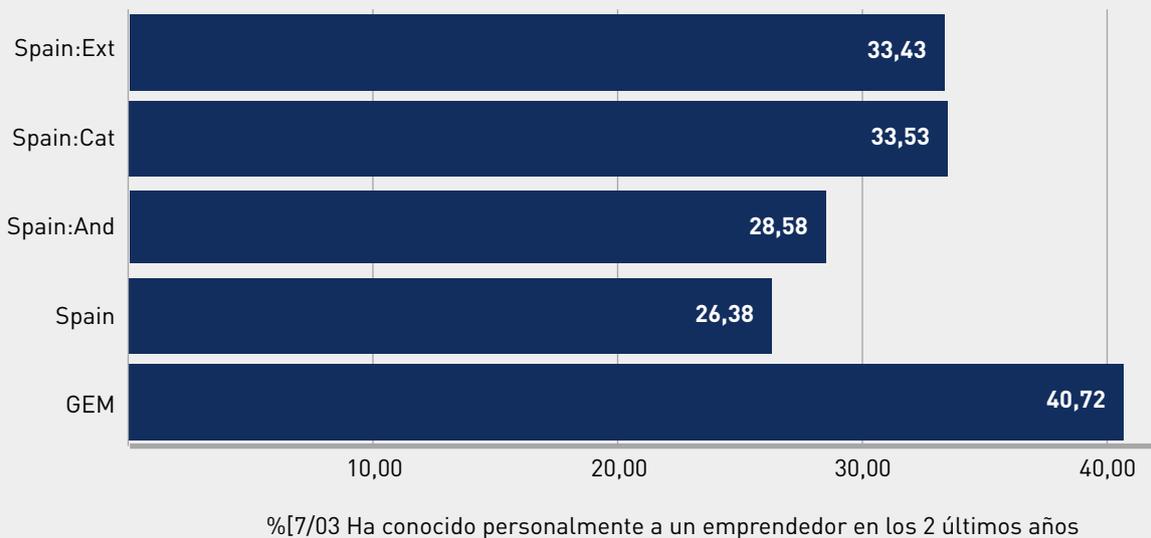
sur-oeste formadas por el resto de Comunidades Autónomas y las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla.

Evidentemente, este análisis cobrará un mayor interés cuando se disponga de datos de la Comunidad de Madrid y de Castilla León de forma independiente, datos que estarán disponibles en la próxima edición junto a los de la Comunidad Valenciana, Canarias y, posiblemente alguna otra región, pues la agregación no permite los matices que a continuación se

ofrecen sobre las características de la actividad emprendedora en las regiones en contraposición con España.

Relacionada con la estadística anterior, la figura 67, muestra como en Cataluña y Extremadura hay más probabilidades de que la gente conozca a un emprendedor personalmente, por encima de Andalucía y España, pues 33 personas de cada 100 conocen al menos a uno, dato acorde con el mayor desarrollo de actividad emprendedora en estos territorios.

FIGURA N°67. Conocimiento de emprendedores en las poblaciones adultas de las regiones



9.2. La motivación para emprender varía según la región

Extremadura y Cataluña presentan un índice de actividad emprendedora muy similar. Sin embargo, la motivación para emprender presenta una diferencia significativa: en Extremadura hay un porcentaje superior de emprendedores por necesidad respecto de Cataluña y, también superior al registrado por término medio en España. Ello se puede interpretar como una mayor asunción de ese riesgo por parte de la población adulta extremeña frente a la falta de otras alternativas de empleo. El menor desarrollo histórico de esta región impulsa a abrir nuevos frentes de creación de negocio que, al igual que sucede con otros países menos desarrollados del entorno GEM, puede conducir a esta región a una notable creación de riqueza si estos nuevos empresarios van consolidando sus iniciativas. En cambio, en Andalucía, a pesar de registrarse menor actividad emprendedora, se mantiene el reparto de la motivación para emprender de forma más parecida al conjunto de España.

Si efectuamos el mismo análisis para las grandes regiones agregadas, vemos que no se puede llegar al grado de detalle mostrado anteriormente y que, por ejemplo, en Extremadura, integrada en la franja central, ya no se podría apreciar la diferencia antes mostrada. De ahí la importancia de lograr la mayor expansión posible de la investigación al resto de regiones españolas. En la figura nº 69, parece que la actividad emprendedora es muy similar en toda España salvo en la franja Norte-Oeste, lo cual acabamos de ver que

no es realmente así. En el caso de dicha franja Norte-Oeste, no podemos saber si es el País Vasco, Asturias, Galicia, Cantabria, Castilla león, Navarra o La Rioja la que permite proporcionar esta diferencia tan acusada respecto al resto de España ni tampoco explorar los motivos de esta diferencia.

9.3. Evolución de las expectativas de actividad emprendedora por regiones

Según los datos prospectivos, en las tres regiones analizadas de forma independiente existen buenas perspectivas de continuidad para la actividad emprendedora, pues el porcentaje de personas que piensan emprender un nuevo negocio en los tres próximos años está en la línea de los actuales índices de dicha actividad. Andalucía podría tener un impulso algo superior al de las otras dos regiones en ese plazo.

Otro aspecto de la actividad empresarial es el cierre de negocios, que puede obedecer a muy diversos motivos. Si se piensa que al mismo tiempo que se crean negocios también se están cerrando o liquidando otros, es importante atender a la cifras referidas a estos últimos para ver qué tipo de equilibrio existe entre los dos parámetros. Así, en España, el pasado año, ante la notable recesión que hubo, el registro de actividad emprendedora iba parejo al porcentaje de cierre de negocios declarado por la población, lo cual era preocupante, pues la lectura

FIGURA N°68. Comparación de la motivación para emprender en las regiones, España y el entorno GEM

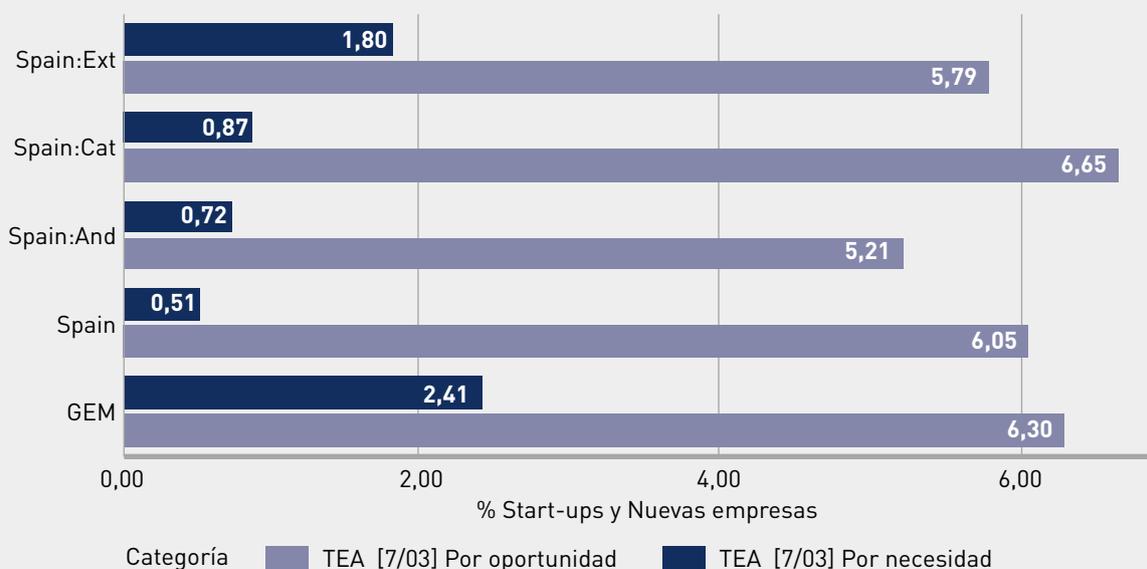
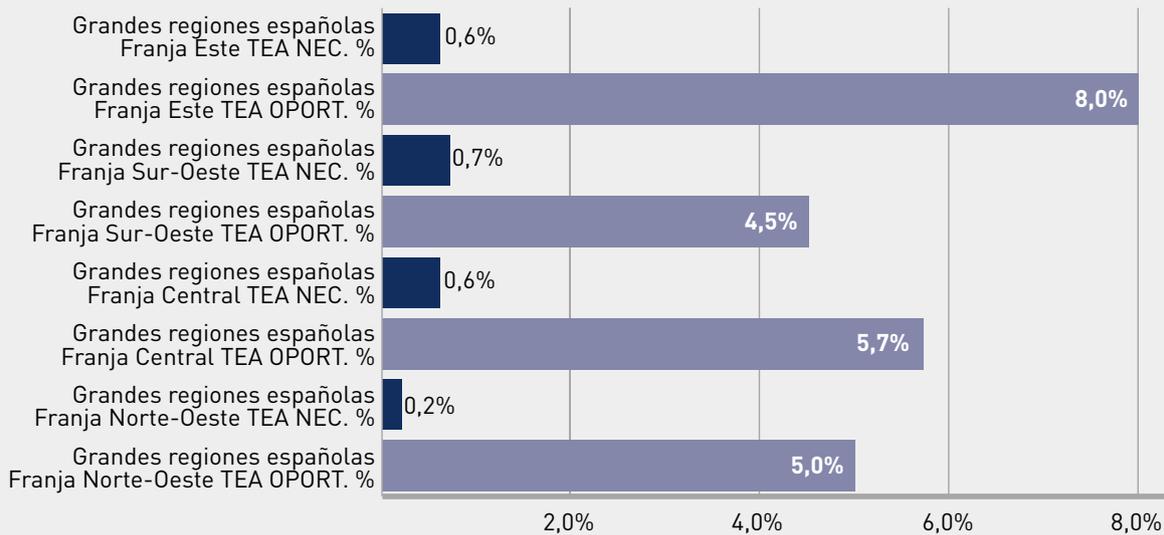


FIGURA N°69. Motivación para emprender en grandes regiones españolas



era que se estimaba que se creaba tanto como se destruía. Esa situación ha remitido y, en estos momentos, los índices de cierre de negocios son bastante inferiores a los de creación y a los de expectativas de creación. Sin embargo, Andalucía destaca con casi el doble de cierres que Cataluña y Extremadura y que la media española, aunque por debajo de la media GEM. Es importante, por tanto, en dicha Comunidad Autónoma, el prestar atención a este dato.

