

08

GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

INFORME EJECUTIVO - CATALUÑA



Generalitat de Catalunya
Departament de Treball



Àrea de Desenvolupament
Econòmic



08

INFORME EJECUTIVO - CATALUÑA

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

08

CATALUÑA
INFORME EJECUTIVO



Generalitat de Catalunya
Departament de Treball



Àrea de Desenvolupament
Econòmic





**GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**
INFORME EJECUTIVO - CATALUÑA

El **proyecto GEM** (Global Entrepreneurship Monitor) se inició hace 10 años, en 1998, promovido por el Babson College y la London Business School con el objetivo de establecer una red internacional para el estudio de la creación de empresas. España se incorporó al proyecto en 1999 a través del Instituto de Empresa y, a partir del 2003, las diferentes Comunidades Autónomas han ido creando equipos de investigación para analizar la actividad emprendedora a escala regional. Cataluña fue, junto con Andalucía y Extremadura, de las primeras en hacerlo y, en 2008, todas las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas, excepto dos, realizan el Informe GEM correspondiente a su región.

El proyecto GEM-Catalunya es una iniciativa conjunta del Institut d’Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona, la Universitat Autònoma de Barcelona (Departament d’Economia de l’Empresa), la Diputació de Barcelona (Àrea de Desenvolupament Econòmic) i la Generalitat de Catalunya (Departament de Treball).

Director del Proyecto:
Carlos Gualarte (UAB)

Investigadores:
Yancy Vaillant y Teresa Obis (UAB),
Anaís Tarragó (Generalitat de Catalunya)
Bàrbara Banús y Marc Figuls (IERMB)

Traducción y corrección:
puntgroc comunicació

Coordinación de la edición:
Isabel Clos (IERMB)

Diseño, Maquetación y Producción:
puntgroc comunicació

Barcelona, agosto de 2009

Depósito Legal:
B-37605-2009



**GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**
INFORME EJECUTIVO - CATALUÑA

08

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO - CATALUÑA



Departament
d'Economia de l'empresa



Àrea de Desenvolupament
Econòmic

GEM Cataluña 2008

EQUIPO INVESTIGADOR/ INSTITUCIONES	MIEMBROS	PATROCINADORES
ESPAÑA IE Business School	Ignacio de la Vega García-Pastor (Director del Proyecto GEM España) Alicia Coduras Martínez (Directora Técnica GEM-España) Cristina Cruz Serrano Rachida Justo Isabel González Moya (Administradora GEM-España)	Fundación Instituto de Empresa Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Dirección General de Política de la Pyme Fundación Cultural Banesto
ANDALUCÍA Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Antonio Rafael Ramos David Urbano	Junta de Andalucía. Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa Centro de Estudios Andaluces Unicaja
ARAGÓN Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón. Departamento de Industria, Comercio y Turismo Fundación Emprender en Aragón Instituto Aragonés de Fomento Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio Universidad de Zaragoza
ASTURIAS Universidad de Oviedo	Juan Ventura Victoria (Director GEM-Asturias) Esteban Fernández Sánchez (Director GEM-Asturias) Montserrat Entrialgo Suárez Enrique Loredó Fernández	Gobierno del Principado de Asturias. Consejería de Economía y Hacienda
CANARIAS Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) 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 Verrano Tacoronte	La Caja de Canarias Caja de Canarias Gobierno de Canarias. Promoción Económica Gobierno de Canarias. Servicio de Ocupación Fondo Social Europeo Cámara de Comercio, Industria y Navegación Cabildo de Gran Canaria
CANTABRIA Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Francisco Javier Martínez García (Director GEM-Cantabria) Ana Fernández Laviada José Manuel Fernández Polanco Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández Ana María Serrano Bedia Francisco M. Somohano Rodríguez	Banco de Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda Grupo SODERCAN Fundación UCEIF
CASTILLA-LA MANCHA Universidad de Castilla-La Mancha	Miguel Angel Galindo Martín (Director GEM-Castilla-La Mancha) José Luis Alfaro Navarro Inmaculada Carrasco Monteagudo María Soledad Castaño Martínez Carmen Córcoles Fuentes Francisco Escribano Sotos Juan Carlos López Garrido María Teresa Méndez Picazo Isabel Pardo García Agustín Pablo Álvarez Herranz	Fundación Rayet Parque Científico y Tecnológico de Albacete Caja de Castilla-La Mancha Ayuntamiento de Ciudad Real. Impefe Ayuntamiento de Albacete. Universidad de Castilla-La Mancha Diputación Provincial de Albacete Fondo Social Europeo Sepecam UGT. Fundación Iniciativas de Futuro
CASTILLA Y LEÓN Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos Vanessa 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

