

Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM España 20

07

innovación

telemática

online

global



Director del Proyecto: Ignacio de la Vega García-Pastor

Dirección Técnica y de Investigación: Alicia Coduras

Investigadoras: Cristina Cruz, Rachida Justo

Administradora del proyecto: Isabel González



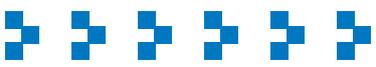
virtual

Futuro





Informe Ejecutivo
GEM España 20





Informe Ejecutivo
GEM España 20



RELACIÓN DE LOS EQUIPOS GEM QUE PARTICIPAN EN LA EDICIÓN 2007 EN ESPAÑA Y SUS PATROCINADORES

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	IE Business School	Ignacio de la Vega García-Pastor <i>(Director del Proyecto GEM España)</i> Alicia Coduras Martínez <i>(Directora Técnica GEM-España)</i> Cristina Cruz Serrano Rachida Justo Isabel González Moya <i>(Administradora GEM-España)</i>	Fundación Instituto de Empresa Dirección General de Política de la Pyme, Ministerio de Industria y Comercio Fundación Cultural Banesto Cámaras de Comercio, Fundación Incyde Agencia de Evaluación Estatal, Ministerio de Administraciones Públicas
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro <i>(Director GEM-Andalucía)</i> José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Antonio Rafael Ramos David Urbano	Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía Centro de Estudios Andaluces Unicaja
Asturias	Universidad de Oviedo	Juan Ventura Victoria <i>(Director GEM-Asturias)</i> Esteban Fernández Sánchez <i>(Director GEM-Asturias)</i> Montserrat Entrialgo Suárez Enrique Loredó Fernández	Consejería de Economía y Asuntos Europeos del Gobierno del Principado de Asturias
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canarias Universida de La Laguna	Rosa M. Batista Canino <i>(Directora GEM-Canarias)</i> Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Agustín Sánchez Medina Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	La Caja de Canarias Caja Canarias Gobierno de Canarias - Promoción Económica Gobierno de Canarias - Servicio Canario de Empleo Fondo Social Europeo Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Las Palmas Cabildo de Gran Canaria
Castilla - La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Miguel Angel Galindo Martín <i>(Director GEM-Castilla La Mancha)</i> Juan Carlos López Garrido Inmaculada Carrasco Monteagudo María Soledad Castaño Martínez Isabel Pardo García Francisco Escribano Sotos José Luis Alfaro Navarro José Mondejar Jiménez María Teresa Méndez Picazo Agustín Pablo Álvarez Herranz	Fundación Rayet Parque Científico y Tecnológico de Albacete Cortes de Castilla La Mancha Caja de Castilla La Mancha Aqualia Solimat Ayuntamiento de Ciudad Real <i>(Instituto Municipal de Promoción Empresarial, Formación y Empleo)</i> Universidad de Castilla La Mancha

RELACIÓN DE LOS EQUIPOS GEM QUE PARTICIPAN EN LA EDICIÓN 2007 EN ESPAÑA Y SUS PATROCINADORES

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Castilla y León	Universidad de León	Mariano Nieto Antolín <i>(Director GEM-Castilla y León)</i> Nuria González Álvarez Constantino García Ramos Vanesa Solís Rodríguez José Luis de Godos Díez Noemi Huerga Pérez	Junta de Castilla y León ADE Inversiones y Servicios Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León Universidad de León
Cataluña	Univeridad Autónoma de Barcelona Institut D'estudis Regionals I Metropolitans De Barcelona	Carlos Guallarte <i>(Director GEM Cataluña)</i> Yancy Vaillant <i>(Coordinador)</i> Teresa Obis Josep Maria Surís Anaís Tarragó	Diputació de Barcelona. Xarxa de municipis. Departament de Treball. Generalitat de Catalunya
Ceuta y Melilla	Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Ceuta) Ana Bojica Gabriel García-Parada Arias Carlos A. Albacete Sáez Sara Rodríguez Gómez Manuel Hernández Peinado	PROCESA-Sociedad de Fomento Fundación Escuela de Negocios de Andalucía
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José María Gómez Gras <i>(Director GEM Comunidad Valenciana)</i> Ignacio Mira Solves <i>(Dirección técnica)</i> Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Jover Noelia López del Castillo M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Javier Sancho Azuar M ^a Antonia Vaquero Sánchez Domingo Galiana Lopera	Air Nostrum Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (MPIVA)
Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno Campos <i>(Director GEM-Madrid)</i> Lidia Villar Mártel Carlos Merino Moreno Miguel Palacios Javier Tafur	Instituto Madrileño de Desarrollo Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Extremadura	Fundación Xavier de Salas-universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura y Coordinador Regional) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo M ^a Victoria Postigo Jiménez	Junta de Extremadura, Universidad de Extremadura, Central Nuclear de Almaraz, Federación Empresarial Cacereña, Sodiex, Sofiex, Pinilla E. Constructora, Arram Consultores, CCOO U.R. Extremadura, Urvicasa, Caja Rural de Extremadura, Palicrisa, Fundación Academia Europea de Yuste, Grupo Alfonso Gallardo, Infostock Europa de Extremadura S.A., Cámara de Comercio de Badajoz, Grupo Katry, Conyser, UGT Extremadura, El Periódico Extremadura, Hoy Diario de Extremadura, García Plata y Asociados, Quesería Pérez Andrada, Fomento de Emprendedores.
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de La Universidad de Santiago de Compostela	Araceli de Lucas Sanz (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López José Antonio Neira Cortés Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo José Alberto Díez de Castro Guillermo Sánchez Vilariño Emilio Ruza Sanmartín Begoña Barreiro Fernández Fernando Losada Pérez María Gómez Barreiro	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG); CEEI Galicia Sa (BIC Galicia); Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de La Universidad de Santiago de Compostela
Melilla	Fundación Escuela de Negocios de Andalucía Consejería de Economía, Empleo y Turismo	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Melilla) María del Mar Fuentes Fuentes (Directora-GEM-Melilla) Ana Bojica Rocío Llamas Sánchez Carlos A. Albacete Sáez Sara Rodríguez Gómez Isabel Maza Pérez Mabel Romero Imbroda Marta Guerrero Werner	Consejería de Economía, Empleo y Turismo de Melilla Fundación Escuela de Negocios de Andalucía

RELACIÓN DE LOS EQUIPOS GEM QUE PARTICIPAN EN LA EDICIÓN 2007 EN ESPAÑA Y SUS PATROCINADORES

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez <i>(Director GEM-Murcia)</i> Alicia Rubio Bañón <i>(Directora-GEM-Murcia)</i> Nuria Nevers Esteban Albert José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Juan Antonio Pérez Fernández Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Economía Empresa e Innovación Fundación Cajamurcia Instituto de Fomento de la Región de Murcia Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Obras y Servicios Técnicos de Levante SL Confederación Regional de Organizaciones Empresariales Universidad de Murcia
Navarra	Servicio Navarro de Empleo	Cristina Arcaya Iñaki Lavilla Fermín Erro	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo
	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra	Iñaki Mas Erice <i>(Director GEM-Navarra)</i>	
	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Martín Larraza	
País Vasco	Orkestra, Instituto Vasco de Competitividad	Iñaki Peña Legazkue <i>(Director del proyecto GEM País Vasco)</i> Juan José Gibaja Nahikari Irastorza José Luís González-Pernía Aloña Martiarena	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Alava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
	Universida de Deusto	Iñaki Peña Legazkue <i>(Director del proyecto GEM País Vasco)</i> Juan José Gibaja Saioa Arando	
	Universidad del País Vasco	María Saiz Jon Hoyos Andrés Araujo	
	Universidad de Mondragón	Iñazio Irizar Etxeberria losu Lizarralde Aiausti	

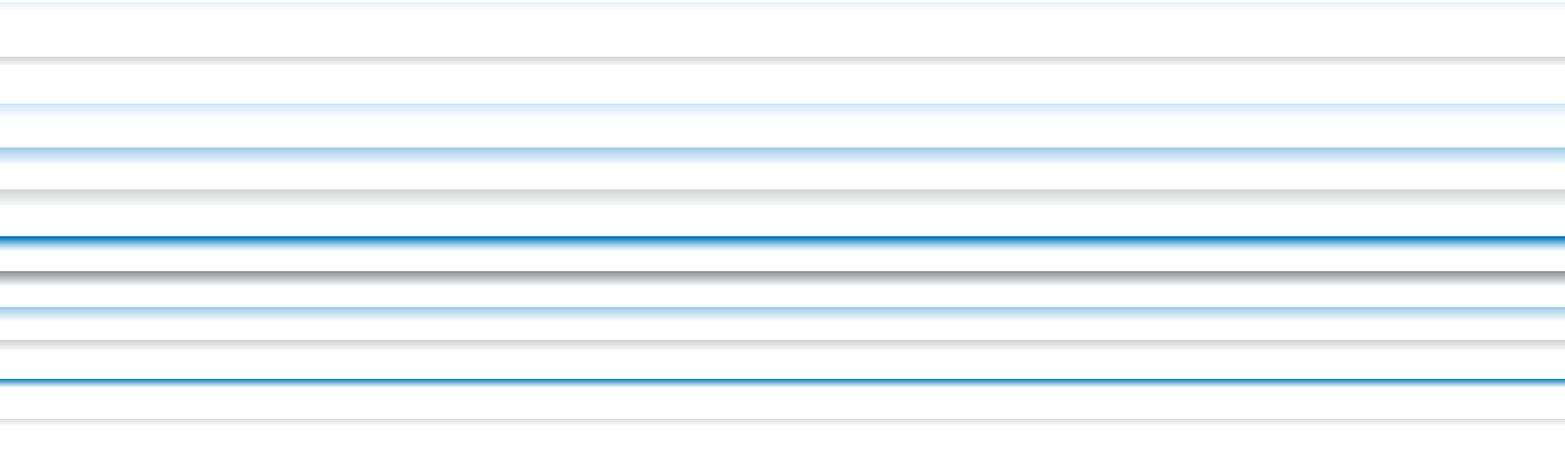
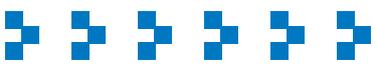
Realización del trabajo de campo GEM para todo el territorio español

INSTITUTO OPINÒMETRE S.L.

www.opinometre.com



Informe Ejecutivo
GEM España 20



INDICE DE CONTENIDOS

Carta del Director del Proyecto GEM en España	17
I. Introducción	19
II. El Proyecto GEM: conceptualización y modelo teórico	20
III. Score Cards o cuadros sintéticos de indicadores y resultados 2007	24
IV. Resumen Ejecutivo	29
1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en España	31
1.1. Actividad emprendedora registrada en la población activa española	
1.2. Evolución de la actividad emprendedora total registrada en la población activa española	
1.3. Dinámica empresarial en la población activa española	
1.4. Actividad emprendedora en el contexto internacional	
1.5. Dinámica empresarial en el contexto internacional GEM	
1.6. Potencial emprendedor en la población adulta española y en el contexto internacional	
2. Tipos de comportamiento emprendedor	45
2.1. Introducción	
2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor	
2.3. Análisis de otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en España el año 2007	
3. Perfil socioeconómico del emprendedor residente en España	51
3.1. Introducción	
3.2. Perfil del emprendedor naciente (hasta 3 meses de actividad)	
3.3. Perfil del emprendedor nuevo (entre 3 y 42 meses de actividad)	
3.4. Perfil del emprendedor consolidado (más de 42 meses de actividad)	
3.5. Perfil del emprendedor que ha abandonado una actividad	
3.6. Perfil del emprendedor potencial	
3.7. Perfil del emprendedor español 2007 en general	
4. Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en España	59
4.1. Introducción	
4.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras españolas en el 2007	
4.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras españolas del 2007	
4.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras españolas medida a través del número de empleados en Julio de 2007	
4.5. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor	
4.6. Actividad emprendedora de las empresas nuevas y consolidadas	
4.7. Volumen de negocio de las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas	
4.8. Innovación en las iniciativas emprendedoras y consolidadas	
4.9. Grado de competencia que afrontan las iniciativas emprendedoras y las consolidadas	
4.10. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas	
4.11. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	
4.12. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas	

5. Financiación del Proceso Emprendedor Español	75
5.1. Introducción	
5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha un start up en el 2007 en España	
5.3. El retorno de la inversión esperada por el emprendedor	
5.4. Las fuentes de financiación que se utilizan en el proceso emprendedor	
5.5. El papel del Inversor Informal tipo Business Angel en España y en el entorno GEM	
5.6. El perfil del inversor informal en España	
5.7. El papel del Capital Riesgo	
6. Actividad emprendedora en función del género	85
6.1. Introducción	
6.2. La actividad emprendedora femenina en España desde una perspectiva internacional	
6.3. Características de la actividad emprendedora femenina	
6.4. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora española	
6.5. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora	
6.6. Alternativas a la participación femenina en la actividad emprendedora: la mujer inversora	
7. Actividad emprendedora en función del origen del emprendedor	93
7.1. Introducción	
7.2. La evolución de la inmigración en España	
7.3. Actividad emprendedora incipiente de los extranjeros el año 2007	
7.4. Diferencias entre los perfiles socio-económicos de los emprendedores en función de su origen	
7.5. Características de la actividad emprendedora extranjera en el 2007	
7.6. Procedencia de los emprendedores extranjeros y algunas conclusiones	
8. Motivación y capacidad para emprender en la población activa española en el 2007	107
8.1. Introducción	
8.2. La percepción de buenas oportunidades para emprender	
8.3. El estado del entorno social del emprendedor como factor de motivación y capacitación para emprender	
8.4. Posicionamiento español en el plano internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la motivación y capacitación para emprender	
9. Análisis general del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora en España en el 2007	117
9.1. Introducción	
9.2. Estado medio general de las condiciones de entorno para emprender	
9.3. Algunas opiniones facilitadas: hablan los expertos	
9.4. Información detallada relativa a las condiciones de entorno	
9.5. Posición española en el ámbito internacional GEM 2007 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos	
10. Breve análisis regional de la actividad emprendedora en España en el 2007	135
10.1. Introducción	
10.2. Principales indicadores de la actividad emprendedora por Comunidades y Ciudades Autónomas	

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura nº 1.** El Modelo Conceptual GEM
- Figura nº 2.** El Proceso Emprendedor según el proyecto GEM
- Figura nº 3.** Evolución del índice TEA que mide la actividad emprendedora total en España en el período 2000-2007
- Figura nº 4.** Abandono de iniciativas y su motivación
- Figura nº 5.** Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2007
- Figura nº 6.** Actividad emprendedora en los países de la UE participantes GEM 2007
- Figura nº 7.** Actividad emprendedora en los países de la OCDE participantes GEM 2007
- Figura nº 8.** Relación de dependencia del TEA respecto del nivel de desarrollo de los países GEM 2007 como conjunto total
- Figura nº 9.** Actividad empresarial (incluyendo autoempleo y todos los sectores) en los países participantes en GEM 2007
- Figura nº 10.** Empresa consolidada (que lleva más de 3,5 años en activo) detectada como porcentaje de la población en el contexto de la Unión Europea
- Figura nº 11.** Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en el contexto de la OCDE
- Figura nº 12.** Porcentaje de cese de actividades en la población de los países que participan en GEM 2007
- Figura nº 13.** Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de todos los países GEM 2006
- Figura nº 14.** Motivación principal para poner en marcha una iniciativa que da lugar a diferentes comportamientos emprendedores
- Figura nº 15.** Distribución de la actividad emprendedora total 2007 en función del principal motivo de su creación
- Figura nº 16.** Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en los países que han participado en GEM 2007 en la UE
- Figura nº 17.** Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en el conjunto de países que han participado en GEM 2007
- Figura nº 18.** Análisis de otros motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad
- Figura nº 19.** Distribución de la actividad emprendedora total en cuatro grandes sectores
- Figura nº 20.** Distribución de la actividad consolidada total en cuatro grandes sectores
- Figura nº 21.** Distribución del número actual de empleados en 4 categorías de las iniciativas emprendedoras (TEA) en su conjunto (desde 0 a 42 meses de actividad)
- Figura nº 22.** Distribución del número actual de empleados en 4 categorías de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)
- Figura nº 23.** Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías de las iniciativas emprendedoras (TEA) en su conjunto (desde 0 a 42 meses de actividad)
- Figura nº 24.** Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)
- Figura nº 25.** Clasificación de los países GEM 2007 en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras con potencial de rápido crecimiento en empleo (más de 19 puestos en 5 años)
- Figura nº 26.** Distribución de las iniciativas nacientes en función de su volumen de facturación anual prevista, aproximada
- Figura nº 27.** Distribución de las iniciativas nuevas en función de su volumen de facturación anual, aproximada
- Figura nº 28.** Distribución de las iniciativas consolidadas en función de su volumen de facturación anual, aproximada
- Figura nº 29.** Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según su grado de innovación en oferta de productos y servicios 2005-07
- Figura nº 30.** Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según el grado de competencia afrontado 2005-07
- Figura nº 31.** Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según la antigüedad de las tecnologías usadas (2005-07)
- Figura nº 32.** Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según la intensidad exportadora (2005-07)

- Figura nº 33.** Parte de recuperación de la inversión inicial esperada por el emprendedor
- Figura nº 34.** Porcentaje de población adulta que ha actuado como business angel
- Figura nº 35.** Evolución conjunta del índice de actividad emprendedora y la inversión informal tipo business angel
- Figura nº 36.** Parte de recuperación de la inversión inicial esperada por el emprendedor
- Figura nº 37.** Porcentaje de población adulta que ha actuado como business angel en los tres últimos años
- Figura nº 38.** Evolución conjunta del índice de actividad emprendedora y la inversión informal tipo business angel
- Figura nº 39.** Actividad emprendedora incipiente en función del sexo en los países GEM 2007
- Figura nº 40.** Ratio de actividad femenina sobre masculina
- Figura nº 41.** Composición de la población extranjera con permiso de residencia en España
- Figura nº 42.** Evolución de la inmigración en España en la última década
- Figura nº 43.** Resultados obtenidos al preguntar a la población si el temor al fracaso supondría un obstáculo para las personas para emprender
- Figura nº 44.** Evolución conjunta de la percepción de oportunidades por parte de la población y del indicador de actividad emprendedora total incipiente en España
- Figura nº 45.** Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país
- Figura nº 46.** Media resumen acerca de la percepción de los expertos en el bloque en que evalúan las oportunidades para emprender
- Figura nº 47.** Media resumen acerca de la percepción de los expertos en el bloque en que evalúan la posesión de conocimientos y habilidades en la población para emprender
- Figura nº 48.** Media resumen acerca de la percepción de los expertos en el bloque en que evalúan el apoyo social a la figura del emprendedor
- Figura nº 49.** Valoración media general de las condiciones de entorno para emprender llevada a cabo por los expertos entrevistados en el 2007
- Figura nº 50.** Situación internacional de España respecto a las condiciones de entorno
- Figura nº 51.** Comparativa del índice de actividad emprendedora regional 2007
- Figura nº 52.** Comparativa del número absoluto estimado de iniciativas de hasta 42 meses de vida en las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas en el 2007
- Figura nº 53.** Comparativa del número absoluto estimado de iniciativas consolidadas en las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas en el 2007
- Figura nº 54.** Distribución de actividad emprendedora regional por oportunidad y necesidad
- Figura nº 55.** Distribución de actividad emprendedora regional por género

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla nº 1** Estimación puntual e interválica del número de iniciativas que estaban en fase incipiente (de 0 a 42 meses) en España en Julio de 2007, distinguiendo entre los estadios naciente y nuevo
- Tabla nº 2** Emprendedores incipientes totales registrados en la población adulta española (PA) de 18 a 64 años de edad en el 2007
- Tabla nº 3** Comparación de la estimación puntual de las iniciativas emprendedoras de los años 2006 y 2007, distinguiendo entre la fase en que se hallan
- Tabla nº 4** Estimación puntual e interválica del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en España en Julio de 2007 y su comparación con el 2006
- Tabla nº 5** Estimación puntual e interválica del número de iniciativas que fueron abandonadas en España los doce meses previos a Julio de 2007 y su comparación con el 2006
- Tabla nº 6** Principales indicadores de actividad consolidada (operativas por más de 42 meses) y cierre de actividades los doce meses previos a Julio de 2007 en España
- Tabla nº 7** Potencial emprendedor de la población española de 18-64 años en el 2007
- Tabla nº 8** Distribución de iniciativas emprendedoras en función de su fase y motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población española de 18-64 años)
- Tabla nº 9** Evolución del tipo de comportamiento emprendedor en España como porcentaje de la población adulta y como porcentaje del TEA total
- Tabla nº 10** Evolución de la distribución de las motivaciones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender
- Tabla nº 11** Distribución del número de propietarios de las iniciativas nacientes, nuevas, emprendedoras en general y consolidadas
- Tabla nº 12** Clasificación de la PYME en función del número de empleados
- Tabla nº 13** Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas emprendedoras y consolidadas para dentro de cinco años
- Tabla nº 14** Actividad emprendedora en empresas nuevas y consolidadas 2007
- Tabla nº 15** Porcentaje de iniciativas innovadoras en las fases emprendedora y consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido
- Tabla nº 16** Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado
- Tabla nº 17** Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir su bienes o servicios
- Tabla nº 18** Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de su bienes o servicios
- Tabla nº 19** Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de su potencial estimado de expansión en su mercado
- Tabla nº 20** Características y distribución del capital semilla en el 2007
- Tabla nº 21** Fuentes de financiación utilizadas por el emprendedor naciente que no ha puesto el 100% del capital semilla
- Tabla nº 22** Perfil del inversor informal tipo business angel en España en el 2007
- Tabla nº 23** Retorno esperado por el inversor informal
- Tabla nº 24** Reacción de la población ante una solicitud de inversión de capital tipo business angel
- Tabla nº 25** Habilidades para emprender y renta de los emprendedores españoles
- Tabla nº 26** Opinión media de los expertos españoles acerca del apoyo prestado a la mujer emprendedora en el 2007
- Tabla nº 27** Sexo del inversor informal e importe invertido
- Tabla nº 28** Retorno esperado y beneficiarios de la inversión en función del género
- Tabla nº 29** Reacción espontánea a la pregunta: Si alguien le pidiese ayuda financiera para poner en marcha una iniciativa emprendedora, ¿cómo cree que reaccionaría?, en función del género

- Tabla nº 30** Actividad emprendedora total registrada en España desglosada en función del tipo de origen del emprendedor y su evolución
- Tabla nº 31** Porcentaje de población que emprende y que no que lo hace en cada colectivo según su origen y su evolución
- Tabla nº 32** Diferencias de mentalidad entre extranjeros y españoles en el 2007
- Tabla nº 33** Evolución de la edad media de los emprendedores en función de su origen
- Tabla nº 34** Evolución de la participación masculina y femenina en la actividad emprendedora en función del origen de los emprendedores
- Tabla nº 35** Evolución del nivel de estudios de los emprendedores en función de su origen
- Tabla nº 36** Evolución del nivel de renta de los emprendedores en función de su origen
- Tabla nº 37** Evolución del sector de las iniciativas en función del origen del emprendedor
- Tabla nº 38** Etapa en que se halla la iniciativa emprendedora según el origen del emprendedor
- Tabla nº 39** ¿Cuántos clientes consideran el producto o servicio ofrecido completamente nuevo?
- Tabla nº 40** ¿Qué grado de competencia enfrentan los emprendedores?
- Tabla nº 41** ¿Qué grado de antigüedad tienen las tecnologías utilizadas para desarrollar el producto o servicio?
- Tabla nº 42** ¿Qué potencial de expansión en el mercado tienen las iniciativas emprendedoras en función del origen de los emprendedores?
- Tabla nº 43** Internacionalización de las iniciativas emprendedoras en función del origen de los emprendedores
- Tabla nº 44** Evolución del capital medio semilla necesario para la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras en función del origen de su impulsor (en euros)
- Tabla nº 45** Evolución del número de empleados de iniciativas emprendedoras en función del origen de su impulsor (datos porcentuales sobre cada tramo de número de empleados)
- Tabla nº 46** País de nacimiento declarado por los emprendedores extranjeros
- Tabla nº 47** Evolución del tiempo medio de residencia en España de los emprendedores extranjeros (en años)
- Tabla nº 48** Evolución temporal del porcentaje de población de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en España en los 6 meses posteriores a la entrevista del observatorio GEM
- Tabla nº 49** Distribución de los tipos de expertos entrevistados en España en el 2007
- Tabla nº 50** Valoración media de los expertos acerca de un conjunto de afirmaciones sobre la existencia de oportunidades para emprender en España
- Tabla nº 51** Resultados de las preguntas relacionadas con el entorno social y la motivación para emprender en la población española en el 2007 y su evolución desde el 2004
- Tabla nº 52** Evaluación media de expertos españoles sobre factores que influyen en la motivación para emprender
- Tabla nº 53** Evolución de las valoraciones medias de las condiciones de entorno
- Tabla nº 54** Fuentes que generan obstáculos a la actividad emprendedora en el 2007, según la opinión de 564 expertos de toda la geografía española
- Tabla nº 55** Fuentes de apoyos a la actividad emprendedora en el 2007, según la opinión de 564 expertos de toda la geografía española
- Tabla nº 56** Valoración media de los expertos acerca de aspectos particulares de cada condición de entorno en nuestro país:

Informe jecutivo
GEM España 20



Carta del Director del Proyecto en España

Un año más, y van ocho, ve la luz el Informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) España, elaborado por un magnífico equipo de investigadores y colaboradores que tengo el honor de dirigir desde el IE Business School. El Observatorio GEM España 2007 forma parte de un Proyecto Global iniciado en el año 1999 y al que se han asociado ya más de 60 equipos representando a ese número de países en toda la geografía mundial. Este es uno de los principales méritos del informe que tiene en sus manos: nos permite un profundo análisis del fenómeno emprendedor y una comparación en los distintos escenarios en los que se mide la misma.

El alcance global del Observatorio GEM nos permite, gracias a su permanencia en el tiempo, además de la comparación entre diferentes modelos y sistemas económicos, obtener datos de una serie histórica que nos va permitiendo predecir el comportamiento de la actividad emprendedora en diferentes ciclos de actividad económica y del entorno en general, algo sin duda especialmente atractivo en momentos como los actuales en los que el cambio de ciclo económico parece más una certeza que una incertidumbre. En esta línea me gustaría recordar a nuestro amable lector que el Proyecto GEM cumple en 2008 diez años de vida. Diez años en los que GEM se ha convertido en referente indiscutible a la hora de analizar el comportamiento emprendedor y su impacto en el crecimiento económico en su más amplia acepción.

El equipo del Instituto de Empresa, socio español del Consorcio GEM y responsable de este análisis, ha desarrollado en esta década un modelo propio de crecimiento del GEM que nos ha permitido ser una de las naciones de referencia en éste Proyecto, éxito en el que compartimos méritos con los 15 equipos regionales que desarrollan con idéntica metodología, y bajo el apoyo técnico y supervisión de Alicia Coduras, Directora Técnica del GEM España, y la Coordinación del Responsable del equipo extremeño, Ricardo Hernández, la fase regional de análisis.

Entre las principales novedades del ejercicio 2007 quiero mencionar la incorporación de los equipos de Ceuta y Melilla, y la próxima adhesión de Aragón y Cantabria. En cualquier caso, y como siempre, el análisis que hace el GEM de la situación de la actividad emprendedora en nuestro país es completo, dado que el equipo del IE Business School cubre aquellas partes del territorio (sólo dos C.C.A.A) donde aún no se han completado equipos propios. Además, en 2007 desde el GEM se ha elaborado el "Análisis de Crecimiento de la Empresa Española" o ACE en su segunda edición, centrada en el análisis y potencial de crecimiento sectorial, así como otras colaboraciones como la desarrollada con la Agencia de Evaluación Estatal sobre trabas burocráticas a la creación de Empresas.

2007 ha representado una cifra de actividad emprendedora en el conjunto nacional todavía positiva, especialmente en los tres primeros trimestres del año, con la importante contribución que los nuevos proyectos empresariales y la consolidación de las start-ups representan para la generación de empleo, riqueza colectiva e innovación para nuestra sociedad. 2008 representa una incógnita aún y un reto para la investigación, sin duda veremos un impacto sobre la tasa de actividad emprendedora (TEA) medida por el GEM derivada del entorno macroeconómico, al menos si reflejamos en esta predicción lo sucedido en anteriores episodios de incertidumbre y recesión.

Quiero terminar agradeciendo a la DGPYME del Ministerio de Industria, Turismo Comercio, a la Fundación Cultural y la Escuela Banespyme de Banesto y a la Fundación Incyde su apoyo, cariño y reconocimiento y como no al equipo de investigación del GEM en el IE Business School, Alicia Coduras, Cristina Cruz y Rachida Justo por su extraordinaria dedicación.

Atentamente,

Ignacio de la Vega García-Pastor
Director del Proyecto GEM en España
Centro Internacional de Creación de Empresas y Empresa Familiar
Instituto de Empresa Business School

I. Introducción

II. El Proyecto GEM: conceptualización y modelo teórico

III. Score Cards o Cuadros Sintéticos de Resultados e Indicadores 2007

IV. Resumen ejecutivo



I. Introducción

Por octavo año consecutivo, el Instituto de Empresa, se complace en presentar el informe sobre el estudio y análisis de la actividad emprendedora española, derivado de los datos proporcionados por el Observatorio anual Global Entrepreneurship, más bien conocido como Proyecto GEM.

La experiencia acumulada a lo largo de estos ocho años de investigación, convierte a este informe en un clásico y en una herramienta consolidada entre todos aquellos agentes que intervienen de alguna forma en el impulso y apoyo de los emprendedores y de la clase empresarial en general.

Esta herramienta, está siendo ampliamente utilizada para mejorar el conocimiento del emprendedor y del papel fundamental que juega en la economía de los países, regiones y localidades de todo el mundo. Asimismo, no hay duda de que ha actuado como asesora en el diseño de políticas públicas, programas gubernamentales, concepción de nuevos productos financieros, remodelación de planes y sistemas educacionales y en otros aspectos, mostrando los puntos fuertes y débiles del entorno inmediato que enfrentan todas aquellas personas que tienen una idea o una ilusión empresarial para poner en marcha.

Por otro lado, su continuidad está permitiendo la observación de la evolución de los principales parámetros relacionados con la creación empresarial, así como el benchmarking entre todo tipo de territorios, lo que facilita el aprendizaje en esta materia concreta, y al mismo tiempo tan llena de matices, entre todos los participantes y usuarios de la misma.

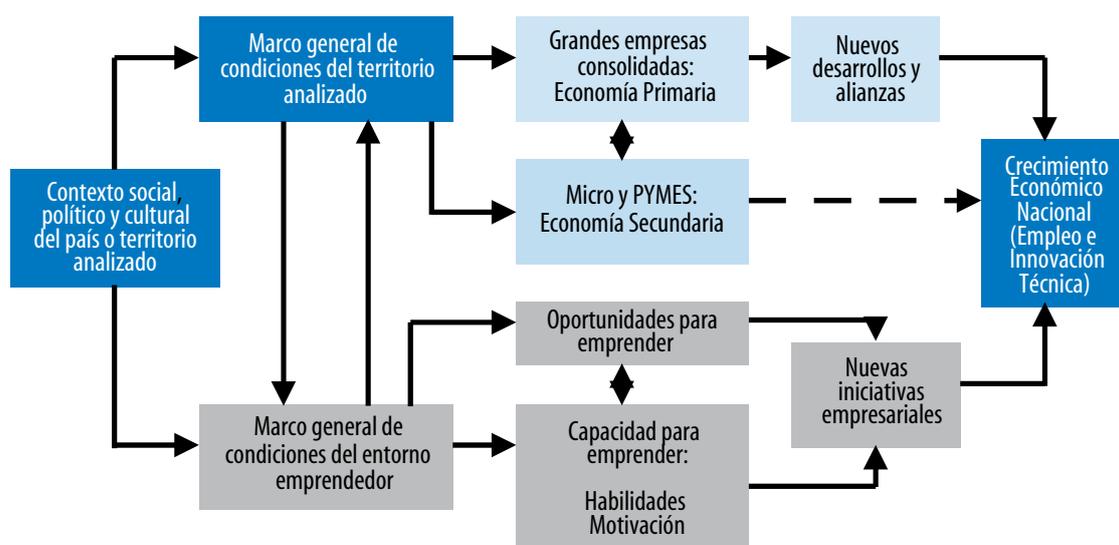
La comprensión de la metodología empleada en GEM ha sido uno de los aspectos en que más se ha profundizado en los informes que preceden a éste. Por ello, ante la veteranía del producto y, convencidos los investigadores que elaboramos anualmente esta información, de que sus seguidores y usuarios están ya plenamente familiarizados con los conceptos que proporciona, el formato escogido para el 2008 supone una transformación encaminada al logro de la síntesis y la concreción de la presentación de los resultados.

En cuanto al desarrollo del Observatorio GEM español del 2007, hay que felicitar por la incorporación de los equipos de Ceuta y Melilla dirigidos por la Fundación Escuela de Negocios de Andalucía, apoyada por las más altas instituciones gubernamentales de dichas ciudades autónomas. Con esta ampliación, la edición 2007 es la primera que ofrece los resultados GEM para toda la nación al completo, si bien, los datos correspondientes a las CCAA de Aragón, Baleares, Cantabria y La Rioja están todavía proporcionados por el Instituto de Empresa a la espera de la próxima incorporación de los equipos que se están creando en dichas regiones y que se estima que en el 2008 serán una realidad.

II. El Proyecto GEM: conceptualización y modelo teórico

Desde su inicio en 1999, el Proyecto GEM se sustenta en un modelo teórico, cuyo formato básico es el siguiente:

Figura 1. El Modelo Conceptual GEM



El contenido que proporciona un Informe GEM cubre el espectro de los componentes básicos de este modelo persiguiendo una serie de objetivos y sustentándose en tres fuentes de información:

Variables secundarias: recopiladas en los organismos más reconocidos mundialmente en temas relacionados con la demografía, el desarrollo económico, la educación, la competitividad, la innovación, la transferencia de I+D y otros temas considerados relevantes en relación al análisis de la actividad emprendedora. FMI, OCDE, ONU, Eurostat, INE, WYB, etc. Son los principales proveedores.

Encuesta a la población de 18-64 años: conocida como Adult Population Survey o APS, contiene una amplia batería de preguntas diseñadas por GEM

Encuesta a expertos de 9 condiciones de entorno: conocida como National Expert Survey o NES, obtiene la valoración de una muestra representativa de especialistas en financiación, políticas y programas públicos, educación, apertura del mercado interno, transferencia de I+D, acceso a infraestructura física, comercial y de servicios, normas sociales y culturales y otros aspectos que configuran el entorno al que se enfrentan los emprendedores del territorio analizado.

Uniendo los ingredientes anteriores, se obtiene la siguiente descripción del sistema operacional que se sigue anualmente en cuanto a la confección de los Informes GEM:

FUENTE	CONCEPTO	OBJETIVO PRINCIPAL
VARIABLES SECUNDARIAS	Contexto Social, Cultural, Político	Relacionar este contexto con el entorno general y con el que enfrentan los emprendedores
VARIABLES SECUNDARIAS	Entorno General Nacional	Relacionar el estado actual de la economía, las políticas públicas y otros aspectos generales con la actividad emprendedora
VARIABLES SECUNDARIAS ENCUESTA A EXPERTOS	Entorno General Para emprender	Establecer el diagnóstico actual sobre el estado de las condiciones de entorno que influyen en el desarrollo de la actividad emprendedora: Financiación, políticas y programas públicos, educación, acceso al mercado y otros
VARIABLES SECUNDARIAS	Economía Primaria Economía Secundaria Nuevos Desarrollos	Estudiar los indicadores referentes a estos apartados en el territorio analizado y disponer de información complementaria que ayude en la explicación de los resultados proporcionados por GEM
ENCUESTA GEM A LA POBLACIÓN DE 18-64 AÑOS ENCUESTA A EXPERTOS	Oportunidades para emprender capacidad y habilidad para emprender	Medir directamente en la población su percepción de oportunidades para emprender y su grado de disposición de capacidad y habilidades naturales en esta materia recabar la opinión de los expertos sobre el mismo tema y comparar con la anterior
ENCUESTA GEM A LA POBLACIÓN DE 18-64 AÑOS	Nuevas iniciativas empresariales	Medir y caracterizar la actividad emprendedora del territorio
VARIABLES SECUNDARIAS	Crecimiento Económico	Relacionar los resultados sobre actividad emprendedora con el desarrollo

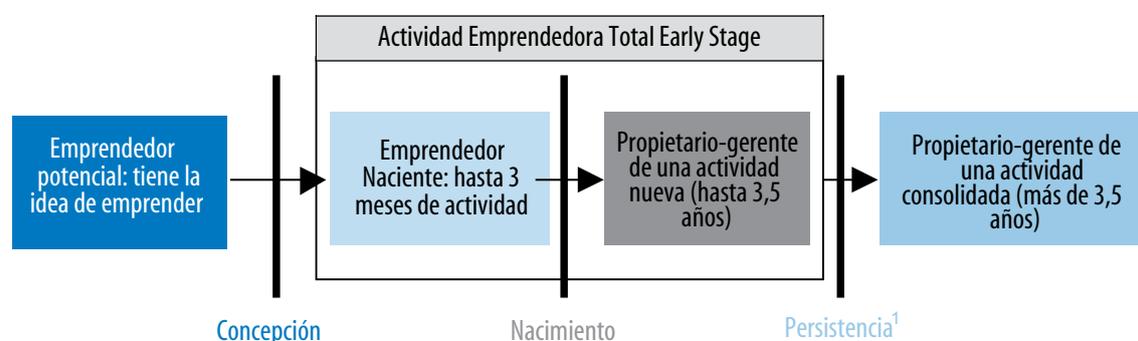
En la conceptualización del modelo GEM, el aspecto al cual hay que prestar más atención de cara a la correcta interpretación de los resultados es el referente al de las nuevas iniciativas empresariales. Leyendo este título, es lógico pensar inmediatamente en el registro de empresas y en las nuevas altas que tienen lugar en el mismo anualmente. Sin embargo, en el seno del Proyecto GEM, no se entiende lo mismo, sino más bien, el volumen de iniciativas que se captan en la población en un año determinado y que están en fase incipiente o de consolidación. El momento crítico entre que una iniciativa sea considerada emprendedora o consolidada se establece en 42 meses, tal y como muestra la Figura 2, en que se diferencian claramente las etapas del proceso emprendedor que se analizan en GEM.

Resultaría sencillo el cambiar en el modelo el apartado “nuevas iniciativas empresariales” por “iniciativas emprendedoras”, entendiéndose por tales aquellas que no superan los 42 meses de actividad, pero el hecho de que

GEM sea un Consorcio Investigador Internacional, complica a veces la terminología y, desde que España se asoció al Proyecto en el año 2000, siempre se ha respetado la terminología original y se han asumido sus cambios cuando lo ha habido.

Por consiguiente, tal y como se remarca en las ediciones GEM desde el año 2000 al actual, téngase presente que el registro de empresas, representado por el DIRCE en España, proporciona el número de altas habidas cada año, mientras que GEM informa del porcentaje de iniciativas de entre 0 y 42 meses de actividad captadas en la población de 18 a 64 años del país, conceptos y cifras no comparables de forma directa.

Figura 2. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



Los porcentajes que obtiene GEM en cada apartado, elevados a la población de referencia² proporcionan estimaciones del número de iniciativas emprendedoras potenciales, nacientes, nuevas y consolidadas que hay en cualquier país o región participante. Los Informes GEM siguen un camino complementario pero diferente al del registro oficial (DIRCE en el caso de España) Los resultados GEM muestran el grado de actividad emprendedora y su evolución, comparándola entre los países, regiones y ciudades participantes gracias al uso de una metodología común, y en ello reside uno de los factores de mayor relevancia de este observatorio anual.

El análisis de la actividad emprendedora constituye desde finales de los años 90 un elemento imprescindible para la comprensión del desarrollo económico de cualquier territorio y ayuda a la previsión y ajuste de políticas públicas allí donde se necesita el impulso de nuevos proyectos y la generación de empleo y riqueza que no puede ser proporcionada debido a la saturación o falta de rotación del empleo funcional o de la economía primaria representada por las grandes empresas nacionales y multinacionales.

El tener una tasa de actividad emprendedora total alta o baja depende de múltiples factores y siempre debe valorarse en función de las características de los territorios en que se mide.

Desde que GEM comenzó su andadura, se ha podido observar que las tasas de actividad emprendedora más elevadas corresponden a países y territorios en vías de desarrollo en los cuales, una buena parte de la población tiene que

¹ Paul Reynolds, Niels Bosma, Erkkö Autio, Steve Hunt, Natalie de Bono, Isabel Servais, Paloma López-García y Nancy Chin. *Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. Small Business Economics, Volumen 24, Nº 3, Abril de 2005. ISSN 0921-898X CODEN SBECEX.*

² GEM 20 mo única fuente de datos poblacionales el US Census para los países e INE para las regiones españolas.

emprender por falta de otras alternativas de trabajo, es decir, por necesidad (Uganda, Perú, Venezuela, Ecuador, Brasil y otras naciones). Otros territorios tienen tasas notables de actividad emprendedora debidas a la propia tradición empresarial de su población (Estados Unidos, Nueva Zelanda, Cataluña y otros). También se observan tasas notables allí donde las políticas públicas han proporcionado un amplio impulso a los emprendedores o donde la propia población ha comprendido que era necesario evitar la despoblación, cambiar la mentalidad laboral y avanzar en el propio desarrollo (Irlanda, Madrid, Extremadura). En cambio, en los países y territorios desarrollados, se aprecian tasas de actividad emprendedora moderada porque la mayor parte del empleo está todavía en manos de los organismos públicos o de grandes empresas que ofertan mucho empleo (Japón es el caso más extremo, con una de las tasas más bajas de actividad emprendedora). La inmigración también constituye un fenómeno que hace fluctuar la tasa de actividad emprendedora incrementándola notablemente (el caso de Canarias en el 2007, es un buen ejemplo)

En definitiva, la tasa de actividad emprendedora es un indicador sensible que puede tener pequeñas oscilaciones si la situación de un territorio es estable y no se ve excesivamente afectada por acontecimientos económicos, políticos y sociales de gran envergadura, o notables oscilaciones si dichas circunstancias afectan ostensiblemente al mismo.

GEM aporta la información necesaria para efectuar anualmente un diagnóstico de lo que está sucediendo en el conjunto de naciones, regiones y ciudades participantes y su análisis, tanto a nivel particular como comparativo, es el que proporciona las pautas de actuación en el diseño de medidas correctoras, si son necesarias, o en el mantenimiento de las actuales si se las considera adecuadas, etc.

En conclusión, más que la persecución de elevadas tasas de actividad emprendedora, lo que se debe lograr en cada territorio es un equilibrio entre el estado del mercado laboral, la economía primaria, el sector público, el desarrollo tecnológico y el apoyo a la creación de proyectos sostenibles que generen riqueza y empleo en la medida en que vaya siendo necesario.

III. Score Cards o Cuadros Sintéticos de Resultados e Indicadores 2007

El término anglosajón “score card” proviene del uso de las tarjetas en que se anotan las puntuaciones y posiciones que ocupan los jugadores que intervienen en diversos tipos de competiciones, tales como el golf, el tenis y otras. Bien es sabido por todos, que muchos términos anglosajones se adoptan en diversas disciplinas porque son sencillos de entender y resumen en una sola expresión lo que en muchas ocasiones requiere amplias definiciones en otros idiomas.

GEM España se ha planteado el confeccionar a partir de la presente edición un conjunto de “score cards” que consiste en unas amplias tablas individuales que contienen y resumen los valores que han alcanzado los indicadores más emblemáticos que se ofrecen a lo largo de los capítulos que componen este Informe³.