9.4. Características de los emprendedores por regiones

La edad media del emprendedor se mantiene prácticamente estable en todas las regiones y muy próxima a los 39 años, media que también es la proporcionada por los datos referidos a toda la nación. En cambio, se registran diferencias notables en cuanto a la participación femenina y masculina en la actividad emprendedora. Así, Cataluña es la región con menor

FIGURA N°70. Expectativas de creación y cierre de negocios por regiones

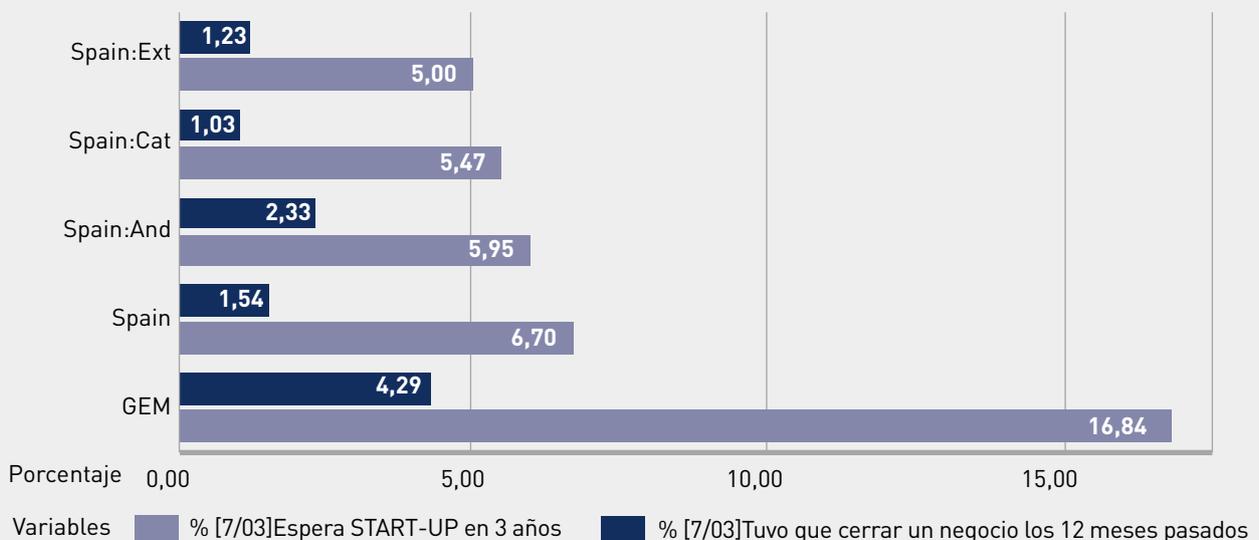


TABLA Nº25.

Edad y sexo de emprendedores por regiones

Región	Edad media del emprendedor	% de mujeres emprendedoras	% de hombres emprendedores
Andalucía	39 años	33%	67%
Cataluña	39 años	25,4%	74,6%
Extremadura	39,5 años	42%	58%
España	39,3 años	30%	70%

participación femenina con tan sólo una cuarta parte del total de emprendedores de este género, mientras que en Extremadura dicha participación es superior a la media de España en 12 puntos porcentuales aproximándose mucho a la masculina. Andalucía presenta una situación intermedia pero con más presencia femenina que la media española, lo que la sitúa más en la línea de Extremadura. El menor desarrollo de estas regiones puede estar impulsando a más mujeres a optar por esta alternativa profesional.

9.5. Cataluña aparece como la región con mayor tradición y desarrollo del Business Angel informal

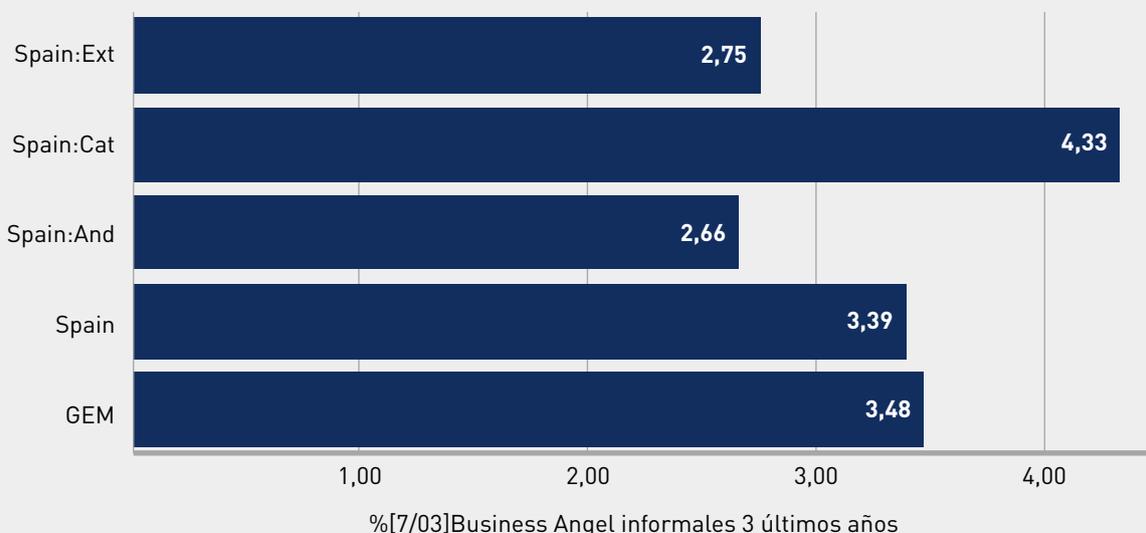
Los datos de la figura 71 muestran claramente que, Cataluña es la región en que se registra mayor participación de la población adulta como business angel o financiador informal

de nuevos negocios. Su tradicional reconocimiento como región de empresarios mantiene ciertas diferencias con respecto a las otras dos y con respecto a la media española y eso se nota, especialmente en este terreno, pues aunque Extremadura se aproxime en cuanto al índice de emprendedores, las características de su actividad son diferentes, como se va perfilando a lo largo de este análisis comparativo. Por consiguiente, en Cataluña existe una involucración superior incluso a la de la media GEM cuando se trata de invertir fondos privados en la constitución y desarrollo de nuevas empresas, lo cual es lógico si se valora su mayor experiencia en este campo.

9.6. Motivación, habilidades y oportunidades para emprender: comparación regional

La percepción de oportunidades para emprender es más notable en las Comunidades Autónomas de Extremadura y Cataluña que en Andalucía, España y la media de los países

FIGURA Nº71. Participación de la población adulta como business angel informal en las regiones



GEM. Por consiguiente, de nuevo, Extremadura se destaca como una región de fuerte vocación emprendedora por encima de las expectativas que pudieran intuirse en ediciones anteriores cuando sus datos estaban agregados a los de la franja Central del país. En el caso de Cataluña, su fuerte tradición empresarial es consecuente con esa mayor tendencia a la existencia y desarrollo de oportunidades de negocio y no resulta sorprendente, pues un resultado contrario al que se observa sería el que en ningún caso cabría esperar.

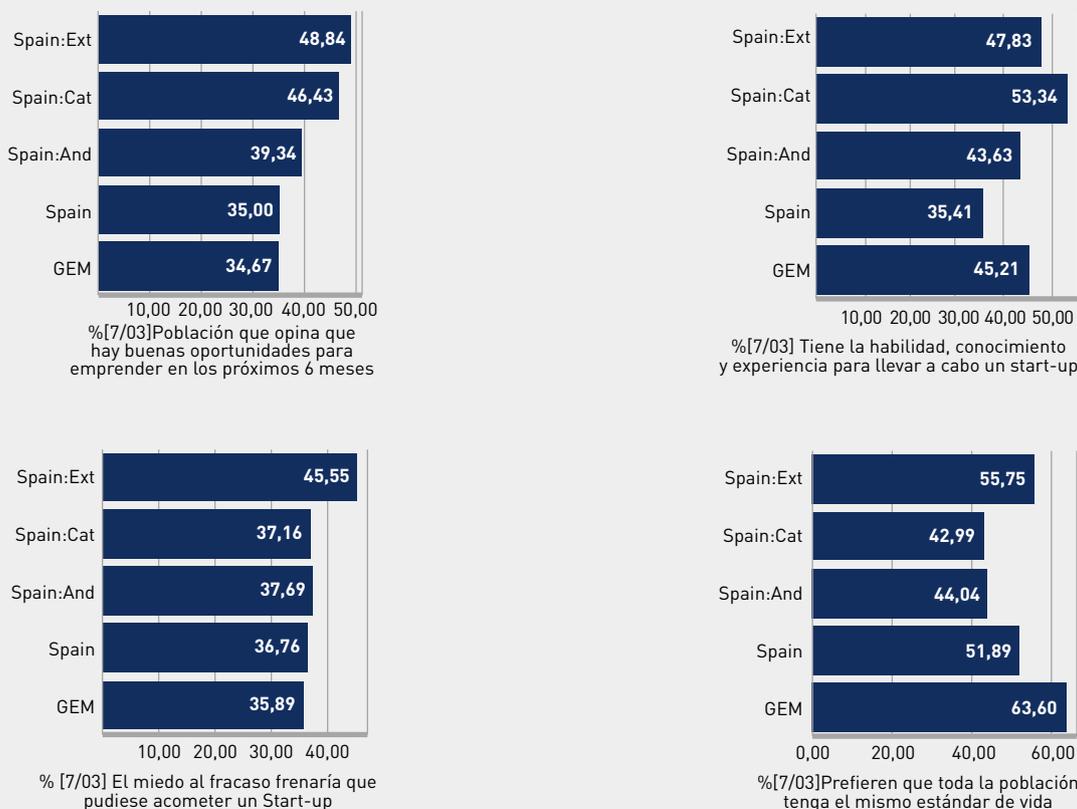
Tampoco sorprende que la población catalana sea la que en mayor porcentaje se auto-reconozca en más de un 50% de los casos en posesión de las habilidades, conocimientos y experiencia necesarios para afrontar un start-up. Su mayor tradición y experiencia en este campo no hacen más que ponerse de manifiesto. Extremadura y Andalucía le siguen equiparadas y a cierta distancia, pero el porcentaje de personas hábiles para emprender no es nada desdeñable en ninguna de ellas y se revela como superior al de la media española indicando el desarrollo que están teniendo estas regiones y la convergencia que pueden lograr respecto de otras zonas consideradas más desarrolladas. El miedo al fracaso se percibe en grados diferentes en las regiones: en Extremadura sería un motivo de freno para

emprender en un 45,5% de los casos, mientras que en Cataluña y Andalucía, este factor afectaría a un porcentaje menor de adultos situado en torno al 37%. En general, los españoles estamos bastante alineados con la media GEM acerca de este concepto como freno a la creación empresarial. Nuestras normas sociales y culturales deben evolucionar a través de nuestro sistema educativo para que este tipo de variables dejen de jugar un papel de freno a la actividad emprendedora. Sin embargo, en el caso de Extremadura, está claro que a pesar de su existencia, este miedo no impide que muchos apuesten por la creación de un negocio cuando no hay otras alternativas profesionales más "cómodas".