EQUIPO INVESTIGADOR/ INSTITUCIONES	MIEMBROS	PATROCINADORES
CATALUÑA Universidad Autónoma de Barcelona	Carlos Gualarte (Director GEM-Cataluña) Yancy Vaillant Teresa Obis Bàrbara Banús Anaïs Tarragó	Diputación de Barcelona. Área de Desarrollo Económico Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Generalitat de Catalunya. Departamento de Trabajo
CEUTA Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Ceuta) Carlos A. Albacete Sáez Ana María Bojica Gabriel García-Parada Arias Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez Matilde Ruiz Arroyo	PROCESA. Sociedad de Fomento Fundación Escuela de Negocios de Andalucía
COMUNIDAD VALENCIANA Universidad Miguel Hernández	José María Gómez Gras (Director GEM-Comunidad Valenciana) Ignacio Mira Solves (Dirección técnica) Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Jover Noelia López del Castillo M ^{ra} José Alarcón García M ^{ra} Cinta Gisbert López Javier Sancho Azuar M ^{ra} Antonia Vaquero Sánchez Domingo Galiana Lapera	Air Nostrum Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA)
EXTREMADURA Fundación Xavier de Salas	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) M ^{ra} de la Cruz Sánchez Escobedo M ^{ra} Victoria Postigo Jiménez	Junta de Extremadura Universidad de Extremadura Central Nuclear de Almaraz Federación Empresarial de Cáceres Sodiex Sofiex 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 Cámara de Comercio de Cáceres UGT Extremadura El Periódico Extremadura Hoy Diario de Extremadura García Plata y Asociados Quesería Pérez Andrada Fomento de Emprendedores
GALICIA Confederación de Empresaris 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 M ^{ra} José Garrido Herrera 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) Dirección Xeral do Emprego de la Xunta de Galicia

GEM Cataluña 2008

EQUIPO INVESTIGADOR/ INSTITUCIONES	MIEMBROS	PATROCINADORES
MADRID Universidad Autónoma de Madrid Instituto Madrileño de Desarrollo	Eduardo Bueno Campos (Director GEM-Madrid) Julio Acosta Carlos Merino Moreno Miguel Palacios Javier Tafur	Instituto Madrileño de Desarrollo Universidad Autónoma de Madrid. Fundación General
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) Carlos A. Albacete Sáez Ana María Bojica Rocía Llamas Sánchez Sara Rodríguez Gómez Matilde Ruiz Arroyo Isabel Maza Pérez Mabel Romero Imbroda Marta Guerrero Werner	Consejería de Economía, Ocupación y Turismo de Melilla Fundación Escuela de Negocios de Andalucía
MURCIA Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez (Director GEM-Murcia) Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Albert José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Fundación Cajamurcia Consejería de Economía, Empresa e Innovación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Universidad de Murcia
NAVARRA Servicio de Ocupación de Navarra Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra Universidad Pública de Navarra	Cristina Arcaya Iñaki Lavilla Fermín Erro Miren Sanz (Directora GEM-Navarra) Ignacio Contín Martín Larraza	Gobierno de Navarra. Servicio Navarro de Empleo
PAÍS VASCO Orkestra, Instituto Vasco de Competitividad Universidad de Deusto Universidad del País Vasco Universidad de Mondragón	Iñaki Peña (Director GEM-País Vasco) Juan José Gibaja José Luis González-Pernía Aloña Martiarena María Saiz Jon Hoyos Andrés Araujo Saioa Arando Iosu Lizarralde	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Guipúzcoa Fundación Emilio Soldevilla