TEA SCORE CARD I GEM ESPAÑA 2007 (1ª parte)	
Indicadores porcentuales sobre la población total de 18-64 años	
Tasa total de actividad emprendedora o TEA: composición	
% de iniciativas nacientes de entre 0 y 3 meses de actividad (start up)	3,5%
% de iniciativas nuevas de entre 3 y 42 meses de actividad (baby businesses)	4,1%
Suma de las anteriores: TEA o % de iniciativas emprendedoras de entre 0 y 42 meses	7,6%
Tasa total de actividad emprendedora o TEA: diversos desgloses	
% TEA masculino	4,9%
% TEA femenino	2,7%
Total	7,6%
% TEA por oportunidad	5,8%
% TEA por necesidad	1,1%
% TEA por otro motivo	0,7%
Total	7,6%
% TEA por oportunidad, para aumentar ingresos	1,7%
% TEA por oportunidad, por independencia	2,1%
% TEA en que se mezclan motivos de necesidad y oportunidad	2,0%
Total TEA predominantemente por oportunidad	5,8%
% TEA sector extractivo	0,3%
% TEA sector transformador	2,0%
% TEA sector servicios a empresas	1,8%
% TEA sector orientado al consumo	2,9%
% TEA sector no clasificado	0,6%
Total	7,6%
% TEA sin empleados (autónomos, en solitario)	1,8%
% TEA con 1-5 empleados	1,7%
% TEA con 6-19 empleados	0,5%
% TEA con 20+ empleados	0,1%
% TEA que no indica nº de empleados	3,6%
Total	7,6%
% TEA que no espera emplear a nadie en 5 años	1,8%
% TEA que espera emplear 1-5 empleados en 5 años	3,7%
% TEA que espera emplear 6-19 empleados en 5 años	1,3%
% TEA que espera emplear 20+ empleados en 5 años	0,3%
% TEA que no indica nº de empleados esperados en 5 años	0,5%
Total	7,6%

Esta iniciativa permitirá, de ahora en adelante, la comparación interanual de forma rápida y la disponibilidad de una síntesis del estado de todas aquellas variables que describen la actividad emprendedora en un momento determinado del tiempo y en un territorio en concreto.

TEA SCORE CARD I GEM ESPAÑA 2007 (2ª parte)	
Indicadores porcentuales sobre la población total de 18-64 años	
Tasa total de actividad emprendedora o TEA: diversos desgloses	
% TEA en que todos los clientes consideran el producto o servicio nuevo o desconocido (innovadoras)	1,5%
% TEA en que algunos de los clientes consideran parte del producto o servicio como nuevo o desconocido (algo innovadoras)	2,2%
% TEA en que ningún cliente considera el producto o servicio como nuevo o desconocido (no innovadoras)	3,9%
Total	7,6%
% TEA con muchos competidores	4,5%
% TEA con pocos competidores	2,4%
% TEA sin competidores	0,7%
Total	7,6%
% TEA que usa tecnología nueva (menos de 1 año)	0,8%
% TEA que usa tecnología reciente (1-5 años)	1,3%
% TEA que usa tecnología más antigua (> 5 años)	5,5%
Total	7,6%
% TEA que no exporta	4,1%
% TEA que exporta 1-25%	1,5%
% TEA que exporta 25-75%	1,0%
% TEA que exporta 75-100%	0,6%
% TEA que no informa sobre exportación	0,4%
Total	7,6%
% TEA sin expectativas de expansión en el mercado	4,3%
% TEA con algunas expectativas de expansión en el mercado (sin uso de nuevas tecnologías)	2,5%
% TEA algunas expectativas de expansión en el mercado (con uso de nuevas tecnologías)	0,6%
% TEA con bastantes expectativas de expansión en el mercado	0,2%
Total	7,6%
% TEA en que el emprendedor ya había puesto en marcha otra iniciativa diferente en el pasado	1,4%
% TEA en que el emprendedor nunca había puesto en marcha otra iniciativa diferente en el pasado	6,2%
Total	7,6%
% TEA en que el emprendedor trabaja a tiempo completo en su iniciativa	6,9%
% TEA en que el emprendedor trabaja a tiempo parcial en su iniciativa	0,7%
Total	7,6%

³ La idea de inserción de Score Cards en los Informes GEM españoles procede de una iniciativa del Equipo GEM Andalucía, cuyas primeras experiencias y demostración de su utilidad fueron expuestas mediante la presentación del paper... completar... en el Workshop sobre GEM Regional celebrado en Julio de 2007 en San Sebastián.

TEA SCORE CARD II GEM ESPAÑA 2007 (1ª parte)	
Indicadores porcentuales sobre la tasa total de actividad emprendedora TEA = 100%	
% Iniciativas nacientes o en fase de Start up	45,8%
% Iniciativas nuevas o en fase de baby business	54,2%
Total o TEA	100,0%
% de iniciativas por oportunidad	76,4%
% de iniciativas por necesidad	14,9%
% de iniciativas por otro motivo	8,7%
Total o TEA	100,0%
% de actividad emprendedora por oportunidad, para aumentar ingresos	21,9%
% de actividad emprendedora por oportunidad, por independencia	27,7%
% de actividad en que se mezclan motivos de necesidad y oportunidad	26,7%
Total o TEA en que predomina la oportunidad	76,4%
% de actividad emprendedora masculina	64,1%
% de actividad emprendedora femenina	35,9%
Total o TEA	100,0%
% de actividad emprendedora sector extractivo	4,4%
% de actividad emprendedora sector transformador	26,1%
% de actividad emprendedora sector servicios a empresas	24,2%
% de actividad emprendedora sector orientado al consumo	38,6%
% de actividad emprendedora sector no clasificado	6,7%
Total o TEA	100,0%
% TEA sin empleados (autónomos, en solitario)	23,0%
% TEA con 1-5 empleados	22,5%
% TEA con 6-19 empleados	6,1%
% TEA con 20+ empleados	1,3%
% TEA que no indica nº de empleados	47,1%
Total	100,0%
% TEA que no espera emplear a nadie en 5 años	23,8%
% TEA que espera emplear 1-5 empleados en 5 años	48,7%
% TEA que espera emplear 6-19 empleados en 5 años	16,8%
% TEA que espera emplear 20+ empleados en 5 años	4,4%
% TEA que no indica nº de empleados esperados en 5 años	6,3%
Total	100,0%
% TEA menos de 250 mil€ (volumen de negocio anual, ventas o facturación)	45,2%
% TEA entre 250-500 mil€ (volumen de negocio anual, ventas o facturación)	13,5%
% TEA entre 500 mil – 1 mill€ (volumen de negocio anual, ventas o facturación)	2,3%
% TEA entre 1-2 mill€ (volumen de negocio anual, ventas o facturación)	1,4%
% TEA entre 2-5 mill€ (volumen de negocio anual, ventas o facturación)	7,1%
% TEA entre 5-10 mill€ (volumen de negocio anual, ventas o facturación)	2,0%
% TEA entre 10-50 mill€ (volumen de negocio anual, ventas o facturación)	0,1%
% TEA más de 50 mill€ (volumen de negocio anual, ventas o facturación)	0,3%
% TEA NS/NC, rechaza la pregunta	28,1%
Total	100,0%

TEA SCORE CARD II GEM ESPAÑA 2007 (1ª parte)	
Indicadores porcentuales sobre la tasa total de actividad emprendedora TEA = 100%	
% TEA en que todos los clientes consideran el producto o servicio nuevo o desconocido (innovadoras)	20,3%
% TEA en que algunos de los clientes consideran parte del producto o servicio como nuevo o desconocido (algo innovadoras)	28,3%
% TEA en que ningún cliente considera el producto o servicio como nuevo o desconocido (no innovadoras)	51,4%
Total	100,0%
% TEA con muchos competidores	58,5%
% TEA con pocos competidores	32,1%
% TEA sin competidores	9,4%
Total	100,0%
% TEA que usa tecnología nueva (menos de 1 año)	10,6%
% TEA que usa tecnología reciente (1-5 años)	16,8%
% TEA que usa tecnología más antigua (> 5 años)	72,6%
Total	100,0%
% TEA que no exporta	53,6%
% TEA que exporta 1-25%	20,1%
% TEA que exporta 25-75%	13,1%
% TEA que exporta 75-100%	7,8%
% TEA que no informa sobre exportación	5,4%
Total	100,0%
% TEA sin expectativas de expansión en el mercado	56,5%
% TEA con algunas expectativas de expansión en el mercado (sin uso de nuevas tecnologías)	32,9%
% TEA algunas expectativas de expansión en el mercado (con uso de nuevas tecnologías)	8,1%
% TEA con bastantes expectativas de expansión en el mercado	2,5%
Total	100,0%
% TEA en que el emprendedor ya había puesto en marcha otra iniciativa diferente en el pasado	17,8%
% TEA en que el emprendedor nunca había puesto en marcha otra iniciativa diferente en el pasado	82,2%
Total	100,0%
% TEA en que el emprendedor trabaja a tiempo completo en su iniciativa	90,3%
% TEA en que el emprendedor trabaja a tiempo parcial en su iniciativa	9,7%
Total	100,0%
% de actividades emprendedoras de españoles	86,8%
% de actividades emprendedoras de extranjeros	12,8%
% de actividades emprendedoras en que no facilitan el origen del emprendedor	0,4%
Total	100,0%
% de actividades emprendedoras de españoles	86,8%
% de actividades emprendedoras de inmigrantes por necesidad (no comunitarios)	10,6%
% de actividades emprendedoras de inmigrantes por otro motivo (comunitarios)	2,1%
% de actividades emprendedoras en que no facilitan el origen del emprendedor	0,4%
Total	100,0%

TEA SCORE CARD III GEM ESPAÑA 2007	
Otros datos de interés acerca de los emprendedores entrevistados y sus iniciativas	
Edad media del emprendedor masculino	38,1 años
Edad media del emprendedor femenino	37,5 años
Edad media del emprendedor total	37,9 años
Número medio de propietarios de iniciativas masculinas	1,92 personas
Número medio de propietarios de iniciativas femeninas	1,71 personas
Número medio de propietarios total	1,85 personas
Capital medio semilla en iniciativas masculinas	76.057,48€
Capital medio semilla en iniciativas femeninas	84.359,03€
Capital medio semilla para desarrollar una iniciativa emprendedora 2007	78.993,01€
Capital medio semilla asumido por el propio emprendedor	48.844,57€
Capital medio semilla por la propia emprendedora	60.560,80€
Capital medio semilla asumido en general	52.838,30€

IV. Resumen Ejecutivo

Los resultados del Informe Nacional GEM correspondiente al año 2007 no son sencillos de resumir. El motivo es que en los datos que se presentan en los siguientes capítulos, concurren dos situaciones contradictorias por lo que al modelo conceptual se refiere y ello repercute en la dificultad de la explicación. Así, por un lado, el entorno macroeconómico global deviene progresivamente hostil a medida que transcurre el tiempo y, por otro lado, se advierte que se ha llevado a cabo un gran esfuerzo de inversión en la mejora de los factores que afectan directamente al entorno del emprendedor, tanto desde el ámbito institucional como desde el de otros agentes que intervienen en el fomento de la actividad emprendedora, de tal forma que tenemos la confrontación de dos elementos fundamentales de su impulso y, por consiguiente, de su resultado final.

Esta situación es nueva para el conjunto de investigadores que analizan los datos GEM anualmente pues, o bien éstos se desarrollaban en un clima de bonanza económica, o bien en uno de recesión, pero en el 2007 concurren ambas circunstancias al mismo tiempo lo que puede llevar a cierto grado de confusión en el cual no destaquen suficientemente los muchos detalles positivos que se han detectado en cuanto a la mejora de la calidad de las iniciativas emprendedoras en nuestro país.

Comenzando por la dimensión de la tasa de actividad emprendedora de ámbito nacional, el 2007 ha proporcionado un resultado todavía en alza, aunque la subida final haya sido un discreto 4,11%. Evidentemente, tras el espectacular 35% habido entre el 2005 y el 2006, este resultado puede defraudar, pero si se tiene en cuenta que el año anterior la oscilación fue incluso más elevada de lo esperada, desde nuestra experiencia como analistas de ocho años consecutivos de los datos españoles, la subida del año 2007 es discreta pero más en línea con lo que cabe esperar cada año.

La tasa de actividad emprendedora es un índice muy sensible que siempre ha mostrado tendencia a la baja en momentos de crisis. Sin embargo, el impacto que ha tenido en la del 2007 ha sido menor porque la tasa se ha medido mientras se estaba fraguando. Esta reflexión nos conduce a pensar que el pronóstico para el 2008 debería ser una caída de cierta dimensión, sin embargo, al cierre de esta edición, es posible que cuando se inicie el trabajo de campo del 2008 la situación haya cambiado, por lo que también podría darse el resultado contrario, es decir, un cierto incremento de la tasa.

Lo que sí es muy remarcable es que el presentimiento de una recesión siempre afecta a alguna parte perfil del emprendedor, advirtiéndose un efecto inmediato en el descenso de la intervención femenina en la actividad emprendedora. Sin embargo, también se da la paradoja de que nuestra tasa sigue aumentando con la contribución de los extranjeros, ya sean de régimen general o comunitarios y que la mujer inmigrante del primer tipo es proporcionalmente mucho más emprendedora que la española. En cambio, la edad media se ha mantenido estable, por lo que cabe concluir que la incorporación de jóvenes al proceso emprendedor no se ha detenido, al menos este año, hecho que también corrobora la progresiva presencia de titulados superiores.

En cuanto al tipo de iniciativas, es grato el contemplar una mayor diversificación en el tipo de negocio creado, lo cual se atribuye a un mayor interés por la innovación en producto, en tecnologías y en la expansión, asignaturas pendientes en nuestro país pero que están mejorando progresivamente. Por supuesto, es necesario advertir que esta mayor diversificación sectorial no se acusa en todas las regiones y que algunas persisten en concentrarse, por ejemplo, en el turismo, la restauración y resto de actividades complementarias, pero en los comentarios de los expertos de dichas regiones se percibe claramente su apuesta por advertir y tratar de cambiar este modelo.

El grado de exportación en iniciativas que sólo pueden tener hasta 42 meses de vida es bastante significativo y conduce a la conclusión de que el mensaje de la necesidad de atreverse con el tema de la exportación está siendo acogido por los emprendedores. Sin embargo, en diversos sectores se sienten desprotegidos por las cuotas impuestas en la UE y por la competencia de países asiáticos, así como por la interregional, ya que en algunas zonas se están comenzando a desarrollar negocios muy tradicionales hasta la fecha en otras.

La creación de empleo y la dimensión de las iniciativas emprendedoras en general sigue siendo típicamente “micro”, pero no es desdeñable el porcentaje de emprendedores que tiene en su ánimo la intención de crecer y de crear empleo.

En cuanto a la financiación de las iniciativas, se advierten dos cosas: en primer lugar una inversión media mayor que no se justifica únicamente en términos de inflación y, en segundo lugar, una mayor intervención de fuentes financieras ajenas al propio emprendedor. Por consiguiente, el emprendedor del 2007 se podría ver como más preparado para asumir riesgos y con una mentalidad más acorde con las características atribuibles a esta figura.

La Administración pública ha llevado a cabo múltiples acciones para mejorar el entorno del emprendedor, desde sus condiciones laborales, a la exigencia de mayor rigurosidad en el planteamiento de proyectos susceptibles de beneficiarse con subvenciones, al apoyo a la mujer emprendedora y a los inmigrantes, a la confección de planes de fomento empresarial tanto a nivel estatal como regional o local y, también, en cuanto a la mejora de la tramitación burocrática y otros frentes. Todo ello está teniendo repercusiones que se notan en muchos matices de los datos GEM 2007.

Asimismo, el número de instituciones académicas tanto privadas como públicas que están incorporando asignaturas, cursos y jornadas relacionadas con la actividad emprendedora crece día a día y, aunque su impacto todavía no es suficiente como para que merezca el “aprobado” de los expertos, se puede decir que las notas que ponen a este apartado van mejorando progresivamente.

Finalmente, los medios de comunicación y otros muchos agentes tales como las Cámaras de Comercio, Asociaciones de Empresarios, Desarrollo Local, Banca y Cajas de Ahorros, se han volcado en la promoción de la figura del emprendedor y ello está teniendo su repercusión al igual que también lo hace la celebración del Día del Emprendedor en cada Comunidad Autónoma.

Les dejamos pues, frente a la lectura de un Informe GEM cargado de contenido y bastante atípico por la coyuntura en que está inmersa la sociedad en estos momentos, pero que, a su vez, transmite el mensaje de que la actividad emprendedora española está comenzando a afrontar el reto del cambio y que las personas involucradas en esta forma de desarrollo profesional y personal son cada vez más conscientes de que deben iniciar actividades de calidad, innovadoras y con futuro.

Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en España

Informe Ejecutivo
GEM España 20

07



online

global

innovación

virtual

Futuro

Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en España

1.1 Actividad emprendedora registrada en la población activa española

Entendiendo que una iniciativa emprendedora es todo aquél negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no sobrepasa los 42 meses de vida, la tasa de actividad emprendedora registrada por GEM en la población española de 18 a 64 años de edad es del 7,6% en el 2007.



Dado que la población de 18 a 64 años estimada en el 2007 en España se compone de 26.179.888¹, al elevar los porcentajes anteriores a dicha población, se estima que el número de iniciativas de cada tipo que había en marcha en España en Julio de 2007 era el presentado en los resultados de la Tabla.

Tabla 1. Estimación puntual e interválica del número de iniciativas que estaban en fase incipiente (de 0 a 42 meses) en España en Julio de 2007, distinguiendo entre los estadios naciente y nuevo.

Tipo de iniciativas	Estimación puntual	Estimación por intervalo (error $\pm 0,58\%$)	
		Extremo inferior	Extremo superior
Nacientes (0-3 meses)	916.296	910.982	921.610
Nuevas (3-42 meses)	1.073.376	1.067.151	1.079.601
Total (0-42 meses)	1.989.672	1.978.132	2.001.212

Nótese que entre estas cifras hay empresas que tienen desde 0 a 3,5 años de vida y que, por consiguiente, contienen las creadas entre Julio de 2006 y Julio de 2007, pero también muchas otras que ya estaban en marcha. En ningún caso deben compararse directamente estas cifras con las del registro oficial de empresas que ofrece el DIRCE el primero de Enero de cada año y que, además, siempre se refieren al anterior. GEM mide actividad emprendedora, concepto más amplio que el del registro anual empresarial.

Por otro lado, las estimaciones provienen de la encuesta GEM a la población de 18 a 64 años de edad residente en España, por lo que se hallan sujetas a error de muestreo. Dado que la muestra total se compone de 27.880 entrevistas y que, para un 95% de confianza el error muestral cometido es del 0,58 aplicando dicho error a las estimaciones puntuales, se hallan los intervalos de confianza correspondientes a cada tipo de actividad emprendedora: naciente (0-3 meses), nueva (3-42 meses) y total (0-42 meses).

¹ Fuente US Census, Facilitada por GEM Global para España en el 2007.

Los resultados de la Tabla 1 muestran el desglose de la actividad emprendedora del 2007 en España en cuanto a número de iniciativas nacientes y nuevas. Sin embargo, el número de emprendedores se estima a partir del número de propietarios de cada iniciativa naciente y nueva, dato que también permite obtener la encuesta GEM y cuyos resultados se facilitan en la Tabla 2.

Tabla 2. Emprendedores incipientes totales registrados en la población adulta española (PA) de 18 a 64 años de edad en el 2007.

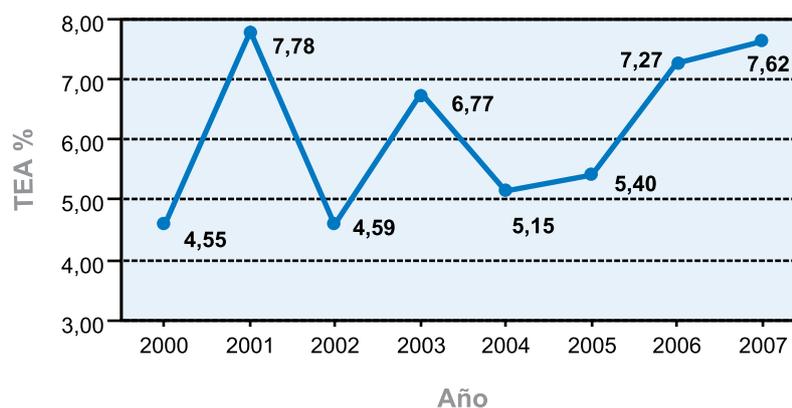
Estimaciones del:	2007	2006	Variación
Número de emprendedores nacientes	1.696.064	1.468.308	+15,51%
Número de emprendedores nuevos	2.005.066	2.030.455	-1,25%
Número total de emprendedores incipientes	3.701.130	3.498.763	+5,78%

En conclusión, el balance de la actividad emprendedora captada por la encuesta GEM a la población de 18-64 años de edad en España arroja luces y sombras. Así, por un lado, la actividad emprendedora en su conjunto aumenta, lo cual es una buena noticia. Asimismo, resulta muy positivo el incremento del 15,51% de emprendedores nacientes del período. Sin embargo, no deja de ser preocupante el descenso de la tasa de actividades que estaban en fase de consolidación, así como de la tasa de emprendedores que ya estaban en dicha fase, que aunque no es muy elevado, no deja de poner de manifiesto la fuerte influencia que tiene la situación global y coyuntural en que se hallan inmersos los territorios en que se mide la actividad emprendedora. Por consiguiente, los esfuerzos institucionales están dando su fruto, pero no hay duda de que el entorno macroeconómico, político y social debería estar en mejores condiciones para que se produzca la consolidación de las iniciativas.

1.2. Evolución de la actividad emprendedora total registrada en la población activa española

La evolución de la tasa de actividad emprendedora total conocida como TEA ha evolucionado en la forma en que se puede ver en la Figura 3 desde que se presentó el primer Informe GEM en España en el 2000 hasta el año 2007.

Figura 3. Evolución del índice TEA que mide la actividad emprendedora total en España en el período 2000 -2007.



Los resultados indican que, tras el espectacular incremento que acusó el TEA el año pasado y que alcanzó un 35,2%, la tasa total de actividad emprendedora, asciende un discreto 4,11% entre Julio de 2006 y Julio de 2007.

En conclusión, aunque el período se cierra con un balance positivo, este sensible indicador comienza a acusar la anunciada recesión prevista para el 2008 por el FMI y otras fuentes reconocidas de información. Los datos están poniendo de manifiesto que estamos ante una nueva situación de inflación galopante, subida del precio de los combustibles, subida de los intereses de préstamos hipotecarios y bajada del número de este tipo de operaciones, disminución del capital medio desembolsado en la inversión en nuevas sociedades e incremento de la tasa de disolución de sociedades, así como frente a otros obstáculos que no van a favorecer precisamente el ánimo para emprender a gran escala.

Sin embargo, en el 2007, los esperanzadores resultados obtenidos se apoyaban en la percepción de un conjunto de cambios muy positivos entre los que destacaban: un mayor reconocimiento cultural a la creación empresarial impulsado por el respaldo institucional de las Administraciones Públicas Locales y Regionales, así como del Gobierno Central, para desarrollar programas y políticas de apoyo a la creación de empresas, y para “popularizar” la actividad emprendedora. También se apreciaron: una serie de mejoras e interés creciente por agilizar la tramitación burocrática, un incremento de iniciativas por desplegar planes regionales y locales de impulso y apoyo al emprendedor, un mayor compromiso por parte de las universidades de fomentar el espíritu emprendedor entre sus futuros licenciados, mejorar la transferencia de I+D y un acercamiento cada vez mayor de la clase financiera en general a la emprendedora.

Por consiguiente, no deja de ser lamentable que la coyuntura global entorpezca la recogida del fruto de esta intensidad de trabajo por la que han apostado tantos tipos diferentes de organismos e instituciones de forma que, a pesar del esfuerzo, no hay duda de que la tasa de actividad emprendedora depende en gran medida del marco general de condiciones en que se halla inmerso el territorio en que se mide y, en última instancia, del contexto económico, político y social del momento, tal y como propugna el modelo GEM presentado en la Figura 1.

A pesar de todo, aún faltan varios meses para la próxima medición del TEA español 2008 y su resultado dependerá de la evolución coyuntural y, sobre todo de quién tenga más fuerza en el pulso que se libraré entre el contexto global y el esfuerzo conjunto que vienen realizando las mencionadas instituciones por animar e impulsar el espíritu emprendedor en nuestro país.

El crecimiento experimentado por la tasa de actividad emprendedora se debe fundamentalmente al notable incremento de iniciativas nacientes con respecto al 2006, tal y como muestran los resultados de la Tabla 2, mientras que se aprecia un descenso entre las iniciativas que se hallaban en fases más avanzadas de consolidación, resultado que cuadra con el reciente anuncio realizado por el INE de que el número de sociedades disueltas aumentó en un 78,2% el pasado Septiembre.

Tabla 3. Comparación de la estimación puntual de las iniciativas emprendedoras de los años 2006 y 2007, distinguiendo entre la fase en que se hallan.

Tipo de iniciativas	Estimación puntual 2006	Estimación puntual 2007	Variación porcentual
Nacientes (0-3 meses)	785.397	916.296	+16,66%
Nuevas (3-42 meses)	1.125.132	1.073.376	-4,60%
Total (0-42 meses)	1.911.132	1.989.672	+4,11%

1.3. Dinámica empresarial en la población activa española

Tal y como se ha podido apreciar en la Figura 2, el observatorio GEM tiene la capacidad de proporcionar datos no sólo de la actividad emprendedora, sino además de la estimación de iniciativas ya consolidadas, es decir, de aquellas que han sobrepasado la barrera de los 42 meses que constituyen la fase incipiente. Los resultados obtenidos en este apartado para el 2007 se presentan a continuación y se comparan con los del año 2006.

Tabla 4. Estimación puntual e interválica del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en España en Julio de 2007 y su comparación con el 2006.

Año	Estimación puntual sobre la población de 18-64 años		Estimación por intervalo (error $\pm 0,58\%$)	
			Extremo inferior	Extremo superior
2007	6,4%	1.675.513	1.665.795	1.685.231
2006	5,4%	1.413.714	1.405.514	1.421.913

En conclusión, la actividad consolidada se incrementa un 18,52% en el 2007 con respecto al 2006, poniéndose de manifiesto que las iniciativas que han pasado la barrera de los 42 meses iniciales han tenido una mayor cota de supervivencia, y que las que se han visto más perjudicadas por los cambios coyunturales son las que conocemos como nuevas o que están entre los 3 y los 42 meses.

El escenario 2007 de la actividad empresarial no estaría completo sin el cálculo de la dimensión de iniciativas que han cerrado en los doce meses previos a la encuesta GEM. Las cifras y su comparación con el 2006 son las siguientes:

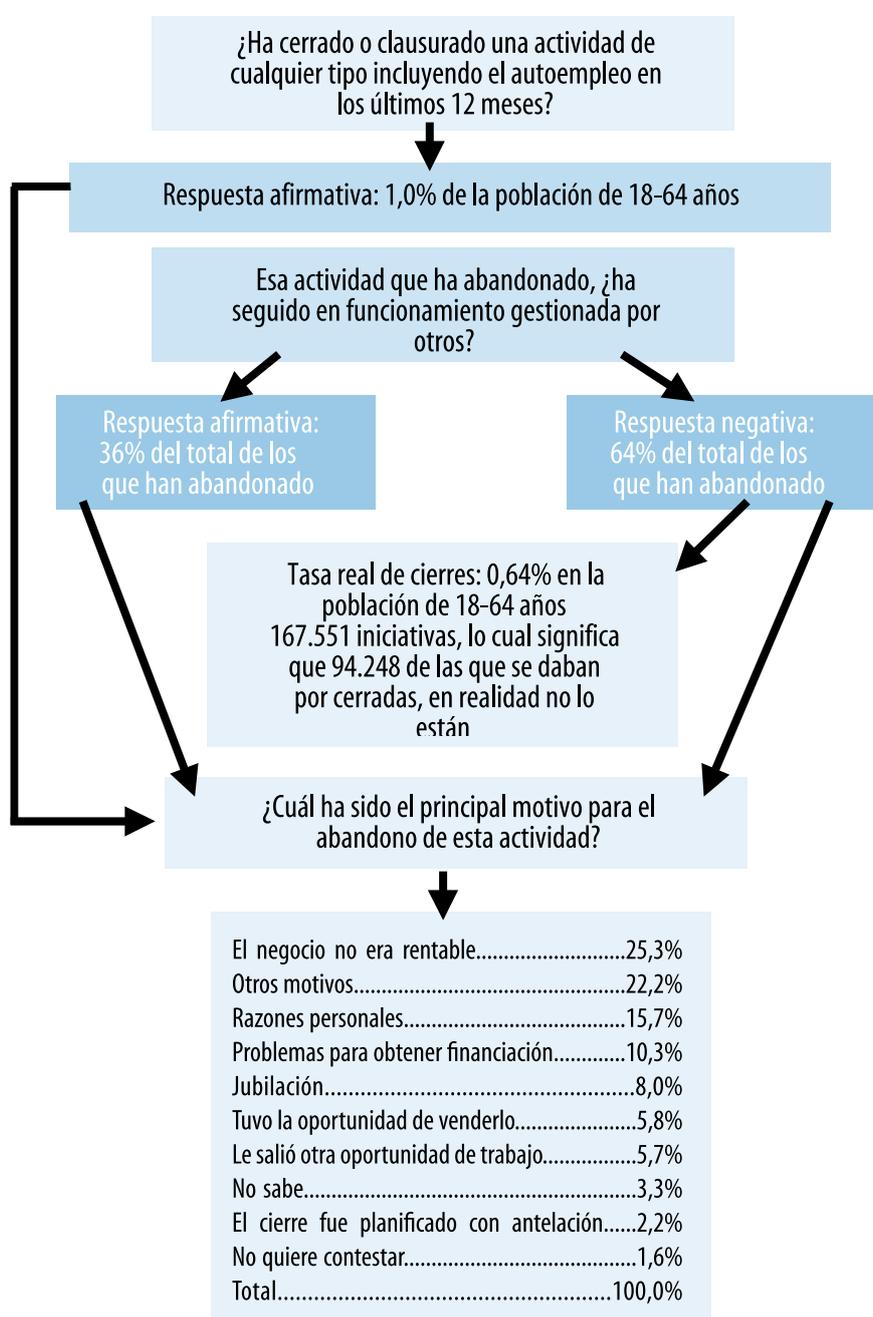
Tabla 5. Estimación puntual e interválica del número de iniciativas que fueron abandonadas en España los doce meses previos a Julio de 2007 y su comparación con el 2006.

Año	Estimación puntual sobre la población de 18-64 años		Estimación por intervalo (error $\pm 0,58\%$)	
			Extremo inferior	Extremo superior
2007	1,0%	261.799	260.281	263.317
2006	1,2%	314.159	312.337	316.672

En consecuencia, este indicador, que había descendido entre el 2005 y el 2006 en un 16,2%, siguió bajando, esta vez en un 16,6%, tasa nada desdeñable, que confirma la buena marcha de las iniciativas consolidadas, de forma que los abandonos han tenido que afectar más a las iniciativas que estaban en fase de consolidación. Los efectos anunciados para finales del 2007 y principios del 2008 no se captan en el conjunto de la nación, aunque ello no significa que en determinadas regiones sí que hayan comenzado a acusarse, como se podrá ver en el capítulo dedicado al análisis regional.

Sin embargo, nótese que en el 2007 este observatorio habla de “abandonos” cuando, hasta la fecha, se trataba este movimiento como “cierres” de iniciativas. En la encuesta 2007 se tomó la decisión de explorar si realmente estos “cierres” eran tales o si entre ellos había más bien “abandonos” por parte de los emprendedores continuando algunas actividades en otras manos y, por consiguiente no constituyendo clausuras de negocios en realidad. Los resultados de este exploración son de gran interés, pues confirman la hipótesis de que, efectivamente, no todo lo que se consideraba en el observatorio como “cierres o clausuras” lo es en realidad. La Figura 4 resume los resultados concernientes a este apartado.

Figura 4. Abandono de iniciativas y su motivación.



Observando las motivaciones de abandono, se comprende que un 36% puedan ser iniciativas que siguen en activo, ya que éstas pueden estar entre las que se han vendido, las jubilaciones, las razones personales, otros motivos e incluso el traspaso ante otra oportunidad de trabajo que le interesaba más al emprendedor.

Al ser este el primer año que el observatorio GEM hace este análisis más profundo, no se pueden llevar a cabo comparaciones con los anteriores, pero todo conduce a la sospecha de que un porcentaje de lo que se admitía habitualmente como cierre no lo era en realidad y se trataba tan sólo de un abandono por parte del emprendedor original.

Entre las motivaciones para abandonar, el año 2005 había predominado el caso del exceso de competencia, en el 2006 los motivos personales y, en el 2007, aunque el mayor porcentaje corresponda a la no rentabilidad del negocio, la distribución es mucho más diversificada que en los anteriores, síntoma de que se mejora en este aspecto y de que los emprendedores como colectivo están más seguros de su elección y de que, en caso de tener que abandonarla lo hacen por motivos menos relacionados con los problemas de falta de apoyo. Así, por ejemplo, la falta de financiación desciende en 10 puntos porcentuales que reflejan el mayor acercamiento de las instituciones financieras al empresario en general.

1.4. Actividad emprendedora en el contexto internacional

Seguidamente, se presentan los resultados comparativos acerca de la tasa de actividad emprendedora total o TEA entre las naciones que participan en el observatorio GEM. El tener un índice mayor o menor puede ser positivo o negativo, dependiendo esencialmente de la necesidad de emprendedores en un país. Así, tras una tasa elevada pueden hallarse diversas motivaciones:

- Un alto grado de necesidad de emprender en la población ante la falta de alternativas de trabajo
- Una arraigada tradición emprendedora
- Una gestión comprometida de apoyo e impulso al emprendedor para equilibrar el mercado de trabajo
- Una necesidad de invertir excedentes de capital

Y, por otro lado, tras una tasa baja de actividad emprendedora pueden existir razones como:

- Un alto grado de desarrollo sustentado en empleo funcional o por cuenta ajena con claro predominio de las grandes empresas y las multinacionales
- Una escasa tradición emprendedora
- Una mala gestión de apoyo e impulso al emprendedor, muchas veces debida a sistemas políticos restrictivos tanto en la actualidad como en el pasado, que ponen grandes trabas al establecimiento independiente de negocios

Finalmente, por lo que respecta a estas comparaciones, es necesario tener en cuenta que las mismas no contemplan aspectos de calidad de las iniciativas emprendedoras, sino sólo de cantidad, por lo que hay que tener presente que en una nación no es deseable una elevada tasa de actividad si esta no se corresponde con negocios que tengan posibilidades de supervivencia a largo plazo y sean fuente de innovación, creación de empleo y generadoras de riqueza, aspectos que se analizan en los siguientes apartados del Informe GEM.

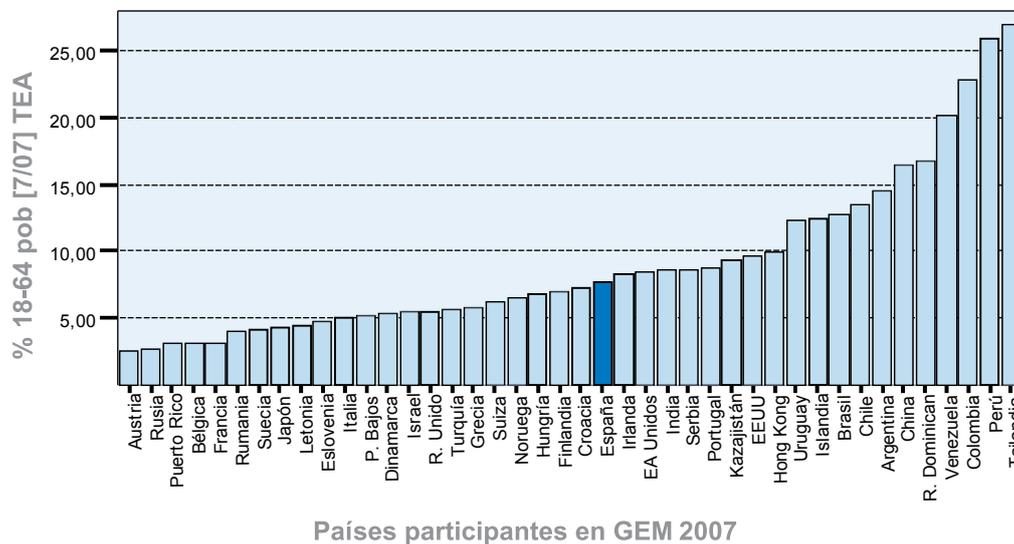
En la figura nº 5 se muestra la posición relativa de España entre los países participantes en la edición GEM 2007. Se

trata de una posición intermedia, típica de un país desarrollado en que el tejido empresarial es importante pero en que hay mucho empleo funcionario y por cuenta ajena. A medida que el mercado laboral se vuelva más restrictivo en dichas categorías o sea necesario invertir excedentes, nuestra tasa de actividad emprendedora puede ir aumentando

si la coyuntura es favorable y las medidas de apoyo al emprendedor acertadas. Los países que tienen las tasas más elevadas de actividad emprendedora son los que están en vías de desarrollo (Tailandia, Perú, Colombia, Venezuela, República Dominicana, etc.), destacando también EEUU, Hong Kong e Irlanda como territorios desarrollados en los cuales existe una alta tradición emprendedora o un fuerte compromiso gubernamental por impulsarla.

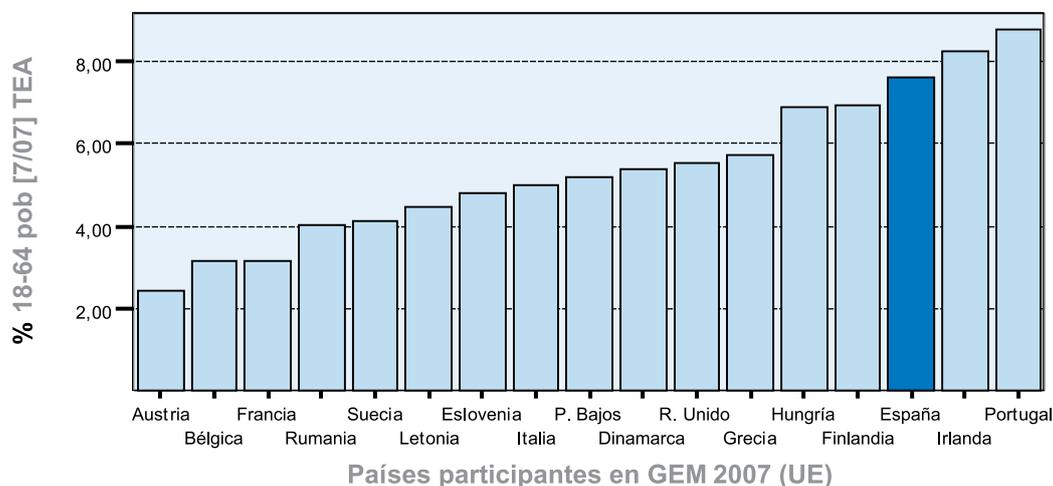
La actividad emprendedora es cíclica a largo plazo y, a medida que el país y sus infraestructuras se desarrollan, el mercado laboral cambia y la tasa tiende a descender: en definitiva, la situación de cada país responde a lo necesario en cada momento histórico y coyuntural, si bien, el incremento de esperanza de vida y la saturación del empleo funcionario y por cuenta ajena viene aconsejando desde hace unos años el fomento de la actividad emprendedora en países como el nuestro para prevenir desequilibrios y para avanzar en innovación y creación de empleo para el futuro.

Figura 5. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2007.



La Figura 6 muestra la posición española en el contexto de la UE muy cercana a la de Irlanda y resultado de la intensa labor institucional y de otros ámbitos que se está efectuando para impulsar la actividad emprendedora en nuestro país. En Portugal la tasa es más elevada debido a causas de necesidad y en Irlanda debido al alto compromiso gubernamental de lograr la existencia de más emprendedores.

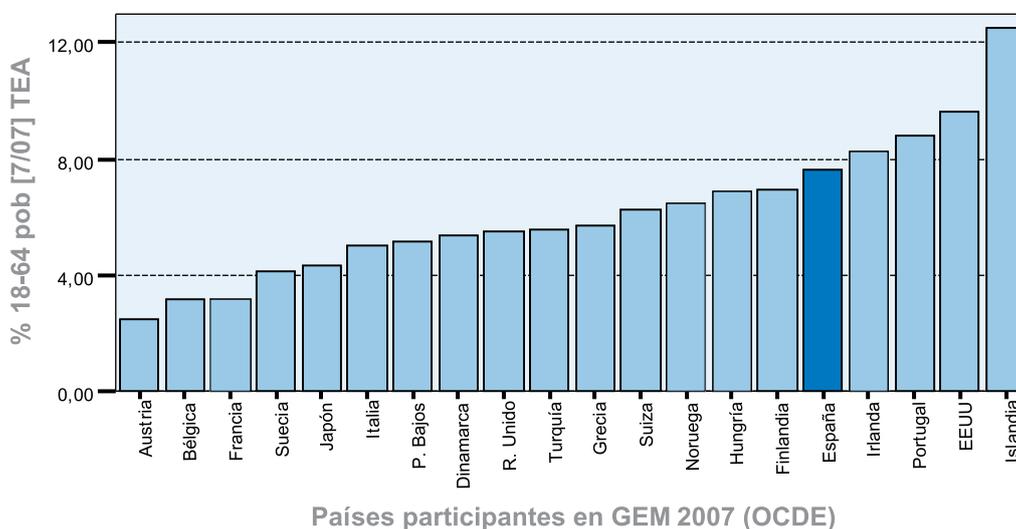
Figura 6. Actividad emprendedora en los países de la UE participantes GEM 2007.



En referencia a España, también es necesario resaltar la influencia que está teniendo la inmigración masiva en nuestra economía. La creación de empresas no es una excepción y, tal y como se mostró en los informes 2005 y 2006, un porcentaje significativo de los inmigrantes, especialmente los que ya llevan cierto tiempo en España, terminan por emprender para establecerse definitivamente en nuestro país. Más adelante se analiza este fenómeno en detalle pero, en este apartado, es conveniente señalar que la inmigración está contribuyendo a aumentar nuestro índice de actividad emprendedora de forma progresiva.

Seguidamente, se muestra nuestra posición relativa en el contexto de la OCDE, siempre teniendo en cuenta que, en este apartado, no se analiza la calidad y dimensión de las actividades emprendedoras de los países, sino simplemente se muestra la tasa bruta de participación de la población adulta en las mismas. Como se puede apreciar, España ocupa una buena posición, con una tasa que se va aproximando a la de EEUU, considerada la nación referente entre los países desarrollados.

Figura 7. Actividad emprendedora en los países de la OCDE participantes GEM 2007.

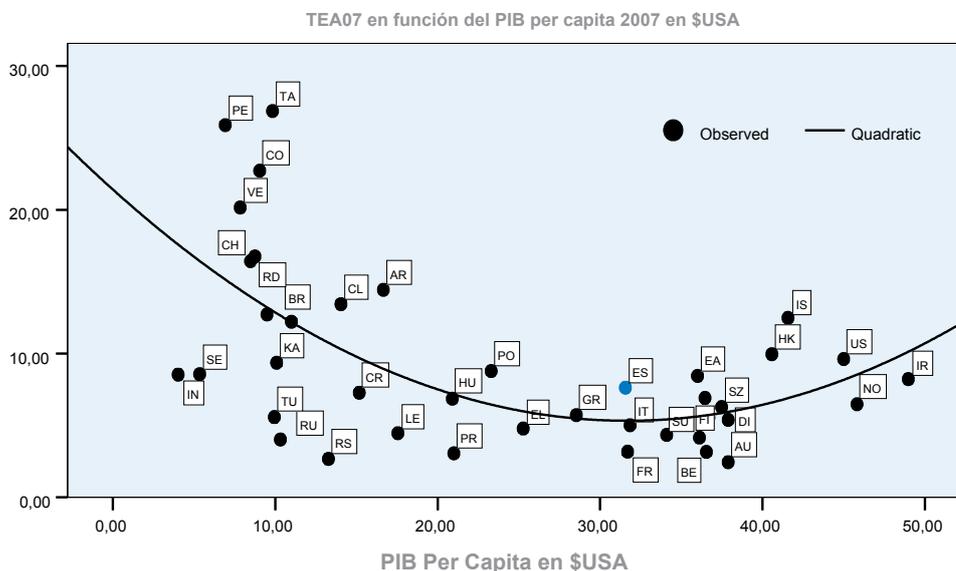


Como se viene comentando, hace varios años que los resultados del proyecto GEM han puesto de manifiesto que tener una alta tasa de actividad emprendedora en la población no es sinónimo de desarrollo en términos brutos. La principal conclusión que permiten extraer los resultados GEM tras casi 10 años de trabajo y observación, es que la tasa de actividad emprendedora de los países responde a un ciclo evolutivo de larga duración, de forma que no sólo tiene un impacto en el crecimiento económico, sino que éste y el nivel de desarrollo de los países explican el momento que atraviesa dicha evolución en cada tipo de país. Por eso, cuando GEM ofrece un gráfico de situación internacional global, éste no se puede interpretar sin tener en cuenta el nivel de desarrollo de cada nación y su estructura macroeconómica y demográfica, ya que sin hacer estas consideraciones, sería absurdo pretender que Tailandia tiene una actividad emprendedora de mayor dimensión en números absolutos y en calidad que la de EEUU, por poner un ejemplo.