La variable que analiza el tipo de sociedad que prefiere la población de las regiones, pone de manifiesto que Cataluña, seguida de cerca por Andalucía, es la que prefiere mayor nivel de desigualdad o competencia, lo cual es acorde con su mayor tradición empresarial, mientras que Extremadura, más novel en este terreno, se decanta por una sociedad más uniforme superando la media española.

La figura 72 muestra los resultados de las cuatro variables anteriores comparando las regiones entre sí, con España y con la media GEM.

FIGURA N°72. Análisis de factores que inciden en la motivación y la habilidad para emprender por regiones



Ser empresario/emprendedor, se considera una buena elección, sobre todo, en Extremadura, lo cual prueba, junto a otras variables ya analizadas, el cambio que está experimentando esta región hacia esta actividad. Su población está evolucionando más rápidamente que la del resto de España superando incluso a la población catalana al hacer esta afirmación. Este tipo de actitud es una de las que se consideran más relevantes para impulsar el espíritu emprendedor en cualquier país o región.

Acorde con lo anterior, los extremeños afirman en mucha mayor medida que los nuevos empresarios que logran alcanzar el éxito gozan de un estatus de respeto y reconocimiento social. La región más pesimista al respecto es Andalucía y, en Cataluña se tiene una percepción pareja a la de la sociedad española en general. Nuestro país queda muy por debajo de la media GEM acerca de esta variable, señal de que nuestras normas sociales y culturales no apoyan suficientemente al emprendedor.

En cambio, en todas las regiones y, en España en general, se piensa que los medios de comunicación no se hacen suficientemente eco de las iniciativas emprendedoras exitosas, impidiendo así, un mayor conocimiento de esta labor en la sociedad española y de cada una de las regiones en particular. El índice medio de apoyo cultural a la actividad emprendedora

es bajo en todo el entorno GEM, pero Extremadura muestra, dentro de esta tónica moderada, un mayor optimismo que el resto de las regiones y que España considerada en su conjunto.

La figura 73 muestra los resultados de estas cuatro variables comentadas sobre el entorno cultural y social de apoyo a la actividad emprendedora.

9.7. La mujer emprendedora: comparación regional

Anteriormente se ha comentado que la participación femenina en la actividad emprendedora presenta diferencias regionales. El ratio mujer/hombre lo pone claramente de manifiesto, como se puede ver en la figura 74 tanto para el apartado de Start-up como de nuevas empresas. Extremadura es la región que mayor participación femenina registra, seguida de Andalucía, ambas por encima de la media española y, muy distanciada de ellas, Cataluña.

Al observar la evaluación de los expertos sobre las variables que miden el apoyo a la mujer para emprender, la región que, en conjunto más respalda esta opción profesional para las mujeres es Extremadura. Así, los expertos de esta región

FIGURA N°73. Comparación de factores de apoyo al desarrollo de la actividad emprendedora por regiones

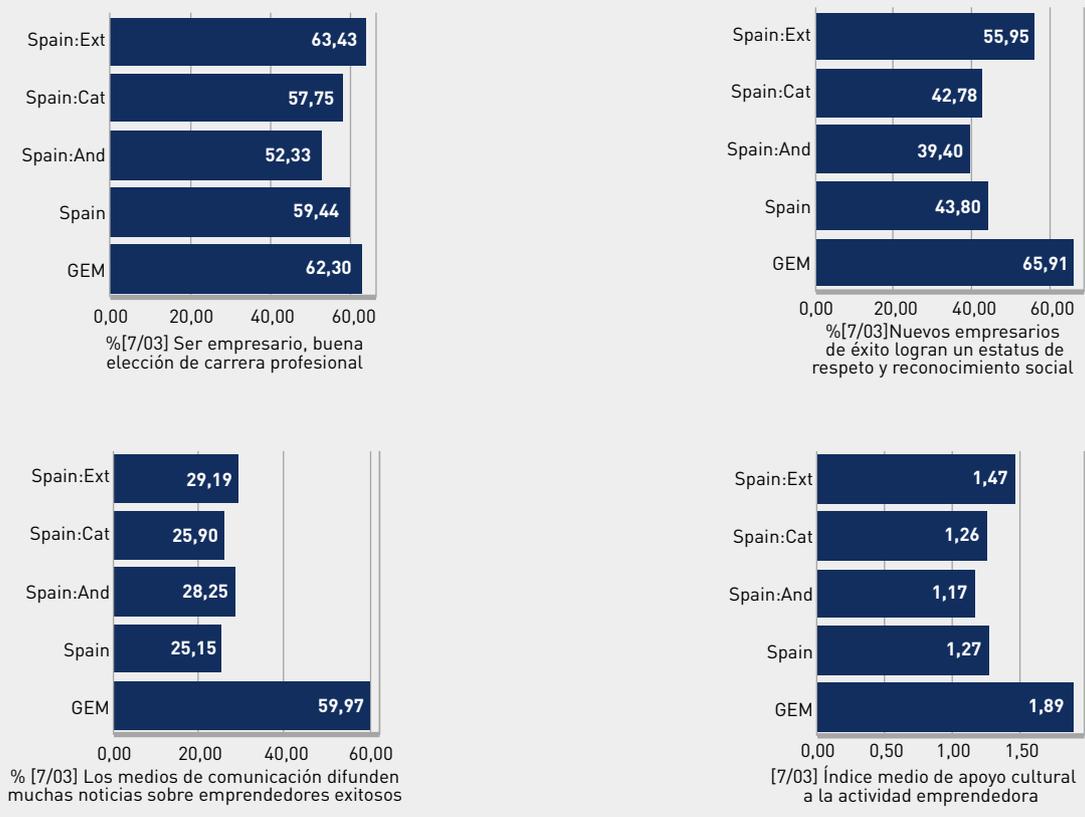
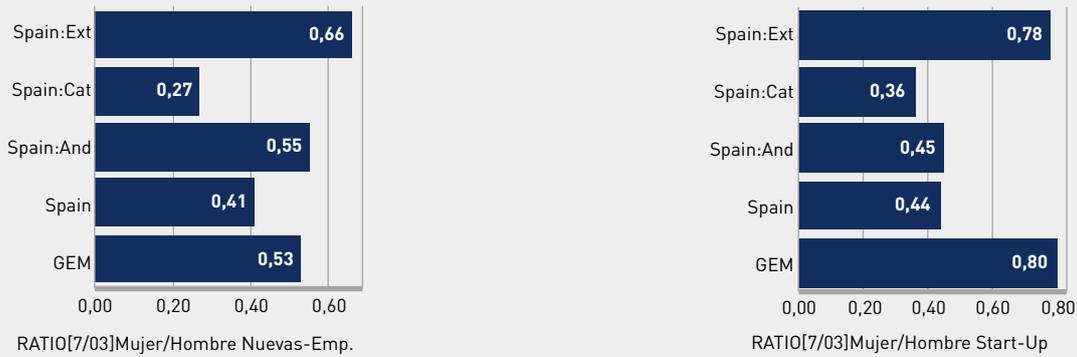


FIGURA N°74. Participación femenina en la actividad emprendedora, comparación regional



afirman que es bastante cierto que las mujeres de la región tienen tantas oportunidades como los hombres para emprender, que se las alienta para que sean empresarias, que tienen suficientes habilidades, conocimientos y motivación para crear empresas y negocios y que se trata de una carrera profesional adecuada. Los servicios sociales son inadecuados para apoyar a las mujeres empresarias en todas las regiones pero, especialmente en Cataluña, aunque es en esta región en la que los expertos creen más firmemente que las mujeres poseen la habilidad, conocimientos y motivación para ser empresarias y que ésta es una buena elección de carrera profesional. Por consiguiente, existen diferencias regionales en el apoyo a la mujer para que sea emprendedora, que se pueden resumir en: una mayor reticencia en Andalucía, una apuesta importante en Extremadura como forma de generar

empleo en la población femenina y una tradición pero poco respaldada en Cataluña, es decir, la creencia de que la mujer está preparada para emprender en la región, de que ser empresaria es una buena elección profesional, pero no se la alienta lo suficiente y se considera que tiene menos oportunidades que los hombres.

9.8. Tipo de negocios creados: comparación regional

Los sectores en que se crean nuevas empresas presentan interesantes diferencias y similitudes en función de las regiones que se contemplan por primera vez de forma

FIGURA N°75. Participación de la población adulta como business angel informal en las regiones