SUMARIO

1.	PRESENTACIÓN Y RESUMEN EJECUTIVO	7
1.1.	El proyecto GEM	9
1.2.	Resumen ejecutivo	12
1.3.	Cuadros sintéticos de principales resultados e indicadores	13
2.	ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN CATALUÑA	17
2.1.	Actividad emprendedora registrada en la población adulta catalana	19
2.2.	Actividad emprendedora en el contexto internacional	22
2.3.	Dinámica empresarial en Cataluña	24
2.4.	Potencial empresarial en la población adulta catalana	29
	<i>Los emprendedores y el crecimiento económico en España</i>	
	Vicente Salas Fumás, J. Javier Sánchez Asín (Universidad de Zaragoza)	32
3.	TIPO DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR	39
3.1.	Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor	41
3.2.	Principales motivos que impulsan la decisión de emprender en Cataluña	43
4.	PERFIL DEL EMPRENDEDOR CATALÁN	47
4.1.	Perfil socioeconómico	49
4.2.	Actividad emprendedora femenina en Cataluña	55
4.3.	La actividad emprendedora y la inmigración en Cataluña	62
5.	CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN CATALUÑA	65
5.1.	Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras	67
5.2.	Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras catalanas	67
5.3.	Dimensión de las actividades derivadas del proceso emprendedor medida a través del número de ocupados	68
5.4.	Potencial de crecimiento en ocupación de las empresas integradas en el proceso emprendedor	69
5.5.	Actividad emprendedora de las empresas integradas en el proceso emprendedor	72
5.6.	Innovación en las empresas nacientes, nuevas y consolidadas	72
5.7.	Uso de las nuevas tecnologías	73
5.8.	Expansión en el mercado y nivel de competencia	75
5.9.	Internacionalización	76
	<i>Teletrabajo, TIC's y entornos colaborativos de trabajo</i>	
	Pablo Rodríguez Canfranc (Fundación Telefónica), José Ramón Granger (ISDEFE), Carlos Guallarte (UAB) .	80
	<i>La iniciativa emprendedora en la empresa</i>	
	Eugènia Bieta (ESADE)	88
	<i>«Capital inteligente» para empresas en fases iniciales de desarrollo. Fallos de mercado y business angels</i>	
	Juan Roure (IESE Business School y AEBAN), Juan Luis Segurado (IESE Business School)	95

6.	FINANCIACIÓN DEL PROCESO EMPRENDEDOR CATALÁN	111
6.1.	Capital semilla medio necesario para poner en funcionamiento una actividad en 2008 en Cataluña	113
6.2.	Retorno de la inversión esperado para el emprendedor	114
6.3.	El inversor informal de tipo <i>Business angel</i> en Cataluña	115
7.	EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER EN LA POBLACIÓN CATALANA	121
7.1.	Percepción de buenas oportunidades para emprender	123
7.2.	Motivación para emprender en la población catalana	129
7.3.	Opinión de los expertos sobre la motivación para emprender en la población catalana	130
7.4.	Habilidades y conocimientos para emprender en la población catalana	132
8.	CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL ENTORNO PARA EMPRENDER EN CATALUÑA EN EL AÑO 2008 ...	137
8.1.	Análisis general del entorno en el cual se desarrolla la creación de empresas	139
8.2.	Aspectos favorables, desfavorables y recomendaciones: hablan los expertos	142
8.3.	Posición catalana en el ámbito internacional y español sobre el estado de las condiciones del entorno evaluadas por los expertos.	151
	<i>La exhaustividad de las políticas de apoyo a la iniciativa emprendedora y a la innovación: el proyecto IPREG.</i>	
	Jaume Valls Pasola (Universidad de Barcelona)	169
9.	PROCESO EMPRENDEDOR A ESCALA TERRITORIAL	175
9.1.	El proceso emprendedor y la dinámica empresarial por provincias	177
9.2.	Características del proceso emprendedor y perfil del empresario	178
9.3.	Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor por provincias	180
9.4.	Factores psicosociales en el proceso emprendedor por provincias	183
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	187
	ÍNDICE DE TABLAS Y DE FIGURAS	188

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



1. PRESENTACIÓN Y RESUMEN EJECUTIVO

1.1. El proyecto GEM

1.2. Resumen ejecutivo

1.3. Cuadros sintéticos de los resultados y los indicadores principales

1. PRESENTACIÓN Y RESUMEN EJECUTIVO

1.1. El proyecto GEM

En este informe se presentan los resultados del sexto estudio realizado en el marco del proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) sobre la actividad emprendedora y la creación de empresas en Cataluña durante el año 2008, así como los factores que influyen en la creación de nuevas empresas (figura 1).