El gráfico nos dice que, en proporción, hay más personas adultas inmersas en actividades emprendedoras en Tailandia que en EEUU, pero no nos informa acerca de su dimensión, calidad e impacto en la economía, aspectos que se analizan posteriormente.

La Figura 8 que muestra cómo el indicador TEA depende significativamente de grado de desarrollo de los países representado por el PIB real per capita en Paridades de Poder Adquisitivo (PPS) a precios corrientes del 2007 mediante un modelo de regresión no lineal cuadrático. El ajuste o capacidad explicativa del modelo es del 33,5%.

Figura 8. Relación de dependencia del TEA respecto del nivel de desarrollo de los países GEM 2007 como conjunto total.



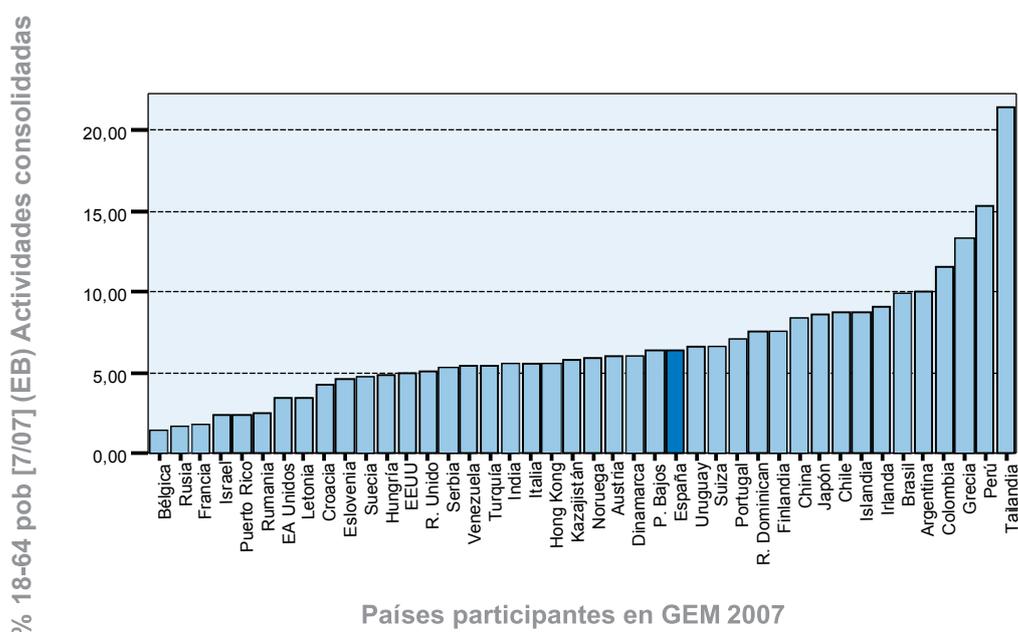
En definitiva, aunque las características de la actividad emprendedora difieren entre los países, la importancia que tiene con respecto al desarrollo económico ya ha sido ampliamente reconocida y GEM viene consolidando este resultado año tras año a nivel internacional. En el gráfico se observa cómo los países en vías de desarrollo se sitúan a la izquierda del mismo, mientras que los de desarrollo medio y medio-alto ocupan el centro o valle de la curva y los más desarrollados el lado derecho.

La relación entre los niveles del PIB per capita y la tasa de actividad emprendedora se ha mostrado como consistente a lo largo de más de cinco años y ya se considera un resultado consolidado².

1.5. Dinámica empresarial en el contexto internacional GEM

La Figura 9 muestra el porcentaje de empresas consolidadas (established business) estimado en la población de 18-64 años de los países participantes. Se trata de empresas, negocios y autoempleos que llevan operando por más de 42 meses y se corresponde aproximadamente con lo que en España entendemos por empresas dadas de alta, por término medio, desde hace aproximadamente 3,5 años y que prosiguen su dinámica. En otros países, no existe un sistema de registro como el español, de forma que en ellos, este dato constituye una de las mejores aproximaciones que se puede establecer acerca del tejido empresarial consolidado².

Figura 9. Actividad empresarial (incluyendo autoempleo y todos los sectores) en los países participantes en GEM 2007.



Al igual que en el apartado anterior, es interesante mostrar estos resultados para la UE (Figura 10), la OCDE (Figura 11) y tener siempre en cuenta que la calidad y dimensión de la dinámica empresarial no es comparable entre algunos países. Así, por ejemplo, en la UE, Grecia encabeza la gráfica porque proporcionalmente hay más negocios y empresas consolidados entre su población que en las restantes pero, sin embargo, debemos tener en cuenta su menor desarrollo y que la calidad y dimensión de estas empresas no es comparable con las de otros países como, por ejemplo, Reino Unido, que ocupa una posición intermedia. El paralelismo entre estas gráficas y la referente a actividad emprendedora es evidente y muestra la estrecha relación entre ambos conceptos.

² Carree et al (2002) describen el marco teórico en detalle. Estos autores también establecieron la existencia de esta curva para tasas de autoempleo en los países de la OCDE sobre el período 1974-2002. Una revisión posterior (ver Carree et al. 2008) mostró que también se podía hallar evidencia empírica de que la curva podía ir tomando la forma de un modelo en L. Wennekers et al (2005) establecieron la curva U controlada por otras variables determinantes al explicar las tasas de emprendedores nacientes utilizando datos GEM.

Figura 10. Empresa consolidada (que lleva más de 3,5 años en activo) detectada como porcentaje de la población en el contexto de la Unión Europea.

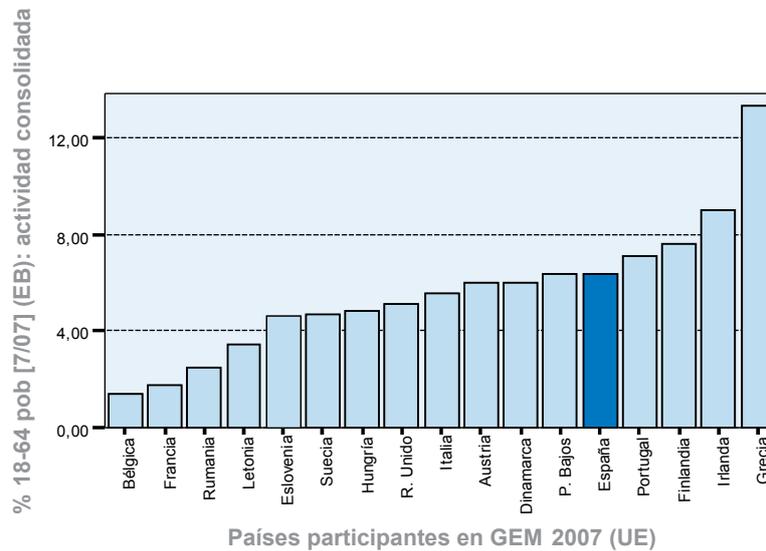
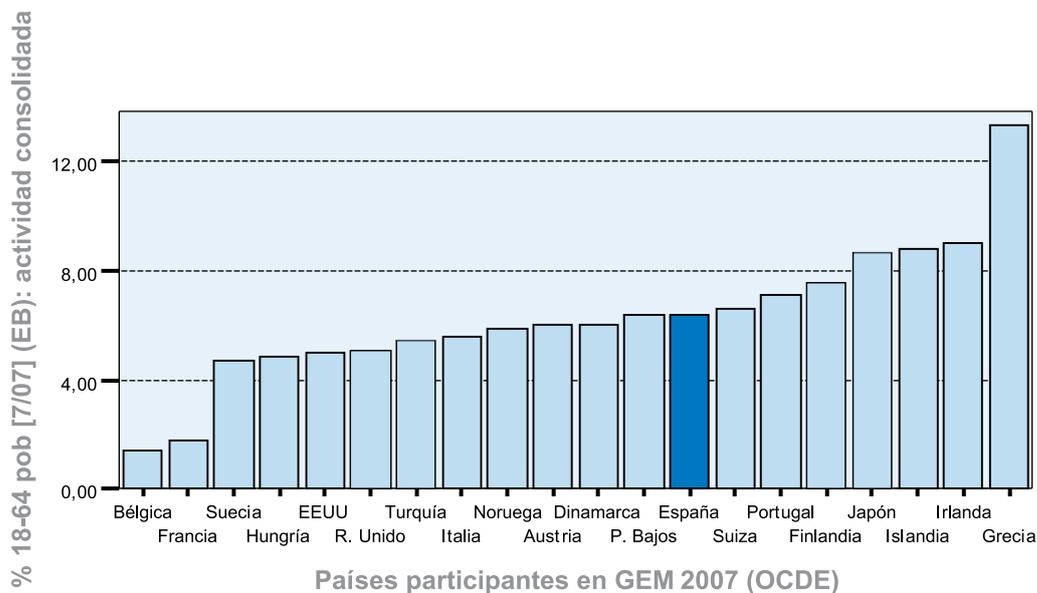
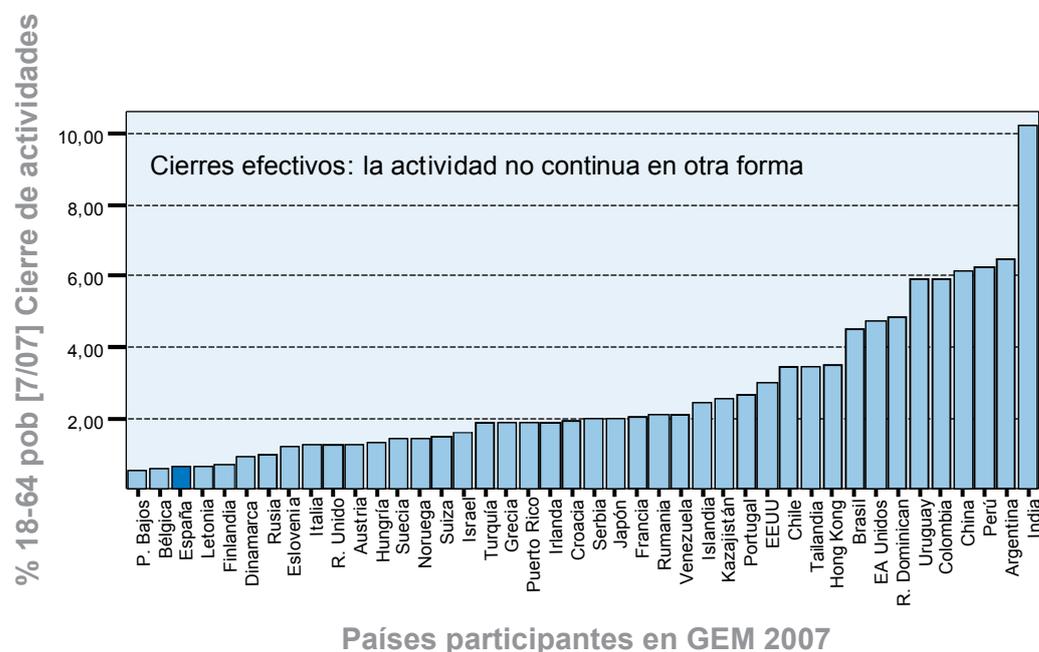


Figura 11. Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en el contexto de la OCDE.



La descripción de la dinámica empresarial, se completa con el estudio del cierre efectivo de iniciativas doce meses antes de Julio de 2007 en forma de porcentaje en la población de 18-64 años de los países GEM. En este porcentaje ya se han descontado las actividades que han sido abandonadas por el emprendedor, pero que siguen en marcha. España ocupa una posición muy favorable con respecto a este indicador.

Figura 12. Porcentaje de cese de actividades en la población de los países que participan en GEM 2007.



En general, al observar el conjunto total de países GEM, se aprecia que tanto la natalidad como la mortalidad de iniciativas son, en términos porcentuales, muy superiores en los países en vías de desarrollo que en los países desarrollados, por lo que la dinámica emprendedora sufre, en general, una mayor rotación en aquellas naciones.

En resumen, la dinámica empresarial española entre Julio de 2006 y Julio de 2007, se describe mediante los resultados de la Tabla 5.

Tabla 6. Principales indicadores de actividad consolidada (operativas por más de 42 meses) y cierre de actividades los doce meses previos a Julio de 2007 en España.

	Actividad consolidada	Tasa de cierre efectivo de actividades
%	6,38%	0,63%
Estimación puntual	1.670.277	164.933
Intervalo de confianza al 95%	(1.660.589, 1.679.965)	(163.976, 165.890)

En definitiva, aglutinando las cifras de iniciativas emprendedoras más las consolidadas, el GEM puede aproximarse al registro de empresas DIRCE del año 2007 arrojando una cifra de: 3.659.949 actividades en funcionamiento, ya sea en fase de despegue, de consolidación o consolidadas. El intervalo de confianza al 95% de esta estimación es: (3.638.721, 3.681.177).

Si se descuentan las actividades efectivamente cerradas, la estimación final sería de 3.495.016 actividades de cualquier sector, incluyendo el autoempleo, con un intervalo de confianza al 95% de: (3.474.745, 3.515.287).

Nota: Téngase en cuenta que los datos DIRCE 2007 harán referencia al registro empresarial del 2006, mientras que GEM abarca el período: Julio 2006-Julio 2007.

1.6. Potencial emprendedor en la población adulta española y en el contexto internacional

En este apartado se ofrece una síntesis de los datos referidos a los emprendedores potenciales, es decir, a aquellos que tienen en mente la idea de poner en marcha un negocio o autoempleo en los próximos 3 años. Así, en España, a la pregunta: ¿Espera acometer un start up en los próximos 3 años?, la tasa de respuesta obtenida es la siguiente:

Tabla 7. Potencial emprendedor de la población española de 18-64 años en el 2007.

Emprendedores Potenciales en la Población Adulta Española 2006		
Estimaciones al 95% de confianza, error $\pm 0,58\%$	Número	Porcentaje de PA
Emprendedores potenciales	1.790.704	6,84%

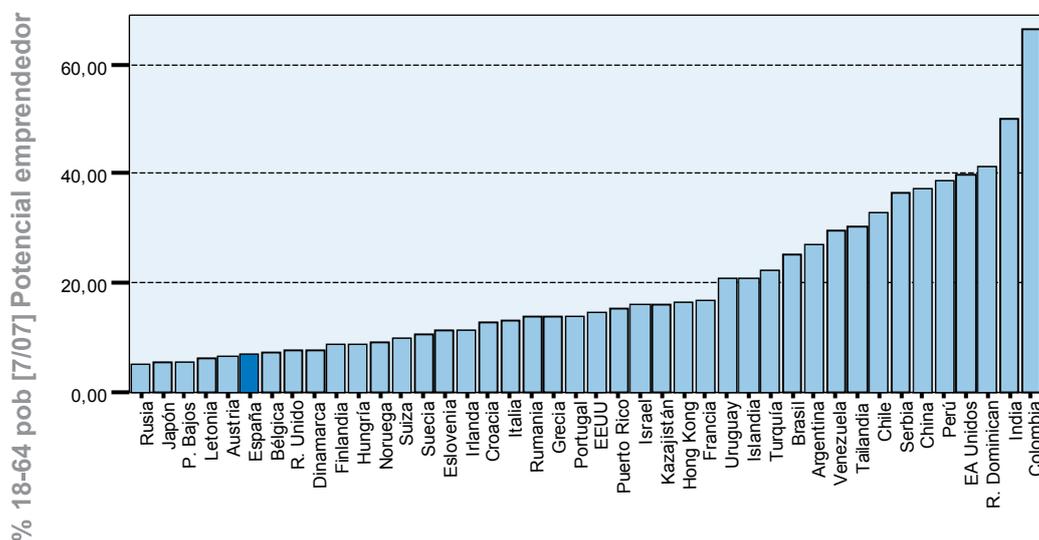
Por consiguiente, este resultado pone de manifiesto que, de no modificarse sustancialmente el panorama económico y social, la tendencia a emprender en España aumenta progresivamente y de forma positiva. Comparando este indicador con el del 2006, se registra un incremento del 8,6%.

La intención de emprender en los próximos 3 años se incrementa en un 8,6% en España con respecto al 2006.

La experiencia demuestra que sólo parte de dicha intención se lleva finalmente a término, siendo las condiciones globales de la nación y las específicas del entorno del emprendedor las que más condicionan el tomar la decisión final.

En el plano internacional, si se observan los resultados para todo el conjunto de países GEM, se aprecian grandes disparidades, motivadas, como se viene explicando, por los diversos niveles de desarrollo, la necesidad ante la falta de alternativas de trabajo y otros. España está bastante alineada con los países de la Unión Europea y presenta una situación mejor que la del año 2006.

Figura 13. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de todos los países GEM 2006.



Países participantes en GEM 2007

Capítulo 2: Tipos de comportamiento emprendedor

Informe Ejecutivo
GEM España 20

07



online

global

innovación

virtual

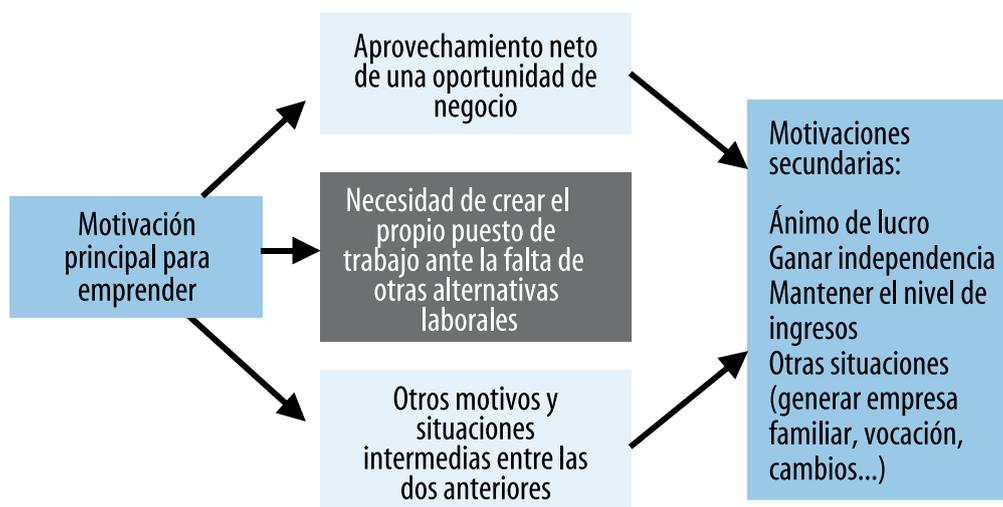
Futuro

Capítulo 2: Tipos de comportamiento emprendedor

2.1. Introducción

Tras cada iniciativa emprendedora existe algún tipo de motivación que la impulsa. A través de las preguntas que contiene la encuesta GEM se exploran ciertos aspectos del comportamiento emprendedor sustentados por en las teorías académicas que propone la literatura más reconocida al respecto. Concretamente, los análisis del observatorio se concentran en el siguiente modelo:

Figura 14. Motivación principal para poner en marcha una iniciativa que da lugar a diferentes comportamientos emprendedores.



2.1. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

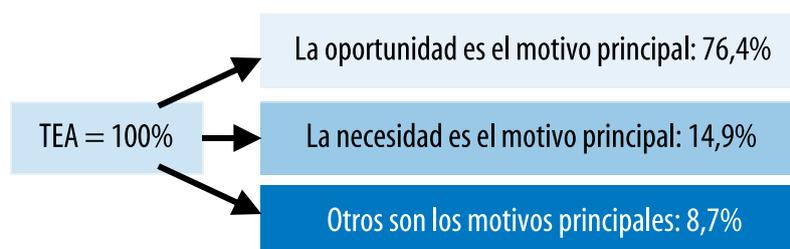
La siguiente tabla resume las cifras relativas a los diversos comportamientos emprendedores en España, en el 2007, sobre la población de 18-64 años de edad, distinguiendo entre las iniciativas que están en fase naciente (start up), nueva o baby business y la total (TEA) que aglutina a ambas.

Tabla 8. Distribución de iniciativas emprendedoras en función de su fase y motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población española de 18-64 años).

Motivo de su creación	Tipo de iniciativa		
	Naciente (SU)	Nueva (BB)	TEA: SU+BB
Oportunidad pura	1,7%	2,5%	4,1%
Oportunidad en parte	0,9%	0,8%	1,7%
Necesidad	0,5%	0,7%	1,1%
No clasificable, otro caso	0,3%	0,3%	1,6%
Total	3,5%	4,3%	7,6%

Los resultados de la siguiente figura permiten visualizar fácilmente que del total de la actividad emprendedora española, la gran mayoría (más de tres cuartas partes), se crea, principalmente, por aprovechamiento de una oportunidad.

Figura 15. Distribución de la actividad emprendedora total 2007 en función del principal motivo de su creación.



Este claro predominio de la motivación de emprender por oportunidad, típica de los países desarrollados se viene dando en España desde que se confecciona el informe GEM. No obstante, en la Tabla 8, comparando estas cifras con las del año anterior, se observa cierta disminución de iniciativas emprendedoras motivadas por la oportunidad pura, más acusada entre las iniciativas nuevas que entre las nacientes, así como un aumento de las iniciativas por necesidad entre las primeras, permaneciendo estables las segundas en este aspecto. Finalmente, también es interesante observar el incremento de las que se crean por otros motivos.

En general, la actividad emprendedora por oportunidad desciende un 9,1% respecto al año anterior en el total, mientras que la actividad por necesidad desciende un 1,97%, poniendo de manifiesto que la distribución presenta un cambio muy significativo a favor de las iniciativas creadas por otros motivos, que aumentan muy considerablemente.

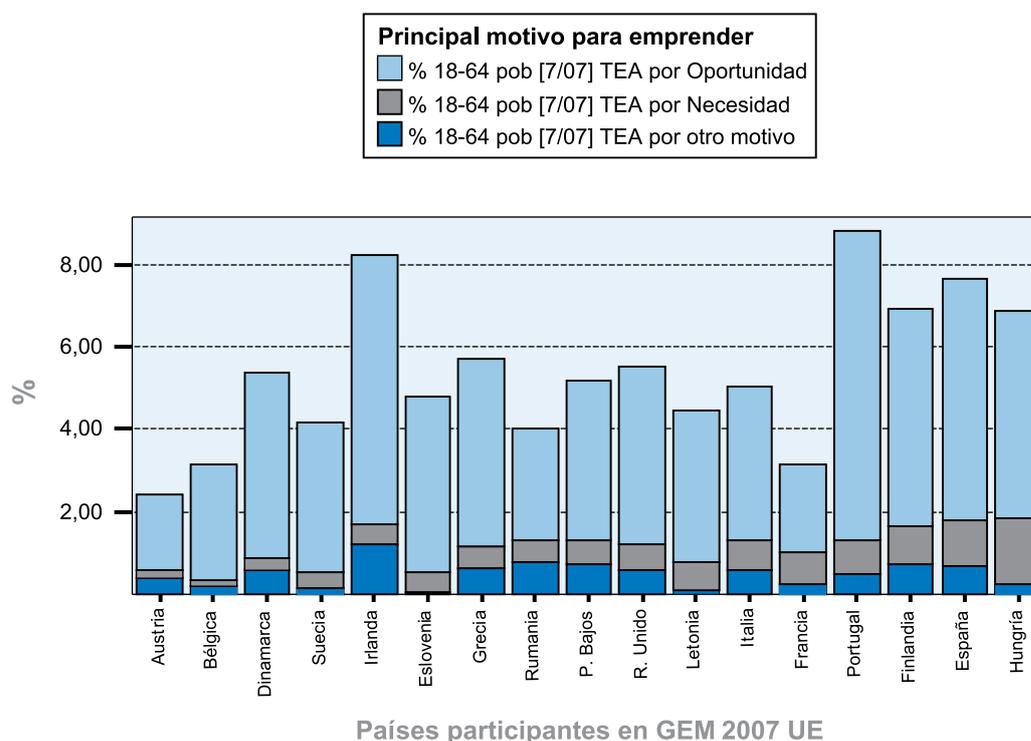
Tabla 9. Evolución del tipo de comportamiento emprendedor en España como porcentaje de la población adulta y como porcentaje del TEA total.

Año de medición	TEA	TEA oportunidad	TEA necesidad	TEA otro caso
2001	6,32 (100%)	4,46 (70,5%)	1,61 (25,5%)	0,25 (4,0%)
2002	4,59 (100%)	3,42 (74,5%)	1,02 (22,2%)	0,15 (3,3%)
2003	6,77 (100%)	6,05 (89,4%)	0,51 (7,5%)	0,21 (3,1%)
2004	5,15 (100%)	4,53 (88,0%)	0,62 (12,0%)	0,00 (0,0%)
2005	5,40 (100%)	4,40 (81,5%)	0,80 (14,8%)	0,20 (3,7%)
2006	7,27 (100%)	6,11 (84,1%)	1,10 (15,2%)	0,04 (0,6%)
2007	7,62 (100%)	5,82 (76,4%)	1,13 (14,9%)	0,66 (8,7%)

Analizando el perfil de los que proporcionan esta respuesta diferencial se observa que no es atribuible a la inmigración, pues el 90,7% de los que emprenden por otros motivos son españoles, frente a un 3,1% que son inmigrantes de países en vías de desarrollo y un 6,2% que provienen de países desarrollados. Son negocios, en su mayoría de un solo propietario y sin empleados. Llama la atención que alrededor de un 65% de estos casos corresponden a iniciativas femeninas y se concentran muy especialmente en Cataluña, Andalucía, la Comunidad Valenciana y Madrid. El tipo de negocio y sector es muy variado destacando algo el sector hostelero y el comercio. Por consiguiente, esta diferencia en la distribución de la motivación no obedece a una explicación captable por las preguntas efectuadas en la encuesta GEM y serían necesarias otras que ayudasen a profundizar en este tema en concreto.

La posición relativa de España acerca de los indicadores anteriores en el contexto internacional es bastante positiva. Así, en su entorno regional natural, la Unión Europea, España muestra una situación de bonanza al mantener uno de los niveles más elevados de actividad emprendedora. Tal y como se viene comentando en las últimas ediciones, no hay que perder de vista la tasa de necesidad, si bien, este año ha tendido a disminuir. Sin embargo, llama la atención que haya una mayor aparición de casos de iniciativas creadas por otro motivo, especialmente en Irlanda, la nación que desde hace unos años encabeza el panorama europeo de fomento de la actividad emprendedora debido a una importante intervención desde la esfera gubernamental. Por consiguiente, este cambio llamativo en la motivación, supone un nuevo reto para la investigación en el seno del observatorio GEM y, como se ha comentado anteriormente, España se ha visto afectada de forma notable.

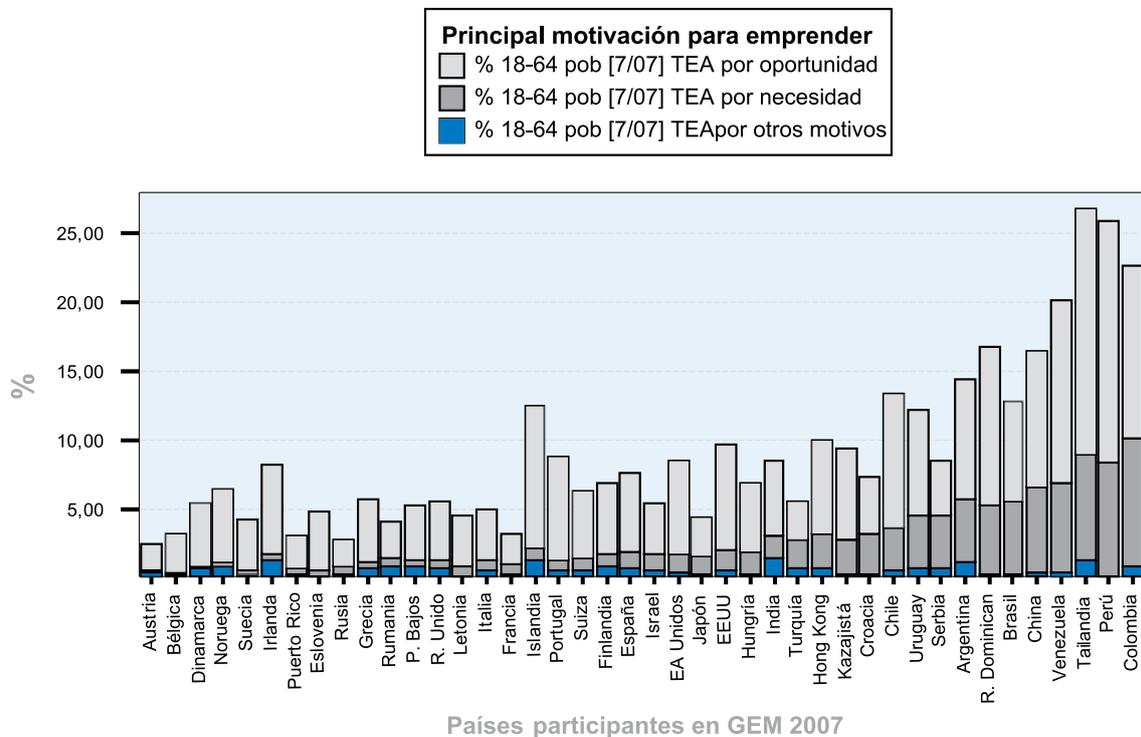
Figura 16. Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en los países que han participado en GEM 2007 en la UE.



En un contexto más amplio como es el de todos los países GEM del 2007, España ocupa una posición acorde con su nivel de desarrollo y características macroeconómicas, que no guarda relación con la distribución de actividad empresarial de otros países en vías de desarrollo. Así, ordenados los países por su tasa de actividad emprendedora por necesidad de menos a más, en el 2007, la nación que presenta la mayor proporción de emprendedores por necesidad es Colombia, seguida muy de cerca de Perú, Tailandia y ya, con niveles un poco más moderados, Venezuela y China.

La Figura 17 permite visualizar estos resultados, siendo necesario recordar que estas cifras no proporcionan información acerca de la calidad, dimensión y otros aspectos de las iniciativas emprendedoras.

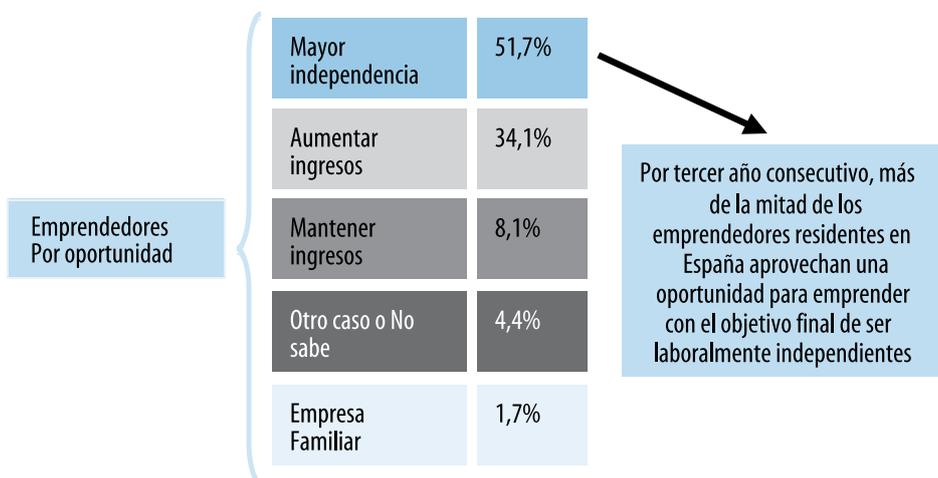
Figura 17. Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en el conjunto de países que han participado en GEM 2007.



2.1. Análisis de otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en España el año 2007

Cuando un emprendedor potencial detecta una oportunidad y toma la decisión de llevar a cabo un start up, bajo esa intención existen, además, otros motivos más personales relacionados, generalmente, con su desarrollo personal y profesional. El Proyecto GEM explora por tercera vez estos motivos obteniéndose estos resultados para España:

Figura 18. Análisis de otros motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad.



La evolución del indicador anterior en los tres últimos años, y que puede verse en la Tabla 9, aparenta cierta estabilidad. Sin embargo, en el 2007 se aprecia claramente una recuperación e incremento de la independencia laboral y, sobre todo una disminución del deseo de mantener el nivel de ingresos a favor de un sustancial incremento de otros motivos no especificados. La posibilidad de empresa familiar se contempla en el 2007 por primera vez en el grupo de motivaciones y responde a cerca de un 2% del total de iniciativas.

Tabla 10. Evolución de la distribución de las motivaciones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender.

	2005	2006	2007
Independencia	54,4%	53,2%	57,1%
Aumentar ingresos	34,5%	32,6%	34,1%
Mantener ingresos actuales	11,1%	12,9%	8,1%
Otros No sabe	-	1,3%	4,4%
Empresa Familiar	-	-	1,8%
Total	100,0 %	100,0 %	

Capítulo 3: Perfil socioeconómico del emprendedor residente en España

Informe Ejecutivo
GEM España 20

07



online

global

innovación

virtual

Futuro

Capítulo 3: Perfil socioeconómico del emprendedor residente en España

3.1. Introducción

Para elaborar el perfil medio de los emprendedores que residen en España, se ha partido de la información proporcionada por los entrevistados (que se recuerda que constituyen un grupo inferior al total de emprendedores estimado) que estaban involucrados en una iniciativa emprendedora de algún tipo: naciente, nueva, consolidada, potencial o abandonada.

Las variables que se han analizado son: el sexo, la edad, el nivel de estudios, el nivel de renta, el estatus laboral, la dedicación, los antecedentes emprendedores y lugar de origen de las personas.

3.2. Perfil del emprendedor naciente (hasta 3 meses de actividad)

Se trata, preferentemente de un hombre de edad media en torno a los 38 años, con estudios superiores, nivel de renta elevado, en activo, que se dedica a tiempo completo a su iniciativa, que no había emprendido otro negocio con anterioridad y que tiene nacionalidad española.

- **Sexo:** la mayoría siguen siendo hombres: 64,2% frente a un 35,8% de mujeres.
- **Edad:** casi un 38%, la mayoría, tiene entre 25 y 34 años. Concretamente:
7,7% (18-24) 37,1% (25-34) 25,8% (35-44) 20,3% (45-54) 9,1% (55-64)
- **Renta:** cerca de un 30%, la mayoría, se sitúa en el tercio superior. Concretamente:
21,9% tercio inferior 22,9% tercio medio 29,9% tercio superior 25,4% NS/NC
(hasta 1200€) (1200-2400€) (más de 2400€)
- **Estatus laboral:** el 100% trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial.
- **Dedicación:** la mayoría 88,8% trabaja a tiempo completo en su iniciativa; un 10,6% lo hace a tiempo parcial y un 0,6% no lo especifica.
- **Antecedentes:** menos de una cuarta parte, 20,6% había tenido en el pasado una experiencia emprendedora diferente de la actual. Un 79,1% no había sido emprendedor con anterioridad y un 0,3% no responde a esta pregunta. En general, el colectivo de emprendedores nacientes es más bien inexperto en este ámbito.
- **Origen:** aunque la gran mayoría de los emprendedores nacientes (85,1%) son españoles, no resulta nada desdeñable la presencia de un 14,7% de extranjeros en este colectivo. Un 0,2% no ha querido proporcionar su origen.

3.2. Perfil del emprendedor nuevo (entre 3 y 42 meses de actividad)

Se trata, preferentemente de un hombre de edad media en torno a los 37,7 años, con estudios superiores, nivel de renta elevado, en activo, que se dedica a tiempo completo a su iniciativa, que no había emprendido otro negocio con

anterioridad y que tiene nacionalidad española.

- **Sexo:** la mayoría siguen siendo hombres: 64% frente a un 36% de mujeres.
- **Edad:** un 39%, la mayoría, tiene entre 25 y 34 años. Concretamente:
8,1% (18-24) 39,0% (25-34) 27,3% (35-44) 15,1% (45-54) 10,4% (55-64)
- **Estudios:** cerca de un 30%, la mayoría, tiene estudios superiores. Concretamente:
3,3% Sin estudios 25,6% Enseñanza obligatoria 22,2% Secundarios o bachillerato
19,2% Medios FP todos tipos 29,7% Superiores (Diplomatura o Licenciatura)
- **Renta:** cerca de un 30%, la mayoría, se sitúa en el tercio superior. Concretamente:
25,4% tercio inferior 22,3% tercio medio 30,8% tercio superior 21,5% NS/NC
(hasta 1200€) (1200-2400€) (más de 2400€)
- **Estatus laboral:** el 100% trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial.
- **Dedicación:** la mayoría 91,0% trabaja a tiempo completo en su iniciativa; un 9,0% lo hace a tiempo parcial.
- **Antecedentes:** un 15,3% había tenido en el pasado una experiencia emprendedora diferente de la actual. Un 84,2% no había sido emprendedor con anterioridad y un 0,6% no responde a esta pregunta. En general, el colectivo de emprendedores nuevos es más inexperto en este ámbito que el nacido del año 2007.
- **Origen:** aunque la gran mayoría de los emprendedores nuevos (88,3%) son españoles, no resulta nada desdeñable la presencia de un 11,1% de extranjeros en este colectivo. Un 0,6% no ha querido proporcionar su origen. La proporción extranjera se incrementa entre los nacientes, tal y como se puede comprobar comparando este perfil con el anterior.

3.3. Perfil del emprendedor consolidado (más de 42 meses de actividad)

Se trata, preferentemente de un hombre de edad media en torno a los 43 años, con estudios obligatorios, nivel de renta elevado, en activo, que se dedica a tiempo completo a su iniciativa, que tiene bastantes posibilidades de haber emprendido otro negocio con anterioridad y que tiene nacionalidad española.

- **Sexo:** la mayoría siguen siendo hombres: 64,2% frente a un 35,8% de mujeres.
- **Edad:** un 32,2%, la mayoría, tiene entre 35 y 44 años. Concretamente:
3,5% (18-24) 19,3% (25-34) 32,2% (35-44) 28,1% (45-54) 17,0% (55-64)
- **Estudios:** cerca de un 32%, la mayoría, tiene estudios de enseñanza obligatoria. Concretamente:
3,0% Sin estudios 31,8% Enseñanza obligatoria 21,1% Secundarios o bachillerato
16,5% Medios FP todos tipos 27,6% Superiores (Diplomatura o Licenciatura)
- **Renta:** cerca de un 30%, la mayoría, se sitúa en el tercio superior. Concretamente:

18,0% tercio inferior 22,7% tercio medio 33,5% tercio superior 25,7% NS/NC
(hasta 1200€) (1200-2400€) (más de 2400€)

- **Estatus laboral:** el 100% trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial.
- **Dedicación:** la mayoría 77,8% trabaja a tiempo completo en su iniciativa; un 22,2% lo hace a tiempo parcial.
- **Antecedentes:** un 48,1% había tenido en el pasado una experiencia emprendedora diferente de la actual. Un 51,9% no había sido emprendedor con anterioridad. En general, el colectivo de emprendedores consolidados es el más inexperto en este ámbito.
- **Origen:** aunque la gran mayoría de los emprendedores consolidados (93,4%) son españoles, se aprecia la existencia de un 6% de extranjeros en este colectivo. Un 0,6% no ha querido proporcionar su origen. La proporción extranjera disminuye entre los consolidados, tal y como se puede comprobar comparando este perfil con los anteriores.

3.5. Perfil del emprendedor que ha abandonado una actividad

El perfil que se presenta a continuación corresponde a todas aquellas personas que han abandonado una actividad emprendedora en los 12 meses previos a Julio de 2007, independientemente de la razón que los impulsó a hacerlo.

Se trata preferentemente de una mujer española, de cerca de 40 años de edad con estudios superiores o enseñanza obligatoria, con un nivel de renta personal bajo, que actualmente trabaja y que posiblemente había tenido alguna otra experiencia de tipo emprendedor antes de abandonar la actual.

Sin embargo, tal y como se ha explicado en el Capítulo 1, el informe GEM contempla diversas motivaciones para el abandono de actividades emprendedoras, por lo que tras este perfil se comentan algunas peculiaridades observadas en función de la motivación para el cierre o abandono de una iniciativa.

- **Sexo:** la tasa de mujeres aumenta: 50,2% frente a un 49,8% de hombres.
- **Edad:** un 27,4%, la mayoría, tiene entre 35 y 44 años. Concretamente:
15,1% (18-24) 26,3% (25-34) 27,4% (35-44) 13,1% (45-54) 18,1% (55-64)
- **Estudios:** cerca de un 28%, la mayoría, tiene estudios superiores. Concretamente:
6,0% Sin estudios 26,5% Enseñanza obligatoria 20,7% Secundarios o bachillerato
18,9% Medios FP todos tipos 27,9% Superiores (Diplomatura o Licenciatura)
- **Renta:** un 32,1%, la mayoría, se sitúa en el tercio inferior. Concretamente:

32,1% tercio inferior 20,6% tercio medio 28,4% tercio superior 18,9% NS/NC
(hasta 1200€) (1200-2400€) (más de 2400€)

- **Estatus laboral:** el 74% trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial; el 19,6% no trabaja y el 6,4% está jubilado o estudiando.

- **Antecedentes:** un 72,8% había tenido en el pasado una experiencia emprendedora diferente de la abandonada. Un 27,2% no había sido emprendedor con anterioridad. En general, el colectivo de emprendedores que abandonan ha tenido más de una experiencia en este ámbito.
- **Origen:** aunque la gran mayoría de los emprendedores que abandonan (89,3%) son españoles. Se aprecia la existencia de un 8,9% de extranjeros en este colectivo. Un 1,8% no ha querido proporcionar su origen. La proporción extranjera es significativa entre los que abandonan, tal y como se puede comprobar comparando este perfil con los anteriores.

Además de lo anterior, se ha observado que si el abandono obedece a:

Una oportunidad de vender

Las mujeres (62,5% de este subgrupo) la llevan a cabo en mayor proporción que los hombres (37,5%). La mayoría vende antes de cumplir 44 años o a partir de los 55. Son personas de renta baja o alta. Casi todos siguen en activo. El nivel de estudios es disperso pero predomina el inferior y el superior, tal y como sucede con el nivel de renta. El 83% son españoles.

Falta de rentabilidad del negocio

Los hombres (60,5%) predominan sobre las mujeres (39,5%). Suelen ser muy jóvenes (18-24 años) o de mediana edad (35-44 años) en su mayoría. Tienden a tener rentas personales bajas. El 71% sigue trabajando, mientras que un 21,4% no trabaja y un 7,6% está jubilado o estudiando. Un 82,3% son españoles, de forma que el colectivo extranjero no deja de ser notable en este caso.

Problemas para conseguir financiación

La tasa de mujeres (52,2%) supera a la de los hombres (47,8%). La edad más frecuente se sitúa entre 25 y 44 años. El nivel de renta personal es disperso pero predomina la media (1200-1800€/mes). El 80% de este grupo trabaja y un 20% no lo hace. Aunque el nivel de estudios es disperso, tiende a predominar el superior (27,7%). Prácticamente el 80% son españoles y el 20% restante extranjeros.

Surgimiento de otra oportunidad de trabajo

Las mujeres (58,9%) superan a la proporción de hombres (41,1%) que aprovechan la oportunidad de cambio de trabajo. La mayoría de los que se acogen a esta posibilidad tiene entre 25 y 34 años. El nivel de renta predominante esta en el tercio superior que corresponde a más de la mitad del grupo. El 98,9% trabaja en la actualidad. El nivel de educación es disperso, pero predomina el medio o FP. El origen es español en el 90% de los casos y extranjero en un 10%

Abandono planificado con anterioridad

Los hombres (88,3%) predominan claramente sobre las mujeres (11,7%) en este reducido grupo. La edad oscila entre los 35 y los 64 años. El nivel de renta es predominantemente superior y todos los casos permanecen en activo. Todos son españoles y con tendencia a haber realizado estudios medios o superiores.