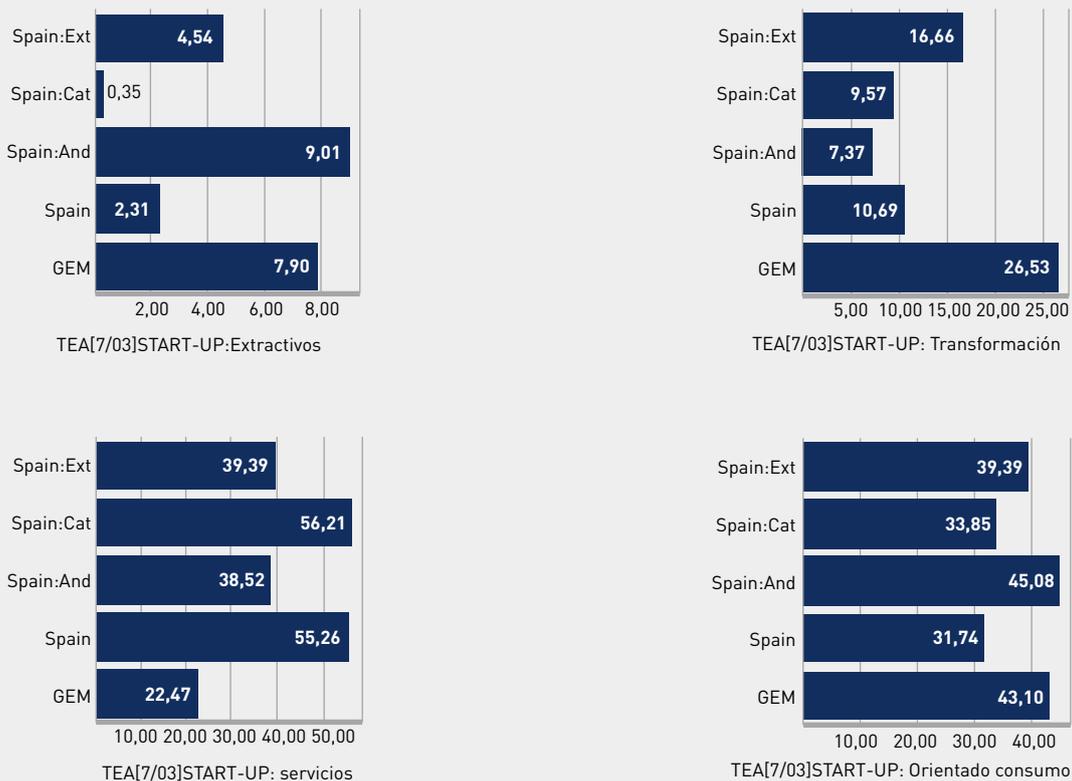
independiente en España. Así, Andalucía proporciona el porcentaje más elevado de nuevas empresas dentro del sector extractivo y orientado al consumo, Extremadura dentro del sector de transformación y Cataluña dentro del sector servicios. Sin embargo, en las tres comunidades predominan claramente los nuevos negocios ubicados en los sectores de servicios y orientados al consumo. Por consiguiente, la conclusión es que los nuevos negocios se desarrollan masivamente en estos dos últimos sectores en todas las regiones, si bien, Extremadura y Andalucía, a diferencia de Cataluña, tienen mayor diversificación y, por sus características y desarrollo histórico, siguen generando empresas en el sector primario y en el de transformación de materias primas. Las empresas relacionadas con el sector agrícola y ganadero están cobrando gran protagonismo en dichas Comunidades Autónomas con una organización, explotación y gestión renovada. Las denominaciones de origen, la búsqueda de la excelencia en los productos y del prestigio están proporcionando una nueva visión del sector que tiene muy buenas perspectivas para el futuro. En

cambio, en Cataluña, este sector se fue dejando de lado para desarrollar mucho más el industrial y el de servicios, perdiéndose parte del potencial que también tiene en este ámbito y que debería ser objeto de atención y revisión, pues con nuevos enfoques como los asumidos en otras regiones podría proporcionar oportunidades de negocio.

9.9. Las condiciones específicas de entorno: comparación regional

Los siguientes gráficos²⁵ muestran las diferencias regionales en materia de condiciones específicas de entorno de forma resumida. Así, en primer lugar, se puede apreciar cómo Extremadura se desmarca del resto de las regiones, e incluso de la media española, en cuanto a la disponibilidad de financiación privada para la creación empresarial. Por consiguiente, en el momento actual, en esta región se percibe una mayor disponibilidad de capital procedente de fuentes

FIGURA N°76. Start-up por sectores en las regiones



²⁵ Los gráficos muestran los valores estandarizados de las variables que miden conjuntos de afirmaciones sobre los temas propuestos tal y como han sido calificadas por los expertos en escalas de cinco puntos. Por consiguiente, en términos de estandarización, el cero corresponde a un valor medio (suficiente, adecuado), el 3 corresponde al valor máximo (muy bien, muy adecuado) y el -3 al valor mínimo (muy deficiente, muy inadecuado).

FIGURA N°77. Financiación pública y privada: comparación regional



privadas de financiación (capital riesgo, fondos de capital, deuda, inversión informal). En cambio, Andalucía, es la región más favorecida por la financiación pública (subsidios, ayudas, programas y similares), aunque Extremadura también presenta un balance positivo en este apartado. Por consiguiente, no hay duda de que, en España, se está apostando por un mayor desarrollo de regiones históricamente desfavorecidas, lo cual es muy positivo, pero, al mismo tiempo, no se debe descuidar el mantenimiento de aquellas que han mostrado un mayor desarrollo, pues no sería deseable una recesión en las mismas. Por consiguiente, Cataluña acusa un déficit en financiación tanto privada como pública al que hay que prestar atención, pues constituye una de las principales condiciones específicas de entorno para que siga impulsándose la creación empresarial. En el apartado de políticas gubernamentales, no hay duda de

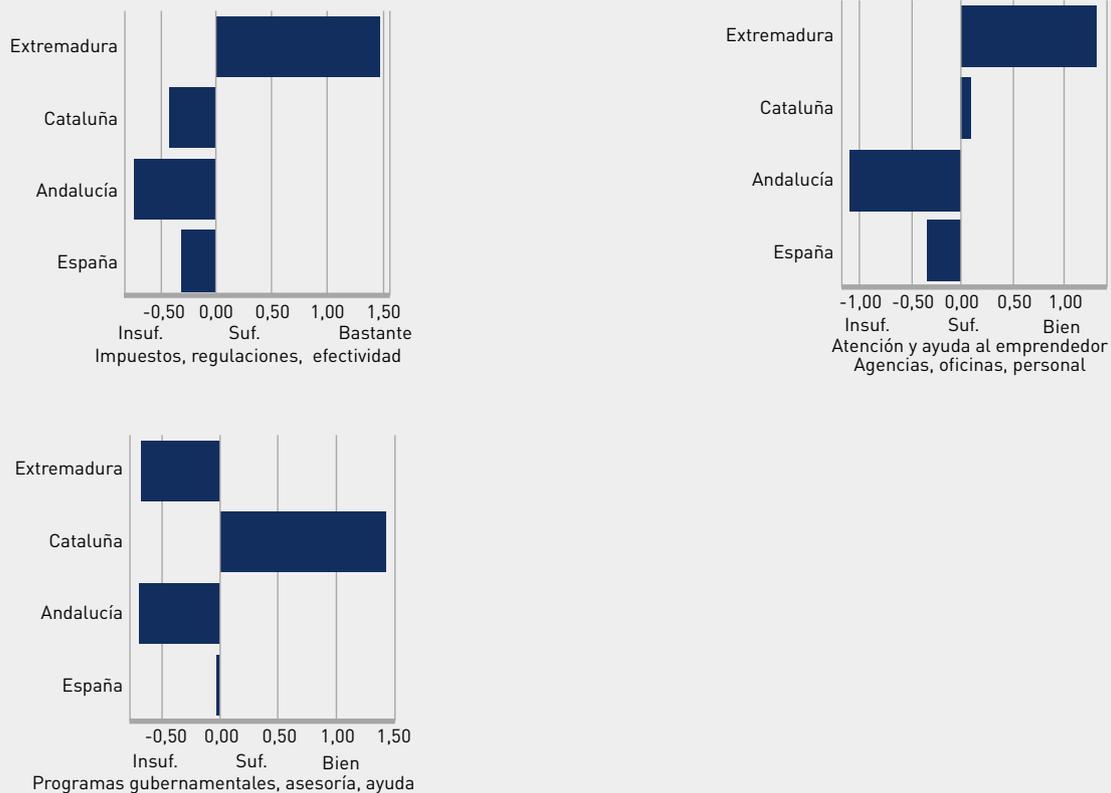
que Cataluña se siente mucho menos favorecida por las medidas que se toman en el ámbito de apoyo a la creación empresarial a nivel nacional y de que Andalucía y, sobre todo Extremadura aprecian más el esfuerzo en este campo, aunque sin llegar a una gestión brillante, pues en ningún caso se alcanzan valores que van más allá del "aprobado". En cambio, la percepción cambia bastante cuando se pasa a hablar de políticas locales: en ese caso, Cataluña mejora su apreciación, aunque sin llegar a cotas brillantes y Andalucía muestra un notable retroceso, mientras que Extremadura mejora su visión particular.

Los impuestos, tasas y regulaciones, así como la efectividad de las medidas en materia de apoyo al emprendedor, se perciben como inadecuados en general, en Cataluña, Andalucía y el resto de España, mientras que se perciben

FIGURA N°78. Comparación de factores de apoyo al desarrollo de la actividad emprendedora por regiones



FIGURA N°79. Adecuación de impuestos, tasas y regulaciones; atención y ayuda para la creación empresarial por regiones



como adecuados en Extremadura. Por consiguiente, es un obstáculo para emprender al que debe ponerse atención en algunas zonas de España, especialmente, por el momento, en Andalucía y Cataluña. Asimismo, la presencia de oficinas de atención y ayuda al emprendedor, así como el personal que las gestiona, se perciben como bastante adecuadas en Extremadura, como suficientes en Cataluña y como bastante deficientes en Andalucía, por lo que también existen diferencias regionales en este apartado. Cataluña tiene una percepción completamente distinta de las demás regiones cuando se trata de valorar la existencia de programas para emprendedores, mucho más desarrollados en esta región que en las demás.

Cataluña es la única región española en que se afirma que el sistema educativo fomenta los valores propios del espíritu emprendedor en la enseñanza primaria: independencia, autosuficiencia, conocimiento de lo que es la empresa, etc., pero en cambio, sus expertos no aprecian estos valores en la educación secundaria, tema que sí se percibe como más desarrollado en Extremadura.

La transferencia tecnológica a las nuevas empresas se percibe como insuficiente en Andalucía, como suficiente en Extremadura y como bastante buena en Cataluña, la región

más avanzada en este aspecto. En cambio, según los expertos de cada región, sólo en Extremadura las nuevas empresas están en condiciones de asumir los costes de adquisición de nuevas tecnologías. Esta región se destaca del contexto general español en el cual la financiación para proceder a la implantación de nuevas tecnologías se desarrolla lentamente, pues en muchas empresas se precisa una fuerte inversión, que puede abarcar desde la disponibilidad de Internet a la informatización de procesos contables, productivos, de gestión, comercio electrónico y otras que requieren además personal especializado o formación específica del existente.

Cataluña se revela como la región en que las nuevas empresas tienen mejor acceso a infraestructura de servicios de asesoramiento, gestoría, bancarios, legales y comerciales, necesarios para el buen desarrollo de su actividad. La mayor tradición de creación empresarial en dicha Comunidad Autónoma le proporciona una ventaja en este aspecto, pues, al mismo tiempo que se ha ido ampliando el tejido empresarial, ha habido un crecimiento paralelo de empresas y firmas capaces de proporcionar estos servicios. En Extremadura y, sobre todo en Andalucía, debe crecer la red de servicios en estas parcelas, lo cual constituye al mismo tiempo una oportunidad de negocio para

FIGURA N°80. Fomento del espíritu emprendedor en el sistema educativo por regiones



un potencial conjunto de licenciados y master de última generación que pueden, de esta forma, instalarse en su región y proporcionar un servicio detectado como necesario.