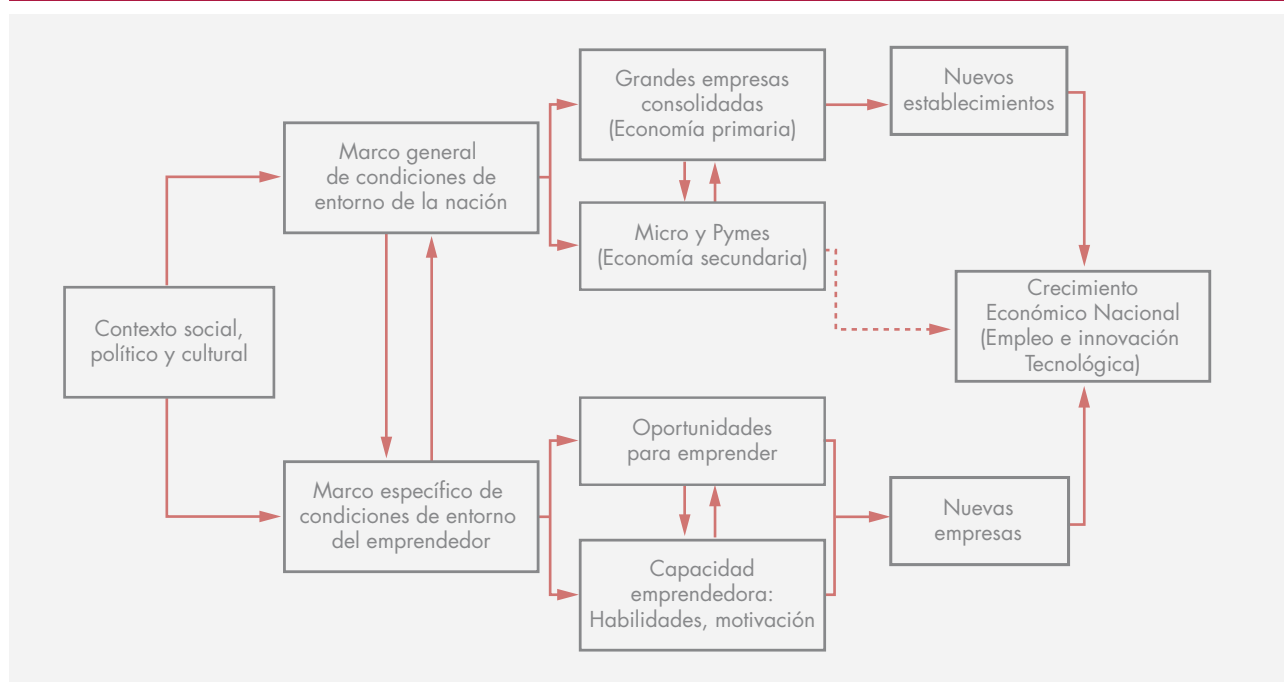
El proyecto GEM-Cataluña es una iniciativa conjunta del Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona y el Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Autónoma de Barcelona, la Diputación de Barcelona y el Departamento de Trabajo de la Generalitat de Cataluña.

El proyecto GEM lo pusieron en marcha en 1999 dos prestigiosas universidades, London Business School y Babson College, con la participación de diez estados. En la actualidad, con más de sesenta equipos de investigación creados en otros tantos países y con una participación regular de más de cuarenta en los últimos años, el proyecto GEM ha demostrado ser un referente mundial en el estudio de la actividad emprendedora, así como para los diferentes actores implicados (instituciones gubernamentales, educativas, financieras, asociaciones empresariales, cámaras de comercio, parques tecnológicos, medios de comunicación, sindicatos, los propios empresarios, etc.).