Jubilación

Las mujeres (53,1%) superan a la proporción de hombres (46,9%) en este apartado. El 81% tienen entre 55 y 64 años. El nivel de renta predominante es el bajo. El 62,6% ya no trabaja. El nivel de estudios tiende a ser medio o bajo. El 92% son españoles y el 8% extranjeros.

Motivos personales

La mayoría de emprendedores que abandonan por motivos personales son mujeres: 69,6% frente a un 30,4% de hombres. La edad crítica está entre los 35 y los 44 años. El nivel de renta tiende a ser bajo. Casi un 68% trabaja en la actualidad, mientras que un 30% no lo hace y un 2% se ha jubilado. El nivel de estudios es disperso, pero predominan los primarios con más de un 35% de casos.

3.6. Perfil del emprendedor potencial

Se considera que una persona es un emprendedor potencial si ha respondido afirmativamente a la pregunta de tener intención de emprender en los próximos tres años tras la encuesta GEM.

El perfil medio de este colectivo es: hombre de edad media cercana a los 35 años, con estudios superiores, nivel de renta elevado, en activo y español.

- **Sexo:** la tasa de mujeres aumentaría en el 2008: 60,3% de hombres y 39,7% de mujeres.
- **Edad:** un 37,2%, la mayoría, tiene entre 24 y 35 años. Concretamente:
17,7% (18-24) 37,2% (25-34) 27,4% (35-44) 13,1% (45-54) 18,1% (55-64)
- **Estudios:** un 31%, la mayoría, tiene estudios superiores. Concretamente:
1,6% Sin estudios 18,8% Enseñanza obligatoria 27,9% Secundarios o bachillerato
20,6% Medios FP todos tipos 31,0% Superiores (Diplomatura o Licenciatura)
- **Renta:** un 31,8%, la mayoría, se sitúa en el tercio superior. Concretamente:
25,8% tercio inferior 23,4% tercio medio 31,8% tercio superior 19% NS/NC
(hasta 1200€) (1200-2400€) (más de 2400€)
- **Estatus laboral:** el 84,3% trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial; el 8,1% no trabaja y el 7,7% está jubilado o estudiando.
- **Origen:** aunque la gran mayoría de los emprendedores potenciales (76,6%) son españoles, se aprecia un gran incremento del interés de los extranjeros por emprender. Así, al cifra de potenciales alcanza un 23%. No ha querido decir su origen un 0,4%.

3.7. Perfil del emprendedor español 2007 en general

En este apartado se presenta el perfil de la persona considerada emprendedora en el 2007, es decir, aglutinando los que están en la categoría de naciente y nuevo (de 0 a 42 meses)

Esta información es necesaria debido a que es la que se compara año a año en el observatorio GEM para efectuar un seguimiento de la evolución de las principales características de los emprendedores.

El emprendedor español del 2007 es: preferentemente un hombre de 37,9 años de edad media, con estudios superiores, nivel de renta elevado, que trabaja, habitualmente a tiempo completo en la iniciativa que está desarrollando, que no había sido emprendedor con anterioridad en una actividad distinta de la actual y que es de origen español.

- **Sexo:** la mayoría son hombres: 64,1% frente a un 35,9% de mujeres.
- **Edad:** casi un 38,1%, la mayoría, tiene entre 25 y 34 años. Concretamente:
7,9% (18-24) 38,1% (25-34) 26,7% (35-44) 17,5% (45-54) 9,8% (55-64)
- **Estudios:** cerca de un 32%, la mayoría, tiene estudios superiores. Concretamente:
2,8% Sin estudios 23,8% Enseñanza obligatoria 22,6% Secundarios o bachillerato
19,0% Medios FP todos tipos 31,8% Superiores (Diplomatura o Licenciatura)
- **Renta:** cerca de un 30,4%, la mayoría, se sitúa en el tercio superior. Concretamente:
23,8% tercio inferior 22,5% tercio medio 30,4% tercio superior 23,3% NS/NC
(hasta 1200€) (1200-2400€) (más de 2400€)
- **Estatus laboral:** el 100% trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial.
- **Dedicación:** la mayoría 90% trabaja a tiempo completo en su iniciativa; un 9,7% lo hace a tiempo parcial y un 0,3% no lo especifica.
- **Antecedentes:** un 17,7% había tenido en el pasado una experiencia emprendedora diferente de la actual. Un 81,9% no había sido emprendedor con anterioridad y un 0,4% no responde a esta pregunta. En general, el colectivo de emprendedores es más bien novel en este ámbito.

Al comparar este perfil con el registrado en el 2006, se concluye que:

La proporción de mujeres emprendedoras se ha resentido tras la estabilidad registrada entre el 2005 y el 2006. Su porcentaje pasa de ser un 39,1% en el 2006 a ser un 35,9% en el 2007 acusando un descenso del 8,1%. Este cambio suele ser signo de cambio desfavorable en el entorno económico del emprendedor, del cual típicamente se resienten más las mujeres que los hombres.

La edad media se mantiene prácticamente inalterada entre el 2006 y el 2007, lo cual indica que el proceso de incorporación de jóvenes acusado de forma muy notable en el año pasado, sigue en la misma línea. El nivel de estudios y de renta también presenta una situación similar a la del 2006.

El colectivo emprendedor español se caracteriza por la escasa proporción de personas que han puesto en marcha otras iniciativas emprendedoras en el pasado, lo que es síntoma de que en nuestra sociedad se ha perdido buena parte de la mentalidad empresarial que actualmente se está tratando de recuperar. Este dato no estaba disponible en el 2006. La presencia de extranjeros sigue incrementándose progresivamente y es un 10,34% superior a la del año 2006.

Finalmente, en cuanto a tendencias para el 2008, se advierte una posible recuperación del nivel de actividad emprendedora femenina, así como un nuevo descenso de la edad media del emprendedor que supondría una mayor incorporación de jóvenes al proceso, parte de los cuales provendrían de países extranjeros, pues la tasa de potenciales pasa de un 19,7% en el 2006 a un 23% en el 2007, lo que supone un incremento del interés de este colectivo por emprender del 16,75%.



Capítulo 4: Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en España

Informe Ejecutivo
GEM España 20

07



online

global

innovación

virtual

Futuro

Capítulo 4: Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en España

4.1. Introducción

El observatorio GEM analiza las características de las iniciativas resultantes de la actividad emprendedora, es decir, de las nacientes y las nuevas, en cada edición. Para ello, confecciona las distribuciones referentes a :

- Sector de actividad
- Número de propietarios de las iniciativas
- Número de empleados actual
- Número de empleados esperado en cinco años desde la puesta en marcha
- Actividad emprendedora de iniciativas nuevas y consolidadas
- Volumen de negocio actual
- Carácter innovador
- Grado de competencia que afrontan
- Antigüedad de las tecnologías de producción de bienes o servicios
- Grado de internacionalización o exportación de sus bienes o servicios
- Grado de expansión esperada en su mercado

Al igual que en la mayoría de países que participan en el Proyecto, la mayor parte de las iniciativas resultantes del proceso emprendedor son, mayoritariamente micro y pequeñas empresas. Sin embargo, a medida que se invierte en la concienciación de la necesidad de creación de empresas con potencial de crecimiento, creación de empleo e innovación, los resultados que se ofrecen en este capítulo van sufriendo una lenta pero positiva evolución.

4.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras españolas en el 2007

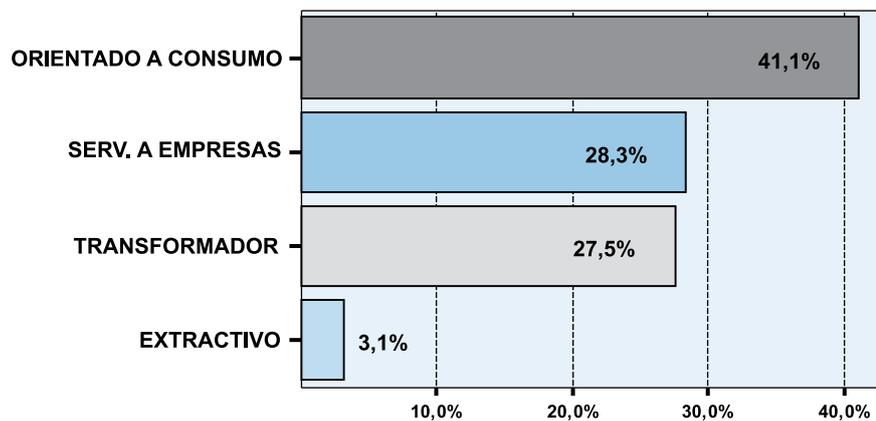
Dado el carácter sintético del Informe Nacional GEM, la clasificación sectorial que se ofrece en el mismo consta de cuatro grandes apartados: extractivo, transformador, servicios a empresas y orientado al consumo, pudiendo consultarse información más detallada (basada en el sistema CNAE-93 de hasta 4 dígitos) acerca de este epígrafe en estudios detallados como la segunda edición del AC-E¹.

La mayor parte de las iniciativas emprendedoras registradas por el observatorio GEM en el 2007, que tienen entre 0 y 42 meses de operatividad se ubican en el sector orientado al consumo (41,1%). Las dedicadas a servicios a empresas y a transformación, aglutinan porcentajes similares, que son, respectivamente un 28,3% y un 27,5%. El sector que registra una menor actividad emprendedora es el extractivo o primario con un 3,1%.

Si se compara la distribución de la actividad emprendedora del 2007 mostrada en la Figura 19 con la de la consolidada (ver Figura 20), es decir, con aquella que ha superado los 42 meses y que puede tener una gran diversidad de años de antigüedad, se observa que existe una acusada tendencia a preferir la puesta en marcha de negocios en el sector de los servicios, en detrimento del sector extractivo y transformador, mientras sigue aumentando ligeramente la porción que representa el sector orientado al consumo.

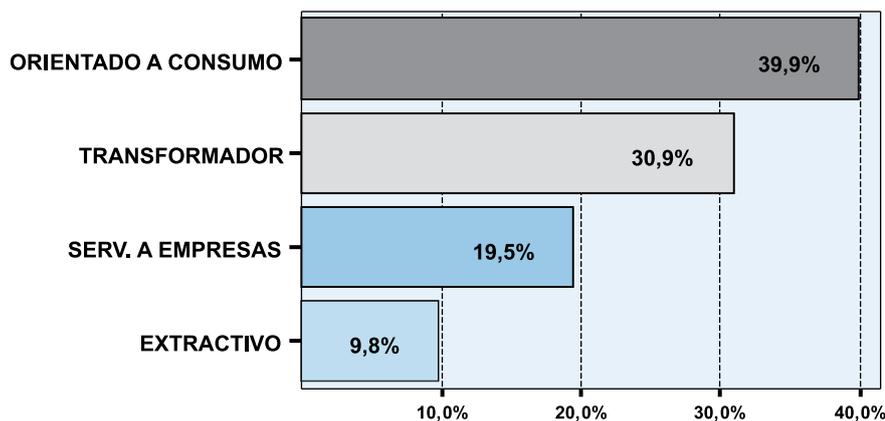
¹ AC-E es un estudio auspiciado por la DGPyMES y la Fundación Cultural Banesto iniciado en el 2005 con el ánimo de profundizar en el análisis del crecimiento de la PYME española. Elaborado por el mismo equipo investigador GEM en el Instituto de Empresa se puede consultar en las páginas web de las tres instituciones citadas.

Figura 19. Distribución de la actividad emprendedora total (operativa entre 0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores.



TEA: SECTOR,4 CATEG ISIC[R3,90]

Figura 20. Distribución de la actividad emprendedora consolidada (operativa en más de 42 meses) en cuatro grandes sectores.



CONSOLIDADA: SECTOR,4 CATEG ISIC[R3,90]

4.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras españolas del 2007

El número de propietarios de las iniciativas emprendedoras constituye un primer dato acerca de su dimensión. La Tabla 11, proporciona un descriptivo de la distribución de esta variable para las actividades nacientes (hasta 3 meses), nuevas (entre 3 y 42 meses) y consolidadas (más de 42 meses)

Tabla 11. Distribución del número de propietarios de las iniciativas nacientes, nuevas, emprendedoras en general y consolidadas.

Iniciativas:	Nacientes	Nuevas	Consolidadas
Media	1,85	2,36	1,53
Mediana	1,00	2,00	1,00
Moda	1	1	1
Des.Estándar	1,348	1,745	,954
Mínimo	1	1	1
Máximo	10	9	6
Percentil 10	1,00	1,00	1,00
Percentil 20	1,00	1,00	1,00
Percentil 30	1,00	1,00	1,00
Percentil 40	1,00	1,48	1,00
Percentil 50	1,00	2,00	1,00
Percentil 60	2,00	2,00	1,00
Percentil 70	2,00	2,83	1,65
Percentil 80	2,00	3,00	2,00
Percentil 90	3,00	5,00	3,00

En conclusión, las iniciativas que están en período de consolidación, es decir, las nuevas, son las que presentan un mayor número medio de propietarios (2,36), seguidas de las nacientes (1,85) y, por último de las consolidadas (1,53). Los números mínimo y máximo permiten ver que todos los tipos de iniciativas tienen como mínimo un propietario. En el caso de las nacientes se registran casos de hasta 10 propietarios, mientras que en el de las nuevas se llega a 9 y en las consolidadas a 6. Los percentiles indican que el 50% de las iniciativas nacientes no sobrepasan 1 propietario y tan sólo un 10% pasa de 3. En el caso de las nuevas, a partir del 40% ya se dan casos de más de un propietario y un 10% pasa de tener 5. Finalmente, en el caso de las consolidadas, un 60% no pasa de 1 propietario y un 10% tiene 3 o más.

4.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras españolas medida a través del número de empleados en Julio de 2007

Tal y como muestra la Tabla 12, las microempresas son aquellas que no superan los 10 empleados, mientras que son pequeñas las que tienen entre 10 y 49, medianas las que tienen entre 50 y 249 y grandes las que superan ésta última cifra.

Tabla 12. Clasificación de la PYME en función del número de empleados.

Tipo de Empresa	Trabajadores
Microempresa	Menos de 10
Pequeña empresa	Entre 10 y 49
Mediana empresa	Entre 50 y 249
Gran empresa	Más de 249

Al igual que en años anteriores, la inmensa mayoría de las iniciativas emprendedoras del 2007 presenta una dimensión de microempresa, predominando aquellas que proporcionan empleo al propio emprendedor (43,1%), fenómeno que aún se acentúa más en el caso de las consolidadas (49,8%). Sin embargo, en la comparación de las Figuras 21 y 22, también es posible observar dos fenómenos: la proporción de iniciativas emprendedoras que tienen entre 1 y 5 empleados supera ampliamente a la de consolidadas y en los tramos más elevados de empleo el de 6 a 19 empleados tiende a igualarse entre ambos tipos y el de 20 y más empleados es superior entre las consolidadas. Por consiguiente, una importante proporción de las iniciativas emprendedoras del 2007 está creando empleo y, a medida que se traspasa la barrera de los 42 meses de consolidación, aumentan las probabilidades de alcanzar los tramos más altos de número de empleados.

Figura 21. Distribución del número actual de empleados en 4 categorías de las iniciativas emprendedoras (TEA) en su conjunto (desde 0 a 42 meses de actividad)

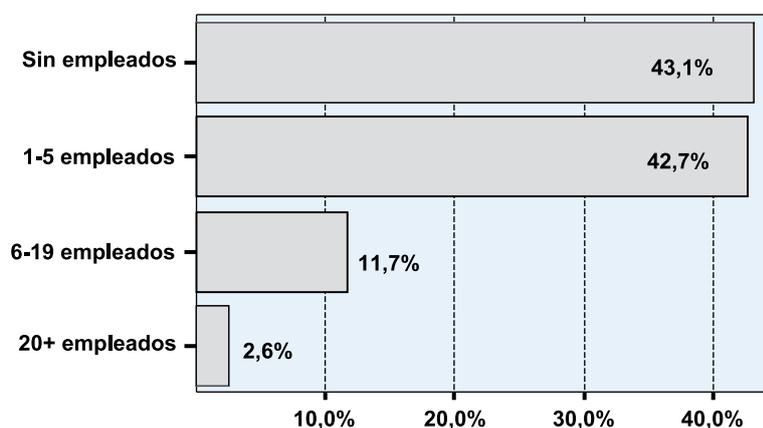
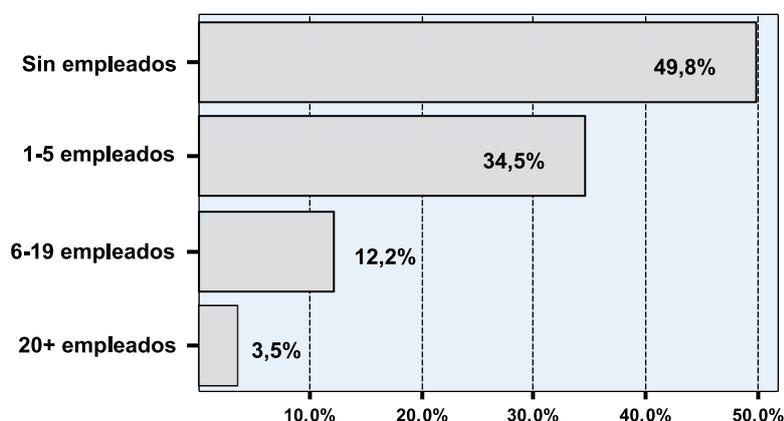


Figura 22. Distribución del número actual de empleados en 4 categorías de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)



4.5. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor

Para estimar la proporción de iniciativas que espera crecer en términos de empleo se ha preguntado a los empresarios entrevistados cuántos puestos de trabajo esperan tener al final de los 5 próximos años del momento de la entrevista. Las Figuras 23 y 24 muestran los resultados referentes a las actividades emprendedoras ya a las consolidadas.

Comparando estas figuras con las anteriores se aprecia un notable incremento de las iniciativas que alcanzarían la categoría de 1-5 empleados, de forma que más de la mitad de los emprendedores que aún no se han consolidado y que sólo han generado su empleo tienen expectativas de crecer en alguna medida, mientras que casi un 27% permanecería en la misma situación. Las proporciones que pasarían a tener 6-19 empleados y 20 o más también aumentan aunque de forma mucho más moderada.

En cuanto a las iniciativas ya consolidadas, los cambios en los primeros tramos varían muy poco, si bien, en el sentido de disminuir y trasladarse hacia tramos en que haya un crecimiento en empleo. El cambio más notable lo experimentan hacia el aumento de plantillas de entre 6 y 19 empleados, siendo menos significativo el que se produce en plantillas de 20 o más empleados.

En definitiva, la situación de expectativas de crecimiento en empleo a cinco años vista tiene un carácter parecido al de años anteriores: los emprendedores son optimistas y los empresarios consolidados son algo más inmovilistas, si bien, una proporción de los mismos no descarta la posibilidad de seguir generando empleo.

Como se ha podido constatar en otros estudios², el crecimiento en empleo tiene diversos condicionantes, tales como el sector de actividad, la propia dimensión de la empresa (las empresas grandes tienden a crecer más), el estado del mercado y otros.

Figura 23. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías de las iniciativas emprendedoras (TEA) en su conjunto (desde 0 a 42 meses de actividad).

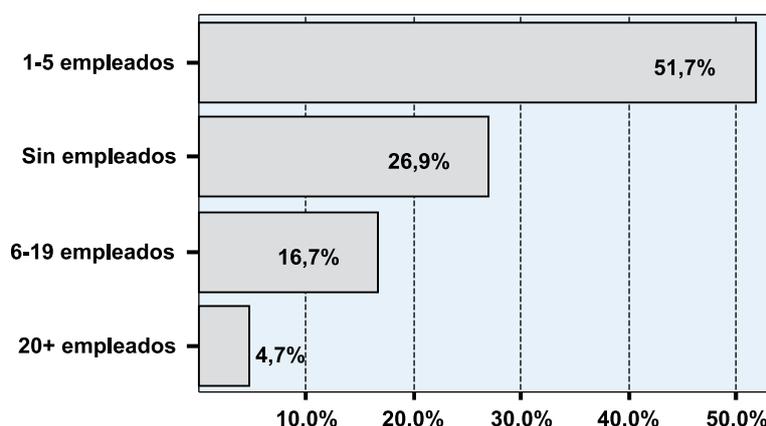
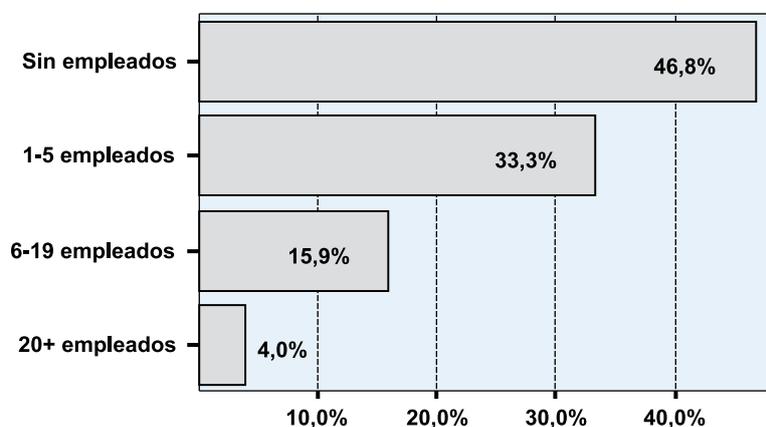


Figura 24. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad).



² Ver las ediciones del estudio AC-E, dedicado especialmente al análisis del crecimiento de la PYME española.

El crecimiento medio esperado por los dos tipos de iniciativas y la dispersión en torno a la media de empleados se pueden ver en la Tabla.

Tabla 13. Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas emprendedoras y consolidadas para dentro de cinco años.

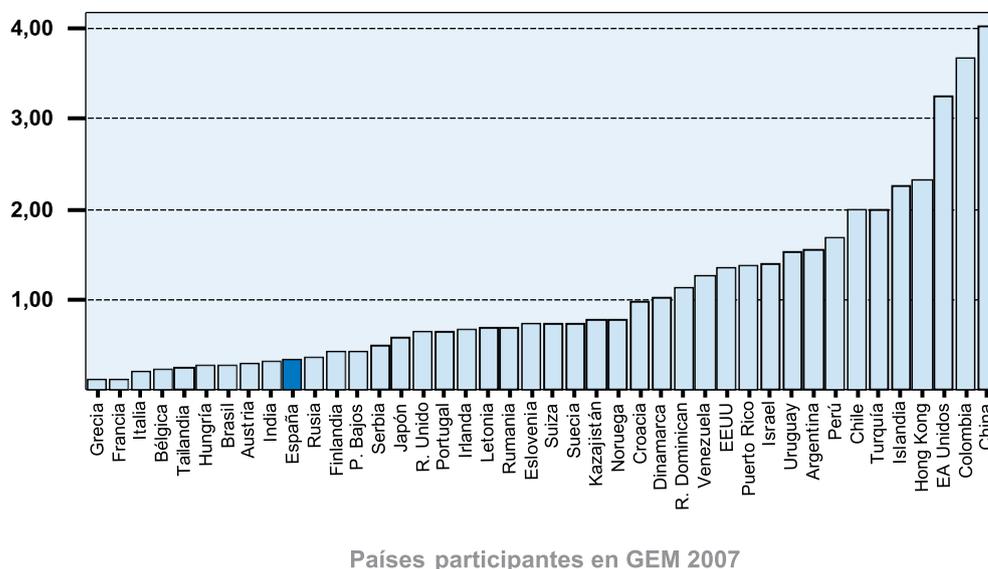
Crecimiento medio en empleo esperado en 5 años por:	Media	Desv. Estándar.
TEA: iniciativas emprendedoras (0-42 meses de actividad)	3,42 personas	16,2 personas
EB: iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)	0,92 personas	5,9 personas

Los resultados anteriores ponen de manifiesto el impulso con que arrancan las iniciativas emprendedoras y la moderación de las que ya se han consolidado en cuanto a la generación de puestos de trabajo. Si se comparan estos resultados con los de años anteriores, se aprecia una acusada disminución en estas medias fenómeno que obedece a la prudencia que manifiestan los empresarios ante la expectativa de una nueva recesión económica anunciada de cara al 2008. En el 2006, la media esperada por las iniciativas emprendedoras no bajaba de 4-5 personas y la de las consolidadas (las más afectadas), de 6-7 personas.

La implicación económica de este resultado, es clara: la inversión en creación de puestos de trabajo y, por consiguiente, en crecimiento en esta parcela, está muy condicionada por el entorno macroeconómico que, de no ser favorable, repercute muy directamente en el retraimiento de los empresarios, especialmente, de los más experimentados y conocedores del mercado.

Desde una perspectiva internacional, España sigue ocupando, al igual que en años anteriores, una posición desfavorable con respecto al número de iniciativas emprendedoras que tienen un alto potencial de crecimiento en empleo. La Figura 25 muestra dicha posición en el conjunto global de países participantes en la edición GEM 2007, si bien, en la misma puede observarse que nuestra nación aventaja a varios países de la UE como Francia, Italia, Austria, Hungría o Grecia y, tampoco está lejos de las cotas alcanzadas en los Países Bajos o Finlandia.

Figura 25. Clasificación de los países GEM 2007 en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras con potencial de rápido crecimiento en empleo (más de 19 puestos en 5 años).



4.6. Actividad emprendedora de las empresas nuevas y consolidadas

Entendemos por actividad emprendedora de empresas o “intrapreneurial activity” la creación de iniciativas de expansión, diversificación y/o ramificación que tienen lugar en empresas ya existentes, es decir que han sido clasificadas como nuevas o consolidadas. En este apartado se proporciona una estimación del porcentaje de actividades de este tipo comparando el 2007 con años anteriores.

El auge experimentado en este tipo de actividad en el 2005 en las empresas más antiguas, vuelve a renacer en el 2007, especialmente en referencia a la creación de iniciativas nacientes. Asimismo, se aprecia un notable incremento de iniciativas nacientes derivadas de otras que aún están en proceso de consolidación.

Tabla 14. Actividad emprendedora en empresas nuevas y consolidadas 2007.

Actividad emprendedora de empresas	2004	2005	2006	2007
Empresas nuevas que generan nacientes	0,73%	0,77%	1,2%	4,1%
Empresas consolidadas que generan nacientes	2,28%	3,20%	1,2%	6,1%
Empresas consolidadas que poseen nuevas	0,91%	5,36%	0,9%	4,1%

El balance en cuanto a este tipo de actividad emprendedora es, por consiguiente muy positivo en el 2007, si bien, podría volver a decaer en el 2008 si se endurece el entorno macroeconómico global. Las medidas para favorecer el crecimiento en este sentido, parecen haber dado buenos frutos este año.

4.7. Volumen de negocio de las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas

El volumen de negocio de las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas se ha medido como facturación anual media aproximada y clasificada en tramos.

Las Figuras 26, 27 y 28 proporcionan la distribución de las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas en función de su volumen aproximado de negocio. Al observarlas, inmediatamente se concluye que, en todos los tipos, más de la mitad se sitúa en el tramo inferior a 250 mil euros anuales. Dado que se trata de respuestas a entrevistas y no de datos oficiales, es necesario tener presente que existe cierta reticencia a responder a esta pregunta, así como cierta tendencia a la infravaloración. Sin embargo, dada la amplitud de muestra de que se dispone y de la escasa dimensión de plantilla de la mayoría de las iniciativas, los resultados pueden considerarse bastante realistas.

El segundo tramo más citado corresponde al intervalo que abarca entre 250 mil y 500 mil euros, donde se sitúa entre un 13 y un 14% de las actividades emprendedoras y alrededor de un 8,5% de las consolidadas.

En el caso de las nacientes destaca el 11,3% que factura entre 2 y 5 millones de euros, cifra sólo alcanzada por un 7,1% de las nuevas y un 6,3% de las consolidadas.

Finalmente, cabe destacar que sólo se dan casos de facturación máxima entre las nuevas y las consolidadas, con proporciones inferiores al 0,5% del total.

Figura 26. Distribución de las iniciativas nacientes en función de su volumen de facturación anual prevista, aproximada.

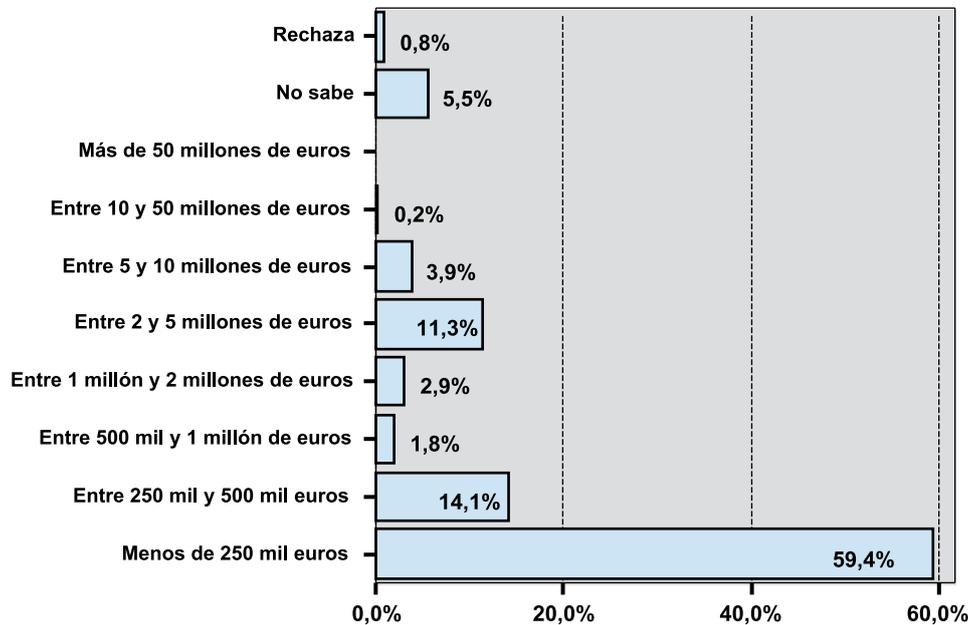
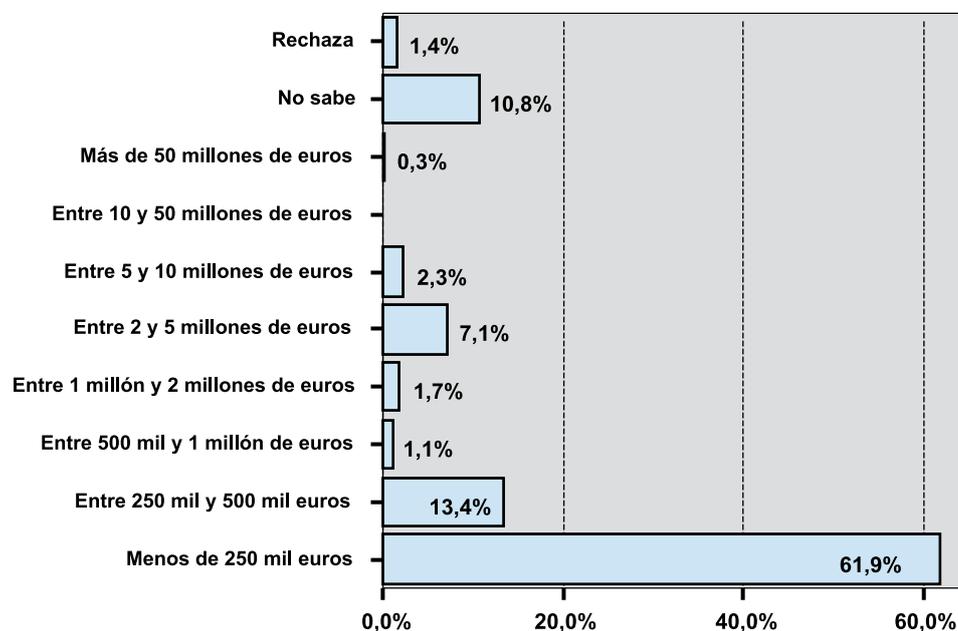


Figura 27. Distribución de las iniciativas nuevas en función de su volumen de facturación anual, aproximada.



4.8. Innovación en las iniciativas emprendedoras y consolidadas

El impulso de la innovación en la UE es uno de los tópicos en que más interés denotan las políticas públicas de apoyo al empresario, especialmente en las relacionadas con la financiación de proyectos. No en vano la Comisión Europea se está planteando la presentación de una propuesta para agilizar la comercialización de las innovaciones.

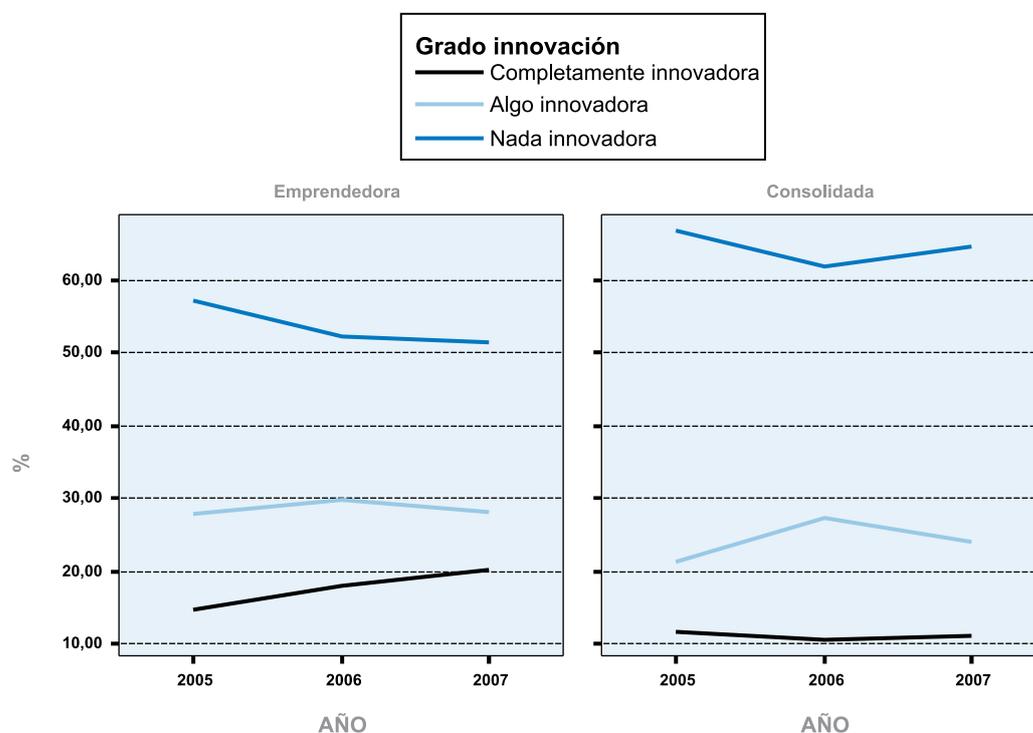
El concepto de innovación es multidimensional y se puede hacer referencia al mismo desde muchos puntos de vista: gestión, producción, distribución, implantación y otros. El observatorio GEM se ha centrado en los últimos años en el aspecto relacionado con el producto o servicio que se ofrece al cliente. Por consiguiente, los resultados que muestra la Tabla 15, han de entenderse como únicamente referidos a este factor.

Tabla 15. Porcentaje de iniciativas innovadoras en las fases emprendedora y consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido.

Tipo de iniciativa	Completamente innovadora			Algo innovadora			No innovadora			Total	
	Año	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006		2007
Emprendedora		14,7%	18,0%	20,3%	28,0%	29,8%	28,3%	57,1%	52,2%	51,4%	100%
Consolidada		11,8%	10,7%	11,3%	21,3%	27,4%	24,1%	66,7%	61,8%	64,7%	100%

Los resultados indican que la proporción de iniciativas emprendedoras sigue una línea positiva y lentamente progresiva hacia el mayor grado de innovación en la oferta de sus productos y servicios en los tres últimos años, mientras que las consolidadas se recuperan un tanto en este aspecto. La proporción de "algo innovadoras" disminuye en ambas categorías en el 2007.

Figura 29. Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según su grado de innovación en oferta de productos y servicios 2005-07.



En conclusión, la innovación en la oferta de productos y servicios está siendo cada vez más tenida en cuenta por los emprendedores, mientras que a medida que se consolidan las actividades, una vez efectuada la inversión inicial, o una vez consolidado un producto o servicio puede transcurrir un lapso de tiempo más dilatado hasta que se considera de nuevo su innovación. Los empresarios españoles deben atender más a este apartado y, no sólo en lo que atañe a lo que ofrecen al mercado, sino en cuanto a la forma de gestionarlo, posicionarlo y distribuirlo.

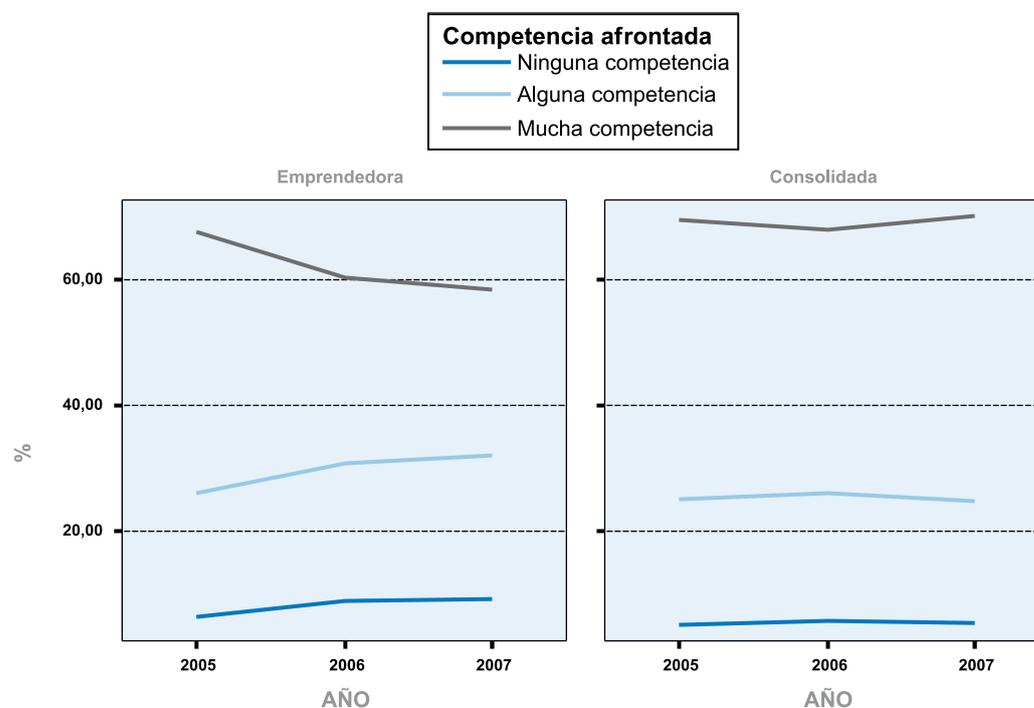
4.9. Grado de competencia que afrontan las iniciativas emprendedoras y las consolidadas

Tal y como se ha comentado en el Capítulo 1, el exceso de competencia puede ser uno de los factores que impulsen al cierre de iniciativas. El observatorio GEM analiza el impacto de esta variable en el conjunto de iniciativas emprendedoras y consolidadas por medio de preguntas cualitativas. La Tabla 16 muestra los resultados obtenidos acerca de este tema.

Tabla 16. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado

Tipo de iniciativa	Ninguna competencia			Alguna competencia			Mucha competencia			Total	
	Año	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006		2007
Emprendedora		6,5%	8,9%	9,4%	26,0%	30,7%	32,1%	67,5%	60,4%	58,5%	100%
Consolidada		5,2%	5,9%	5,4%	25,2%	26,1%	24,9%	69,5%	68,0%	70,0%	100%

Figura 30. Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según el grado de competencia afrontado 2005-07.



Los datos mostrados en la Figura 30 señalan tendencias positivas para las iniciativas emprendedoras en el sentido de que hay mayores proporciones de éstas que afrontan alguna o ninguna competencia. Las actividades consolidadas tienden a afrontar más competencia, en parte, porque también tienden menos a innovar en producto. De echo, estos resultados son bastante complementarios con los obtenidos en el apartado anterior

4.10. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Al mismo nivel de relevancia que la innovación y la competitividad se puede colocar la adopción de nuevas tecnologías para el desarrollo de los procesos productivos y de servicios. Tal vez sea en este apartado en el que mayor esfuerzo de inversión y actualización ha hecho nuestro tejido empresarial en los últimos años. Sin embargo, la vertiginosa velocidad de las innovaciones, no permite siquiera a veces su renovación de forma rentable y sensata. En el caso de los ordenadores, por ejemplo, se han tenido que generar nuevas fórmulas como el leasing para poder recambiarlos en toda una empresa con asiduidad y afrontar así la rapidísima obsolescencia que se produce.

El observatorio GEM proporciona datos acerca de la antigüedad de las tecnologías utilizadas en las iniciativas emprendedoras y consolidadas, tal y como se puede ver en la siguiente Tabla y en la Figura 31.

Tabla 17. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir su bienes o servicios.

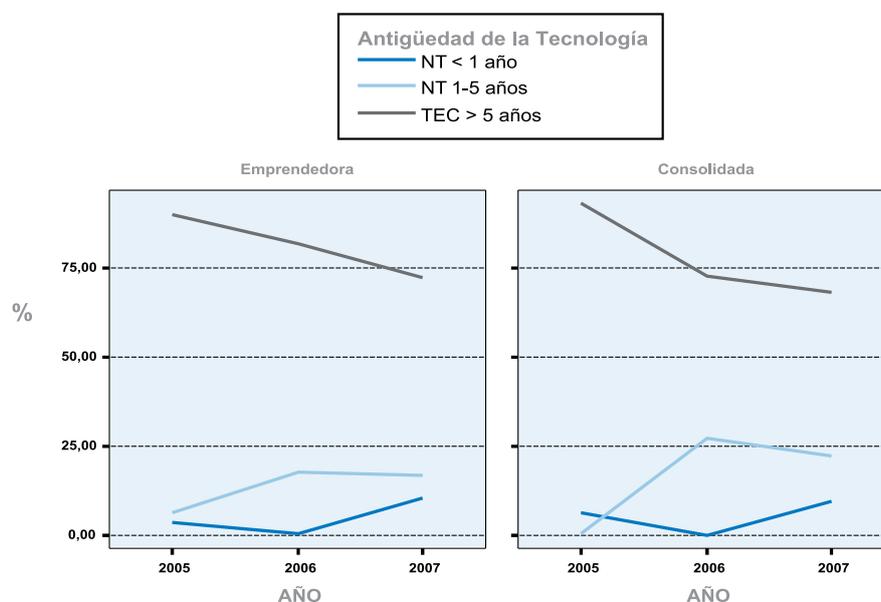
Tipo de iniciativa	NT < 1 año			NT 1-5 años			TEC > 5 años			Total
Año	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	
Emprendedora	3,6%	0,2%	10,6%	6,1%	17,9%	16,8%	90,2%	81,9%	72,6%	100%
Consolidada	6,4%	0,0%	9,5%	0,4%	27,1%	22,1%	93,2%	72,9%	68,4%	100%

La interpretación de los resultados comparativos no resulta sencilla debido a que el año 2006 fue muy atípico en cuanto al porcentaje de iniciativas, tanto emprendedoras como consolidadas que adoptan tecnologías de última generación, es decir, de antigüedad inferior a un año en el momento de la entrevista. En ese año, existe una notable concentración de actividades que usan tecnologías de entre 1 y 5 años, por lo que este dato tan irregular en la serie temporal tiene que explicarse por temas de amortización y de inversión previa en años anteriores en el caso de las consolidadas y por la destacada concentración de empresas orientadas al servicio y al consumo que se viene dando y que probablemente se sustentó más en tecnologías recientes o ya existentes hasta cinco años atrás. En cambio, en el 2007, se observa una drástica recuperación y amplia superación de los niveles registrados en el 2005 en cuanto a uso de tecnologías de última generación, moderándose algo el uso de tecnologías de entre 1 y 5 años y cayendo en un significativo porcentaje el uso de tecnologías más antiguas de cinco años.