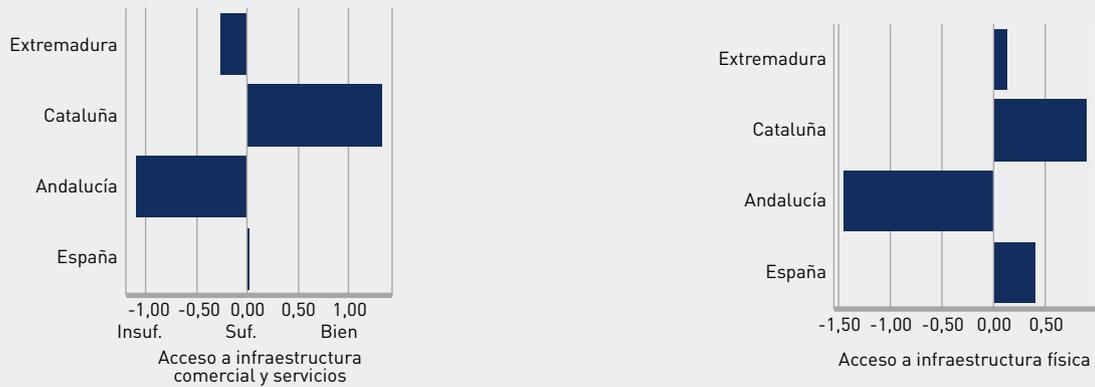
Por otro lado, tal y como se aprecia en la segunda parte de la figura 82, las características de Extremadura y, sobre todo Cataluña, permiten mejor acceso a las infraestructuras físicas para las nuevas empresas. Así, en estas regiones se perciben como mejores las comunicaciones viarias, la posibilidad de tener las instalaciones de agua, luz, teléfono y otras en un plazo razonable, la posibilidad de encontrar

locales, etc. En cambio, en Andalucía, el acceso a este tipo de infraestructuras se percibe como bastante deficiente. Una posible explicación radica en la importancia de las empresas del sector extractivo en dicha Comunidad Autónoma, empresas que requieren una implantación bastante más compleja en lo que se refiere a estos apartados, pues en muchas ocasiones se ubican en zonas rurales que pueden tener malas comunicaciones o, donde es difícil conseguir terrenos y locales y, en las que también suele ser más lenta la instalación de servicios básicos de electricidad, agua y similares.

FIGURA N°81. Transferencia de tecnologías e I+D a las nuevas empresas y asunción de costes de implantación de nuevas tecnologías, por regiones



FIGURA N°82. Acceso a infraestructura de servicios y física por regiones



Los mercados internos de las regiones analizadas reaccionan a distintas velocidades ante las nuevas oportunidades de negocio: así, el extremeño se percibe como el más rápido, dentro de una tónica moderada y, el andaluz como el más lento.

Por otro lado, el comportamiento del mercado interno por regiones proporciona un estado de difícil acceso para las nuevas empresas catalanas y cierta apertura en Andalucía y, sobre todo en Extremadura, aunque no excesivamente optimista. Por consiguiente, los nichos de mercado no son muy abundantes y la competencia es elevada, pues, tal y como indica la segunda parte de la figura 83, las empresas ya

establecidas constituyen una importante barrera para las que están tratando de introducirse, especialmente en Cataluña, donde la competencia se revela como mayor.

En todos los informes GEM realizados para España, siempre se ha puesto énfasis en la falta de cultura emprendedora en nuestro país y en las carencias que percibe el emprendedor en cuanto a apoyo y reconocimiento social por este motivo. Ahora, con los datos regionales se puede ver claramente que esto no es así en toda nuestra geografía y que, Cataluña se desmarca de este contexto de forma que no hay duda de que se trata de una región que, por su larga tradición empresarial, apoya y

FIGURA N°83. Reacción y apertura del mercado interno por regiones



reconoce dicha carrera profesional y la tiene mucho más asumida que el resto de regiones. Por eso, tampoco es extraño que en Cataluña se perciba un clima más favorable de existencia de oportunidades para creación de todo tipo de negocios y se afirme que en los últimos cinco años se ha experimentado un buen crecimiento en ese sentido. Los expertos de esta región ven más oportunidades para nuevos empresarios y afirman que allí es más fácil que en Extremadura o Andalucía acceder a información sobre dichas oportunidades. Por consiguiente, si bien Extremadura experimenta un notable desarrollo en creación empresarial, también es cierto que en dicha región se tiene que trabajar más en la detección y difusión de nuevas oportunidades, pues

se ha visto que la necesidad ha impulsado, más que la visibilidad de las mismas, a un destacado porcentaje de personas a convertirse en empresarios.

Finalmente, la legislación sobre de respeto a la propiedad intelectual, patentes y similares, se aprecian como correctas por parte de los expertos de la región de Extremadura y como insuficientes en el resto, mientras que, la confianza en el respeto a la misma se percibe como elevado en Cataluña y bajo en las otras regiones, especialmente en Andalucía. Esta condición de entorno es muy importante para lograr la expansión de las nuevas empresas en el terreno innovador, tan escaso y necesario en todo el país.

FIGURA N°84. Normas culturales y sociales y acceso a oportunidades de creación de nuevos negocios por regiones

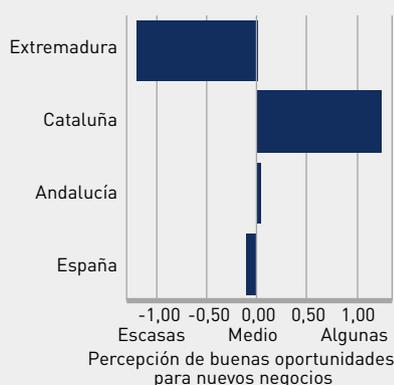
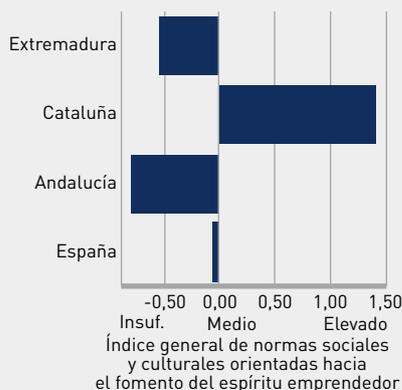
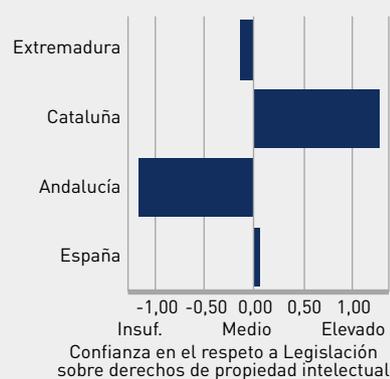
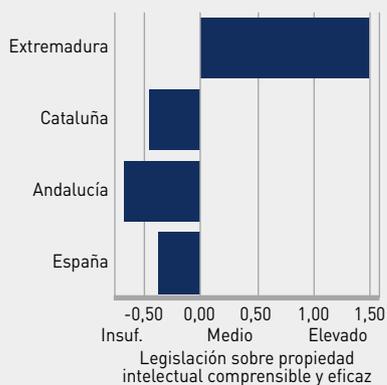


FIGURA N°85. Respeto a la propiedad intelectual y eficacia de las regulaciones según los expertos de las regiones



10. ALGUNAS PREGUNTAS ADICIONALES A LA POBLACIÓN ESPAÑOLA

Aprovechando la encuesta GEM a la población adulta de cada país, los equipos nacionales se reservan el poder realizar cinco preguntas de interés particular para el país en función de los temas que consideren más relevantes en ese momento.

El equipo español decidió aprovechar estas preguntas para explorar tres temas: el grado de conocimiento del recién implantado Estatuto de Nueva Empresa; comprobar si se mantenía la opinión expresada el año anterior acerca de que la iniciativa emprendedora femenina es difícil pero no presenta obstáculos por razón de sexo y, finalmente, ver hacia qué sectores se decantarían las personas si pudiesen crear un negocio y cuáles son los principales obstáculos que se lo impiden.

Los resultados de esta consulta se presentan en los siguientes apartados.

10.1. El Estatuto de la Nueva empresa no es suficientemente conocido

Efectivamente, en julio de 2003, sólo el 5,9% de la población adulta española reconoce haber oído, leído o tener alguna noticia sobre el Estatuto de la Nueva

Empresa. De los que afirman saber de qué se trata, la mayoría piensa que puede ayudar a la creación de nuevas empresas en algún grado. Así, el 38,6% de estas personas piensan que puede ayudar "algo" y el 32,5% que puede ayudar bastante. Los informes GEM que se han llevado a cabo hasta el momento, siempre ponen de manifiesto el mismo punto: o bien las medidas que se toman no tienen suficiente repercusión en los medios de comunicación, o bien nuestra población presta poca atención a las noticias que difunden los mismos. Sea como fuere, muchas de las medidas que toma el gobierno central o los regionales y locales, no son reconocidas y tienen escasa visibilidad. Por consiguiente, se recomiendan acciones en los dos sentidos: insistir en la difusión en los medios e insistir en los sistemas educativos acerca de la importancia de prestar atención a la información que se ofrece por diferentes vías.

10.2. La mujer española lo tiene algo difícil para ser emprendedora

Esa es la opinión general de la población española cuando se le pregunta acerca de este tema. Así, la puntuación media sobre una escala de 5 puntos en que el 1 significa que la mujer lo tiene muy difícil y en que el 5 significa que lo tiene muy fácil, es de 2,65 puntos, es decir, un poco difícil aunque no excesivamente. Esta opinión se mantiene desde la pasada edición en que ya se preguntó lo mismo, y el principal problema apuntado sigue siendo el económico.