España se adhirió al proyecto en 2000, un año después de su lanzamiento, a través del Instituto de Empresa. Más tarde, en 2003, se incorporaron tres comunidades autónomas (Andalucía, Extremadura y Cataluña) con el ánimo de realizar un análisis más detallado y comparaciones en el ámbito regional. Desde 2007 se ofrecen datos de todo el Estado por comunidades y ciudades autónomas.

En este año España cuenta con 18 equipos operativos: Nacional (Instituto de Empresa Business School, Madrid), Andalucía (Universidad de Cádiz), Aragón (Universidad de Zaragoza), Asturias (Universidad de Oviedo), Canarias (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y Universidad de La Laguna), Cantabria (Universidad de Cantabria), Castilla y León (Universidad de León), Cas-

Figura 1 Modelo conceptual del proyecto GEM



illa-La Mancha (Universidad de Castilla-La Mancha), Cataluña (Universidad Autónoma de Barcelona, Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona), Ceuta (Escuela de Negocios de Andalucía, Universidad de Granada), Comunidad Valenciana (Universidad Miguel Hernández de Elche), Extremadura (Universidad de Extremadura, Fundación Xavier de Salas), Galicia (Confederación de Empresarios de Galicia, BiC Galicia, Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela), Madrid (Universidad Autónoma de Madrid), Melilla (Escuela de Negocios de Andalucía, Universidad de Granada), Murcia (Universidad de Murcia), Navarra (CEIN, Universidad Pública de Navarra) y País Vasco (Universidad de Deusto, Universidad del País Vasco), que representan más de ochenta investigadores.

Todos los participantes, tanto nacionales como internacionales, operan bajo el mismo modelo teórico, metodología, homogeneización y tratamiento de los datos, lo cual posibilita la comparación sobre la actividad de creación de nuevas empresas en los diferentes ámbitos geográficos. En ello reside uno de los factores de mayor relevancia de este observatorio anual.

Dentro de la amplia y detallada información que proporciona el estudio, uno de los principales objetivos es la determinación de un índice que refleje el nivel de actividad en la creación de empresas, también conocido por TEA (Total Entrepreneurial Activity).

En el proyecto GEM se considera que son emprendedores activos todos los adultos (entre 18 y 64 años) que se hallan inmersos en el proceso de puesta en marcha de un negocio o empresa, del cual van a poseer parte o todo y/o que, actualmente, son propietarios-gerentes de todo o parte de un negocio o empresa joven. Esta definición incluye el autoempleo.

La definición anterior es amplia debido a que se trata de satisfacer a las corrientes académicas internacionales más significativas en el ámbito de la investigación sobre actividad emprendedora. A partir de esta definición, GEM estima la actividad emprendedora en fase inicial (early stage o incipiente) de un país como el porcentaje de personas que cumplen las premisas anteriores. Por lo tanto, el índice TEA hace referencia a la actividad emprendedora en fase inicial (hasta 3,5 años), que a su vez se desglosa en naciente (hasta 3 meses, y que no haya realizado remuneraciones salariales) y nueva (de 3 a 42 meses o inferior a 3 meses, pero que haya realizado remuneraciones salariales). En la figura 2 se exponen de forma clara estas definiciones, que serán utilizadas a lo largo de todo el estudio.

Figura 2 Proceso emprendedor: definiciones operacionales del proyecto GEM¹



Los porcentajes que obtiene GEM en cada apartado, elevados a la población de referencia 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, que proporciona el número de altas habidas cada año, mientras que GEM informa, tal y como se ha indicado anteriormente, 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.

Las fuentes para generar este informe son las siguientes:

- Encuesta a la población adulta, que consiste en 2.000 entrevistas a personas de entre 18 y 64 años en Cataluña, con el objeto de medir la actividad emprendedora (TEA) y las características y los comportamientos respecto a la creación de empresas. La ficha técnica de la muestra se detalla en la Tabla 1.
- Encuesta a 40 expertos de 9 condiciones de entorno: 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
- Además, se dispone de la información agregada del resto de los países y las comunidades autónomas que participan en el GEM.
- Datos secundarios, que han sido recopilados 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 con el análisis de la actividad emprendedora. FMI, OCDE, ONU, Eurostat, INE, WYB, etc., son los principales proveedores.