En cualquier caso, otros estudios realizados por este equipo investigador como el AC-E han puesto de manifiesto que la PYME española está bastante al día en referencia a Tecnologías de la Comunicación y que renueva más lentamente las de producción. Sin embargo, el resultado del 2007 debe de considerarse como muy positivo en comparación con los de los años anteriores en este apartado.

Los gráficos de la Figura 31 muestran una clara tendencia a la disminución del uso de tecnologías de más de cinco años de antigüedad tanto en las iniciativas emprendedoras como en las consolidadas, siendo más drástico y acusado dicho descenso en las últimas

Figura 31. Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según la antigüedad de las tecnologías usadas (2005-07).



4.11. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

La internacionalización de la PYME española constituye otro de los frentes en que las distintas Administraciones vienen trabajando con el ánimo de ver conseguido un sustancial incremento. Aprender a introducirse en otros mercados es imprescindible en un contexto global y altamente competitivo como el actual, por lo que el planteamiento de la exportación debe hallarse entre los temas prioritarios en muchos sectores.

Sin embargo, también es cierto que un período de entre 0 y 42 meses puede resultar relativamente corto para lograr resultados importantes en este sentido en muchas iniciativas que están en fase de consolidación, si bien, se repite que, en determinados sectores, la no contemplación de este tipo de práctica puede resultar crítica.

Los resultados de la Tabla 18 muestran tendencias muy positivas en cuanto a la mejora sucesiva de los tres años que comparan en la disminución del número de iniciativas, tanto emprendedoras como consolidadas que no exportan.

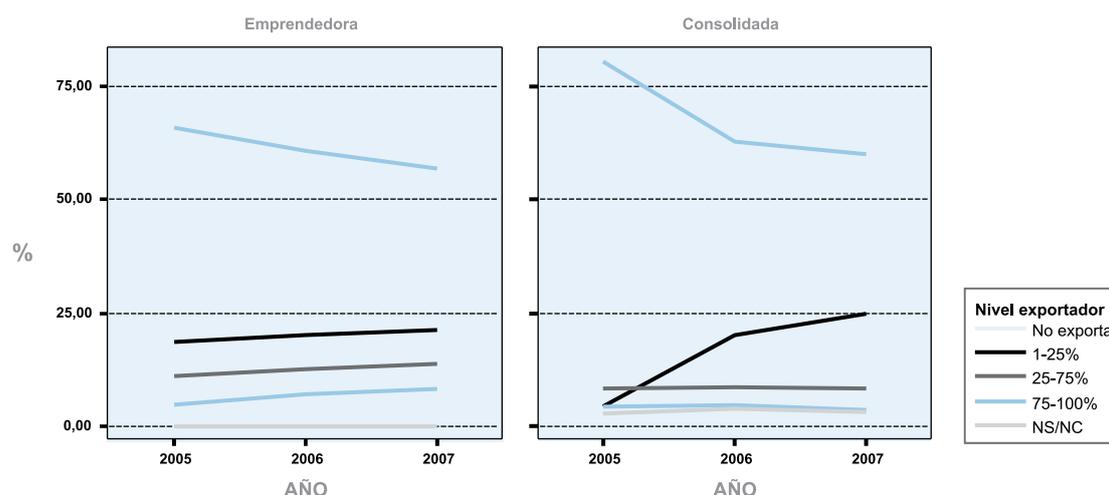
Sin embargo, también es cierto que las series de intensidad de exportación evolucionan de formas diferentes. En el caso de la exportación de entre un 1y un 25% del producto o servicio, el incremento del porcentaje iniciativas emprendedoras es discreto y sostenido, mientras que en el caso de las consolidadas se produjo un salto hacia delante muy notable entre el 2005 y el 2006, que sigue ascendiendo del orden un 5 puntos porcentuales en el 2007. En la exportación de entre el 25 y el 75% el comportamiento de las iniciativas emprendedoras es progresivo y moderado y en el de las consolidadas se mantiene muy estable alrededor del 8%. Finalmente, en la máxima intensidad exportadora, se nota un mayor impulso entre las iniciativas emprendedoras y una ligera disminución entre las consolidadas.

Evidentemente, el analizar este resultado desde un punto de vista sectorial proporcionaría una información de gran valor, pero este tipo de producto no tiene cabida en un informe general, por lo que se desarrolla en artículos específicos derivados de los datos GEM o en otros informes que se van publicando en revistas especializadas.

Tabla 18. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de su bienes o servicios.

Intensidad exportadora	Emprendedoras			Consolidadas		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007
No exporta	65,9%	60,7%	56,7%	80,7%	62,6%	59,8%
1-25%	18,6%	19,9%	21,2%	4,1%	20,0%	25,0%
25-75%	10,9%	12,5%	13,9%	8,1%	8,7%	8,3%
75-100%	4,6%	6,9%	8,2%	4,4%	4,6%	3,7%
NS/NC	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	3,9%	3,2%

Figura 32. Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según la intensidad exportadora (2005-07).



La proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas que exporta en alguna medida viene mejorando por tercer año consecutivo en España, síntoma de que la insistencia en la importancia de abordar este aspecto se viene asimilando por parte de nuestra clase empresarial, especialmente entre los emprendedores.

4.12. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

En función de los resultados obtenidos en cuanto a las características de las actividades emprendedoras se calcula un índice de potencial de expansión en el mercado para las mismas. La Tabla 19 muestra los resultados obtenidos para las iniciativas emprendedoras y consolidadas en el 2007 en España y la comparación de los mismos con respecto al año 2006.

Tabla 19. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de su potencial estimado de expansión en su mercado.

Potencial de expansión en el mercado	Emprendedoras		Consolidadas	
	2006	2007	2006	2007
Sin expansión	64,5	56,5	75,3	70,4
Alguna expansión sin uso de NT	35,3	32,9	24,7	20,2
Alguna expansión con uso de NT	0,2	8,1	0,0	9,0
Notable expansión	0,0	2,5	0,0	0,5

Nota: este índice se viene calculando únicamente desde la edición 2006

El potencial de expansión en el mercado de las iniciativas emprendedoras ha mejorado ostensiblemente entre el año 2006 y el 2007, especialmente en el ámbito de alguna expansión con uso de nuevas tecnologías y en el de expansión notable, ya que en el 2006 ninguna iniciativa de las entrevistadas logró esta calificación en nuestro país.

Lo mismo puede afirmarse con respecto a las iniciativas consolidadas, que presentan un espectacular incremento en la calificación de alguna expansión con uso de nuevas tecnologías y comienzan a aparecer en la calificación de notable expansión.

En conclusión, el trabajo conjunto que están realizando la administración y resto de agentes implicados en el impulso al emprendedor está teniendo consecuencias en muchos aspectos y de forma rápida. Sin embargo, las expectativas de recesión económica global esperadas para el 2008, podrían empañar estos éxitos en alguna medida, por lo que hay que tomar con moderación y cautela las buenas noticias y seguir trabajando para que estas tendencias se consoliden



Capítulo 5: Financiación del Proceso Emprendedor Español

Informe Ejecutivo
GEM España 20

07



online

global



Futuro

virtual

innovación



Capítulo 5: Financiación del Proceso Emprendedor Español

5.1. Introducción

A pesar de que, a lo largo de las distintas ediciones del GEM se viene comprobando el importante incremento que han experimentado las fuentes de financiación específica para nuevas empresas tanto desde el ámbito público como desde el privado, el acceso a la financiación sigue siendo una de las principales barreras a la creación de empresas citadas por los emprendedores. Los fondos provenientes del capital riesgo (centrados mayoritariamente en operaciones de expansión como MBOs o MBIs) y de los bancos (a quienes los emprendedores acuden en primera instancia pero que suponen una financiación costosa y que exige numerosas garantías) son insuficientes para cubrir esta demanda de capital en las etapas iniciales de una empresa. Los inversores informales o business angels se presentan así como una fuente de financiación alternativa que permite en cierta medida cubrir esta brecha financiera (equity gap) de las primeras etapas.

¿Cuál es realmente la importancia de cada una de estas fuentes de financiación en estas etapas iniciales?. La metodología desarrollada por el Proyecto GEM proporciona datos que nos permiten abordar la respuesta a este interrogante desde numerosos puntos de vista. En primer lugar, los datos de la encuesta a la población activa permiten estudiar este fenómeno desde la perspectiva del propio emprendedor, al que se le pregunta sobre el capital semilla necesario para iniciar su negocio así como sobre las diversas fuentes de financiación que ha utilizado para obtenerlos; en segundo lugar, la encuesta también permite analizar la pregunta desde la perspectiva del inversor informal al que, una vez identificado, se le interroga sobre la cantidad aportada al proceso emprendedor, el rendimiento esperado de la misma y sobre la relación que le une con el beneficiario de la inversión. Por último, el uso de bases de datos complementarias procedentes de fuentes oficiales en las que se recogen las principales cifras macroeconómicas de los distintos países, así como la recogida de datos sobre capital riesgo procedentes de distintas asociaciones nacionales e internacionales permite analizar el papel del capital riesgo en el apoyo al proceso emprendedor.

El GEM se centra en el análisis de las necesidades de financiación de las empresas nacientes, es decir de aquellas que llevan como mucho de tres meses en el mercado. Por tanto, a lo largo de todo el capítulo, al hablar de los fondos necesarios para la creación de nuevas empresas estaremos implícitamente refiriéndonos al capital semilla o seed capital, que se destina a financiar el nacimiento de una start-up.

5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha un start up en el 2007 en España

Según los resultados de la encuesta GEM, cada iniciativa emprendedora puesta en marcha en el 2007 necesitó en media un capital semilla de cerca de 79.000 Euros. Esto confirma la tendencia creciente que ya se observó en la edición anterior del proyecto. Esta cifra tiene dos lecturas posibles: por una parte, el dato sugiere que emprender es cada año "mas caro", pero por otro la cifra creciente estaría también indicando la creación de empresas cada vez de mayor envergadura, lo cual en principio sería bueno para el proceso emprendedor en su conjunto.

No obstante, a la vez que aumenta la cifra media lo hace también la variabilidad de la misma, lo que de nuevo sugiere cautela a la hora de establecer implicaciones en base al análisis del dato medio y señala la necesidad de utilizar medidas más fiables en casos de alta dispersión. En particular, la moda o caso mas frecuente se sitúa de nuevo en los 30.000 Euros. Sin embargo la mediana, o el capital medio aportado por el 50% de los emprendedores de la muestra

aumenta en 5.000 euros y se sitúa en los 45.000. Finalmente el análisis de los percentiles muestra una distribución menos homogénea, en la que el capital semilla necesario aumenta en los percentiles superiores. Así si el año anterior el capital medio en el percentil 90 era de 120.000, este año aumenta a más de 171.000, lo que parece indicar que el aumento del capital semilla medio se debe precisamente al nacimiento de un grupo de empresas de mayor envergadura: las situadas en este tramo superior.

Del capital necesario, los emprendedores nacientes aportan, independientemente de si lo hacen al 100% o no, una media de casi 53.000 euros, con una mediana y una moda de 30.000 euros.

En relación a la procedencia de estos fondos, la presente edición supone un cambio significativo en relación a ediciones anteriores. Así, por un lado, a pesar de que la moda o caso más frecuente se mantiene en que el emprendedor ponga el 100%, en cambio, el porcentaje medio de fondos aportados por el emprendedor disminuye de un 71% a un 69,55% y la cantidad media aumenta de unos 40.000 a unos 52800 Euros, tal y como muestra la tabla 20. Sin embargo, el porcentaje de emprendedores que han aportado un 100% del capital sigue estable en torno al 42%, por lo que, de nuevo, estos datos parecen sugerir la existencia de un grupo reducido de emprendedores que inicia proyectos de mayor envergadura y que recurre en mayor medida a la fuentes ajenas para financiarlos, distorsionando los datos medios.

Tabla 20. Características y distribución del capital semilla en el 2007.

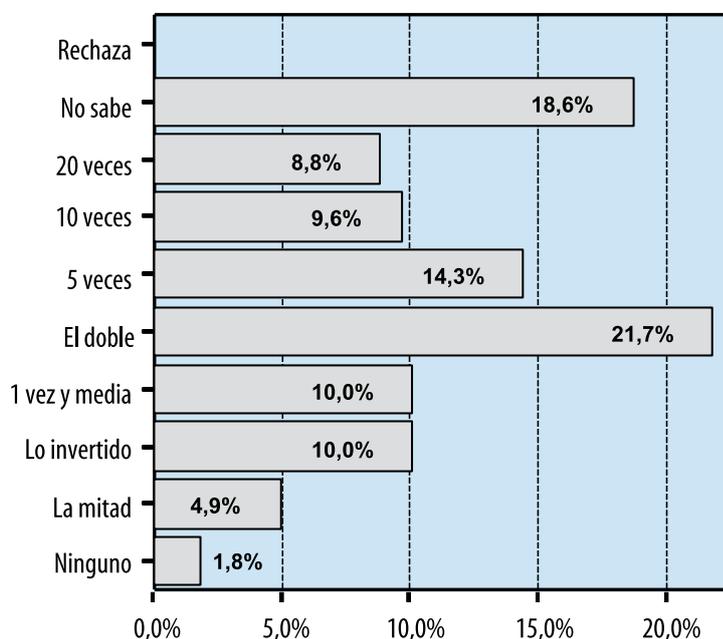
	CAPITAL SEMILLA POR START UP (Euros)	CAPITAL SEMILLA APORTADO POR EL EMPRENDEDOR (Euros)	CAPITAL SEMILLA APORTADO POR EL EMPRENDEDOR (% sobre total)	
Media	78993,01	52838,30	69,55	
Mediana	45000,00	30000,00	80,00	
Moda	30000,00	30000,00	100,00	
Desviación Típica	112031,66	92858,574	33,27	
Mínimo	10000,00	0,00	,00	
Máximo	800000,00	800000,00	100,00	
Percentiles				
	10	16000,00	6000,00	20,00
	20	20000,00	10000,00	33,33
	30	25000,00	15000,00	50,00
	40	30000,00	20000,00	55,55
	50	45000,00	30000,00	80,00
	60	60000,00	30000,00	100,00
	70	61270,85	45000,00	100,00
	80	99646,37	60000,00	100,00
	90	171588,95	100000,00	100,00

También es interesante señalar que el capital medio aportado por aquellos que no ponen el 100% del capital se sitúa en torno a los 29.000 euros, con una mediana de 15.000 y una moda de 30.000 y que esto supone una aportación media en términos porcentuales del 44,4% con una mediana y una moda del 50%. Dado que casi un 57% de los emprendedores nacientes necesita fondos ajenos, no es extraño que este factor sea uno de los más solicitados en influyentes en el actual panorama de desarrollo de la actividad emprendedora.

5.3. El retorno de la inversión esperada por el emprendedor

Las expectativas de los emprendedores en relación a los rendimientos esperados de sus proyectos muestran también una gran variabilidad. Un porcentaje muy elevado, un 18% no es capaz de estimar el rendimiento que espera del proyecto. Resulta curioso, que pese a lo incipiente de los proyectos (menos de tres meses de vida), un 7% de los emprendedores espere pérdidas y un 10% sólo espera recuperar el capital invertido. En el otro extremo, casi un 20% espera rendimientos 10 veces superiores a lo invertido. La mayoría (36%) esperan rendimientos entre dos y cinco veces lo invertido. Estas cifras, son similares a las de la edición anterior.

Figura 36. Parte de recuperación de la inversión inicial esperada por el emprendedor.



5.4. Las fuentes de financiación que se utilizan en el proceso emprendedor

La disminución de los fondos aportados por el emprendedor así como el aumento del capital semilla necesario para poner en marcha una empresa que se mostraban en el apartado anterior, ponen de manifiesto la relevancia que en esta edición en particular cobran las fuentes de financiación externas en apoyo del proceso emprendedor. Como se mencionó en la introducción, el proyecto GEM permite desagregar dichas fuentes y realizar así un análisis más detallado del origen de estos fondos.

La Tabla 21 muestran la importancia de cada una de estas fuentes de financiación externas según la respuesta del emprendedor que ha recurrido a alguna de ellas. Los datos del 2007, se han comparado con los de la edición anterior. Una vez más, las instituciones bancarias se revelan como la fuente externa más importante para el emprendedor. La evolución temporal de la misma indica que su nivel de participación en el proceso se mantiene prácticamente estable no recuperando el nivel del 2005 que fue del 55%. Asimismo, el ámbito familiar directo vuelve a ocupar una segunda posición al igual que lo hizo en el 2005. En el 2006 esta segunda posición fue ocupada por las ayudas

gubernamentales, que siguen una trayectoria descendente y se sitúan en el 7,1% frente al 19% del 2006 y al 22% del 2005. Este descenso podría deberse a una mayor exigencia de calidad de las iniciativas a las que se otorga financiación por parte de las entidades públicas que las ofertan. En el 2007 se incrementa la solicitud de fondos a compañeros de trabajo y a otras fuentes diferentes, decayendo las restantes. En el 2007 también se ha recogido el porcentaje de capital restante necesario que han solicitado los que han necesitado financiación ajena. Las medias son bastante elevadas, especialmente las correspondientes a otras fuentes, a relaciones familiares menos directas y a bancos e instituciones financieras.

Tabla 21. Fuentes de financiación utilizadas por el emprendedor naciente que no ha puesto el 100% del capital semilla.

¿Ha recibido o espera recibir dinero para el start up de?	% Sí	% Sí	% Medio que ponen
	2007	2006	2007
Su familia directa	10,8	9,2	89,24
Otras relaciones familiares menos directas	0,8	3,9	92,43
Compañeros de trabajo	6,1	3,1	84,82
Desconocidos	1,7	4,6	60,83
Amigos o vecinos	3,5	13,6	83,25
Bancos e instituciones financieras	28,2	28,4	91,12
Programas del Gobierno	7,1	19,5	70,77
Cualquier otra fuente diferente de las anteriores	5,7	4,3	100,00
NS/NC o rechaza	3,0	0,0	

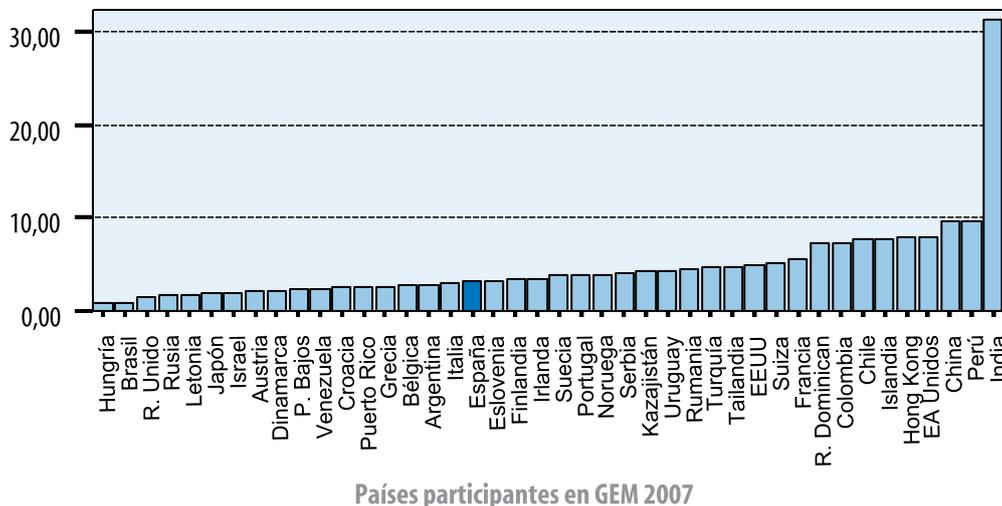
Los resultados mostrados en la Tabla 21 indican que, aunque existan algunos cambios entre las distintas ediciones en cuanto a la distribución de cada uno de sus componentes, la financiación informal procedente del entorno más cercano al emprendedor lo que en el mundo anglosajón se conoce como las 3Fs: (Family, Friends & Foolhardy), representa una parte sustancial de la financiación destinada a nuevos proyectos, imprescindible para cubrir la brecha financiera a los que éstos se enfrentan. Así, en el 2007 un 21,2% de los emprendedores reconoce haber recibido fondos de su entorno más cercano, ya fuera procedente de familia, amigos, compañeros de trabajo u otros. Aunque no podemos precisar la procedencia con exactitud, el 7,4% de emprendedores que reconocen haber recibido fondos de desconocidos u otros, una parte sustancial debe corresponder a business angels profesionales, o capital riesgo o lo que es lo mismo a inversores particulares que toman participaciones normalmente minoritarias en proyectos en fases de arranque aportando no solo capital, sino también experiencia en gestión empresarial.

5.5. El papel del Inversor Informal tipo Business Angel en España y en el entorno GEM

Los datos referentes a las fuentes de financiación externas utilizadas por el emprendedor hablan por sí solos de la importancia de la inversión informal en el apoyo a la creación de empresas. Por este motivo, el Proyecto GEM dedica un año más un apartado específico al estudio de esta inversión informal en su sentido más amplio, clasificando como inversor informal a todo aquel que ha invertido dinero propio en un negocio ajeno en los últimos tres años.

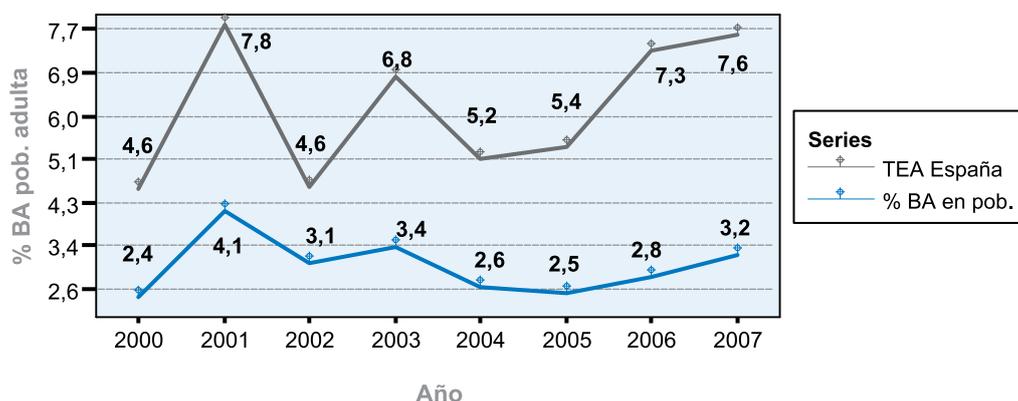
En el caso de España, en el 2007 un 3,22% de la población adulta actuó como inversor informal, lo que supone un interesante aumento con respecto al año anterior (2,81%). La comparación internacional muestra, al igual que en años anteriores a nuestro país en línea con otros países como Italia o Portugal y por debajo de otros como EEUU o Francia. Asimismo la India, China y Perú siguen mostrando los ratios de inversión informal más elevados.

Figura 37. Porcentaje de población adulta que ha actuado como business angel en los tres últimos años



En relación a la evolución temporal del indicador, y de nuevo con la cautela de interpretar datos de una serie temporal tan corta, la adición de un dato más a la serie refuerza la idea de la existencia de una relación positiva y significativa entre el porcentaje de emprendedores early stage en España y el porcentaje de business angel que les apoyan con su capital, tal y como se observa en la Figura 35.

Figura 38. Evolución conjunta del índice de actividad emprendedora y la inversión informal tipo business angel



5.6. El perfil del Inversor Informal en España

La información proporcionada por la encuesta realizada a la población adulta permite establecer una radiografía del inversor informal en nuestro país, radiografía cuyos principales aspectos se recogen en la Tabla 22. Esta Tabla muestra como el perfil se mantiene bastante estable en las distintas ediciones. Así se puede establecer el perfil del inversor informal en España como el de un varón, en torno a los 40 años, con estudios universitarios, renta familiar media-alta, que trabaja por cuenta ajena, y que reside en una zona urbana.

El análisis temporal de este perfil muestra que se consolidan datos como el porcentaje de inversión informal en la

población femenina en torno al 40%, así como el predominio de los inversores con estudios superiores (34%). Sin embargo, este año se reduce el porcentaje de inversores que son a su vez emprendedores.

En relación al tipo de inversión que realizan, en el 2007 disminuye ligeramente la cantidad media invertida por proyecto que pasa de 21.000 a 17.000 Euros.

Tabla 22. Perfil del inversor informal tipo business angel en España en el 2007

- Preferentemente un hombre	Hombres = 61,8% Mujeres = 38,2%
- Edad media está en torno a 40,5 años	
- Preferentemente con estudios superiores	34,6% tiene estudios superiores
- Que están, predominantemente, en situación laboral activa (78,5%) y trabajando por cuenta ajena en más de la mitad de los casos (53,3%)	
- Que suele situar su renta mensual media entre los 1200 y los 1800 euros (22,1%)	
- Que reside predominantemente en zona urbana (> 5000 hb) (87,9%)	
• Un 5,9% son emprendedores nacientes y 7,5% nuevos, de 3 a 42 meses en activo	
• Un 12,3% son empresarios consolidados, de más de 42 meses en activo	
• Un 20,6% sí que afirma estar pensando en emprender en los próximos 3 años y un 3,6% no lo sabe con seguridad	
- Un 5,6% ha cerrado un negocio en los 12 meses previos a Julio de 2007	
- Mas de un 40% piensan que hay buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses en su zona.	
- Que suele tener las habilidades y conocimientos necesarios para emprender (65,9%)	
- Para los que el miedo al fracaso no suele ser un obstáculo para emprender (57,2%)	
- Que en el 54,2% de los casos tiene una relación familiar directa con el beneficiario. Un 1,7% invierte en proyectos de desconocidos.	
- La inversión media que realizan los business angel españoles en el 2007 es de unos 17.000 euros, con una desviación típica de 25.200. El mínimo invertido es de 1.000 euros y el máximo de 240.000 euros. La mediana, más representativa se sitúa en unos 10.000 euros.	
- La mayoría de los business angel (36,3%) no espera ningún retorno de su inversión, mientras que un 31,5% espera la devolución del mismo capital.	
- El tipo de negocio en el que invierten es muy variado, destacando claramente la inversión en bares, restaurantes y similares, los negocios comerciales y los del sector primario en el 2007.	

Por último, el análisis de la relación del inversor con el beneficiario de la inversión, muestra tal y como se ha mencionado al analizar el fenómeno desde el punto de vista del emprendedor, que la mayoría ponen dinero en proyectos de familiares, aunque se consolida el porcentaje de inversores que financian proyectos de "Desconocidos" (1,5%) y la categoría de "otros" se incrementa en un 1% con respecto al año anterior.

Así pues, estos datos demuestran un año mas la enorme importancia del entorno familiar a la creación de empresas en España al tiempo que un lento desarrollo de la figura del Business Angel profesional, que invierte en negocios ajenos en los que no tiene ninguna relación con el emprendedor, un perfil que está mucho mas desarrollado en el mundo anglosajón.

Esta composición de la inversión informal en España explicaría la distribución del retorno esperado de la inversión por el inversor informal, que se muestra en la Tabla 23. Como ocurría en ediciones anteriores, un alto porcentaje de inversores (un 30,8% en el 2007) invierte a "fondo perdido", es decir no espera recuperar nada de la inversión realizada, un porcentaje similar al del año anterior. Un 5,6% espera recuperar sólo la mitad y un 26,8 % espera recuperar

simplemente lo invertido. Así pues, casi la mitad de los inversores que financian un proyecto empresarial incipiente no lo hace esperando obtener un beneficio económico. En el otro extremo, existe un grupo de inversores reducido, un 4%, que espera rendimientos superiores a 10 veces lo invertido.

Tabla 23. Retorno esperado por el inversor informal

Retorno esperado de la inversión por el inversor informal	%
NADA	30,8
LA MITAD	5,6
LO INVERTIDO	26,8
UNA VEZ Y MEDIA	5,1
DOS VECES	7,7
CINCO VECES	4,6
DIEZ VECES	2,1
VEINTE VECES	2,2

Finalmente, el proyecto GEM ha incluido por primera vez una pregunta con el objetivo de captar la reacción de la población ante una solicitud de inversión de capital tipo business angel. Tal y como se muestra en la Tabla 24, un 28% de la población nunca pondría dinero en un proyecto ajeno. El resto de la población se encuentra dividida más o menos a partes iguales entre los que lo harían dependiendo de la identidad del solicitante, mas concretamente de su relación con él, y los que se guiarían mas por criterios puramente empresariales, analizando la viabilidad del proyecto antes de invertir.

Tabla 24. Reacción de la población ante una solicitud de inversión de capital tipo business angel

Tipo de reacción	%
Pediría todo tipo de documentación acerca del proyecto antes de invertir	34,3
Dependiendo de la relación con el solicitante, se la proporcionaría o no	31,5
Ni siquiera consideraría la posibilidad de poner dinero en un proyecto ajeno	28,2
No sabe	3,0
Otro caso	2,2
Rechaza	,6
Total	100,0

5.7. El papel del capital riesgo

Con el objetivo de completar la panorámica de las fuentes de financiación disponibles para el emprendedor, a lo largo de las distintas ediciones, el Proyecto GEM ha ido analizando el papel del capital riesgo en el apoyo a la creación de empresas. Los datos que se comentan a continuación proceden de la ASCRI (Asociación de Capital Riesgo) que proporciona en su web diversos informes sobre el capital riesgo en España.

Artículos y otros detalles (<http://www.ascricri.org>)

Según las cifras preliminares recopiladas por webcapitalriesgo.com para la Asociación Española de Entidades de Capital Riesgo (ASCRI), el volumen de inversión estimado ascendió a 4.298 millones en 2007, lo que supone un incremento del

44% con respecto al mismo periodo de 2006 y supera el record de 4.198 millones alcanzado en 2005. Así pues, el año 2007 concluye en niveles máximos en el sector, tanto en el número de operaciones como en el volumen invertido.

Sin embargo, el análisis desagregado de la inversión en capital riesgo según la fase de desarrollo de la empresa participada muestra que, las empresas en fases iniciales no se están beneficiando de esta mayor actividad del sector. Mas bien al contrario, los datos muestran que el 55% del volumen de inversión recayó en operaciones con apalancamiento de recursos o buyouts (MBO/MBI/LBO), en una proporción similar al año anterior. Un 26,7% se destinó a operaciones en expansión y un 13,6% a operaciones de sustitución de accionistas. Frente a estas cifras, el peso del volumen estimado en operaciones en fase semilla y arranque superó ligeramente el 4%, frente al 9,3% alcanzado en 2006.



Capítulo 6: Actividad Emprendedora en Función del Género

Informe Ejecutivo
GEM España 20

07



online

global

innovación

virtual

Futuro

Capítulo 6: Actividad Emprendedora en Función del Género

6.1. Introducción

Dada la importancia creciente de la contribución femenina a la actividad emprendedora, se ha querido completar la descripción del perfil del emprendedor español por un breve análisis de las características específicas del colectivo emprendedor femenino y su comparación con el masculino.

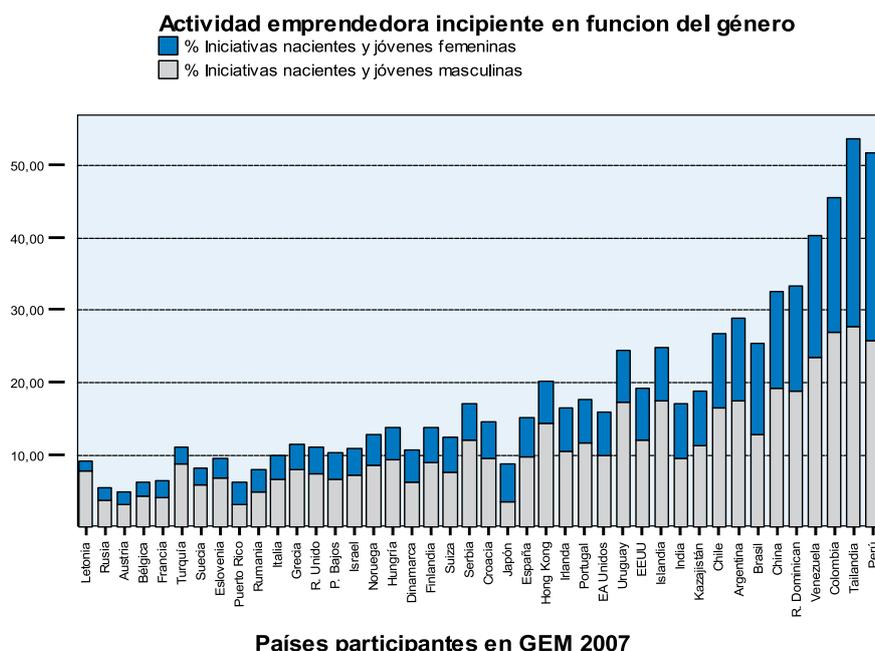
6.2. La actividad emprendedora femenina en España desde una perspectiva internacional

A nivel internacional, España mantiene una posición intermedia respecto al índice de actividad emprendedora femenina, situándose en la posición nº19 del total de los países GEM.

Comparativa internacional: con un índice TEA del 5,48% para el colectivo de mujeres, España se sitúa en la posición 19 de un total de 42 países participantes en el GEM 2007.

Evolución respecto al GEM 2006: el TEA femenino español refleja un cierto descenso respecto al año anterior, y pasa del 5,7% al 5,48%. El TEA masculino, en cambio, indica un considerable aumento, desde el 8,83% en el 2006 hasta el 9,75% para el año 2007

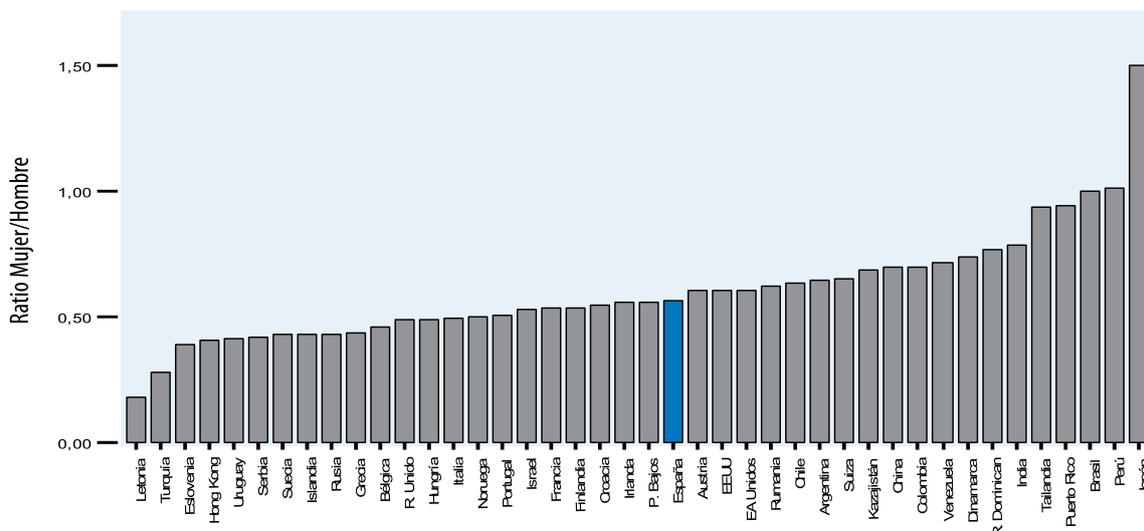
Figura 39. Actividad emprendedora incipiente (naciente más nueva o joven) en función del sexo en los países GEM 2007



Ratio Mujer/hombre de la actividad emprendedora: este índice, que alcanza un valor de 0,56 empeora ligeramente puesto que se sitúa por debajo de la media de los países GEM, que asciende a un 0,62

España en el contexto europeo: si bien durante el año 2006 España ocupaba el segundo lugar en la lista de los países europeos en cuanto al ratio mujer/hombre para la actividad emprendedora, este año se ve desplazada a la cuarta posición detrás de Dinamarca, Rumanía y Austria.

Figura 40. Ratio de actividad femenina sobre masculina



6.3. Características de la actividad emprendedora femenina

Unas de las diferencias más significativas entre hombres y mujeres emprendedores radica en la cantidad de tiempo que éstos le dedican a la nueva iniciativa. A primera vista, esta menor involucración de las emprendedoras en sus empresas no parece afectar el desempeño de las mismas puesto que la proporción de mujeres que han cerrado un negocio no varía sustancialmente de la de los hombres. Esto tiende a desmentir la visión de que las empresas lideradas por mujeres tienen menos éxito que las que son gestionadas por hombres.

Dedicación: mientras que sólo un 7,6% de los emprendedores varones se dedica a tiempo parcial a su negocio, éste es el caso de más del 13,6% de las mujeres emprendedoras.

Tasa de cierre: sólo un 0,6% de los hombres y un 0,7% de las mujeres del total de la población española encuestada declararon haber cerrado un negocio en los últimos 12 meses.

A grandes rasgos el colectivo de las emprendedoras españolas identificado año tras año por nuestro observatorio se ajusta al perfil descrito en la literatura científica, si bien de forma menos acusada de lo estipulado. Los resultados obtenidos en el 2007 muestran que la preponderancia de mujeres al frente de empresas que operan en sectores tradicionalmente femeninos, aunque significativa, es poco llamativa y, tampoco lo es su mayor ausencia en los sectores tecnológicos.

Número de propietarios: las mujeres tienden a iniciar su negocio en solitario en mayor medida que los hombres. El número promedio de propietarios es de 1,71 para las iniciativas “femeninas” contra un 1,92 para las iniciativas “masculinas”.

Creación de empleo: las perspectivas de creación de empleo en los próximos 5 años son algo mayores para los emprendedores que para las emprendedoras (las proyecciones medias son de 3,56 y 3,18 empleados respectivamente).

Distribución sectorial y tecnología: el género no parece influir en la distribución sectorial de las empresas nuevas y nacientes. No obstante, sí parece afectar el componente tecnológico de las mismas. Mientras que sólo el 5% de los negocios liderados por mujeres tienen un componente tecnológico medio-alto, esta proporción alcanza el 9% en el caso de las empresas que son creadas por hombres.

6.4. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora española

Con excepción del nivel de renta y de la percepción de las habilidades emprendedoras, el estudio GEM confirma la ausencia de diferencias significativas en función del género en cuanto se refiere al perfil socio-demográfico del emprendedor.

La percepción de las habilidades emprendedoras: en comparación con los hombres, las mujeres españolas siguen teniendo una peor percepción de sus capacidades para crear con éxito un negocio.

Nivel de renta: pese a la variedad de perfiles socio-económicos dentro del colectivo emprendedor español, se observa una cierta tendencia de los emprendedores varones a estar sobre-representados en los tramos de renta más elevados.

Tabla 25 Habilidades para emprender y renta de los emprendedores españoles

Pregunta	Categorías de respuesta	Población Emprendedora (%)		
		Hombre	Mujer	Total
Tiene habilidades para la creación de empresas	Sí	89,7%	89,1%	89,5%
	No	9,4%	9,2%	9,3%
	No sabe	,9%	1,7%	1,2%
	Total	100%	100%	100%
Tramo de renta familiar	Menos de 600	3,5%	5,2%	4,1%
	Entre 600 y 1.200	19,5%	19,9%	19,6%
	Entre 1.200 y 1.800	21,8%	23,9%	22,6%
	Entre 1.800 y 2.400	14,4%	11,4%	13,3%
	Más de 2.400	19,4%	12,9%	17,0%
	No contesta	21,4%	26,6%	23,3%
	Total	100%	100%	100%

6.5. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora

Esta sección muestra cómo influye el género en las percepciones subjetivas que los españoles se forman sobre la actividad emprendedora. En concreto nuestro estudio analiza la actitud de los emprendedores y de la sociedad española en general con respecto a un conjunto de factores psico-sociales. Los resultados que se detallan a continuación se encuentran en línea con los hallazgos de las ediciones anteriores del GEM, y confirman que la menor representación de las españolas en el sector emprendedor se debe, entre otros factores, a un mayor temor al riesgo que implica este tipo de actividades. Asimismo, nuestros datos confirman la posición desfavorable de las mujeres en términos de su integración en redes sociales que podrían representar un apoyo a la hora de crear y desarrollar con éxito un negocio. Finalmente, se detecta una menor propensión de las españolas a percibir buenas oportunidades empresariales que los hombres.

Temor al fracaso: Más del 53% de las mujeres españolas citan este factor como un freno para emprender, contra un 47% de los hombres. Dentro del colectivo emprendedor, estas diferencias son menos importantes: el temor al fracaso sólo afecta al 36% de las mujeres y al 34% de los hombres.

Percepción de oportunidades: La proporción de emprendedores que percibían buenas oportunidades de negocios en su zona en el año 2007 supera en un 10% a la de emprendedoras en la misma situación (un 52% contra un 42% respectivamente). Dentro de la población española no emprendedora, las diferencias de género son algo menos acusadas (un 35% y un 30% respectivamente).

Redes sociales: las mujeres declaran conocer a un emprendedor en menor medida que los hombres. Además, ésta situación es más notoria en el caso de la población no emprendedora (un 28% de las mujeres contra un 37% de los hombres) que en el del colectivo emprendedor (un 54% de las emprendedoras contra un 59% de los emprendedores).

En resumen podríamos afirmar que las diferencias de género en lo que se refiere a las actitudes y percepciones hacia la actividad emprendedora son cada vez mas reducidas, si bien persisten ciertas trabas a la plena participación de la mujer en dicha actividad. En particular, resaltar que el tiempo de dedicación al negocio aparece como el ámbito en el que las emprendedoras españolas se ven mas desfavorecidas con respecto a sus homólogos masculinos, dato que apunta a la falta de sistemas de apoyo a la conciliación de vida laboral y profesional.

Los resultados de la encuesta a expertos del GEM tienden de hecho a confirmar esta hipótesis. Dicha encuesta pretende, entre otras cosas, conocer la opinión de los 564 expertos españoles entrevistados en el 2007, acerca del grado de apoyo cultural e institucional a la actividad emprendedora femenina. La Tabla que recoge el promedio de la valoración de dichos expertos de varias afirmaciones relacionadas con este tema, muestra que en general las mujeres en España parecen tener un nivel aceptable de apoyo social para emprender un negocio. No obstante, se considera que los servicios sociales destinados a facilitar la conciliación laboral y profesional siguen siendo insuficientes.

Tabla 26. Opinión media de los expertos españoles acerca del apoyo prestado a la mujer emprendedora en el 2007

Afirmación	Promedio de valoración de los expertos (1=completamente cierto – 5=completamente falso)
En mi país, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando después haber fundado una familia.	2,51
En mi país, crear un negocio es una carrera socialmente aceptada para la mujer.	3,38
En mi país, las mujeres son alentadas a ser auto-empleadas o a crear una empresa	3,39
En mi país, las mujeres son expuestas a tantas buenas oportunidades para crear un negocio como los hombres.	3,39
En mi país, las mujeres tienen la capacidad y la motivación necesaria para crear una empresa.	4,12

6.6. Alternativas a la participación femenina en la actividad emprendedora: la mujer inversora

Finalmente, se analizan brevemente los rasgos más destacados que diferencian a la población femenina de la masculina que actúa como inversor informal aportando fondos propios para financiar la puesta en marcha de un negocio ajeno¹

Tabla 27. Sexo del inversor informal e importe invertido

		Población total		
		Hombre	Mujer	Total
¿Es inversor informal?	Si	4,0%	2,5%	3,2%
	No	96,0%	97,5%	96,8%
	Total	100%	100%	100%
Importe medio invertido (en Euros)		18.183	15.056	16.988

Los datos de este año confirman los hallazgos de las ediciones anteriores del GEM: la proporción de las mujeres en la población total que actúa como inversor informal es algo inferior a la de los hombres. El importe medio invertido por estas últimas asciende a unos 15.056 Euros, mientras que la financiación promedio ofrecida por sus homólogos varones, es algo más elevada y asciende a los 18.183 Euros.

Asimismo, se confirma la tendencia de las inversoras a apoyar en mayor medida que los inversores los proyectos empresariales de sus familiares, que representan el 70,6% de los receptores de inversión informal femenina frente a una proporción más moderada en el caso de la inversión masculina dirigida a este grupo (52,1%).

¹ La inversión informal es estudiada en profundidad en el capítulo 5 en el que se analiza la financiación del proceso emprendedor. El epígrafe desarrollado en este capítulo tan sólo pretende ofrecer una visión de la inversión informal desde la perspectiva de género.