FIGURA N°86. Estatuto de nueva empresa

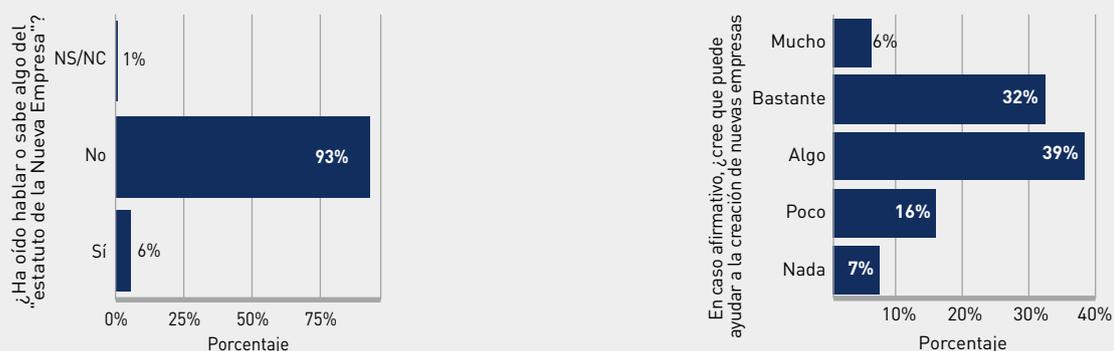


FIGURA N°87. Dificultad en las mujeres para emprender según la población española

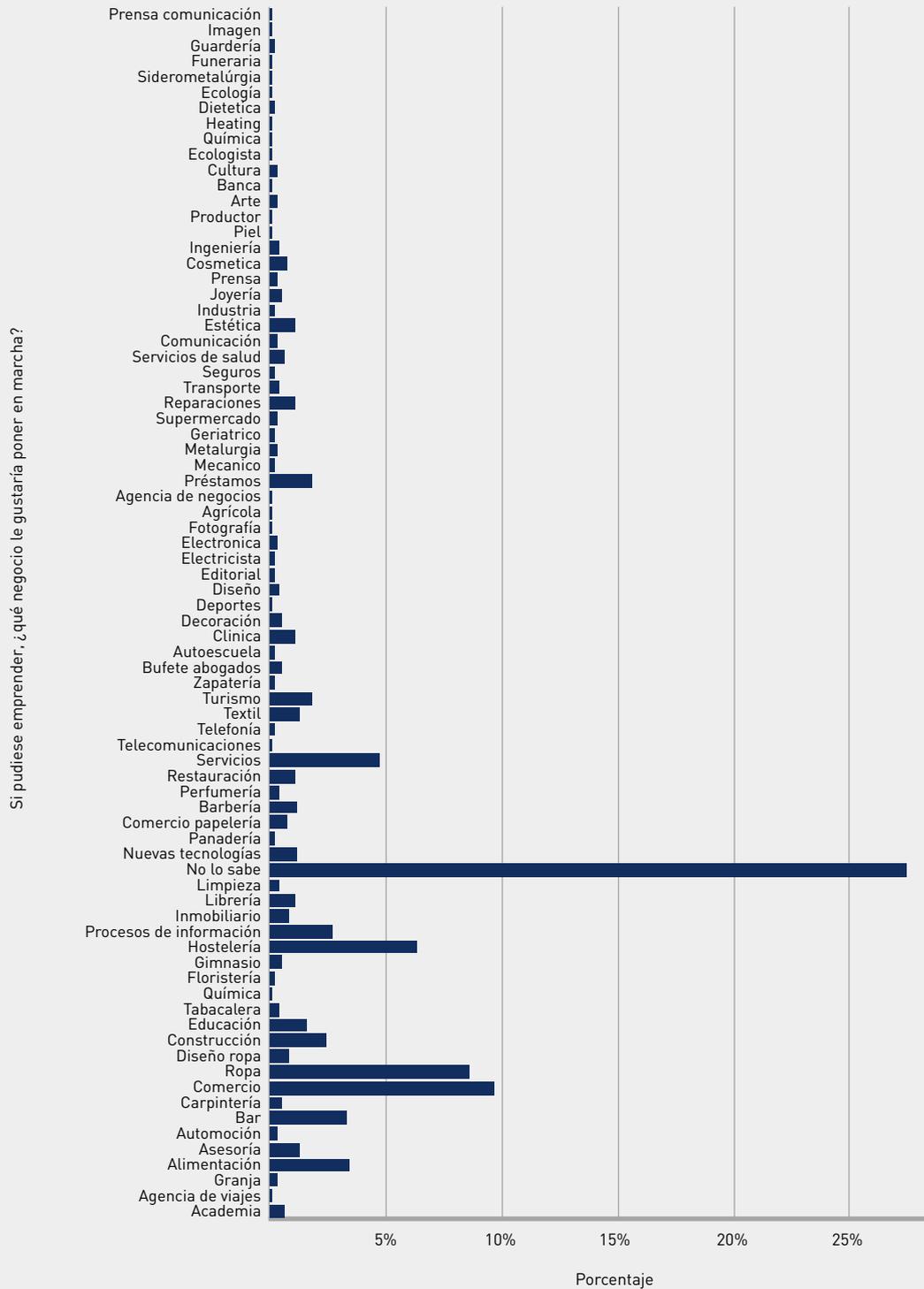


10.3. Si las personas pudiesen emprender se decantarían mayoritariamente por negocios en el sector orientado hacia el consumidor o en el de servicios

Así, dejando de lado al 27% que no sabe qué tipo de negocio pondría en marcha si pudiese, entre la gran variedad de respuestas recogidas, destacan las referidas al comercio en general, servicios, procesos de información,

hostelería, educación, estética, construcción, inmobiliarias, turismo, agencias de viaje, temas de ecología y otros. La tendencia es la escasa aparición de actividades industriales y del sector agrícola, aunque las hay en pequeños porcentajes. Por consiguiente, la población española percibe oportunidades en sectores muy relacionados con el consumidor y los servicios de todo tipo, tanto a empresas como a personas, habiendo aparecido también respuestas referentes a servicios geriátricos o de guardería que se van necesitando a medida que el sistema de trabajo va incorporando a más mujeres y a medida que la población envejece y aumenta la esperanza media de vida.

FIGURA N°88. Sectores en los que la gente emprendería si pudiese



11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Tras cuatro años de investigación sobre la creación de empresas en España, el informe GEM 2003 permite establecer con bastante claridad las principales características de esta actividad y situarla con precisión en el contexto internacional.

Así, en primer lugar, hay que concluir que España es un país con una actividad emprendedora moderada y un poco por debajo de la media internacional, muy alineada con la que desarrollan los países desarrollados y con tamaños poblacionales parecidos al nuestro. La creación empresarial está influenciada por las variables que inciden en el estado de la economía, la sociedad y la política, por lo que, las fluctuaciones detectadas en los cuatro años de investigación corren parejas a los acontecimientos que se han ido desarrollando en esos terrenos. La recesión acusada el año anterior respondió perfectamente a las variaciones de la economía mundial y la estabilidad y crecimiento de este año han propiciado la recuperación e incluso pequeña superación de los niveles de hace dos años. Por consiguiente, en el medio plazo, si las condiciones económicas y políticas lo permiten, la creación empresarial española debe situarse en una media del 7% aproximadamente, pudiendo crecer a partir de ese punto por varios motivos que se resumen de esta forma:

- Cambio de mentalidad de la sociedad española favoreciendo y apoyando al empresariado y reconociendo que la carrera empresarial es una buena elección profesional.
- Falta de oferta de empleo estable y cómodo en el mercado laboral que empuje a más jóvenes a plantearse la alternativa de la propia empresa o el autoempleo como salida profesional.
- Mayor apoyo de todas las instituciones capaces de proporcionar soporte y financiación a todas las iniciativas creativas que no consiguen ser canalizadas y verse materializadas.
- Apoyo al crecimiento, expansión, innovación y diversificación de las empresas ya consolidadas y que pueden activar nuevas iniciativas empresariales desde su experiencia y posicionamiento en el mercado.
- Consolidación y aprovechamiento de todas las medidas gubernamentales que se han ido tomando en estos últimos años para favorecer e impulsar el espíritu emprendedor y la creación de nuevas empresas.

- Introducción progresiva de materias relacionadas con la creación empresarial en nuestro sistema educativo a todos los niveles, que vayan mostrando a las sucesivas generaciones los recursos de que puede disponer una persona para desarrollar sus propias ideas y negocios.

A corto plazo, los datos del informe GEM 2003 proporcionan información suficiente como para contribuir al diseño de políticas públicas específicas y como para explicar a la sociedad española los puntos fuertes y débiles de esta actividad, que contribuye a la creación de empleo y riqueza, y que influye en mayor medida de lo que muchos pueden suponer, en la marcha de nuestra economía y bienestar.

Así, en esta edición del estudio, se ha registrado un incremento del 47,5% en la creación empresarial explicado por la estabilidad y crecimiento de nuestra economía, la existencia de oportunidades, la incorporación de más jóvenes, la mayor participación femenina y la mejora en diversos aspectos de legislación, fiscales, programas gubernamentales y apoyo institucional, tanto a nivel nacional como autonómico y local. De hecho, a lo largo del año, se ha podido observar como en los medios de comunicación, en los programas electorales y en otros muchos foros, se ha hablado constantemente y con profusión del empresariado, por lo que, de un tiempo a esta parte, se percibe este tema como más importante y prioritario que hace algunos años.

Si el entorno no sufre un retroceso, los datos son optimistas y esperanzadores y ponen de manifiesto un avance discreto pero progresivo en muchos de los factores que influyen en el fenómeno emprendedor de nuestro país.

De forma más específica y a la vista de los datos consignados en los capítulos anteriores, las recomendaciones que dicho equipo propone para actuaciones a corto plazo son las siguientes:

Idear sistemas de difusión y captación de las oportunidades de negocio existentes en nuestro país pues, según los expertos, en España, todavía quedan muchos nichos por explotar y estamos lejos de agotar todas las posibilidades de negocio. Por otro lado, en las universidades existen iniciativas investigadoras que, bien canalizadas, pueden derivar en líneas de negocio y, en las escuelas de negocio se fomenta cada vez más la práctica de creación empresarial que genera continuamente ideas de negocio, muchas de las cuales son innovadoras y viables.

Analizar el mercado laboral y combinar su evolución con la promoción de la alternativa empresarial cuando las expectativas de oferta de empleo estable sean recesivas. Para lograr que lo anterior sea más factible, es necesario avanzar en materia de regulaciones relativas a los temas de

seguridad social y prestaciones de seguro de desempleo a los autónomos y empresarios.

Dada la pobre labor innovadora de las nuevas empresas españolas, hace falta un aumento de los fondos públicos para I+D y, quizás más importante en este entorno, una mayor transferencia de la investigación que se realiza en el entorno universitario, mayormente financiada con fondos públicos, hacia el sector empresarial. Una medida concreta para impulsar esta transferencia es el apoyo, tanto administrativo como financiero, a parques tecnológicos en las universidades donde los dos mundos, el científico y el empresarial, puedan interactuar. Un ejemplo de desarrollo de este tipo se puede encontrar en la Universidad Autónoma de Madrid cuyo parque científico cuenta con una incubadora para Start-ups creadas por estudiantes o a partir de investigaciones de estudiantes.