Tabla 28. Retorno esperado y beneficiarios de la inversión en función del género

Retorno esperado de la inversión	Hombre	Mujer	Total
Ninguno	35,32	38,18	36,35
Mitad o totalidad de la inversión	37,37	39,64	38,19
de 1,5 a 2 veces la inversión	14,58	15,64	14,96
de 5 a 20 veces la inversión	12,73	6,55	10,50
Total	100,00	100,00	100,00
Beneficiario de la inversión	Hombre	Mujer	Total
Familiares	52,10	70,59	60,00
Amigos o desconocidos	40,12	20,32	31,66
Otros	2,99	1,87	2,51
No Sabe/No Contesta	4,79	7,22	5,83
Total	100,00	100,00	100,00

Estas diferencias podrían explicarse por la mayor aversión al riesgo que muestran las mujeres, unido a su menor nivel medio de renta, que induce a las inversoras a financiar principalmente aquellos proyectos de las personas en las que más confían y en cuantías más moderadas. Esta inversión en proyectos aparentemente más seguros explicaría por ejemplo el hecho de que sólo un 6 de las inversoras espere un retorno elevado de su inversión (de 5 a 10 veces el importe invertido), frente a un 12% de sus compañeros masculinos, cuyos fondos habrían sido destinados a apuestas más arriesgadas pero quizá por ello, más rentables.

Otra explicación la encontramos en la desventaja en la que se encuentran las mujeres en términos de redes sociales relacionadas con la actividad emprendedora, y que hace que probablemente recurran a sus conocidos más próximos a la hora de rentabilizar su dinero. En la Tabla 30, se pueden ver las diferencias debidas al género que se producen en el total de la población de 18-64 años ante la perspectiva de tener que prestar fondos destinados a actividades emprendedoras. De nuevo, la mujer en general, sería más reacia que el hombre a invertir en ello y las diferencias son estadísticamente significativas.

Tabla 29. Reacción espontánea a la pregunta: Si alguien le pidiese ayuda financiera para poner en marcha una iniciativa emprendedora, ¿cómo cree que reaccionaría?, en función del género

Reacción	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Ni siquiera consideraría la posibilidad de poner dinero en una iniciativa	26,7%	29,8%	28,2%
Dependiendo de la relación con el solicitante, se la proporcionaría	32,4%	30,6%	31,5%
Pediría todo tipo de documentación acerca del proyecto, los planes, viabilidad, etc.	36,4%	32,3%	34,3%
Otro caso	1,9%	2,6%	2,2%
No sabe	2,1%	4,0%	3,0%
Rechaza	,6%	,7%	,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%



Capítulo 7: Actividad emprendedora en función del origen del emprendedor

Informe Ejecutivo
GEM España 20

07



online

global

innovación

virtual

Futuro

Capítulo 7: Actividad Emprendedora en Función del origen del emprendedor

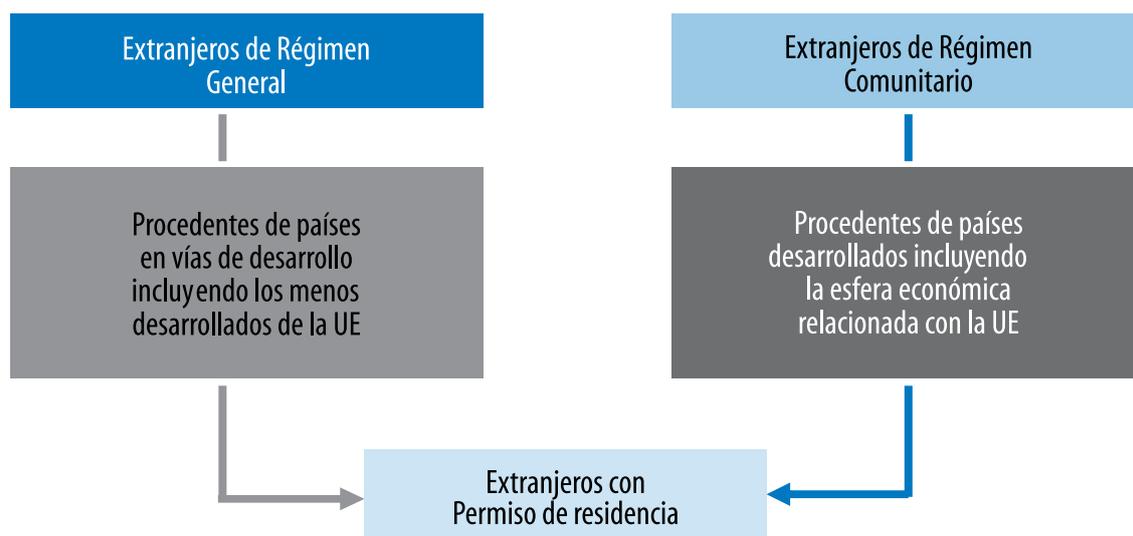
7.1. Introducción

Desde el año 2005, el observatorio GEM de nuestro país viene prestando atención a la parte de nuestra actividad emprendedora que se debe a emprendedores cuyo origen no es el español. Al igual que en el 2007, se ha podido constatar un crecimiento de dicha actividad, cuyas características y evolución se explican a continuación.

7.2. La actividad emprendedora femenina en España desde una perspectiva internacional

La Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración, facilita anualmente los datos referentes al número de extranjeros que tienen permiso de residencia en España. Dicha Secretaría, ofrece los datos estadísticos distinguiendo entre los de régimen general y los de régimen comunitario, tal y como se muestra en la Figura 41.

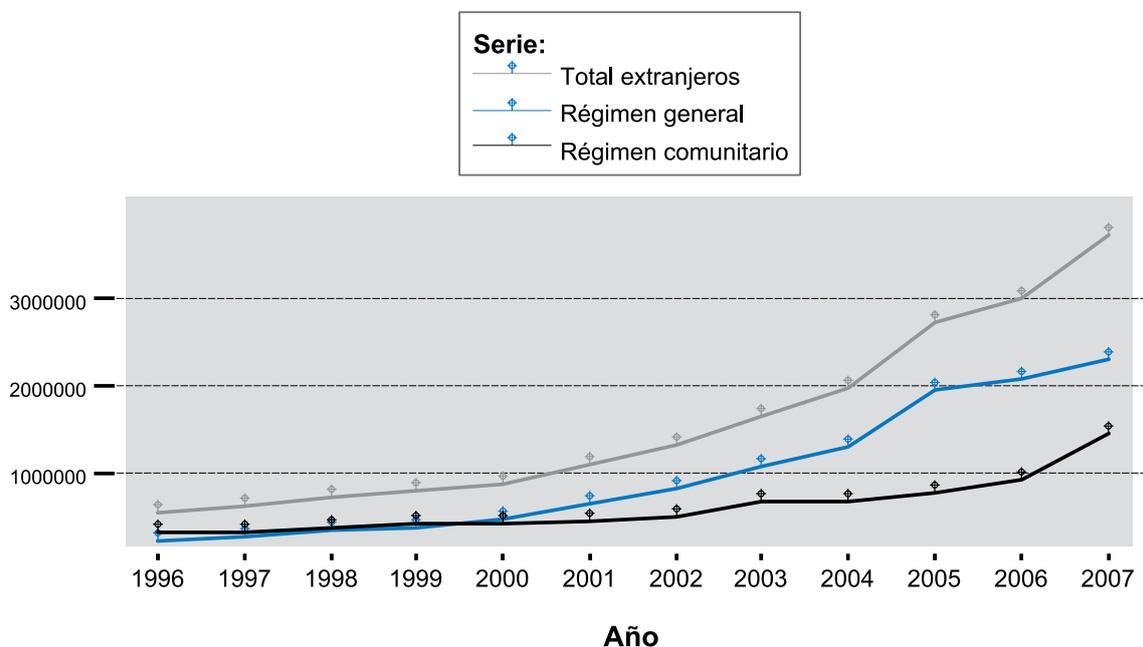
Figura 41. Composición de la población extranjera con permiso de residencia en España



Observando las series de la Figura 42, se puede ver claramente como entre los años 1996 y 1999, el flujo de extranjeros que venía a España era muy parecido entre los que responden al régimen comunitario y los que responden al régimen general, siendo las cifras de ambos, relativamente discretas y, siempre con superioridad de los extranjeros procedentes de países desarrollados. El año 2000, se produce un importante cambio cuantitativo y, por primera vez, la cifra de inmigrantes de régimen general, supera a la de régimen comunitario.

A partir de ese momento, aunque ambas series siguen una evolución ascendente, no hay duda de que la correspondiente al régimen general aumenta a un ritmo mucho más rápido que la correspondiente al régimen comunitario, evidenciando la cada vez más masiva llegada de inmigrantes que acuden a nuestro país por necesidad, es decir, por falta de alternativas de trabajo o subsistencia en su propio país. Sin embargo, también es muy importante señalar que la cifra de extranjeros comunitarios también está experimentando un interesante auge que se puede deber a que nuestra nación es fuente de oportunidades de negocio y también un lugar atractivo de retiro en el cual vivir al llegar la jubilación.

Figura 42. Evolución de la inmigración en España en la última década



Fuente: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración, Información Estadística.

7.3. Características de la actividad emprendedora femenina

El desglose de la tasa de actividad emprendedora incipiente total o TEA registrada en España en los años 2005, 2006 y 2007 que corresponde a extranjeros es la que se muestra en la Tabla 30.

Tabla 30. Actividad emprendedora total registrada en España desglosada en función del tipo de origen del emprendedor y su evolución

Año	Espanoles	Extranjeros	Total TEA
2005	94,3%	5,7%	100%
2006	88,3%	11,7%	100%
2007	86,8%	12,8%	100%

Los resultados permiten concluir que entre el 2005 y el 2006 se produce un notable salto en la participación extranjera en el total de nuestra actividad emprendedora, que continua una progresión ascendente, pero más amortiguada entre el 2006 y el 2007.

En definitiva, es innegable que el fenómeno de la inmigración, ya sea de régimen general o comunitario, afecta a la composición de nuestra actividad emprendedora pudiendo enmascarar algunas de las características de la misma

en cuanto a su desarrollo netamente español. De ahí, la necesidad de su seguimiento y análisis en los años sucesivos mientras no remita o se establezca el flujo migratorio que venimos afrontando de forma creciente desde el año 2000.

La Tabla 31 muestra la tasa real de actividad emprendedora incipiente en los colectivos de españoles, inmigrantes por necesidad (régimen general) e inmigrantes por otros motivos (régimen comunitario). Las diferencias observadas son estadísticamente significativas. La última columna recoge el índice de actividad emprendedora total registrado en España en el 2007, mientras que las otras columnas proporcionan esa tasa en cada parte de la población considerada individualmente. La parte de actividad emprendedora que corresponde a la población extranjera, en general, sobre el TEA07 cuyo valor es del 7,6% es el 0,4%, la diferencia entre la tasa generada por españoles y la total ($7,6 - 7,2 = 0,4$). Si se tiene en cuenta que en el 2005 esta cifra era 0,2% y en el 2006 un 0,5%, se puede concluir que se comienza a percibir cierta estabilización en este indicador, que afecta más a los extranjeros de régimen general.

Tabla 31. Porcentaje de población que emprende y que no que lo hace en cada colectivo según su origen y su evolución

Año	Actividad	Espanoles	Extranjeros comunitarios	Extranjeros régimen general	No facilitan su origen	Total
2005	Emprende	5,4%	10,2%	14,0%	0,0%	5,7%
2005	No emprende	94,6%	89,8%	86,0%	0,0%	94,3%
2005	Total	100%	100%	100%	100%	100%
2006	Emprende	6,8%	10,4%	14,2%	19,1%	7,3%
2006	No emprende	93,2%	89,6%	85,8%	80,9%	92,7%
2006	Total	100%	100%	100%	100%	100%
2007	Emprende	7,2%	11,5%	13,0%	23,7%	7,6%
2007	No emprende	92,8%	88,5%	87,0%	76,3%	92,4%
2007	Total	100%	100%	100%	100%	100%

Inmediatamente se extraen diversas conclusiones:

- Los extranjeros son, proporcionalmente, más emprendedores que los españoles.
- Los extranjeros en régimen general de permanencia son, proporcionalmente, más emprendedores que los españoles y que los extranjeros comunitarios.
- El año 2006 comienza a surgir un colectivo que no desea responder acerca de su lugar de origen. Este colectivo (que no aparecía en el 2005), aumenta en el 2007 y, tanto este año como el anterior, es el proporcionalmente más emprendedor de todos. Este colectivo puede responder a personas que tienen desconfianza en cuanto a revelar su procedencia, si bien, el hecho de que estén al frente de una actividad implica forzosamente que tienen que tener permiso para su apertura y desarrollo y, por consiguiente, no debe asociarse a inmigración ilegal, en principio.

Así como las lógicas preguntas relacionadas con las mismas:

- ¿Por qué son más emprendedores los extranjeros que los españoles?
- ¿Por qué se acentúa este fenómeno entre los extranjeros de régimen general?
- ¿Qué mecanismos alientan a estas personas a emprender en España?

La explicación de este fenómeno, así como la respuesta a las anteriores preguntas se obtiene a partir de datos procedentes de la encuesta a la población adulta que evidencian interesantes diferencias de mentalidad. Así, entre otros, se han observado los siguientes resultados:

Tabla 32. Diferencias de mentalidad entre extranjeros y españoles en el 2007

Rasgo analizado (% de respuesta afirmativa)	Españoles	Extranjeros comunitarios	Extranjeros régimen general	No facilitan su origen
Piensa emprender en 3 años	5,6%	11,3%	22,1%	21,1%
Ha cerrado en los 12 meses previos	1,0%	0,9%	2,3%	13,2%
Ha conocido a un emprendedor en los 2 últimos años	35,4%	35,3%	43,3%	28,9%
Temor al fracaso	46,7%	39,6%	40,1%	33,3%
Emprender es buena opción profesional	59,9%	62,3%	67,2%	73,7%
Posee habilidades y conocimientos para emprender	46,7%	56,6%	52,4%	73,0%
Perciben buenas oportunidades	24,3%	27,5%	35,4%	21,1%
Prefieren un nivel de vida estándar en la población	55,7%	45,6%	58,2%	63,2%
El éxito como emprendedor conduce a alcanzar un buen estatus	53,1%	50,5%	56,8%	54,1%

Por consiguiente:

- Los extranjeros tienen, proporcionalmente mayor propensión a emprender, especialmente, los de régimen general y ello se debe a dos motivos: por un lado una mentalidad más desarrollada en relación a crear iniciativas y, por otro lado, una mayor necesidad de hacerlo por subsistencia en los que son de régimen general. Los extranjeros comunitarios y los españoles tienen una tasa de abandono o cierre de iniciativas inferior a los de régimen general debido a que pueden, en general, tener más recursos monetarios y apoyo institucional
- Los extranjeros de régimen general conocen en mayor proporción emprendedores que los españoles y los comunitarios, resultado natural si se piensa en las elevadas tasas de actividad emprendedora de los países en vías de desarrollo.
- Los extranjeros, especialmente, los comunitarios tienen menor miedo al fracaso que los españoles porque han sido educados de forma diferente con respecto a la asunción de riesgos y a afrontar el fracaso en un negocio
- Los extranjeros están proporcionalmente más convencidos de que emprender es una buena salida profesional y, también afirman en mayor medida que los españoles el estar en posesión de los conocimientos y habilidades básicos para emprender un pequeño negocio.
- Los extranjeros, especialmente, los de régimen general, tienen una mayor percepción de oportunidades. Los extranjeros comunitarios son bastante más competitivos que los españoles y que los extranjeros de régimen general, ya que muestran un menor porcentaje de preferencia por un nivel de vida igualitario en la población. Los extranjeros de régimen general y los españoles están más convencidos que los comunitarios de que el éxito como emprendedor puede conducirles a alcanzar un buen estatus social

7.4. Diferencias entre los perfiles socio-económicos de los emprendedores en función de su origen

El perfil de los emprendedores ha ido variando a lo largo de los tres años observados en los tres grupos analizados en algunos aspectos y se ha mantenido en otros. Así, en cuanto a la edad media, se observa una estabilidad en la correspondiente a los emprendedores españoles, una progresión ascendente entre los de régimen comunitario, bastante estabilidad entre los de régimen general y una tendencia a la baja entre aquellos que no facilitan su origen. El emprendedor extranjero es más joven que el español, especialmente el de régimen general, pues a partir del 2006, la edad media de los comunitarios supera a la de los españoles. En la Tabla 33 se muestran estos datos.

Tabla 33. Evolución de la edad media de los emprendedores en función de su origen

Emprendedor	Edad media Españoles	Edad media Comunitarios	Edad media Rg. General	Edad media Sin origen	Edad media Total
2005	38,06 años	36,79 años	34,37 años	-	37,87 años
2006	38,25 años	39,78 años	34,14 años	37,07 años	37,88 años
2007	38,30 años	39,94 años	34,71 años	24,18 años	37,89 años

En cuanto a la participación masculina y femenina en el total de la actividad emprendedora (ver Tabla 34), se observan interesantes oscilaciones. Por un lado, el claro predominio de la actividad masculina frente a la femenina entre los españoles, si bien, en el año 2006 hubo un incremento en la participación de las mujeres. Por otro lado, el brusco cambio de tendencia entre los emprendedores de régimen comunitario, pues en el año 2005, se registraba un 20% más de actividad femenina que masculina, mientras que en los dos años siguientes la participación de la mujer decae ostensiblemente y se sitúa por debajo de la que hay entre las españolas. En cuanto a la distribución del género entre los emprendedores de régimen general, se observa una tasa de participación femenina superior a la española en los tres años, que si bien no alcanza a la masculina, se le acerca bastante, hasta el año 2007 en que decae. Finalmente, entre los que no declaran su origen, el año 2006 predomina la actividad femenina y el año 2007 se invierten los porcentajes a favor del emprendedor masculino. En el total, se puede apreciar en el año 2006 una clara influencia de la emprendedora de régimen general en la tasa femenina, ayudando a que ésta sea superior. Tras haber analizado la actividad emprendedora durante nueve años, se ha constatado que la tasa femenina española global tiende a estar por debajo de la masculina y a retraerse cuando el entorno es menos favorable. La mujer es menos propensa a correr riesgos, suele tener más dificultades para lograr capital semilla y tiende a replicar más negocios existentes, siendo menos innovadora que el hombre. A cambio, es más constante una vez entra en el mercado. Sin embargo, también es cierto que la mentalidad de la mujer emprendedora que proviene de países en vías de desarrollo es diferente de la de la mujer comunitaria, especialmente, en cuanto a la asunción de riesgos y la búsqueda de oportunidades.

Tabla 34. Evolución de la participación masculina y femenina en la actividad emprendedora en función del origen de los emprendedores

Emprendedores	Españoles		Comunitarios		Rg. General		Sin origen		Total	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
2005	64,0%	36,0%	40,0%	60,0%	52,9%	47,1%	-	-	63,1%	36,9%
2006	61,5%	38,5%	70,7%	29,3%	53,0%	47,0%	55,6%	44,4%	60,9%	39,1%
2007	64,8%	35,2%	67,4%	32,6%	58,4%	41,6%	44,4%	55,6%	64,1%	35,9%

La Tabla 35, muestra las distribuciones de nivel de estudios de los emprendedores de cada origen. En España, la tendencia se está invirtiendo rápidamente hacia el predominio de emprendedores con estudios superiores, mientras que entre los de régimen comunitario, la distribución se está diversificando y pareciendo más a la española cuando, en el 2005, había estado absolutamente decantada hacia personas con estudios superiores. Entre los emprendedores de régimen general se observa también un cambio muy notable entre el año 2005, en que predominaban los emprendedores con niveles bajos de estudios hacia un incremento general de la categoría más elevada de éstos, si bien, todavía no equiparable a la comunitaria o a la española. Entre los que no informan del origen predominan los niveles educacionales bajos.

Tabla 35. Evolución del nivel de estudios de los emprendedores en función de su origen

2005	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Primarios	51,4%	7,1%	55,8%	-	51,1%
Secundarios	13,3%	7,1%	7,7%	-	13,0%
Superiores	35,2%	85,7%	36,5%	-	35,9%
2006	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Primarios	28,7%	12,2%	17,6%	50,0%	47,9%
Secundarios	40,7%	31,7%	39,9%	20,0%	40,3%
Superiores	30,5%	56,1%	42,4%	30,0%	32,2%
2007	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Primarios	27,2%	23,9%	19,5%	88,9%	26,6%
Secundarios	21,0%	21,7%	37,2%	0,0%	22,6%
Superiores	51,8%	54,3%	43,3%	11,1%	50,8%

Por otro lado, en cuanto al nivel de renta, a pesar de que es una variable con tasas notables de no respuesta, se puede apreciar que el emprendedor inmigrante de régimen general suele situarse en el tercio inferior de ingresos, si bien, la distribución mejoró el año 2006 hacia los tercios medios y superior, volviendo a retraerse un tanto en el 2007 hacia el tercio inferior y medio. En el año 2005, los emprendedores de régimen comunitario tenían en todos los casos niveles de renta, cuando menos medios. Su distribución se ha ido equiparando más a la española, pero siempre predominando las rentas medias y altas. En particular, en el 2007, son estos emprendedores los que presentan una proporción más elevada de personas situadas en el tramo superior.

Tabla 36. Evolución del nivel de renta de los emprendedores en función de su origen

2005	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Tercio inferior	22,3%	0,0%	44,2%	-	23,0%
Tercio medio	24,5%	46,7%	28,8%	-	25,0%
Tercio superior	28,6%	11,5%	26,7%	-	27,7%
NS/NC	24,7%	15,4%	26,7%	-	24,3%
2006	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Tercio inferior	21,9%	17,0%	21,4%	50,0%	22,9%
Tercio medio	23,6%	24,4%	17,2%	0,0%	22,9%
Tercio superior	28,6%	29,3%	28,8%	50%	28,7%
NS/NC	25,9%	29,3%	21,7%	0,0%	25,4%
2007	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Tercio inferior	22,3%	20,0%	35,0%	62,5%	23,8%
Tercio medio	22,1%	22,2%	27,0%	0,0%	22,6%
Tercio superior	30,8%	42,2%	25,7%	0,0%	30,4%
NS/NC	24,7%	15,6%	12,4%	37,5%	23,3%

En conclusión, las diferencias más remarcables en cuanto al perfil de los emprendedores extranjeros y españoles es el de una mayor juventud entre los que están en régimen general, una edad media más elevada entre los comunitarios y, en medio de ambas se sitúan los españoles.

La participación femenina es casi siempre inferior a la masculina, pero entre los inmigrantes de régimen comunitario, las diferencias se acortan ostensiblemente. La proporción de emprendedores con nivel educacional superior es mayor entre los comunitarios y los españoles, pero no es nada desdeñable el porcentaje de emprendedores inmigrantes en régimen general que también lo poseen. Finalmente, en cuanto a renta, los emprendedores procedentes de países en vías de desarrollo son claramente los menos favorecidos.

7.5. Características de la actividad emprendedora extranjera en el 2007

La distribución sectorial de la actividad emprendedora en función del origen del emprendedor presenta una interesante evolución en los tres años en que ha sido observada (ver Tabla 37). Así, en el 2005, las actividades emprendedoras en el sector extractivo estaban únicamente desarrolladas por españoles y tenían una muy discreta repercusión en el conjunto total. Las mayores proporciones de emprendedores se ubicaban en el sector orientado al consumo, con especial énfasis en el caso de los inmigrantes de régimen general. En el sector transformador se veía una mayor proporción de emprendedores comunitarios y en el de servicios a empresas, de inmigrantes de régimen general.

En el 2006, se incrementa notablemente la proporción de iniciativas en el sector primario, en el cual comienzan a involucrarse inmigrantes de régimen general. El sector orientado al consumo sigue predominando sea cual sea el origen del emprendedor, pero se advierte una tendencia hacia una mayor diversificación, especialmente entre los españoles.

El año 2007, desciende un tanto el peso del sector primario, si bien, resulta de gran importancia ver la notable entrada de emprendedores comunitarios en el mismo. Estos emprendedores muestran una mayor tendencia a la diversificación que en años anteriores, aunque la mayor concentración de iniciativas de hasta 42 meses de actividad se siga dando en el sector orientado al consumo.

Tabla 37. Evolución del sector de las iniciativas en función del origen del emprendedor

2005	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Extractivo	3,0%	0,0%	0,0%	-	3,0%
Transformador	23,1%	33,3%	10,0%	-	22,9%
Servicios a empresas	22,5%	16,7%	25,0%	-	22,5%
Orientado al consumidor	51,4%	50,0%	65,0%	-	51,6%
2006	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Extractivo	7,0%	0,0%	2,3%	0,0%	6,4%
Transformador	29,9%	13,5%	32,2%	50,0%	29,8%
Servicios a empresas	24,6%	23,7%	35,1%	37,5%	24,8%
Orientado al consumidor	38,5%	41,8%	51,4%	12,5%	39,0%
2007	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Extractivo	5,1%	4,8%	1,4%	0,0%	4,7%
Transformador	28,8%	9,5%	25,8%	0,0%	28,0%
Servicios a empresas	26,4%	31,0%	22,6%	0,0%	26,0%
Orientado al consumidor	39,6%	54,8%	50,2%	100,0%	41,4%

Otros datos relacionados con las características de las actividades emprendedoras de los extranjeros en comparación con las españolas, y su correspondiente evolución, se ofrecen en las siguientes tablas:

Tabla 38. Etapa en que se halla la iniciativa emprendedora según el origen del emprendedor

2005	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Naciente	40,3%	73,3%	70,6%	-	42,2%
Nuevo	59,7%	26,7%	29,4%	-	57,8%
2006	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Naciente	40,1%	63,4%	49,0%	33,3%	41,4%
Nuevo	59,9%	36,6%	51,0%	66,7%	58,6%
2007	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Naciente	44,8%	54,3%	52,4%	22,2%	45,8%
Nuevo	55,2%	45,7%	47,6%	77,8%	54,2%

Tabla 39. ¿Cuántos clientes consideran el producto o servicio ofrecido completamente nuevo?

2006	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Todos	17,9%	20,0%	18,2%	22,2%	18,0%
Algunos	29,7%	20,0%	28,8%	22,2%	29,8%
Ninguno	52,4%	40,0%	53,0%	55,6%	52,2%
2007	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Todos	19,9%	33,3%	18,7%	87,5%	20,3%
Algunos	28,9%	28,9%	24,0%	12,5%	28,3%
Ninguno	51,2%	37,8%	57,3%	0,0%	51,4%

Tabla 40. ¿Qué grado de competencia enfrentan los emprendedores?

2006	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Mucha	60,1%	61,0%	63,6%	55,6%	60,4%
Alguna	30,9%	34,1%	28,3%	44,4%	30,8%
Poca	9,1%	4,9%	8,1%	0,0%	8,8%
2007	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Mucha	59,1%	32,6%	58,8%	66,7%	58,5%
Alguna	31,2%	50,0%	35,8%	22,2%	32,1%
Poca	9,7%	17,4%	5,3%	11,1%	9,4%

Tabla 41. ¿Qué grado de antigüedad tienen las tecnologías utilizadas para desarrollar el producto o servicio?

2006	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
< de 1 año	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,2%
1-5 años	18,2%	17,1%	15,2%	20,0%	17,9%
> 5 años	81,5%	82,9%	84,3%	80,0%	81,8%
2007	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
< de 1 año	9,7%	15,2%	14,6%	66,7%	10,6%
1-5 años	16,9%	19,6%	16,4%	11,1%	16,8%
> 5 años	73,4%	65,2%	69,0%	22,2%	72,6%

Proporcionalmente, los extranjeros siguen siendo mayor fuente de generación de iniciativas nacientes que los españoles. Los comunitarios van algo por delante en cuanto a innovación de oferta al cliente, uso de nuevas tecnologías y enfrentamiento de menor competencia. Sin embargo, el potencial de expansión en el mercado es más favorable para el español en el discreto tramo más elevado.

Tabla 42. ¿Qué potencial de expansión en el mercado tienen las iniciativas emprendedoras en función del origen de los emprendedores?

2006	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Ninguna	64,3%	58,5%	67,2%	60,0%	64,4%
Pequeña	35,5%	41,5%	32,3%	40,0%	35,3%
Media	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,2%
Elevada	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
2007	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
Ninguna	57,2%	28,9%	58,0%	11,1%	56,5%
Pequeña	33,1%	57,8%	27,4%	22,2%	33,0%
Media	7,2%	13,3%	12,8%	55,6%	8,1%
Elevada	2,5%	0,0%	1,8%	11,1%	2,4%

Tabla 43. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras en función del origen de los emprendedores

2006	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
75-100%	6,2%	25,0%	9,2%	28,6%	6,9%
25-75%	11,2%	17,5%	22,7%	14,3%	12,5%
1-25%	19,9%	10,0%	21,6%	28,6%	19,9%
No exporta	62,7%	47,5%	46,5%	28,6%	60,7%
2007	Español	Comunitario	Reg. General	No informa	Total
75-100%	7,3%	22,7%	10,6%	55,6%	8,2%
25-75%	12,1%	27,3%	26,6%	11,1%	13,9%
1-25%	21,4%	15,9%	21,7%	11,1%	21,3%
No exporta	59,2%	34,1%	41,1%	22,2%	56,6%

Tabla 44. Evolución del capital medio semilla necesario para la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras en función del origen de su impulsor (en euros)

	2005	2006	2007
Español	52589,59	63528,90	78993,01
Comunitario	55425,50	83008,87	63729,31
Reg. General	37023,24	59892,86	67506,04
No informa	-	47269,60	99152,68
Total	51813,95	63534,38	73463,43

Tabla 45. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras en función del origen de los emprendedores

Año	2005				2006				2007			
	0	1-5	6-19	20+	0	1-5	6-19	20+	0	1-5	6-19	20+
Español	18,6	60,6	17,7	3,1	21,6	65,8	11,2	1,2	44,1	42,0	11,8	2,1
Comunitario	14,3	71,4	14,3	0,0	35,7	64,3	0,0	0,0	61,9	19,0	0,0	19,0
Reg. General	21,6	52,9	21,6	3,9	11,1	77,8	8,1	3,0	34,9	54,7	8,5	1,9
No informa	-	-	-		14,3	57,1	14,3	14,3	28,6	14,3	42,9	14,3
Total	18,7	60,4	17,9	3,1	20,8	66,8	10,8	1,5	43,5	42,6	11,5	2,5

7.6. Procedencia de los emprendedores extranjeros y algunas conclusiones

La evolución de la distribución de los emprendedores extranjeros en función de su país de nacimiento y, ordenada por orden de importancia en cuanto a participación, es la siguiente:

Tabla 46. País de nacimiento declarado por los emprendedores extranjeros

País	% 2005	País	% 2006	País	% 2007
Argentina	15,4%	Argentina	12,5	Ecuador	12,8
Bolivia	10,7%	Colombia	12,1	Argentina	11,4
Perú	8,2%	Venezuela	8,0	Colombia	10,0
Colombia	6,5%	Ecuador	6,8	Venezuela	7,0
Venezuela	6,1%	Marruecos	5,6	Rumania	6,3
Grecia	5,4%	Perú	4,9	Perú	5,5
Francia	5,1%	Francia	4,7	Francia	5,5
Argelia	5,1%	Bolivia	4,1	Bolivia	3,8
Suiza	4,8%	Ns/Nc	3,8	Marruecos	3,4
México	4,5%	Rumania	3,6	Ns/ Nc	3,1
Hong Kong	3,9%	R. Dominicana	3,5	Brasil	2,9
Camerún	2,8%	México	3,3	China	2,7
Escocia	2,7%	Alemania	3,3	Chile	2,7
Brasil	2,2%	Rusia	2,2	Alemania	2,6
Italia	2,2%	Suiza	2,2	R. Dominicana	2,6
Gales	2,1%	Chile	1,9	México	2,0
Ecuador	1,7%	Portugal	1,9	Suiza	1,9
Chile	1,5%	China	1,8	Portugal	1,7
Serbia	1,5%	Brasil	1,6	Rusia	1,4
Uruguay	1,4%	Bélgica	1,2	Cuba	1,2
Filipinas	1,2%	Irlanda	1,2	Italia	1,2
África	1,0%	Paraguay	1,0	Inglaterra	1,1
India	,9%	Uruguay	1,0	Senegal	,9
Marruecos	,7%	Panamá	,9	Uruguay	,8
Estados Unidos	,7%	Polonia	,9	Bulgaria	,7
Alemania	,7%	Honduras	,8	África	,7
R. Dominicana	,6%	Pakistán	,8	Paraguay	,7
Honduras	,4%	Italia	,8	Holanda	,6
Polonia	,3%	Estados Unidos	,8	Japón	,6
Total	100,0%	Ucrania	,7	Holanda	,5
		Senegal	,7	Albania	,3
		Palestina	,7	Moldavia	,3
		Japón	,4	Suecia	,3
		Cuba	,2	Palestina	,2
		Total	100,0	Polonia	,2
				Bélgica	,2
				Camerún	,1
				India	,0
				Total	100,0%

Fuente: GEM España, Instituto de Empresa

Argentina ha sido el país que mayor proporción de emprendedores extranjeros de régimen general ha proporcionado en los años 2005 y 2006. En el 2007 se ve desplazada por Ecuador. Los colectivos de Ecuador, Colombia, Venezuela y Rumania han ido escalando posiciones en la distribución a lo largo del 2006 y el 2007. Francia es el país comunitario que más emprendedores proporciona a España en todo el período analizado. La presencia de suizos ha ido disminuyendo y, en cambio se ha incrementado la de alemanes. La diversidad de procedencias es cada vez mayor.

El emprendedor extranjero se decide a poner en marcha una iniciativa cuando ya lleva cierto tiempo residiendo en nuestro país. En la Tabla 47 se aprecia que la media de tiempo, que era estable en los años 2005 y 2006 para los extranjeros de régimen comunitario, se incrementa en el 2007. En cambio, en el caso de los extranjeros de régimen general, la media tiende a acortarse entre los años 2005 y 2006, estabilizándose, por el momento en torno a algo más de siete años.

Tabla 47. Evolución del tiempo medio de residencia en España de los emprendedores extranjeros (en años)

	2005	2006	2007
Comunitario	18,60 años	18,06 años	21,77 años
Reg. General	10,95 años	7,42 años	7,73 años
No informa	-	34,04 años	7,51 años
Total	12,64 años	9,81 años	10,0 años

Los resultados obtenidos para tres años consecutivos indican además, que esta contribución económica puede ser cambiante y presentar múltiples facetas que hay que analizar cuidadosamente año a año por cuanto pueden influir en alguna medida en las que presenta la tasa total de actividad emprendedora en España.

Si en el 2005, se apreciaba una mayor participación de inmigrantes con menos estudios e iniciativas modestas, los años 2006 y 2007, muestran que el panorama ha cambiado muy ostensiblemente y que el emprendedor que proviene de países en vías de desarrollo tiene un perfil mucho más parecido al español de lo que parecía al principio. Por su parte, el emprendedor comunitario siempre parece ir un paso adelante en diversos temas como son la innovación, la internacionalización y la búsqueda de oportunidades más competitivas.

Estos cambios, ponen de manifiesto que la actividad emprendedora no siempre es accesible a todos los colectivos que vienen a nuestro país y que existe una mayor probabilidad de que aquellos que vienen con niveles educativos superiores acaben poniendo en marcha iniciativas empresariales de mayor calidad y más equiparables a las españolas.

La desaparición de muchos inmigrantes emprendedores procedentes de países del este, Magreb y otros orígenes que se aprecia en los años 2006 y 2007, debe tener su explicación en la mayor rigurosidad con que se aplica el proceso de regularización. Asimismo, este resultado puede deberse a una mayor mortandad de iniciativas modestas y autónomas de régimen general que no han logrado sobrevivir y también a una mayor facilidad para introducirse en el ámbito empresarial entre los inmigrantes de habla hispana.

Asimismo, los resultados obtenidos por otros autores (Checa, 1998 y otros) en estudios de ámbito geográfico mucho más restringido también sacaron a la luz la existencia de problemas de aceptación de determinados tipos de etnias que forzaban el cierre de negocios o que forzaban a los empresarios a convertirse en soporte de su propia etnia. El caso de El Ejido en Almería (referido en el artículo Formación del empresariado extracomunitario y contexto social. el caso del poniente almeriense, escrito por María de los Ángeles Asensio Hita) fue un precedente en este sentido, de

forma que se ha demostrado que el contexto social incide en la viabilidad de las empresas dirigidas por extranjeros extracomunitarios. Su éxito depende pues en parte de las actitudes de aceptación o rechazo de la población autóctona hacia la instalación y permanencia de sus negocios en una parte de los casos.

También se ha observado que la media de años de residencia de los emprendedores extranjeros en España es de casi 10-7 años para los inmigrantes de régimen general y de 18-21 para los que proceden de países comunitarios. Este resultado apunta hacia la existencia de un tiempo de espera para todos ellos antes de emprender y hacia una mayor antigüedad de los negocios desarrollados por emprendedores comunitarios. En segundo lugar, no hay duda de que el marco legislativo y normativo español está mejorando e influyendo en el tiempo necesario para establecerse de forma autónoma salvando las dificultades que impone la tramitación de la documentación exigida a los extranjeros no comunitarios. Por todo ello, y por la mayor diversificación apreciada en el 2007 en cuanto a los tipos de sectores en que se emprende, es de esperar que el fenómeno emprendedor inmigrante se vaya equiparando al español en los próximos años.

Sin embargo, el FMI advierte de una recesión económica para el 2008 que podría afectar a España, por lo que es difícil efectuar un pronóstico acerca de la evolución del peso relativo que puede tener la actividad emprendedora extranjera el próximo año. De momento, la evolución de los tres años analizados ha sido positiva, tanto para españoles como para extranjeros, pero la pequeña oscilación registrada entre el 2006 y el 2007 parece augurar un estancamiento, o incluso un cierto retroceso de la tasa de actividad total en el 2008, que podría afectar especialmente a los extranjeros de régimen general, pues en su caso se incrementa la dificultad de hallar fuentes de financiación, uno de los mayores obstáculos a superar en la puesta en marcha de cualquier negocio.

Habiéndose confirmado la tendencia de cambio entre el 2005 y el 2006 hacia emprendedores con más medios económicos en el 2007, la actividad emprendedora inmigrante en España del 2008 podría tender a ofrecer empleo a una minoría selecta de extranjeros y podría dejar de constituir una vía de regularización para inmigrantes más modestos. Los elevados costes inmobiliarios, la dificultad de obtención de fuentes de financiación y otros factores relevantes parecen haber puesto cierto freno al tipo de actividad emprendedora que se vislumbró en el año 2005 decantándola hacia los colectivos que pueden superar las barreras apuntadas con más facilidad.

En el caso de España es importante seguir analizando la evolución de la actividad emprendedora inmigrante, por cuanto forma parte de la total y puede contribuir a su aumento o disminución en función de las condiciones de entorno que haya en cada momento.

El Informe GEM 2007, muestra cómo la Comunidad Autónoma de las Islas Canarias, una de las más afectadas por la llegada de inmigrantes de régimen general e ilegales, se ha puesto este año a la cabeza con una tasa que bate sus cifras anteriores. La explicación de este notable incremento tiene que estar forzosamente relacionada con el fenómeno migratorio que se traduce inmediatamente en el desarrollo de nuevas iniciativas que den servicio y acogida a este numeroso colectivo que no cesa de fluir.

España sigue siendo un país de oportunidades y nuestra baja tasa de natalidad favorece el asentamiento de extranjeros que las aprovechan. Será interesante ver la evolución de esta parcela de estudio en el 2008, cuando se lleven a cabo las operaciones del próximo Informe GEM.

CHECA, F. (ed.). (1998) Africanos en la otra orilla. Trabajo cultura e integración en la España Mediterránea. Barcelona: Icaria, 1998. CHECA, F. (ed.). (2001) El Ejido: la ciudad-cortijo. Claves socioeconómicas del conflicto étnico. Barcelona: Icaria, 2001. CHECA, F. y SORIANO, E. (eds.). (1999) Inmigrantes entre nosotros. Trabajo, cultura y educación intercultural. Barcelona: Icaria, 1999.



Capítulo 8: Motivación y capacidad para emprender la población activa española en el 2007

Informe Ejecutivo
GEM España 20

07



online

global

innovación

virtual

Futuro

Capítulo 8: Motivación y capacidad para emprender en la población activa española en el 2007

8.1. Introducción

Parte de la decisión de poner en marcha una iniciativa emprendedora depende de la motivación que tengan las personas para hacer frente a ese riesgo que es, además una ilusión, un proyecto de futuro y una forma de desarrollo profesional y personal.

En España, al igual que en muchos otros países, se ha venido comprobando que este tipo de vida no es el que escogería la mayoría de los que están en edad de hacerlo, decantándose más sus expectativas profesionales a trabajar por cuenta ajena ya sea en el ámbito privado o en el público.

Sin embargo, a medida que aumenta la esperanza de vida y se cubren esos puestos profesionales y se alarga la estancia media en ellos, se constata la necesidad del fomento de la actividad emprendedora, pues los emprendedores son los que pueden generar una buena parte del empleo que se va a necesitar a medio plazo.

Por consiguiente, trabajar en la mejora de la motivación para emprender es uno de los retos que están afrontando la mayoría de los países desarrollados y, mejorar las condiciones de los que emprenden en países en vías de desarrollo es también un reto al que se enfrentan los gobiernos de esos países en que lo importante es afianzar y desarrollar un tejido empresarial que tiene mucha componente de subsistencia.

La motivación para emprender es un apartado complejo que depende de muy diversos factores entre los que destacan:

- La propia personalidad y los valores que se le suponen al emprendedor: vocación, imaginación, capacidad de crear e innovar, capacidad de sacrificio, dotes para la organización y liderazgo, dinamismo, capacidad de comunicación y otras.
- La educación y preparación recibidas, que hayan fomentado el espíritu emprendedor y que hayan proporcionado las herramientas necesarias para acometer un proyecto empresarial con garantías de éxito y crecimiento.
- La existencia de oportunidades y la capacidad para percibir las en el entorno.
- El apoyo social y mediático a la figura del emprendedor, que sea capaz de reconocer, respetar y fomentar su proliferación.
- La existencia de medidas y programas gubernamentales que le permitan tener la posibilidad de desarrollar los proyectos viables y generadores de empleo y riqueza.
- La educación y preparación recibidas, que hayan fomentado el espíritu emprendedor y que hayan proporcionado las herramientas necesarias para acometer un proyecto empresarial con garantías de éxito y crecimiento
- La existencia de oportunidades y la capacidad para percibir las en el entorno
- El apoyo social y mediático a la figura del emprendedor, que sea capaz de reconocer, respetar y fomentar su proliferación.
- La existencia de medidas y programas gubernamentales que le permitan tener la posibilidad de desarrollar los proyectos viables y generadores de empleo y riqueza.

En este capítulo del informe, se pasa revista a las opiniones facilitadas por la población activa española y por el conjunto de más de 550 expertos que han proporcionado diagnósticos acerca de algunos de estos aspectos relacionados con la motivación. De los resultados obtenidos se desprende que todavía queda mucho por hacer en este terreno en nuestro país. Otros aspectos de los mencionados se analizan en el siguiente capítulo centrado completamente en el punto de vista del conjunto de expertos entrevistados en el 2007.

8.2. La percepción de buenas oportunidades para emprender

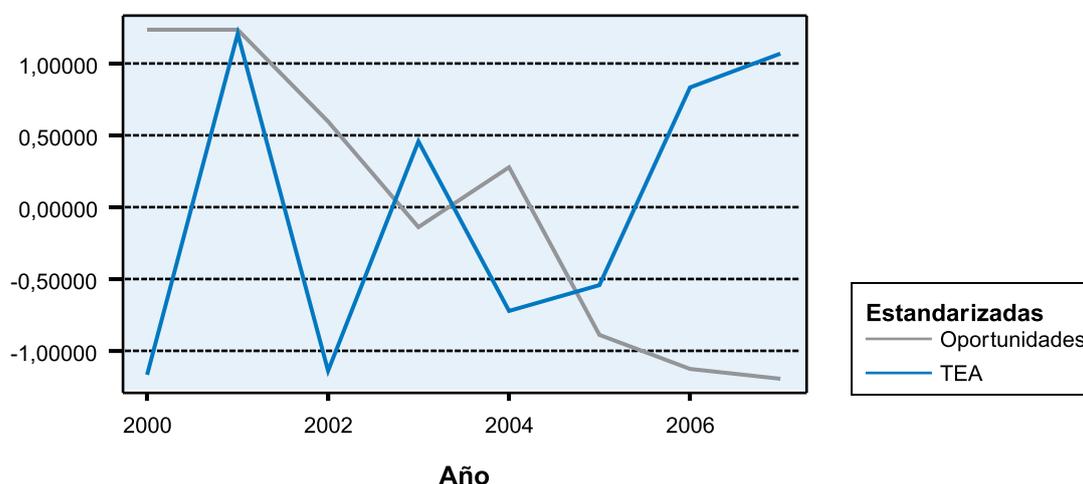
El porcentaje de personas de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en la zona en que reside de España para los meses de Julio a Diciembre del 2007 es del 25% (ver Tabla . Este indicador viene siguiendo una trayectoria descendente desde el año 2001 acercándose ya a la mitad del valor que tenía entonces. En conclusión, uno de los factores que impulsan la motivación no pasa por su mejor momento.

Tabla 42. Evolución temporal del porcentaje de población de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en España en los 6 meses posteriores a la entrevista del observatorio GEM

Evolución del indicador de percepción de oportunidades por parte de la población							
2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
48,0%	48,0%	42,0%	35,0%	39,0%	28,0%	25,7%	25,0%

La Figura 44, que muestra la evolución conjunta del indicador anterior y de la tasa de actividad emprendedora incipiente en España, sigue presentando una disociación entre ambas variables, cuando ya para el 2006 se esperaba una recuperación de este factor tan influyente en la motivación, que de hecho, como se ve más adelante, es mejor en opinión del amplio conjunto de expertos consultados.

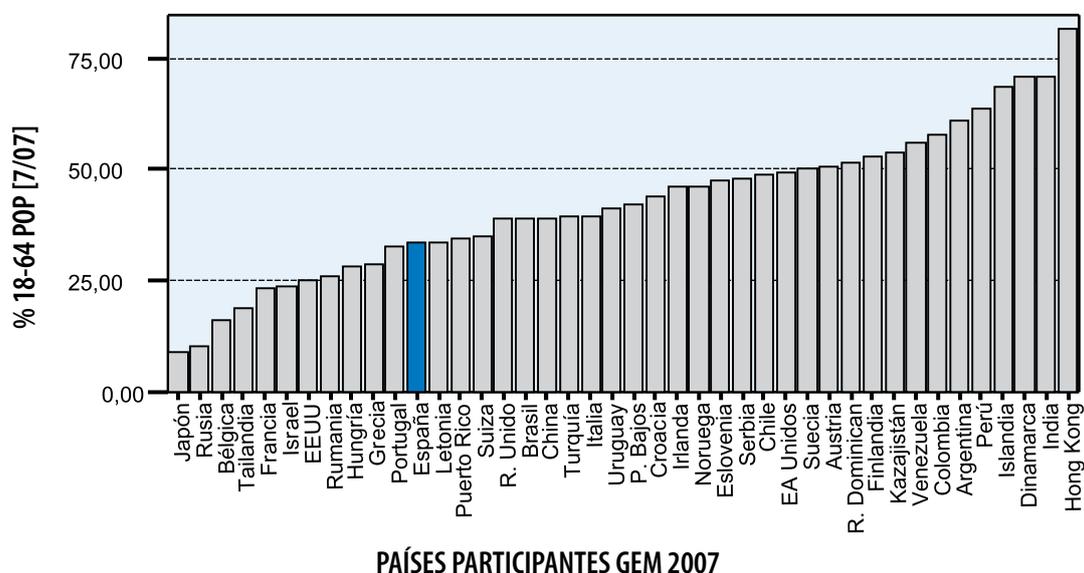
Figura 44. Evolución conjunta de la percepción de oportunidades por parte de la población y del indicador de actividad emprendedora total incipiente en España.



Desde el punto de vista internacional (ver Figura 45), la población española es algo más optimista que la de Bélgica, Francia, Portugal o Grecia en cuanto a la UE, pero se aleja de Italia, del Reino Unido y más aun de los niveles alcanzados en los países nórdicos e Irlanda.

En consecuencia, uno de los factores que puede ayudar a motivar a la población a emprender presenta un estado precario que transmite la existencia de dificultades para acceder al mercado, o de falta de imaginación y espíritu emprendedor, así como la excesiva concentración de los negocios e industrias en las grandes urbes, que debería tender hacia una distribución más amplia y equilibrada en el territorio.

Figura 45. Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país



Junto a la opinión facilitada por la población adulta, proporcionamos la de los 564 expertos entrevistados, que trabajan en nueve ámbitos de influencia en la creación empresarial y que el año 2007 presentan la siguiente distribución para España:

Tabla 49. Distribución de los tipos de expertos entrevistados en España en el 2007

Ámbito de influencia	Nº Expertos	Porcentaje
Apoyo financiero	59	10,5
Políticas Gubernamentales	62	11,0
Programas Gubernamentales	65	11,5
Educación y formación	68	12,1
Transferencia de I+D	69	12,2
Infraestructura comercial y profesional	69	12,2
Apertura del Mercado interno	59	10,5
Acceso a infraestructura física	53	9,4
Normas sociales y culturales	60	10,6
Total	564	100,0

Como se puede ver en los resultados de la Tabla 50, los expertos son moderadamente optimistas con respecto a la existencia de buenas oportunidades para emprender en España y su valoración se ha incrementado con respecto a los años anteriores. La puntuación de 3,52 sobre 5 así lo indica.

Por otro lado, tienden a pensar que es más bien cierto que falso que en nuestro país hay más oportunidades buenas que gente para desarrollarlas adecuadamente y su puntuación también supera a la de años anteriores.

Sin embargo, su opinión es más discreta y roza el “ni cierto ni falso” al decir que en España las buenas oportunidades para emprender se han incrementado en los últimos 5 años. Por consiguiente, con lo anterior nos transmiten que no se están explotando todos los huecos del mercado desde hace tiempo y que siguen ahí, más bien esperando a que alguien asuma el reto de ponerlos en marcha.

Los expertos indican que más bien es dificultoso para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales en España, lo cual es síntoma de que el entorno falla en algunos puntos y que ello no ayuda a motivar. Sin embargo, dentro del “suspenso”, se advierte una subida en la puntuación media, que puede ser el reflejo de los esfuerzos que se están llevando a cabo por parte de muchos agentes para impulsar la actividad emprendedora.

Finalmente, este amplio conjunto de especialistas tiende a pensar que es más bien falso que en España haya muchas y buenas oportunidades de explotar empresas de alto potencial de crecimiento, una de las asignaturas que tenemos pendientes y estancadas, cuando menos, desde el 2004.

Tabla 50. Valoración media de los expertos acerca de un conjunto de afirmaciones sobre la existencia de oportunidades para emprender en España.

Escalas de 1 = completamente falso a 5 = completamente cierto	Medias sobre un total de 564 entrevistas	Medias sobre un total de 476 entrevistas	Medias sobre un total de 379 entrevistas	Medias sobre un total de 325 entrevistas
Año en que se realiza la consulta	2007	2006	2005	2004
En España, hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,52	3,23	3,18	3,28
En España, hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	3,21	3,03	2,98	3,15
En España, las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	3,07	3,53	3,39	3,64
En España, es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,71	2,54	2,51	2,58
En España, hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,63	2,68	2,67	2,65

8.3. El estado del entorno social del emprendedor como factor de motivación y capacitación para emprender

Conocer a otros emprendedores, considerar que emprender es una buena opción profesional, ver noticias sobre emprendedores de éxito en los medios de comunicación, estar en disposición de asumir riesgos, estar capacitado para poner en marcha un pequeño negocio y otros rasgos, son variables que afectan a la motivación para emprender en la población. La Tabla 51 muestra los resultados de la consulta efectuada acerca de estos aspectos relacionados con la motivación, en la población española de 18-64 años.

En ella se aprecia un estancamiento del conocimiento de emprendedores, lo cual no es deseable porque el ver a otros desarrollando su profesión en este tipo de vertiente produce un cierto efecto mimético importante para el aumento de la actividad emprendedora.

Por otro lado, disminuye el porcentaje de personas que afirman poseer los conocimientos y habilidades para emprender, lo cual es otro síntoma de que no se avanza en la educación de base para fomentar el espíritu emprendedor.

En cambio disminuye el porcentaje de personas para las cuales el miedo al riesgo sería un freno para emprender, factor positivo dentro del entorno.

La competitividad de nuestra población medida a través del deseo de una sociedad igualitaria se acentúa todavía más, alejándonos de la mentalidad anglosajona de ánimo de lucro personal.

También sigue disminuyendo la percepción de que emprender es una buena elección de desarrollo profesional, mientras que se queda estancada la visión de que se un emprendedor de éxito conduce a un buen estatus social.

Por último sigue mejorando lentamente la cobertura mediática de noticias relacionadas con emprendedores de éxito, lo cual también representa un punto favorable para la motivación.

Tabla 51. Resultados de las preguntas relacionadas con el entorno social y la motivación para emprender en la población española en el 2007 y su evolución desde el 2004.

Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender	% de respuesta afirmativa de la población de 18-64 años			
	2007	2006	2005	2004
Año en que se realiza la consulta				
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	35,5%	35,8%	30,0%	28,4%
Tiene conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un pequeño negocio	47,2%	50,1%		
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	46,2%	52,7%	50,4%	51,7%
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	55,7%	54,7%	51,0%	51,9%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	60,4%	62,1%	64,8%	61,8%
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	53,3%	53,4%	55,2%	54,0%
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	43,7%	42,9%	39,0%	39,4%

Al comparar la opinión de los expertos acerca del estado de factores que influyen en la motivación para emprender, con la de la población, la situación es algo más positiva que la del año 2006 en algunos aspectos. Así, en primer lugar, en la Tabla 52, las mejores puntuaciones son para el reconocimiento social y mediático de la figura del emprendedor, pero todas han disminuido con respecto al año pasado.

También disminuye ligeramente la percepción de los expertos acerca del interés que despierta la carrera de emprender como profesión y el que sea exitosa pueda conducir al enriquecimiento de las personas, lo cual cuadra con el descenso en la población, aunque hay que resaltar que a un 60% le sigue pareciendo una buena elección.

Por otro lado, los expertos opinan que no es ni cierto ni falso que nuestra población en general tenga los conocimientos y habilidades requeridos para poner en marcha un nuevo y pequeño negocio, lo cual constituye una percepción más optimista que la de la población. Asimismo, los expertos tienden a pensar que es más bien falso que haya mucha gente preparada para organizar los recursos necesarios para emprender, rápida capacidad de detección de oportunidades, experiencia en la puesta en marcha de negocios y, aun menos en los de alto potencial de crecimiento. Todo ello, se puede ver en la Tabla 53. Sin embargo, la buena noticia es que todos estos indicadores sin excepción, han experimentado una subida positiva, lo cual es síntoma de que las políticas públicas y el esfuerzo de muchos agentes relacionados con la creación de empresas comienza a dar algún fruto.

Tabla 52. Evaluación media de expertos españoles sobre factores que influyen en la motivación para emprender.

Factores medidos en escalas de 1 = T. Falso a 5 = T. Cierto	Media 2007	Media 2006	Media 2005	Media 2004
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,61	3,67	3,50	3,55
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,20	3,33	3,21	3,30
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3,13	3,15	3,16	3,12
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,99	3,00	2,98	3,16
Convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,83	2,86	2,84	2,87

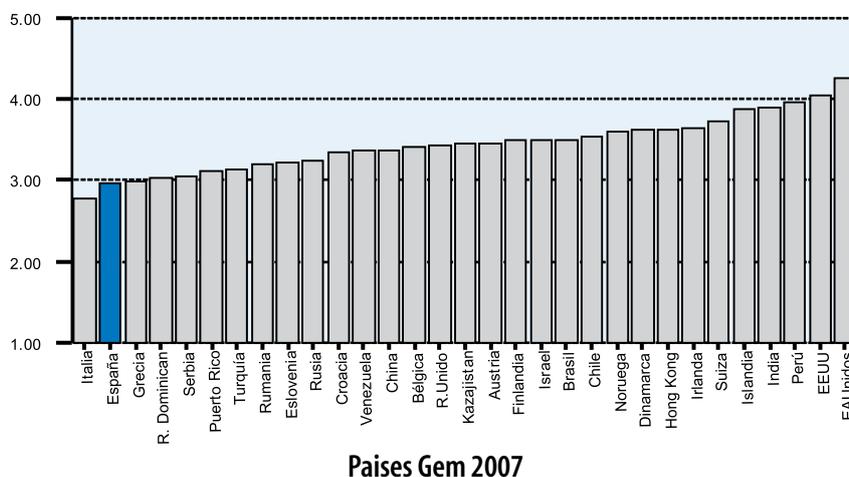
Tabla 53. Evaluación media de expertos españoles sobre la capacidad que tiene nuestra población para emprender

Factores medidos en escalas de 1 = T. Falso a 5 = T. Cierto	Media 2007	Media 2006	Media 2005	Media 2004
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio	3,07	2,96	2,89	2,79
Mucha gente está preparada para organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño negocio	2,74	2,70	2,71	2,67
Mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan	2,65	2,60	2,57	2,51
Mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios	2,48	2,41	2,38	2,34
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento	2,32	2,24	2,36	2,31

8.4. Posicionamiento español en el plano internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la motivación y capacitación para emprender

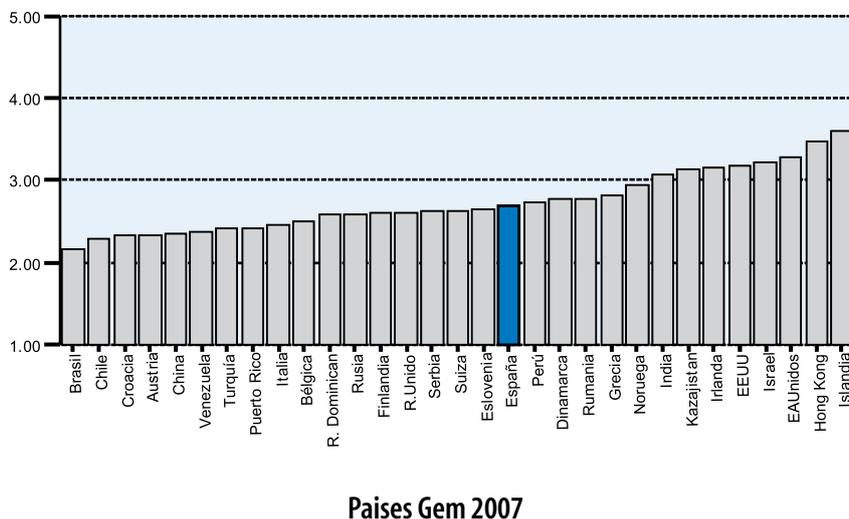
En el plano internacional, la situación de España en temas de motivación de la población para emprender, es discreta en ciertos temas y más favorable en otros. Así, en la Figura 46, se puede ver que ocupamos una posición baja en cuanto a percepción de oportunidades para emprender, aunque la media resumen de nuestros expertos en este apartado se acerque a los 3 puntos. Emiratos Árabes Unidos y Estados Unidos de América encabezan la lista con medias superiores a 4 puntos.

Figura 46. Media resumen acerca de la percepción de los expertos en el bloque en que evalúan las oportunidades para emprender.



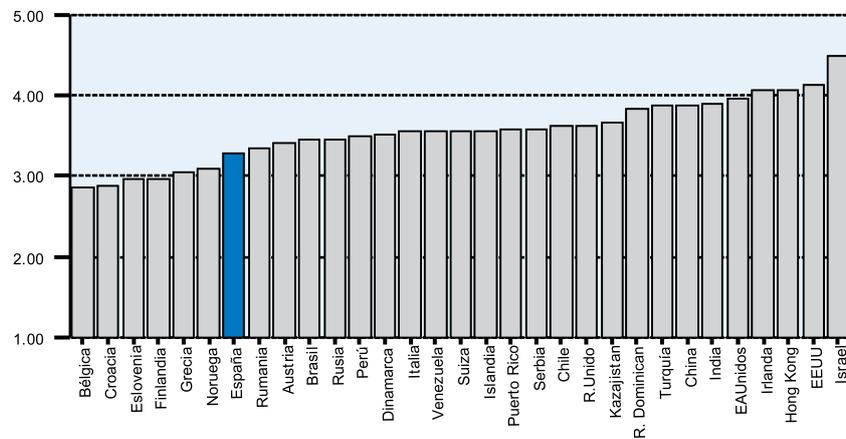
En la Figura 47 se aprecia que nuestra población no “aprueba” en cuanto a la posesión de conocimientos y habilidades para la creación de pequeños negocios, pero la posición de nuestro país es intermedia e incluso mejor que la de Italia, Bélgica y del Reino Unido.

Figura 47. Media resumen acerca de la percepción de los expertos en el bloque en que evalúan la posesión de conocimientos y habilidades en la población para emprender



Y, finalmente, en la Figura 48 se puede ver que nuestra población ha mejorado en cuanto a la percepción de la figura del emprendedor, superando la media de 3 puntos, lo cual es muy positivo dado que constituye una parte importante del apartado relacionado con la motivación. En estos últimos años, se ha difundido mucho el papel del emprendedor en los medios de comunicación y también indirectamente, con la oferta publicitaria de las instituciones financieras acerca de la captación de personas con buenos proyectos y ganas de emprender, pero faltos de recursos. Todo ello está contribuyendo sin duda, junto a los planes de fomento que ya están en marcha y los que se pondrán en breve, a elevar el conocimiento de esta alternativa profesional.

Figura 48. Media resumen acerca de la percepción de los expertos en el bloque en que evalúan el apoyo social a la figura del emprendedor.



Países Gem 2007



Capítulo 9: Análisis general del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora en España en el 2007

Informe Ejecutivo
GEM España 2007

07



online

global

innovación

virtual

Futuro

Capítulo 9: Análisis general del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora en España en el 2007

9.1. Introducción

Para analizar el estado de las condiciones de entorno o factores que se consideran como más influyentes en el avance o retroceso de la actividad emprendedora, el observatorio GEM realiza anualmente una encuesta a personas expertas, en el sentido de estar muy relacionadas con las mismas. La lista de factores esenciales que valoran comprende: el apoyo financiero, las políticas gubernamentales, los programas gubernamentales, la educación y formación, la transferencia de I+D, el acceso a infraestructura comercial y profesional, la apertura del mercado interno, el acceso a infraestructura física y las normas sociales y culturales.

A esta lista anterior se añaden cuatro apartados más que son: el apoyo a la mujer emprendedora, el respeto al derecho intelectual, el apoyo al crecimiento empresarial y el interés por la innovación.

El número de expertos que han participado en el 2007 en esta valoración es de 564, como se ha comentado en el capítulo anterior. La fiabilidad de las opiniones de un conjunto como éste es, para un nivel de confianza del 95% más que aceptable, pues aunque se trabaje con escalas de Likert, el error cometido en las estimaciones es inferior al 5%.

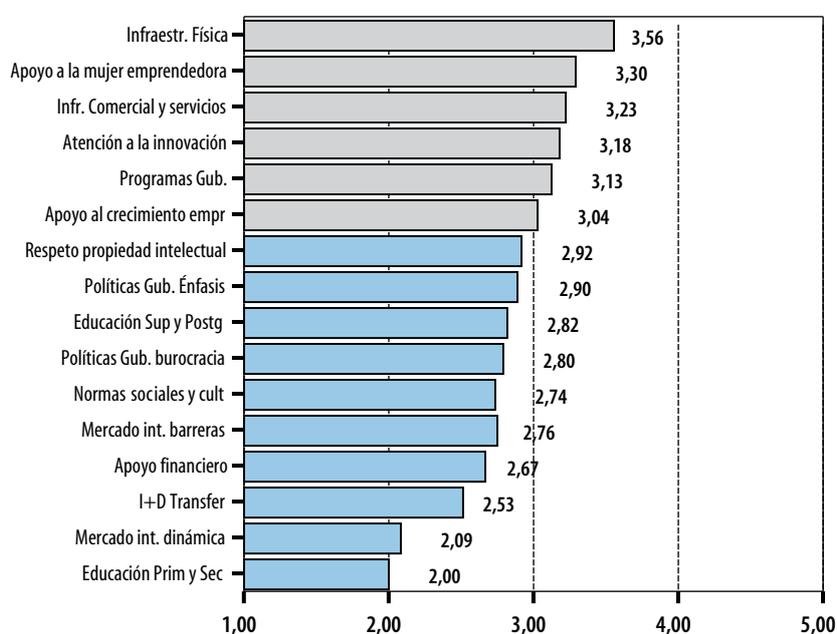
9.2. Estado medio general de las condiciones de entorno para emprender

El acceso a infraestructura física, las medidas de apoyo a la mujer emprendedora, el acceso a infraestructura comercial y de servicios, el interés por la innovación, los programas gubernamentales y el apoyo al crecimiento de las empresas y negocios son los factores que están en un estado algo más que aceptable en nuestro país en el 2007. Así, tal y como se puede ver en la Figura 49, las valoraciones generales medias de los mismos superan la media de 3 puntos que es la frontera entre un estado suficientemente adecuado y un estado insuficiente.

El resto de factores presentan valoraciones inferiores a esta media, pero con diversos matices. Así, las condiciones de entorno que están en peor estado en estos momentos son las referidas a implantación de temas o asignaturas relacionadas con el desarrollo del espíritu emprendedor en el sistema educativo primario y secundario y la dinámica interna del mercado, que ya estaba comenzando a mostrar signos de la crisis que finalmente se ha desencadenado a finales de Enero de 2008.

En otro nivel se hallarían el respeto a la propiedad intelectual, el énfasis en la toma de medidas gubernamentales para fomentar la actividad emprendedora y la implantación de materias relacionadas con la misma en el sistema educacional superior pues, aunque no alcancen los 3 puntos, se sitúan cerca de la media.

Figura 49. Valoración media general de las condiciones de entorno para emprender llevada a cabo por los expertos entrevistados en el 2007.



Valoraciones medias (Escala 1= Muy deficiente, 5 = Muy adecuado)

En la siguiente tabla se aprecia la evolución de estos importantes indicadores, la mayoría de los cuales presentan cambios muy ligeros de un año para otro:

Tabla 53. Evolución de las valoraciones medias de las condiciones de entorno

Condición de entorno (ordenada según valores del 2007)	Media 2003	Media 2004	Media 2005	Media 2006	Media 2007	Conclusión
Acceso a infraestructura física	3,38	3,73	3,64	3,61	3,56	Empeora
Apoyo a la mujer				3,18	3,30	Mejora leve
Infraestructura comercial	2,93	3,20	3,26	3,18	3,23	Mejora leve
Programas Gubernamentales	3,04	3,12	3,01	3,17	3,13	Poco peor
Fomento del crecimiento			3,05	3,06	3,04	Poco peor
Protección Derecho Intelectual	2,87	2,97	2,89	2,83	2,92	Mejora
Política Gubernamental: énfasis medidas	3,01	2,95	2,69	2,84	2,90	Mejora leve
FP y estudios superiores: fomento emprende	2,68	2,74	2,75	2,82	2,82	Estable
Política Gubernamental: burocracia, trámites	2,81	2,87	2,81	2,79	2,80	Casi estable
Apertura mercado interno: barreras	2,78	2,76	2,70	2,97	2,76	Empeora
Normas sociales y culturales	2,56	2,78	2,74	2,69	2,74	Mejora
Apoyo financiero	2,49	2,44	2,54	2,57	2,67	Mejora
Transferencia Tecnología e I+D	2,61	2,48	2,52	2,51	2,53	Mejora leve
Mercado interno: capacidad de reacción	2,13	2,18	2,16	2,29	2,09	Empeora
Educación primaria y secundaria	1,82	1,86	1,87	2,01	2,00	Casi estable

Para matizar el resumen anterior, la Tabla 54 muestra los resultados proporcionados por los expertos cuando son preguntados sobre la fuente de los tres obstáculos principales a la actividad emprendedora, que más llaman su atención en el 2007. Como puede apreciarse, el apoyo financiero, las normas sociales y culturales, las políticas gubernamentales y la educación y el fomento del espíritu emprendedor en el sistema educativo, especialmente en la escuela primaria y secundaria, siguen siendo los cuatro obstáculos principales a la creación empresarial. Sin embargo, en la presente edición del observatorio se ha podido constatar una mayor dispersión de las respuestas entre los temas posibles, de forma que se aligeran las cifras asociadas a la cabecera de la lista y aumentan las proporciones que acompañan a otros menos citados en años anteriores. Entre los cambios de posición más relevantes está el aumento de la percepción del contexto político, social e intelectual como factor que contiene rasgos que obstaculizan la actividad emprendedora. Lo mismo puede decirse de la capacidad emprendedora en sí. Más grave es la subida de posición del acceso a infraestructura física, que evidencia el encarecimiento del suelo, los locales y la falta de comunicaciones viales en algunas zonas del país. El clima económico también sufre un cambio llamativo, pasando de la posición 10 a la 7, lo cual evidencia que en Julio de 2007 ya se comenzaba a vislumbrar la crisis que finalmente se ha manifestado. La transferencia de I+D se ve como más urgente que en el 2006. El resto de temas tiene una situación similar a la del año anterior, pero el porcentaje de citas aumenta en todos ellos. Así, en el caso de la composición percibida de la población, el fenómeno de la inmigración comienza a tener cierto peso.

Tabla 54a. Fuentes que generan obstáculos a la actividad emprendedora en el 2007, según la opinión de 564 expertos de toda la geografía española.

Clasificación de las fuentes citada por los expertos como generadoras de obstáculos a la actividad emprendedora en España, ordenadas por orden de gravedad en el 2007	% de la tabla	Ranking del año:				
		2007	2006	2005	2004	2003
Apoyo financiero	39,4	1	1	1	1	1
Normas sociales y culturales	38,0	2	2	2	2	2
Políticas gubernamentales	35,0	3	3	3	3	3
Educación, formación	24,5	4	4	4	4	4
Contexto político, social e intelectual	22,3	5	6	9	7	10
Capacidad emprendedora	22,3	5	5	7	6	6
Acceso a infraestructura física	18,1	6	8	6	8	8
Clima económico	14,6	7	10	8	9	13
Transferencia de I+D	11,5	8	9	10	10	11
Programas gubernamentales	10,2	9	7	5	5	5
Infraestructura comercial y profesional	10,0	10	11	12	13	12
Estado del mercado laboral	8,8	11	13	13	12	9
Apertura de mercado, barreras	8,6	12	12	11	11	7
Composición percibida de la población	2,2	13	14	14	14	14

Tabla multi-respuesta donde cada experto podía mencionar hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)

Por otro lado, al identificar las principales fuentes que generan apoyos a la actividad emprendedora en España (ver Tabla 54), los expertos han intensificado en casi 10 puntos porcentuales las citas a las políticas gubernamentales y las han colocado en primer lugar, lo cual significa que, aunque son fuente de obstáculos, también lo son de apoyos e importantes, puesto que vuelven a ocupar el primer lugar de la lista como en el 2003. Los Programas Gubernamentales pasan pues a segundo lugar. Otros cambios relevantes son la mejora del acceso a infraestructuras físicas, que se nota en ciertas zonas de España, la mejora de la capacidad emprendedora, fruto de la intensa labor de comunicación que se está llevando a cabo y la mejora de la apertura del mercado. En cambio, empeoran sus posiciones las normas sociales y culturales, el contexto político, económico y social, la transferencia de I+D (muy solicitada en el apartado anterior) y el estado del mercado laboral, pues los expertos dicen que la búsqueda del pleno empleo puede derivar en falta de aparición de nuevos emprendedores.

Tabla 54b. Fuentes de apoyos a la actividad emprendedora en el 2007, según la opinión de 564 expertos de toda la geografía española

Clasificación de las fuentes citada por los expertos como generadoras de apoyos a la actividad emprendedora en España, ordenados por orden de importancia en el 2007	% del N de la tabla	Ranking del año				
		2007	2006	2005	2004	2003
Políticas gubernamentales	40,3	1	2	2	3	1
Programas gubernamentales	32,5	2	1	1	1	4
Clima económico	31,7	3	3	3	2	2
Apoyo financiero	21,7	4	4	5	7	8
Educación, formación	20,8	5	5	4	5	7
Acceso a infraestructura física	18,0	6	8	8	8	5
Capacidad emprendedora	15,8	7	9	9	10	11
Normas sociales y culturales	15,6	9	6	6	4	6
Contexto político, social e intelectual	13,7	8	7	13	11	12
Apertura de mercado, barreras	13,4	10	12	7	6	3
Transferencia de I+D	13,2	11	10	11	12	13
Estado del mercado laboral	9,8	12	11	12	6	10
Infraestructura comercial y profesional	9,5	13	13	10	9	9
Composición percibida de la población	5,4	14	14	14	14	14

Tabla multi-respuesta donde cada experto podía mencionar hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)

Finalmente, la Tabla 55 muestra la clasificación de temas a que se refieren las recomendaciones verbales de los expertos para mejorar el entorno de la creación empresarial, de las cuales se ofrece una muestra literal más adelante. Entre los cambios destacados está el nuevo ascenso de demanda de apoyo financiero a cambio del descenso de los programas gubernamentales y el ascenso de la demanda de profesionales del sector servicios a empresas, así como el del clima económico.

Tabla 55. Temas tratados por los 564 expertos consultados en toda la geografía española, en las recomendaciones que hacen para mejorar el entorno del emprendedor.

Clasificación de los temas citados por los expertos al hacer recomendaciones que pueden favorecer la actividad emprendedora en España, ordenados por orden de importancia en el 2007	% de tabla	Ranking del año				
		2007	2006	2005	2004	2003
Educación y Formación	52,5	1	1	1	1	1
Políticas Gubernamentales	52,5	2	2	2	4	2
Apoyo financiero	36,2	3	4	4	2	4
Programas Gubernamentales	35,4	4	3	3	3	3
Normas sociales y culturales	15,8	5	5	5	5	6
Transferencia I+D	15,4	6	6	6	6	7
Infraestructura Com. y Profesional	10,9	7	9	8	9	8
Infraestructura física	10,6	8	8	7	7	5
Contexto político, institucional y social	8,9	9	7	10	8	11
Capacidad emprendedora	8,2	10	10	11	10	10
Apertura del mercado	6,3	11	12	9	11	9
Clima económico	1,5	12	14	14	13	12
Mercado liberal	1,1	13	11	12	12	13
Composición de la población	0,6	14	13	13	14	14

Tabla multi-respuesta donde cada experto podía mencionar hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)

9.3. Algunas opiniones facilitadas: hablan los expertos

En este apartado se proporciona una muestra de respuestas abiertas de los expertos para ilustrar mejor los resultados anteriores. Dado que han opinado 564 expertos, se han escogido algunas relevantes de todo el ámbito español y, en cada informe regional, se pueden ver otras referidas a cada Comunidad Autónoma.

9.3.1. Algunos obstáculos tal y como ha sido citados

- Falta de Apoyo “REAL” al nuevo emprendedor.
- Ayudas excesivas a las empresas medianas- grandes muy consolidadas.
- Desconocimiento de la problemática del día a día del nuevo emprendedor.
- La población y su actividad empresarial están muy concentradas en grandes áreas metropolitanas.
- La falta de coordinación entre las administraciones, a la hora de unificar los apoyos.
- La escasa cultura que hay sobre el emprendimiento, dado que prevalece la seguridad económica y la estabilidad por encima de la vocación de emprender.
- No hay canales de financiación para los que no cuentan con apoyos económicos predeterminados.
- La cultura de la sociedad, que castiga el fracaso, y no permite ver este como una oportunidad para seguir desarrollándose.
- Aunque hay muchas iniciativas de apoyo al emprendedor, no hay una apuesta decidida y coordinada desde la Administración.
- La CEOE tendría que ser reflejo de los empresarios, cuando hoy en día pocos de estos se ven reflejados en esta asociación supuestamente creada para ayuda de los mismos.
- Las PYMES son las que apoyan el crecimiento de una provincia y no las grandes multinacionales y en cambio, reciben mucha menos atención.

9.3.2. Algunos apoyos tal y como han sido citados

- Concursos como el EBT (empresa de base tecnológica) coordinado por SODERCAN en Cantabria. Motiva al emprendedor, ya que puede contar con una cuantía económica para el inicio de su actividad. Lamentablemente este concurso es concurrido por la falta de apoyo. El emprendedor no se siente suficientemente fuerte y seguro para acogerse a la fórmula de crédito blando. El “premio” es un colchón para “probar”. No confía en el apoyo posterior que cubra sus carencias de gestión empresarial.
- Ayudas regionales para la I+D+i.
- La creación de la cátedra emprendedores de la Cámara de Comercio, porque facilita la elaboración de planes de empresas a los emprendedores (Zaragoza).
- Asociaciones como ASCENTIC. Asociación de empresas de base tecnológica de Cantabria. El emprendedor encuentra un foro donde encontrar apoyo y orientación en su actividad (no gubernamental)
- La creación de semilleros de empresas, porque facilitan el asentamiento de jóvenes empresarios.
- La existencia de unidades de interfaz centros de generación de conocimiento-producción.

- Franquicias.
- Que existiesen unos incentivos económicos específicos a la actividad emprendedora, como por ejemplo, la exención de pago de Impuesto de sociedades durante los primeros ejercicios a cambio de la reinversión plena de los rendimientos obtenidos.
- Que se eliminase el pago de actos jurídicos documentados por aumento de capital, ya que impide en muchas ocasiones que las empresas nazcan financiadas de forma estable con capital propio, y fuerzan a la financiación ajena para eludir el pago de impuestos.

9.3.3. Algunas recomendaciones tal y como han sido citadas

- Apoyo "REAL" al nuevo emprendedor. Financiación con 2 años de carencia, estudios de mercado, orientación en producto y servicio, orientación comercial, plan de negocio "realista".
- Desarrollo de proyectos piloto para la implantación en empresas de la región, financiados para favorecer las primeras experiencias y confianza de los clientes en empresas de nueva creación.
- Seguimiento, plan de inversiones a corto y medio plazo arropado por red de Business Angels. Creando figuras de asesor tecnológico y empresarial.
- Evitar despoblación y marcha de talentos y universitarios en general a las regiones más punteras.
- Fomentar la formación del emprendedor en diversos niveles: técnica = conocer producto/servicio; en gestión empresarial= liderar, trabajo en equipo, económico-financiera; comercial = marketing, comunicación, técnicas de negociación; idiomas, especialmente Inglés.
- Fomento de la cooperación entre empresas. Más acceso a know-how y a tecnología.
- Economías de escala, reducción de riesgos. Los mayores niveles de cooperación se dan en las empresas innovadoras.
- Formas: crear una central de compras, exportar conjuntamente, compartir formación. Ejemplos: Club emprendedores, GIRA, UAE'S, ACTE.
- A nivel institucional: Cooperación interregional y Cooperación local.
- Fomento de la innovación. Apostar por la proactividad: La innovación no es patrimonio de las grandes empresas.
- La pyme está también obligada a innovar constantemente para sobrevivir. Innovar es cualquier mejora en producto o proceso. El emprendedor debe "gestionar" la innovación: UNE 166.002. Ejemplos: mejorar un envase, nueva forma distribuir, etc.
- Fomentar la cultura emprendedora en la educación desde muy abajo e introducirlo como algo natural y continuado.
- Para que los más jóvenes sean conscientes que ser empresario es otra opción más, no sólo ansiar un puesto como funcionario o un trabajo estable. Evitando el adormecimiento de talentos empresariales y facilitando así la generación de nuevas ideas empresariales. Culturizando nuestro mañana, estaremos iniciando un cambio en los valores sociales y culturales de nuestra comunidad.
- Facilitar los cauces de consecución de financiación de proyectos emprendedores: Valorando el proyecto empresarial y el que lo emprende, dejando a un lado si el que inicia un negocio tiene o no tiene respaldos económicos detrás. Ser tierra de oportunidades. Concienciar a las entidades financieras, tradicionales o no, para que se impliquen en ello.
- Reunificación de las competencias en una sola consejería para temas de emprendimiento y de apoyo a las empresas y la innovación de las mismas. Empleo, formación, innovación y crecimiento empresarial deberían tender

hacia unos mismos objetivos.

- Información más clara y concisa a pie de calle para el emprendedor.
- Cambiar la legislación que afecta a las spin-off universitarias, ya que la percepción de la misma por los investigadores detrae la creación de nuevas empresas.
- Vertebración del territorio con comunicaciones y servicios, con la eliminación de trabas administrativas y fiscales y de localización.
- Un buen servicio de estudios de potenciales de actividad económica según los diferentes espacios y territorios económicos.

9.4. Información detallada relativa a las condiciones de entorno

Las siguientes tablas muestran la valoración media detallada de todas las preguntas relacionadas con cada uno de los apartados sobre entorno en que se ha solicitado información a los expertos. Sus respuestas se basan en escalas de Likert de 5 puntos en que 1 = totalmente falso y 5 = totalmente cierto y se han ordenado de peor a mejor.

Tablas 56. Valoración media de los expertos acerca de aspectos particulares de cada condición de entorno en nuestro país:

Financiación		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...	Media	Conclusión y evolución
Hay suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento.	1,74	Falso, estable
Hay suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distintos de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,42	Más bien falso, mejora
Hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,52	Más bien falso, estable
Hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.	2,93	Más bien falso, mejora
Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,11	Más bien cierto, mejora
Hay suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,31	Más bien cierto, mejora
Políticas gubernamentales		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...	Media	Conclusión y evolución
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales en aproximadamente una semana	2,11	Más bien Falso, empeora
Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo licitaciones o aprovisionamiento públicos)	2,50	Más bien Falso, mejora
Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento no representa una especial dificultad	2,66	Más bien Falso, empeora
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal	2,90	Más bien Falso, mejora
Los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general	3,09	Ni cierto ni falso, mejora
Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente	3,19	Más bien cierto, estable
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración autonómica.	3,29	Más bien cierto, mejora

Programas gubernamentales		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...	Media	Conclusión y evolución
Casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.	2,86	Más bien falso, estable
Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.	2,93	Ni cierto ni falso, mejora
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.	3,16	Más bien cierto, empeora
Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público. (Ventanilla única).	3,32	Más bien cierto, mejora
Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.	3,35	Más bien cierto, mejora
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	3,21	Más bien cierto, empeora
Educación y formación		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...	Media	Conclusión y evolución
En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.	1,81	Más bien Falso, estable
En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.	2,10	Más bien Falso, mejora
En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	2,15	Más bien Falso, empeora
Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	2,54	Más bien Falso, mejora
Los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	2,91	Más bien Falso, mejora
La formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	3,01	Más bien cierto, empeora
Transferencia de I+D		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...	Media	Conclusión y evolución
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.	2,17	Más bien Falso, mejora
Las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.	2,33	Más bien Falso, mejora
Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.	2,44	Más bien Falso, mejora
Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.	2,62	Más bien Falso, mejora
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.	2,66	Más bien Falso, mejora
la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto.	2,92	Ni cierto ni falso, empeora

Acceso a Infraestructura Comercial y de Servicios		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...	Media	Conclusión y evolución
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores.	2,60	Más bien Falso, mejora
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.	2,99	Ni cierto ni falso, mejora
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.	3,50	Más bien cierto, mejora
Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.	3,37	Más bien cierto, empeora
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares).	3,66	Más bien cierto, mejora
Apertura de mercado interno		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...	Media	Conclusión y evolución
Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro..	2,09	Más bien Falso, mejora
Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	2,10	Más bien Falso, mejora
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.	2,50	Más bien Falso, empeora
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado.	2,63	Más bien Falso, mejora
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas.	2,89	Más bien Falso, mejora
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.	3,01	Ni cierto ni falso, mejora
Infraestructura Física, Estado y Acceso		
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...	Media	Conclusión y evolución
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).	3,21	Más bien cierto, empeora
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento	3,21	Más bien cierto, empeora
No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.).	3,60	Más bien cierto, empeora
Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc) en aproximadamente un mes.	3,76	Más bien cierto, empeora
Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc).	3,90	Más bien cierto, mejora
Normas Sociales y Culturales		
Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial.	2,36	Más bien Falso, estable
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2,51	Más bien Falso, empeora
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2,79	Más bien Falso, mejora
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	2,87	Más bien falso, estable
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	3,13	Ni cierto ni falso, mejora

Legislación y estado de registros, patentes y similares		
Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
La venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs y productos registrados no está muy extendida.	2,15	Más bien Falso, mejora
La legislación sobre derechos de propiedad intelectual se hace cumplir de manera eficaz.	2,80	Más bien Falso, mejora
Una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas.	3,01	Ni cierto ni falso, mejora
La legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa y comprensible	3,16	Más bien cierto, mejora
Se acepta en general que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados.	3,44	Más bien cierto, mejora
Apoyo a la mujer emprendedora		
Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia.	2,51	Más bien Falso, mejora
Crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer.	3,38	Más bien cierto, mejora
Las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres.	3,39	Más bien cierto, mejora
Se fomenta entre las mujeres el auto-empleo o la creación de empresas.	3,39	Más bien cierto, mejora
Las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres.	4,12	Bastante cierto, empeora
Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo		
Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
Existen muchas iniciativas que son especialmente diseñadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo	2,77	Más bien Falso, mejora
El apoyo a las empresas de rápido crecimiento es un tema prioritario de la política pública de creación de empresas	2,87	Más bien Falso, mejora
El potencial de rápido crecimiento y desarrollo de las empresas se usa a menudo como criterio de selección de las entidades que son susceptibles de recibir apoyos a la creación empresarial.	3,01	Ni cierto ni falso, mejora
La gente que trabaja en temas de apoyo a la creación de empresas tiene suficientes habilidades y competencias para proporcionar apoyo a nuevas empresas con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3,15	Más bien cierto, estable
Los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3,31	Más bien cierto, mejora

9.5. Posición española en el ámbito internacional GEM 2007 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos

Las Figuras 50 muestran la posición relativa española acerca de las condiciones evaluadas por los expertos en el entorno global de los países GEM que participan en la edición 2007. Las conclusiones que se extraen de su análisis se resumen a continuación:

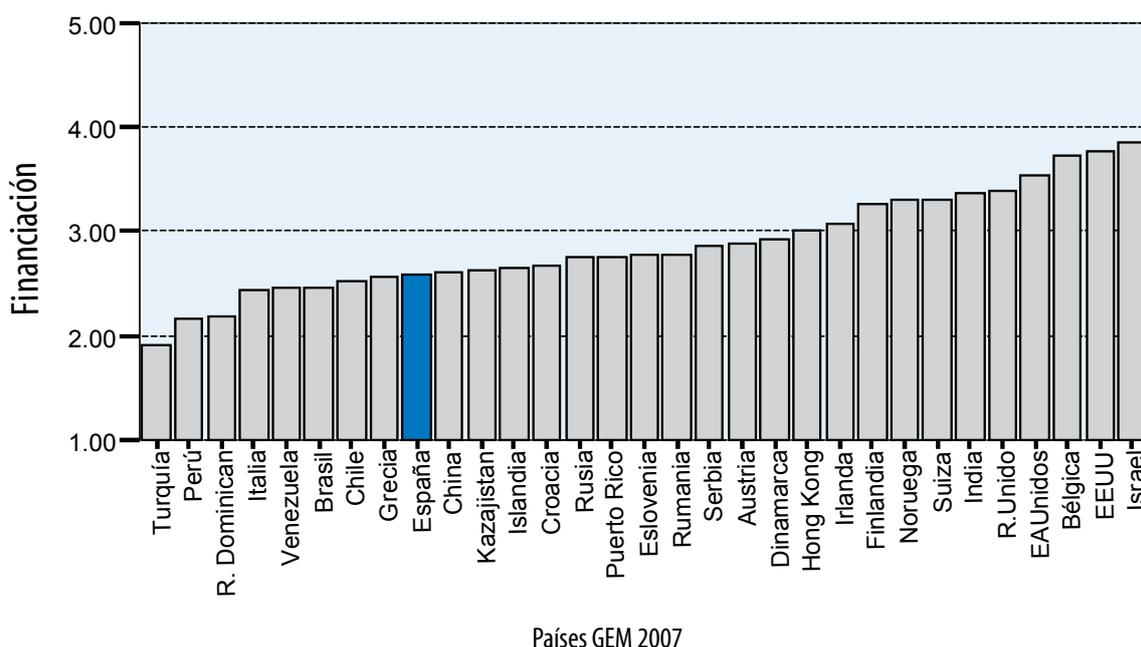
España sigue ocupando una posición precaria en relación al poyo financiero de la actividad emprendedora. En todo lo relacionado con las políticas y programas gubernamentales se advierte una mejora, pero los valores medios no alcanzan los tres puntos. A pesar de ello, su posición relativa en el conjunto no es mala.