También hace falta incentivar a las empresas privadas para que aumenten su volumen de I+D ya que, como los datos comparativos con la Unión Europea y la OCDE han puesto de manifiesto, la contribución de nuestro sector privado al gasto total en I+D es muy reducido.

La importancia, a escala mundial, de la inversión informal para la actividad empresarial sugiere que una mayor información y apoyo, por ejemplo en términos fiscales, a iniciativas privadas de este tipo podrían tener un gran impacto. La red formal de inversores profesionales en España está claramente subdesarrollada por lo que iniciativas como la tomada por el IESE (con un master específico dirigido a Business Angels) deben ser fomentadas y apoyadas. Los programas gubernamentales de apoyo financiero a nuevas empresas están dando muy buenos resultados por lo que se sugiere seguir en esa misma línea.

EL informe de este año también ha puesto de manifiesto que el problema de España a nivel emprendedor radica no tanto en la creación de empresas sino en su crecimiento. El análisis preliminar de las posibles causas apunta a un deficiente sistema educativo en cuanto a la promoción de los valores de creatividad e independencia. Estos problemas se manifiestan de manera especial en primaria y secundaria, ya que los expertos reconocen que las escuelas de negocios españolas tienen un buen nivel. Finlandia hace algunos años, y a raíz de las conclusiones del informe GEM finlandés, puso en marcha un ambicioso proyecto orientado a implantar la asignatura de entrepreneurship o creación de empresas en la escuela. Parece que el programa está dando buenos resultados. Una iniciativa similar podría tener importantes consecuencias en España. Solo así podremos ir cambiando poco a poco nuestra cultura, poco propensa a impulsar y fomentar iniciativas emprendedoras. Dado que ya se ha comentado que las primeras medidas en este ámbito fueron anunciadas hace unos meses, sólo cabe

insistir en su difusión, puesta en práctica y evaluación de resultados.

El apoyo financiero ha mejorado algo con respecto a los parámetros del año anterior. Sin embargo sigue siendo un tema prioritario para mejorar el nivel de creación empresarial y el que la población, en general, más teme a la hora de decidirse a plasmar una idea en negocio. Sin embargo, no basta con pedir a los bancos, empresas de capital riesgo, instituciones gubernamentales, inversores informales y demás financiadores potenciales, que se involucren, sino que hay que poder acudir a estos con proyectos empresariales bien diseñados, con planes de viabilidad, análisis de riesgos y demás requisitos que permitan convencer y fundamentar la consecución de las inversiones. Por consiguiente, hay que mejorar el acceso a los asesores y consultores empresariales y mejorar los servicios de atención al futuro empresario, así como facilitar su formación. Por su parte, el futuro empresario debe aprovechar todas las iniciativas que se dan en este terreno, que cada vez son más numerosas y de muy distintos tipos: agentes de desarrollo local, cámaras de comercio, asociaciones profesionales, centros de formación y otras entidades ofrecen cursos y asesoramiento a quien lo solicite.

Estas y otras recomendaciones particulares que se han ido comentando a lo largo de todo el informe son las que, a la vista de los datos de este año, se proponen para seguir avanzando en esa línea optimista que se vislumbra para la creación de empresas en España a partir del 2004. Este equipo investigador ha podido constatar que muchas de las recomendaciones plasmadas en los informes anteriores han sido tenidas en cuenta por diversos agentes influyentes en el fenómeno emprendedor, lo cual se ha visto reflejado en la progresión ascendente de importantes variables. Por todo ello, estamos convencidos de que este estudio ayuda a mejorar en cierta medida el entorno que rodea al empresario, logrando con ello su principal objetivo.

Finalmente, los informes que, por primera vez, se han realizado para las Comunidades Autónomas de Andalucía, Cataluña y Extremadura proporcionan el mismo tipo de información detallada que ofrece este informe a nivel nacional, con lo cual, el volumen de datos que proporciona el Proyecto GEM 2003 no tiene precedentes en España y constituye una fuente de información única para las instituciones gubernamentales, académicas, profesionales y sociales relacionadas con el fenómeno emprendedor. La comparación regional incluida en este documento pone de manifiesto la existencia de diferencias en muchos factores que configuran la creación empresarial, lo cual constituye un enorme aliciente para seguir ampliando la investigación en esta línea. Desde aquí, el equipo investigador nacional recomienda encarecidamente la lectura de los informes regionales y anima a su ampliación y continuación en sucesivas ediciones.

ANEXO I

En este anexo se explican algunos de los principales conceptos relacionados con la actividad emprendedora, tal y como son entendidos en el seno del Proyecto GEM. El conocer de forma clara dichos conceptos, permite abordar con seguridad la lectura de resultados de cualquier informe GEM, así como conocer la metodología en que se fundamenta dicho Proyecto.

¿Cuáles son las fuentes de información del Proyecto GEM?

Las fuentes de información son tres:

APS = Adult Population Survey. Encuesta anual a una muestra representativa de la población adulta (18-64 años) de un país GEM. Sus preguntas están encaminadas a determinar los principales indicadores que configuran el Proyecto GEM: índices de actividad emprendedora, perfil del emprendedor, actividad por oportunidad y necesidad y muchos otros.

KI = Key Informants Survey. Encuesta anual a un conjunto de, como mínimo, 40 expertos de cada país o región participante cuyas preguntas permiten obtener una visión acerca de las condiciones de entorno que rodean la actividad emprendedora, así como medir, subjetivamente otras variables de interés.

NC = National Characteristics. Amplísimo conjunto de variables secundarias recopiladas por el equipo director del proyecto GEM a nivel nacional y por los equipos nacionales individuales a nivel regional, para poder disponer de variables explicativas con que contrastar diversas hipótesis relevantes. Así, estas bases de datos contienen información sobre competitividad, demografía, indicadores de crecimiento y desarrollo, empleo, investigación, capital riesgo y muchas más, recogidas en fuentes solventes como el FMI, US Census, ONU, UE, OCDE, INE y un largo etc.

¿Qué se entiende por start-up?

La creación de una nueva empresa o negocio es un proceso, que se puede dividir en dos fases principales. La fase start-up y la fase de nueva empresa o firma. La fase start-up consiste en la captación de recursos, diseño y refinamiento del producto o servicio, organización del equipo (si lo hay) y establecimiento de la estrategia para implementar la nueva firma y su desarrollo. A través de las preguntas del cuestionario APS, el GEM mide el porcentaje de adultos entre 18 y 64 años que se hallan en la fase de start-up. Este porcentaje es una parte del TEA que se comenta más adelante.

¿Qué se entiende por empresa nueva o baby business?

Una vez realizada la fase de start-up, se llega a la fase del período inicial en que la empresa recién creada entra en el mercado y pasa a competir con el resto de las empresas existentes en el sector por la captación de clientes. El GEM mide el porcentaje de personas de la población de 18 a 64 años que se hallan en esta fase, teniendo presente que la nueva empresa no esté operando en el mercado por más de 42 meses, ya que si esto sucediese, la empresa en cuestión se contaría como consolidada en lugar de cómo nueva. Este porcentaje de baby business constituye la otra parte del TEA que se comenta más abajo.

¿Qué es el TEA?

El TEA o Total Entrepreneurial Activity es un índice que identifica individuos en encuestas anuales de la población adulta de un país que son activos en la fase de start-up de un negocio o dirigiendo uno nuevo, descontando las duplicaciones, es decir, de aquellos individuos que se registran como casos en las dos variables, sólo se cuenta una de las iniciativas. Por consiguiente, es el porcentaje de personas de la población de 18 a 64 años de un país, activo en una de estas dos fases del proceso emprendedor: start-up o dirección de una nueva empresa o negocio que no lleve más de 42 meses de actividad.

¿Qué es el FEA?

El FEA o Firm Entrepreneurial Activity, es un índice que proporciona el porcentaje de empresas establecidas que se pueden considerar emprendedoras sobre el total de firmas registradas en un país. La base teórica para el diseño de este indicador se sustenta en la identificación de aquellas empresas que introducen nuevos productos y servicios en el mercado y que, además tienen expectativas de crecimiento.

Creación de empresas por necesidad

Se considera que un emprendedor está en ese caso, cuando declara haber creado su empresa o negocio ante la falta de alternativas de empleo o salida profesional.

Creación de empresas por oportunidad

Se considera que un emprendedor está en ese caso, cuando crea su empresa o negocio para aprovechar una oportunidad en la que cree firmemente que puede desarrollar una actividad compitiendo en el mercado o abriendo una brecha innovadora en el mismo.