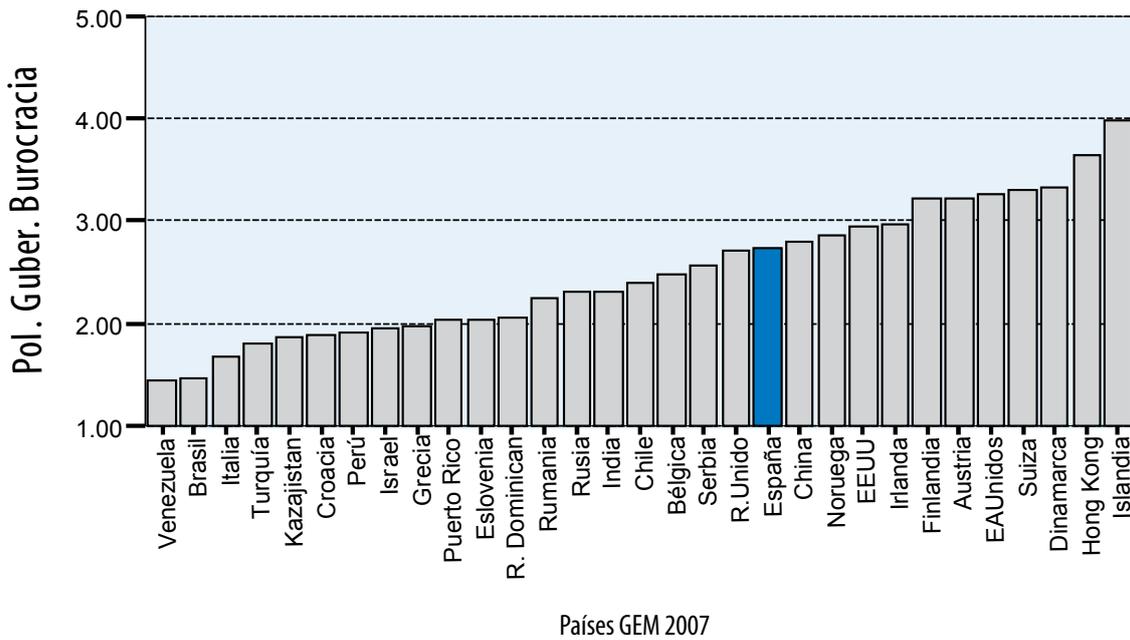
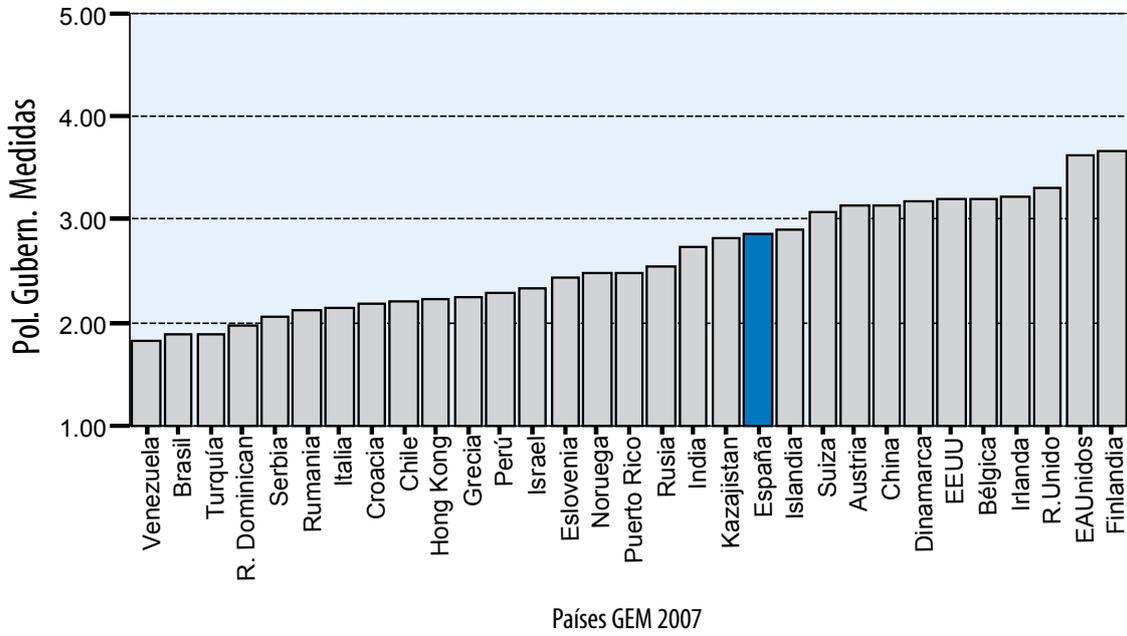
En fomento del espíritu emprendedor en nuestro sistema educativo, apenas hemos avanzado y seguimos ocupando una posición muy retrasada, no siendo un consuelo que en todos los países no se alcance el “aprobado”

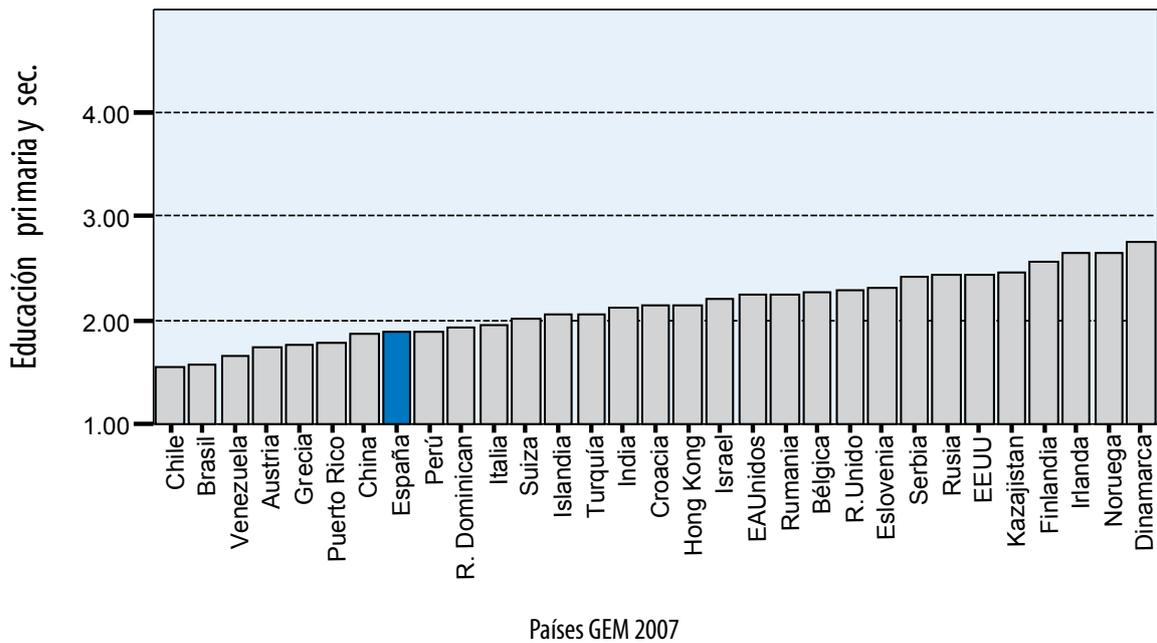
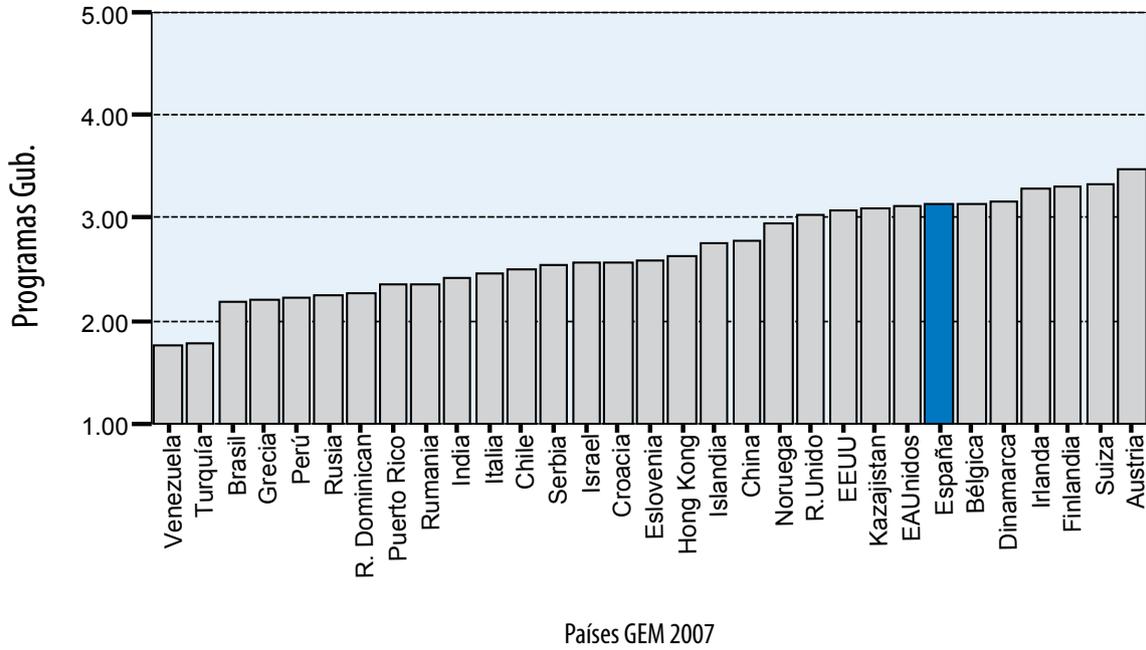
La Transferencia en I+D sigue mejorando progresivamente, pero todavía está lejos de alcanzar niveles como los de otros países vecinos. El acceso a infraestructura comercial y de servicios y física es aceptable, pero la crisis y la falta de personal cualificado podrían empeorar su nivel.

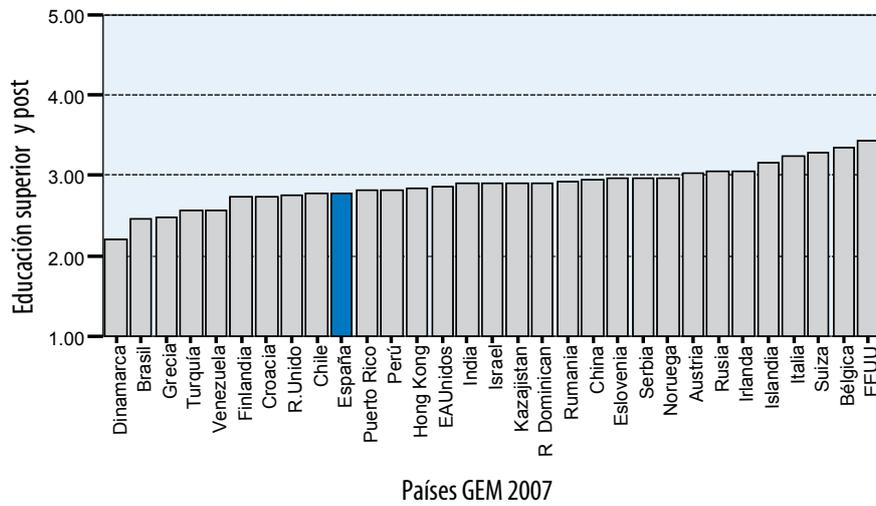
La apertura del mercado interno tanto en acceso como en dinámica es bastante negativa y nuestras normas sociales y culturales siguen equiparadas a las del Reino Unido y están en la media internacional. Finalmente, la población española, según los expertos tiene un interés medio positivo por la innovación en general, lo cual puede repercutir en la mejora de la calidad de las iniciativas emprendedoras.

Figuras 50. Situación internacional de España respecto a las condiciones de entorno

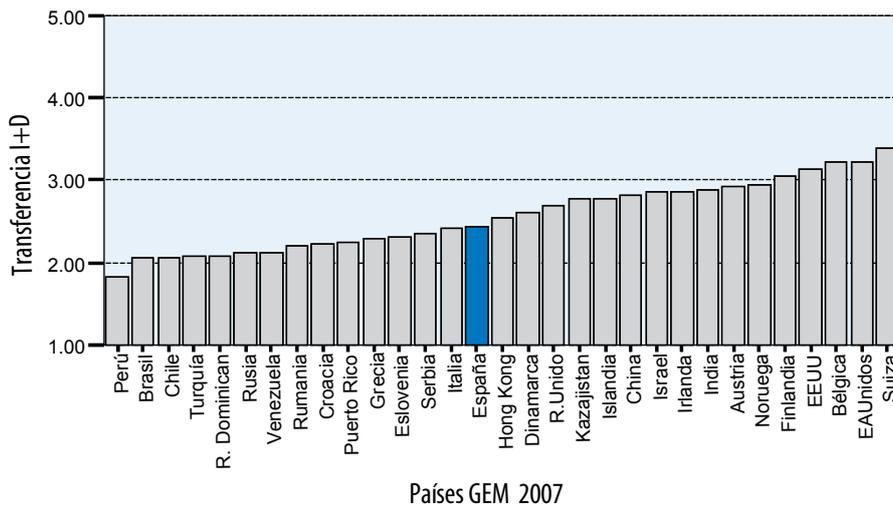




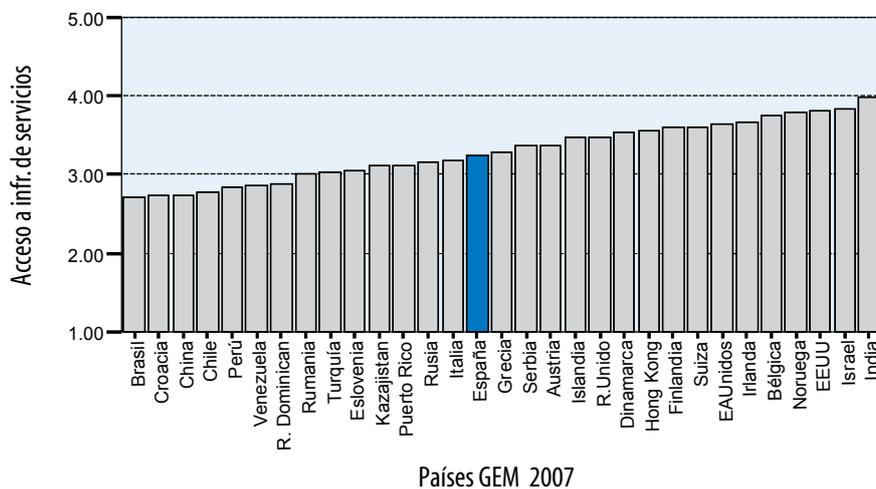




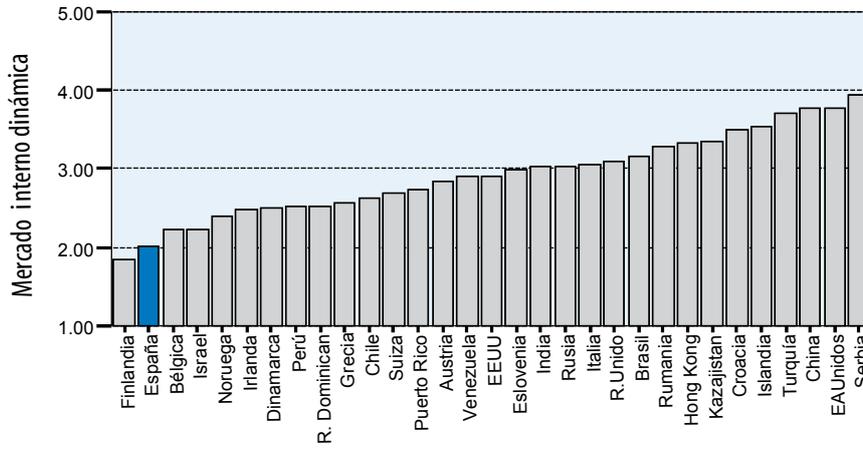
Países GEM 2007



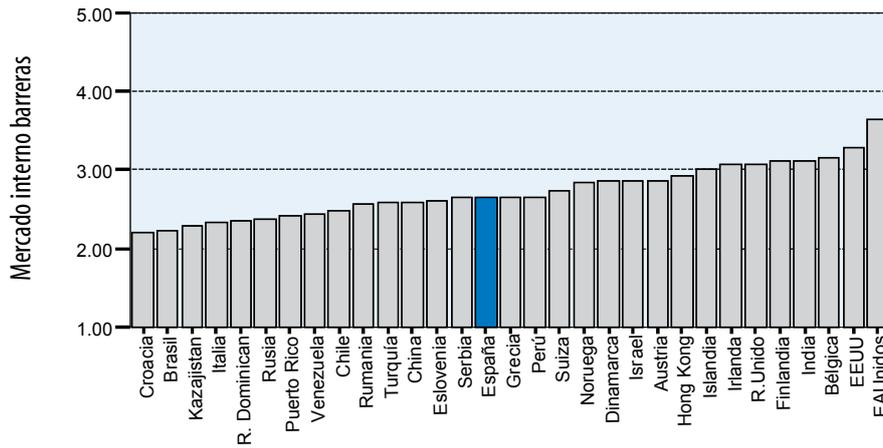
Países GEM 2007



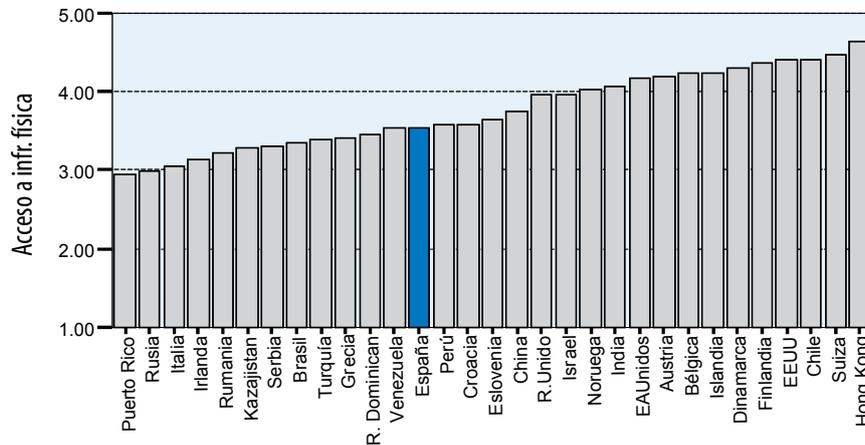
Países GEM 2007



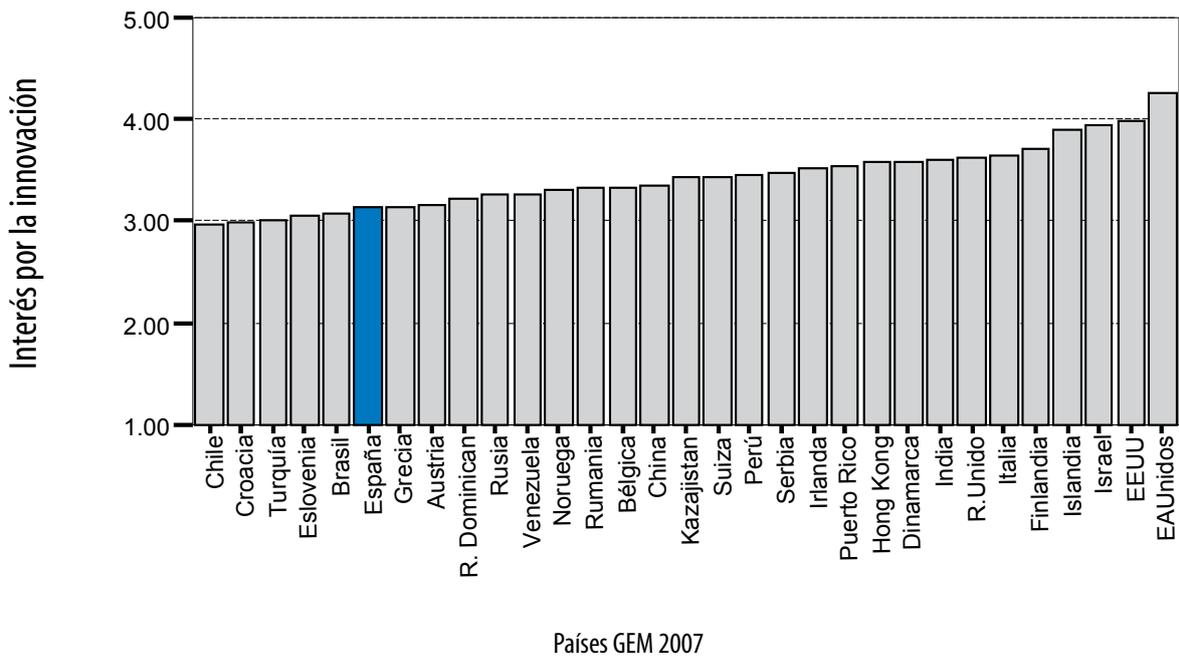
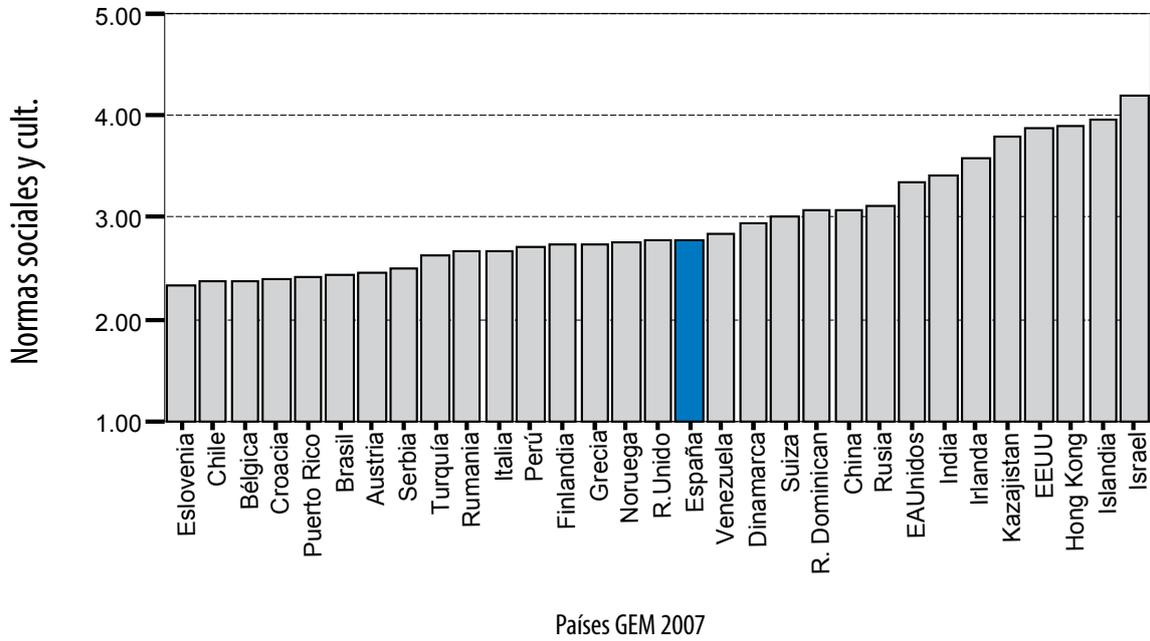
Países GEM 2007



Países GEM 2007



Países GEM 2007





Capítulo 10: Breve análisis regional de la actividad emprendedora en España en el 2007

Informe Ejecutivo
GEM España 2007

07



online

global



Futuro

virtual

innovación



Capítulo 10: Breve análisis regional de la actividad emprendedora en España en el 2007

10.1. Introducción

La edición 2007 del observatorio GEM español cuenta ya con la participación de 15 equipos regionales que presentan sus informes específicos de las Comunidades Autónomas de: Andalucía, Asturias, Canarias, Castilla la Mancha, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra el País Vasco y las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla. Estos informes tienen el mismo grado de desarrollo que el nacional y constituyen una información de inestimable valor para el conocimiento del fenómeno emprendedor en cada territorio.

Conscientes de la importancia de completar el mapa de las 17 Comunidades, el equipo nacional ha cubierto este año las 4 regiones que faltaban (Aragón, Baleares, Cantabria y Rioja), para ofrecer, por segunda vez, una comparativa regional completa de los principales indicadores del observatorio GEM y, por primera vez el mapa completo de España.

En este capítulo final se presentan estos resultados que permiten hablar ya de una Red Nacional prácticamente completa, pues Cantabria ya se ha adherido al Proyecto de cara a la edición 2008 y está previsto que lo hagan también Aragón y la Rioja como mínimo.

10.2. Principales indicadores de la actividad emprendedora por Comunidades y Ciudades Autónomas

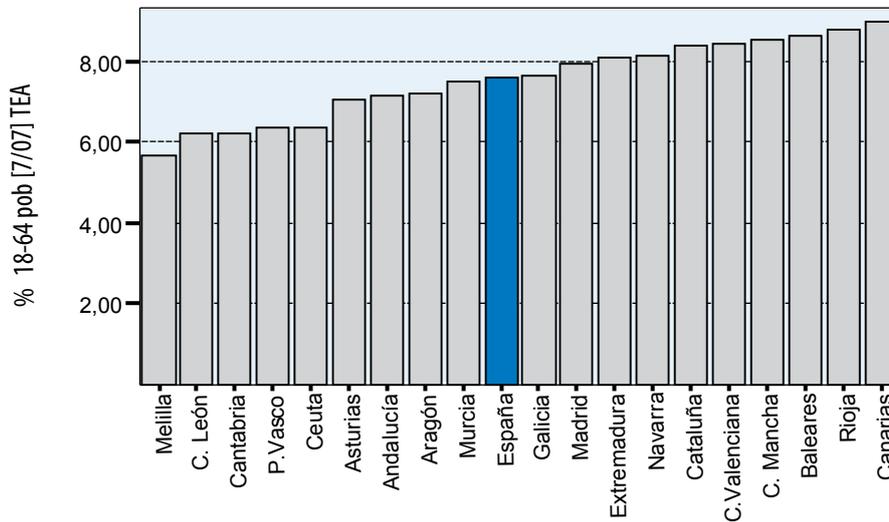
El mapa de España del 2007 presenta interesantes cambios en la intensidad de la actividad emprendedora con respecto al del 2006, que se relacionan con la principal variable explicativa del modelo GEM (Ver Figura 1 en la Introducción): el contexto político, económico y social del país.

Así, tal y como se puede ver en la Figura 51, se advierte cómo se pone en cabeza de la lista en cuanto a proporción de iniciativas emprendedoras en la población de 18-64 años la Comunidad Autónoma de las Islas Canarias debido, por un lado a la disminución de la intensidad en las típicamente punteras como son Madrid, Cataluña, Extremadura y la Comunidad Valenciana afectadas prematuramente por la crisis que se veía venir y el proceso inflacionista del ejercicio y, por otro lado, al intenso fenómeno inmigratorio que está sufriendo.

El resultado general español ha sido favorable, como ya se ha reflejado a lo largo del informe, e incluso muy esperanzador en cuanto a ganancia de calidad de las iniciativas emprendedoras en todo el territorio, pero el punto de partida del modelo GEM, es decir, el entorno macroeconómico, ha tenido su inevitable influencia y la tasa de actividad emprendedora de algunas zonas ha disminuido como consecuencia inmediata, hecho que no sorprende tras haber sido observado en ediciones anteriores.

Con todo, hay que felicitarse por tener a diez Comunidades Autónomas por encima de la media española que es, además un 4,11% superior a la registrada en el 2006, posición a la que tuvieron acceso 8 regiones dicho año. La conclusión es que la actividad emprendedora se ha distribuido de forma más equitativa entre todas las Comunidades Autónomas y que las que venían mostrando tasas de casi dos puntos porcentuales por encima de la media nacional, han visto disminuido el indicador general.

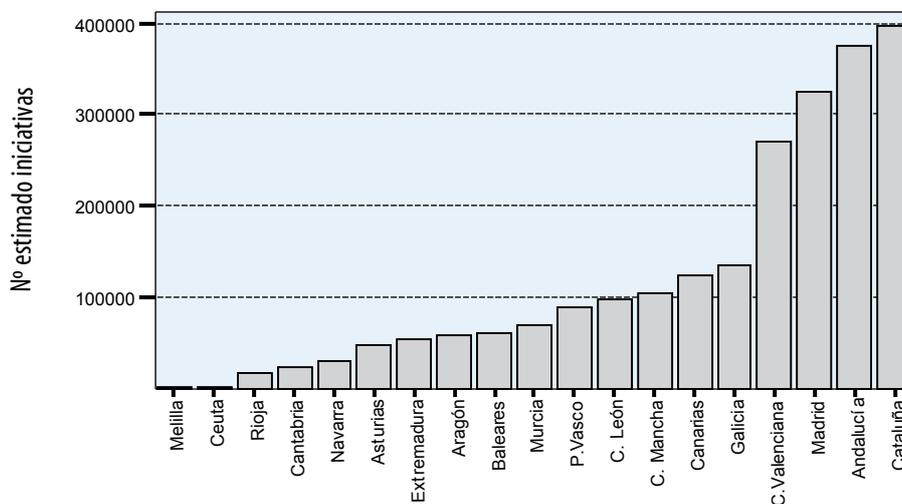
Figura 51. Comparativa del índice de actividad emprendedora regional 2007



Comunidades y Ciudades Autónomas 2007

Al analizar la Figura 51, hay que tener presente de que se habla de porcentaje de iniciativas emprendedoras (es decir, que tienen una vida máxima de 42 meses), registradas en cada población de 18-64 años. Si se elevan los porcentajes anteriores a la población de cada región o ciudad autónoma, se estima que se hallaban en esta situación el número estimado de iniciativas que muestra la siguiente figura.

Figura 52. Comparativa del número absoluto estimado de iniciativas de hasta 42 meses de vida en las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas en el 2007



Comunidades y Ciudades Autónomas de España

Por consiguiente, el mayor número estimado de iniciativas en que se traduce el índice de actividad emprendedora (TEA) mostrado en la Figura 51, se registra en Cataluña, seguida de Andalucía y Madrid. El tener más población influye en que haya más actividades y la relación es de tipo lineal, de forma que la población explica el 98% del número absoluto de iniciativas, pero en cambio, no explica más que un 4,9% de la tasa de actividad emprendedora (TEA) cuyas claves dependen más del estado del entorno formal (o institucional) e informal (existencia de oportunidades, cultura, capacidad emprendedora y otros) como se ha demostrado en un reciente artículo presentado en el Segundo Workshop Basado en Datos GEM relacionados con la distribución regional de la actividad emprendedora y sus características¹.

Los informes específicos de cada Comunidad Autónoma contienen las claves que explican el comportamiento emprendedor de sus respectivas poblaciones ayudando a comprender el porqué se producen estas diferencias. Gracias a ellos se dispone de un diagnóstico preciso y riguroso de las características de la actividad emprendedora en cada zona de España. Su manifiesta diversidad alienta a la publicación anual de estos informes porque están proporcionando una información de carácter muy específico ayudando al diseño más acertado de las políticas públicas y actuaciones en el ámbito privado que conduzcan a la creación de iniciativas de calidad.

Entre los cambios registrados en el índice TEA de las regiones el año 2007 destacan los acusados por las regiones de: Navarra (30%), Galicia (27%), Rioja (26,5%), Asturias (26%), Andalucía (18%) y el País Vasco (17%). Asimismo es muy llamativo el cambio drástico de situación en las Islas Baleares, Comunidad que reclamaba el año pasado una gran atención en todos los frentes y que sigue estando excesivamente concentrada en el sector turístico, sector que sufrió un gran revés el pasado año por la contaminación registrada en la isla de Ibiza y que bien pudo desencadenar una percepción muy baja de actividad el primer año que se estudió esta Comunidad que no respondía a la realidad. El análisis del 2008 proporcionará más datos de esta región en que aún es pronto aventurar conclusiones debido al excesivo cambio que ha sufrido entre ambas ediciones.

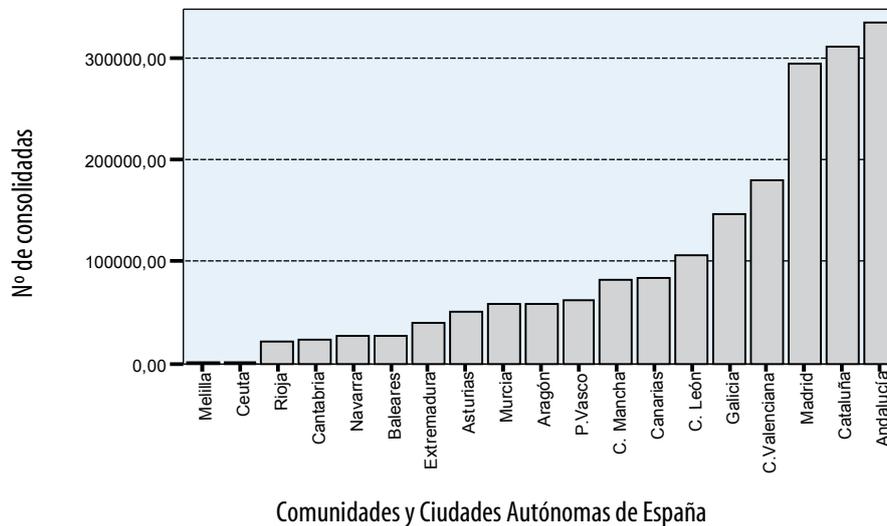
Entre los descensos, el más acusado es el de Aragón (20%) debido al paso del efecto del incremento de actividades auxiliares que han sido necesarias para la construcción de la Expo y otras infraestructuras. Es de esperar que con la celebración efectiva del evento, la región vuelva a atraer la inversión y, además, su saldo se cierra con una tasa elevada independientemente del cambio que era previsible. Madrid y Cantabria también figuran entre los que tienen disminuciones superiores al 10% y, en cambio, Castilla y León y Cataluña han tenido una repercusión más aminorada de la previsión de crisis e inflación que ha tenido su culminación el pasado Enero de 2008.

Seguidamente se ofrecen los gráficos comparativos regionales de otros indicadores relacionados con la actividad emprendedora y se recomienda la lectura del respectivo informe regional a aquellos interesados en obtener una información precisa de lo acontecido en este ejercicio en las diferentes Comunidades y Ciudades Autónomas.

Así, en primer lugar se puede ver el ranking de Comunidades y Ciudades Autónomas en función del número estimado de iniciativas consolidadas (es decir, que superan los 42 meses de actividad en el mercado) encabezada por Andalucía y seguida por Cataluña. De nuevo, el tamaño de la población es un importante determinante de esta cifra, ya que tiene una capacidad explicativa de la misma del 98% en un modelo de regresión lineal simple en que la variable dependiente es el número de iniciativas y la independiente la población activa.

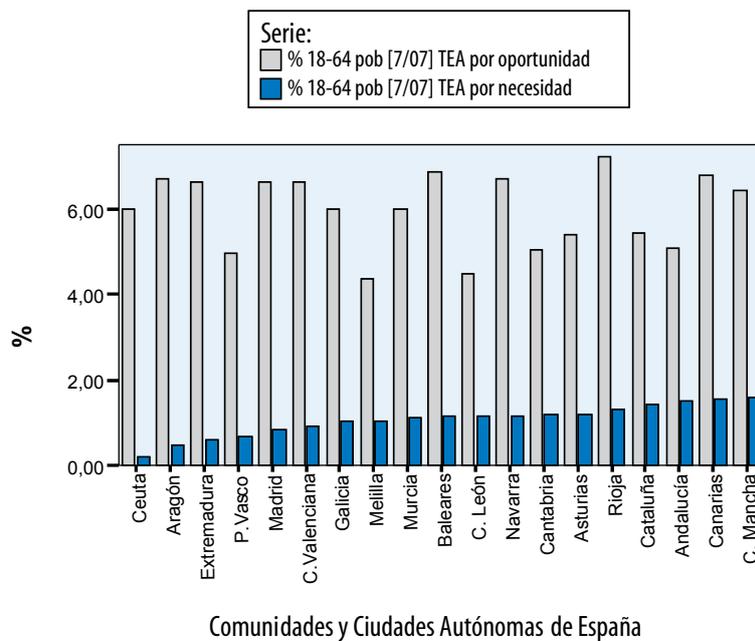
¹ Coduras, Rojas, Ruiz y Urbano, 2007, *Environmental factors and entrepreneurship in Spain: a regional comparison*

Figura 53. Comparativa del número absoluto estimado de iniciativas consolidadas en las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas en el 2007



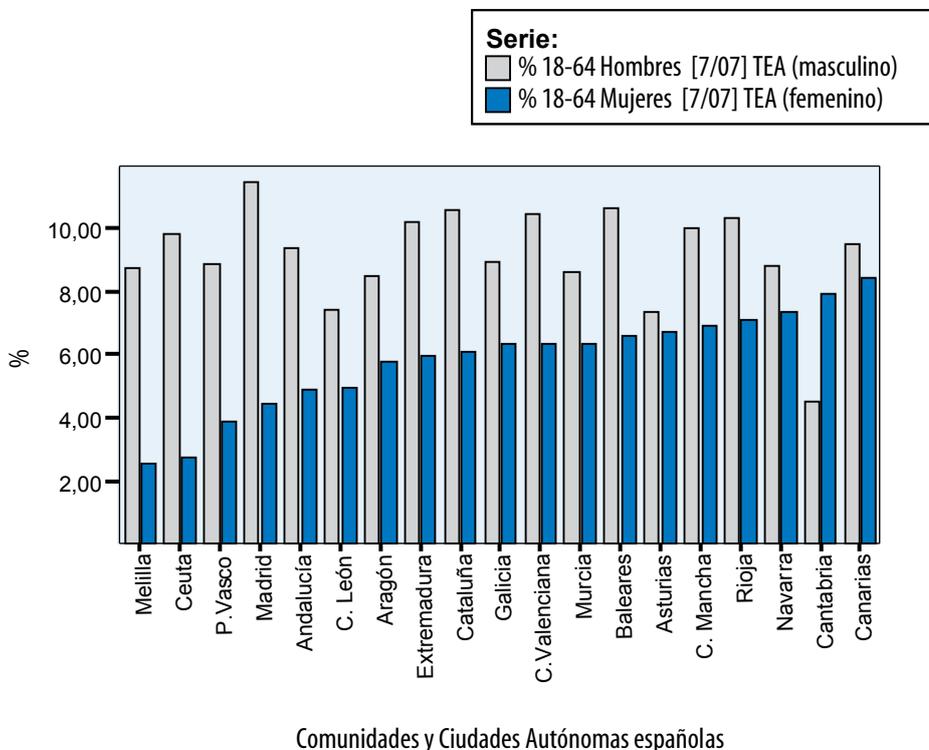
La oportunidad es la motivación predominante para emprender en todas las regiones y en España en general, pero ordenadas de menor a mayor proporción de emprendedores por necesidad, Castilla la Mancha y Canarias y otras regiones afectadas por la inmigración, presentan tasas más elevadas como era de esperar.

Figura 54. Distribución de actividad emprendedora regional por oportunidad y necesidad



Finalmente, la tasa de participación femenina en la actividad emprendedora es variable entre las regiones españolas, ostentando Canarias la mayor de ellas, seguida de cerca por Cantabria y Navarra. En Baleares, la tasa femenina sigue siendo elevada, confirmando la tendencia observada en el 2006. Las tasas más bajas sobre el conjunto de la población femenina las presentan Ceuta y Melilla, cabiendo preguntarse si existe algún factor de tipo cultural tras estos datos.

Figura 55. Distribución de actividad emprendedora regional por género



El volumen de información regional obtenido en la edición 2007 es demasiado extenso y rico como para consignarlo totalmente en estas páginas, por lo que, de nuevo se insiste en remitir a los lectores interesados en obtener más detalles, a los informes regionales de las respectivas Comunidades y Ciudades Autónomas. En ellos se encuentra también, la información proporcionada por los expertos de cada territorio, con interesantes recomendaciones que pueden ayudar en el diseño de políticas públicas adecuadas a la problemática de cada zona.

Anexo: Ficha técnica del informe GEM

La metodología del Proyecto GEM ha sido ampliamente descrita en el Informe Ejecutivo de España del año 2005, por lo que se remite al lector o investigador interesado en profundizar en estos aspectos a dicho informe, disponible en formato pdf en la página web: www.ie.edu/gem.

Los datos e indicadores ofrecidos por el observatorio GEM en España se basan en la información recogida a partir de tres fuentes de información:

Encuesta a la población adulta española de 18-64 años de edad, realizada entre abril y julio de 2007

Encuesta a expertos de los ámbitos: financiero, políticas y programas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios a empresas, educación y formación, normas sociales y culturales, transferencia de I+D y apertura del mercado interno. Realizada entre abril y junio de 2007.

Variables secundarias procedentes de las siguientes fuentes:

Crecimiento y desarrollo nacional: IMF

Empleo: ILO, OCDE, WDI

Exportación: WTO, CL-CC

Demografía: US Census, Eurobarómetro

Educación: WDI

Tecnología e información: ITV, WDI, WCY

Papel del Gobierno en temas económicos: WCY, WDI y otras

Productividad: PROD NOTE

Renta: WDI

Competitividad: GCR, WCY, IEF

Capital Riesgo: VCNOTES, BRL, ICGR

Siendo:

BRL = Bankruptcy and Reorganisation Laws

CL-CC = Company Law or Commercial Code

GCR = Global Competitiveness Report

ICRG = International Country Risk Guide

IMF = World Economic Outlook Data Base, International Monetary Fund

IEF = Index of economic freedom (Heritage Foundation & The Wall Street Journal)

ILO = International Labour Organization

ITV = NUA Internet Surveys

OECD = Organization for Economic Coordination and Development

PROD NOTE = WCY, IMF, ILO

USCENSUS = US Census Bureau International Database

WDI = The World Bank, World Development Indicators

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A LA POBLACIÓN DE 18-64 AÑOS

Universo (1)	26.179.888 habitantes residentes en España de 18 a 64 años.
Muestra	27.880 individuos mayores de 18 años y menores de 65 años.
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las provincias según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural). En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo entre 18 y 64 años.
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Error muestral (+/-) (2)	± 0,58%
Nivel de confianza	95%
Periodo encuestación	Desde el mes de abril hasta julio de 2.007
Trabajo de campo	Instituto Opinometre
Codificación y base de datos	Instituto Opinometre
(1) Fuente US Census 2007	
(2) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas Hipótesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación.	

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un Consorcio compuesto, en la edición 2007, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Argentina, Austria, Bélgica, Brasil, Colombia, Croacia, Chile, China, Dinamarca, Emiratos Árabes Unidos, Eslovenia, España, EEUU, Filipinas, Finlandia, Francia, Grecia, Hong Kong, Holanda, Hungría, India, Indonesia, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Kazajistán, Letonia, Malasia, Méjico, Noruega, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, R. Unido, R. Checa, Rumania, Rusia, Serbia, Suecia, Suiza, Tailandia, Turquía, Uruguay y Venezuela. Asimismo, son componentes regionales del Proyecto, los equipos de: Andalucía, Asturias, Canarias, Castilla la Mancha, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Escocia, Extremadura, Gales, Galicia, Irlanda del Norte, Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco y las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla. Los nombres de los miembros de todos los equipos españoles están publicados en el Informe Nacional Español. Asimismo, existe el Informe Global Entrepreneurship Monitor y los Informes del resto de naciones participantes que pueden obtenerse en: www.gemconsortium.org. GEM Global agradece a todos los investigadores del proyecto y a sus patrocinadores, su trabajo y su apoyo, que son los que hacen posible que esta investigación vea la luz cada año.

Aunque los datos utilizados en la confección de este informe han sido recopilados por el Consorcio GEM, su análisis e interpretación es solamente responsabilidad de los autores.

Patrocinadores e Instituciones

Nacional



Andalucía



Asturias



Canarias



Castilla-La Mancha



Castilla y León



Cataluña



Ceuta



Comunidad Valenciana



Galicia



Extremadura



Madrid



Melilla



Murcia



Navarra



País Vasco