ANEXO II

LISTA DE FIGURAS

Figura nº 1	→ El modelo teórico GEM.....	8
Figura nº 2	→ Comparación de los índices de actividad emprendedora total (TEA) desde el año 2000 al 2003 para aquellos países que han participado en el Proyecto en alguna de esas ediciones	12
Figura nº 3	→ Series temporales del TEA en países de la UE y EEUU	13
Figura nº 4	→ Evolución temporal del TEA en Argentina	14
Figura nº 5	→ Evolución temporal del TEA en la India	14
Figura nº 6	→ Evolución temporal del TEA promedio de los países GEM 2000-2003.....	16
Figura nº 7	→ TEA 2003 para todos los países GEM	16
Figura nº 8	→ Comparación del TEA 2002 y 2003 para los países GEM	17
Figura nº 9	→ Porcentaje de empresas nacientes, nuevas, establecidas y TEA	19
Figura nº 10	→ El TEA no depende de la población de los países	20
Figura nº 11	→ Países con inmigración entre el 1 y el 6 por 1000 hb y TEA	21
Figura nº 12	→ Relación entre la estimación del cambio previsto en el PIB 2003-2004 como medida de crecimiento económico y el TEA como indicador de la actividad emprendedora en los países GEM 2003. La misma relación pero con el TEA por necesidad.....	24
Figura nº 13	→ Composición TEA 03 según motivación	26
Figura nº 14	→ TEA oportunidad 2001-2003, G7 y España	27
Figura nº 15	→ TEA necesidad 2001-2003, G7 y España	27
Figura nº 16	→ Cambio del TEA, y de sus componentes según motivación, del 2002 al 2003. Países G7 y España	28
Figura nº 17	→ Crecimiento esperado del PIB frente a crecimiento del TEA por oportunidad	29
Figura nº 18	→ FEA por países (índice de actividad emprendedora en empresas consolidadas)	32
Figura nº 19	→ Características socio-económicas de los emprendedores españoles	35
Figura nº 20	→ Actividad emprendedora por edad y sexo.....	36
Figura nº 21	→ Edad y motivación para emprender, oportunidad versus necesidad	37
Figura nº 22	→ Expansión esperada del negocio según la edad de los emprendedores	37
Figura nº 23	→ Actividad emprendedora según su nivel esperado de innovación: 2002-2003	40
Figura nº 24	→ Inversión como % PIB, 2002: Capital de riesgo versus inversión informal	43
Figura nº 25	→ Destino del capital riesgo, 2002. Media GEM	44
Figura nº 26	→ Participación de la población como inversor informal BA en los países GEM	45
Figura nº 27	→ Inversión media en \$ USA de los inversores informales	47
Figura nº 28	→ Capital inicial necesario para emprender	48
Figura nº 29	→ Ratio mujer / hombre para la actividad emprendedora total	49
Figura nº 30	→ Ratio Mujer/hombre por tipo de empresa	50
Figura nº 31	→ Evaluación del apoyo a la mujer emprendedora en los países del GEM	51
Figura nº 32	→ Evaluación del apoyo a la mujer emprendedora en España.....	51
Figura nº 33	→ Porcentaje de la población en edad de trabajar que percibe buenas oportunidades para start-up hasta diciembre de 2003.....	53
Figura nº 34	→ La actividad emprendedora por oportunidad viene explicada en un 55% por la percepción de oportunidades para emprender que tiene la población en edad de trabajar en el conjunto de países GEM	55
Figura nº 35	→ A nivel global, no existe relación, entre la percepción de oportunidades de negocio en 6 meses y la actividad emprendedora por oportunidad en el conjunto de países GEM	55
Figura nº 36	→ En la mayoría de países de Europa, Estados Unidos y algunos países orientales, sí que se da una correlación entre la percepción de oportunidades por parte de los expertos y la generación de actividad empresarial por oportunidad	56
Figura nº 37	→ Evaluación de la percepción de las oportunidades de negocios en España en opinión de una muestra de 138 expertos de todo el país	57
Figura nº 38	→ Clasificación de los países GEM según la opinión de sus expertos en cuanto al conjunto de variables que definen la percepción de oportunidades para emprender.....	57
Figura nº 39	→ Evaluación media de 138 expertos españoles sobre factores que influyen en la motivación para emprender	58
Figura nº 40	→ Clasificación de los países GEM 2003 según su capacidad de motivación para la creación empresarial ..	59
Figura nº 41	→ Habilidad y conocimientos para emprender	60
Figura nº 42	→ Valoración media de las habilidades de las poblaciones para emprender	60
Figura nº 43	→ Relación entre motivación de la población y su potencial para emprender	61

Figura nº 44	→ Creación de empleo de nuevas empresas	62
Figura nº 45	→ TEA 200-2003 por creación de empleo esperada en 5 años.....	63
Figura nº 46	→ Valoración media de las condiciones de entorno en España	66
Figura nº 47	→ Evaluación del apoyo financiero a las nuevas empresas y a las que se están desarrollando. A la izquierda, deuda y acciones y a la derecha, subsidios gubernamentales, business angel y capital riesgo	71
Figura nº 48	→ Apoyo financiero a empresas nuevas y en crecimiento.....	71
Figura nº 49	→ Evaluación de las políticas gubernamentales. A la izquierda, políticas de apoyo y a la derecha regulaciones	72
Figura nº 50	→ Política gubernamental para nuevas empresas y empresas en crecimiento	73
Figura nº 51	→ Comparación internacional de la valoración de los Programas Gubernamentales por parte de los expertos GEM	74
Figura nº 52	→ Puntos fuertes y débiles de los Programas Gubernamentales dedicados a la creación y consolidación de nuevas empresas	74
Figura nº 53	→ Valoración de la educación y formación en entrepreneurship por parte de los expertos GEM. A la izquierda, valoración en primaria y secundaria y a la derecha en post-secundaria	75
Figura nº 54	→ Valoración de la educación y formación en entrepreneurship en el sistema educativo español.	75
Figura nº 55	→ Índice de transferencia tecnológica e I+D elaborado a partir de las opiniones de expertos en los países GEM	76
Figura nº 56	→ Detalle de la evaluación de los expertos españoles acerca de variables relacionadas con la transferencia tecnológica y el I+D	76
Figura nº 57	→ Valoración del acceso a infraestructura comercial y profesional o servicios a empresas en opinión de los expertos GEM	77
Figura nº 58	→ El acceso a la infraestructura de servicios comerciales y profesionales para nuevos empresarios en opinión de los expertos españoles	78
Figura nº 59	→ A la izquierda, velocidad de cambios del mercado y a la derecha, apertura del mercado interno	78
Figura nº 60	→ Opinión de los expertos sobre las variables que caracterizan la actividad del mercado interno español.....	79
Figura nº 61	→ Valoración de los accesos a la infraestructura física por parte de los nuevos empresarios	79
Figura nº 62	→ Análisis detallado del acceso a las infraestructuras por parte de los nuevos empresarios en España	80
Figura nº 63	→ Evaluación de las normas sociales y culturales por países	80
Figura nº 64	→ Evaluación de normas sociales y culturales en España	81
Figura nº 65	→ Comparación regional de actividad emprendedora.....	82
Figura nº 66	→ Índice de actividad emprendedora en grandes regiones españolas agregadas	83
Figura nº 67	→ Conocimiento de emprendedores en las poblaciones adultas de las regiones	83
Figura nº 68	→ Comparación de la motivación para emprender en las regiones, España y el entorno GEM	84
Figura nº 69	→ Motivación para emprender en grandes regiones españolas.....	85
Figura nº 70	→ Expectativas de creación y cierre de negocios por regiones	85
Figura nº 71	→ Participación de la población adulta como business angel informal en las regiones	86
Figura nº 72	→ Análisis de factores que inciden en la motivación y la habilidad para emprender por regiones.....	87
Figura nº 73	→ Comparación de factores de apoyo al desarrollo de la actividad emprendedora por regiones	88
Figura nº 74	→ Participación femenina en la actividad emprendedora, comparación regional	89
Figura nº 75	→ Apoyo a la mujer para emprender, por regiones.....	89
Figura nº 76	→ Start-up por sectores en las regiones	90
Figura nº 77	→ Financiación pública y privada: comparación regional	91
Figura nº 78	→ Valoración de la política gubernamental: comparación regional	91
Figura nº 79	→ Adecuación de impuestos, tasas y regulaciones; atención y ayuda para la creación empresarial por regiones	92
Figura nº 80	→ Fomento del espíritu emprendedor en el sistema educativo por regiones	93
Figura nº 81	→ Transferencia de tecnologías e I+D a las nuevas empresas y asunción de costes de implantación de nuevas tecnologías, por regiones	93
Figura nº 82	→ Acceso a infraestructura de servicios y física por regiones	94
Figura nº 83	→ Reacción y apertura del mercado interno por regiones	94
Figura nº 84	→ Normas culturales y sociales y acceso a oportunidades de creación de nuevos negocio por regiones.....	95
Figura nº 85	→ Respeto a la propiedad intelectual y eficacia de las regulaciones según los expertos de las regiones	95
Figura nº 86	→ Estatuto de nueva empresa.....	96
Figura nº 87	→ Dificultad en las mujeres para emprender según la población española	97
Figura nº 88	→ Sectores en los que la gente emprendería si pudiese.....	98

ANEXO III

LISTA DE TABLAS

Tabla nº 1	→ Evolución de índice TEA en los países del Proyecto GEM	15
Tabla nº 2	→ Desglose de la actividad emprendedora en los países GEM 2003	18
Tabla nº 3	→ Inmigración y TEA.....	21
Tabla nº 4	→ Estimación del número de emprendedores 2003	22
Tabla nº 5	→ Clasificación de países GEM en función de su actividad emprendedora	23
Tabla nº 6	→ Actividad empresarial según motivación y género	29
Tabla nº 7	→ Empleos esperados en 5 años según motivación	30
Tabla nº 8	→ Creación de nuevos nichos de mercado y exportación	30
Tabla nº 9	→ Sector económico según motivación	31
Tabla nº 10	→ Estimación de firmas emprendedoras.....	33
Tabla nº 11	→ Actividad emprendedora por grupo de edad y tipo de iniciativa	36
Tabla nº 12	→ Nivel educativo del emprendedor español.....	38
Tabla nº 13	→ Situación laboral del emprendedor español	38
Tabla nº 14	→ Nivel de renta del emprendedor español	39
Tabla nº 15	→ Actividad emprendedora por sector de actividad y año.....	39
Tabla nº 16	→ Número de empresas nacientes según sector de actividad	40
Tabla nº 17	→ Nivel esperado de innovación en empresas nuevas y nacientes	41
Tabla nº 18	→ Porcentaje de clientes en el extranjero	41
Tabla nº 19	→ Estadísticas de investigación y desarrollo	42
Tabla nº 20	→ Número de co-propietarios	48
Tabla nº 21	→ Fuentes de financiación	48
Tabla nº 22	→ Condiciones de entorno y empresas de alto crecimiento	64
Tabla nº 23	→ Obstáculos y elementos facilitadores de la creación empresarial	67
Tabla nº 24	→ Recomendaciones de los expertos.....	69
Tabla nº 25	→ Edad y sexo de emprendedores por regiones	86



Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo 2003 • España



Instituto de Empresa

María de Molina, 11 y 13
28006 Madrid
España
Tel. (0034) 91 563 55 52
Fax. (0034) 91 563 55 58

PROYECTO GEM-ESPAÑA

Informe nacional, equipo investigador

Instituto de Empresa, Madrid

Alicia Coduras
Paloma López-García
Rachida Justo
Ignacio de la Vega

Patrocinadores
Najeti Group
Instituto de Empresa

Informes regionales, equipos investigadores

Unidad de Andalucía: Universidad de Cádiz

José Ruiz Navarro
José Aurelio Medina Garrido
José Daniel Lorenzo Gómez
Álvaro Rojas Vázquez

Patrocinador
Junta de Andalucía

Unidad de Catalunya: Universitat Autònoma de Barcelona

José María Veciana
Enric Genescà
Yancy Vaillant
David Urbano

Patrocinador
Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona

Unidad de Extremadura: Fundación Xavier de Salas

Ricardo Hernández. (Universidad de Extremadura)
Carlos Díaz. (Universidad de Extremadura)

Patrocinadores
Caja Rural de Extremadura
SODIEX. Sociedad para el Desarrollo Industrial de Extremadura, S.A.
SOFIEX. Sociedad de Fomento Industrial de Extremadura S.A.
Fundación los Santos de Maimona