Tabla 1 Ficha técnica de la encuesta a la población adulta catalana

		Universo	Muestra	% Error muestral*
Cataluña	Total	4.721.527	2.000	2,19%
Distribución por provincias	Barcelona	3.500.535	800	3,46%
	Girona	460.858	400	4,90%
	Lleida	264.476	400	4,90%
	Tarragona	495.659	400	4,90%
Distribución por género	Mujer	2.321.093	954	3,17%
	Hombre	2.400.434	1.046	3,03%

*Error muestral al 95% de confianza, suponiendo la indeterminación máxima $p = q = 0,5$.

El análisis de la actividad emprendedora constituye un elemento imprescindible para la comprensión del desarrollo económico de cualquier territorio y ayuda a la previsión y ajuste de políticas públicas, por lo que este estudio puede servir para el conocimiento y la reflexión sobre las iniciativas empresariales que se están desarrollando en Cataluña. Por este motivo, deliberadamente, se proporciona en este trabajo más información de la estrictamente necesaria, para ponerla a disposición de los encargados de formular la política de fomento a la creación de empresas en Cataluña y de todos aquellos a quienes este campo suscita interés.

Además, al igual que en pasadas ediciones, se han incluido una serie de colaboraciones sobre cuestiones relevantes y de carácter más específico, pero relacionados íntimamente con los asuntos que se desarrollan en el informe GEM. Estas colaboraciones nos ayu-

1. GEM 2008 utiliza como única fuente de datos poblacionales el US Census para los países e INE para las regiones españolas.

darán a profundizar y completar aspectos de la función empresarial y la creación de empresas. Queremos explicitar nuestro agradecimiento por su participación a Vicente Salas y J. Javier Sánchez-Asín (Universidad de Zaragoza), Jaume Valls (Universitat de Barcelona), Eugènia Bieta (ESADE), Juan Roure y Juan Luis Segurado (IESE), Pablo Rodríguez Canfranch (Fundación Telefónica) y José Ramón Granger (ISDEFE).

1.2. Resumen ejecutivo

Los resultados obtenidos más destacables son los siguientes:

- La actividad emprendedora catalana ha sido del 7,3% en 2008, situándose tanto por encima de la media europea (6%) como española (7%), lo que se traduce en un número absoluto estimado de iniciativas emprendedoras en fase inicial (que no tenían más de 42 meses de vida en el mercado) de casi 340.000. Este ha sido el primer año desde 2004 en que la TEA ha disminuido, exactamente un 13% respecto al año anterior, acusando la coyuntura económica adversa más que España (disminución de un 8%).
- Esperanzador es el dato de la evolución de las iniciativas emprendedoras de más de 42 meses, que ha pasado del 6,6 al 9,1%. Simultáneamente, el total de iniciativas abandonadas sólo se ha incrementado del 0,8 al 1,0%. Datos que nos permiten tener una visión global de la dinámica empresarial de Cataluña relativamente positiva, aunque es necesario explicitar que son comparaciones entre junio de 2007 y junio de 2008.
- También se ha incrementado considerablemente la tasa de emprendedores potenciales (que tienen proyectado iniciar una actividad en los próximos 3 años), desde un 7,2% en 2007 a un 8,4% en 2008.
- Positivo, además, ha sido que la actividad emprendedora por oportunidad se ha incrementado (de 5,5% en 2007 a 6,0% en 2008) y la de por necesidad ha disminuido notablemente (de 1,4 a 1,0% respectivamente).
- El emprendedor catalán en fase inicial es mayoritariamente hombre (56%), con una edad media de 38 años, estudios superiores (30%) o de primaria (26%), renta anual entre 20.001 y 40.000 euros y localizados principalmente en zonas urbanas (70%).
- El pasado año señalábamos la consolidación del papel crucial de la mujer en la actividad emprendedora catalana, que se había estabilizado en torno al 36-39%. Este año se ha reafirmado su relevancia con un aumento considerable, pasando a representar el 44% de las iniciativas en fase inicial. Además, un 98,5% de éstas considera que tiene habilidades para la creación de empresas. Simultáneamente representan ya el 40% de los emprendedores consolidados (frente al 34% de 2007). No obstante, hay que estar atento a que se ha disparado en 2008 su porcentaje de abandonos: las mujeres representan el 69% frente a un 48% en 2007, cifra que de por sí ya era elevada.
- La mayoría de emprendedores, tanto en fase inicial como consolidados, no tiene empleados o tiene entre 1 y 5. Este año, por primera vez, el porcentaje de iniciativas en fase inicial que tiene entre 1 y 5 empleados (24%) supera el de sin empleados (15%). Aunque tenemos como asignatura pendiente la baja tasa de empresas con alto potencial de creación de puestos de trabajo (más de 19 en 5 años), por debajo tanto de la media europea como de la española.
- Continúa siendo preocupante la innovación de nuestro tejido empresarial. El 57% de las iniciativas que se encuentran en fase inicial y el 70% de las consolidadas no son nada innovadoras. De las primeras, un 85% utiliza tecnologías de más de 5 años de antigüedad. Por lo tanto, no sorprende que el 89,5% de los emprendedores catalanes en fase inicial y un 94% de los consolidados operen en sectores de nivel tecnológico bajo.
- Es interesante resaltar la vocación exportadora de algunas de nuestras empresas. La tasa catalana de empresas con un nivel de exportación alto (más del 50% de las ventas) es la segunda de Europa y la más elevada del estado español.
- El capital medio para poner en marcha un negocio ha sido de 81.248 € (86.350 € en el conjunto del estado español), siendo la aportación media del emprendedor del 69,3%.
- El inversor informal catalán se caracteriza por ser mujer (57%), de unos 42 años (pero con una desviación típica de 12,8), con estudios primarios (38%), una renta superior a los 40.000 € (42%), de zona urbana (84%), mantener una relación familiar directa con el emprendedor (62,4%) y esperar obtener un retorno de como máximo lo invertido (58%).
- La actividad emprendedora por provincias presenta algunas diferencias: Lleida tiene la mayor tasa (8,8%), seguida de Bar-

celona (7,5%), Tarragona (6,7%) y Girona (6,0%), situándose esta dos últimas por debajo de la media de Cataluña (7,3%). Desde una perspectiva de género, las mayores diferencias de TEA se producen en Lleida (hombres 10,7% y mujeres 6,6%, cifra ésta, no obstante, elevada).

1.3. Cuadros sintéticos de principales resultados e indicadores

Tabla 2 Indicadores de la tasa de actividad emprendedora (TEA). Diversos desgloses

	2008			2007			2006		
	Número	% PA	% s/total activitat emprened.	Número	% PA	% s/total activitat emprened.	Número	% PA	% s/total activitat emprened.
% Iniciativas nacientes ¹	180.555	3,9%	53%	195.518	4,1%	49%	182.840	4,1%	48%
% Iniciativas nuevas ²	157.075	3,4%	47%	200.451	4,2%	51%	199.825	4,5%	52%
Total actividad emprendedora	337.630	7,3%	100%	395.969	8,4%	100%	382.665	8,6%	100%
% TEA Masculino	188.247	4,1%	56%	253.879	5,4%	64%	234.198	5,2%	61%
% TEA Femenino	149.383	3,2%	44%	142.090	3,0%	36%	148.466	3,3%	39%
Total actividad emprendedora	337.630	7,3%	100%	395.969	8,4%	100%	382.665	8,6%	100%
% TEA por oportunidad pura	190.071	4,1%	56%	183.648	3,9%	46%	244.495	5,5%	64%
% TEA por oportunidad en parte	87.741	1,9%	26%	73.525	1,6%	19%	86.944	1,9%	23%
% TEA por necesidad	45.013	1,0%	13%	68.168	1,4%	17%	51.226	1,1%	13%
% TEA por otros motivos	14.804	0,3%	4%	70.627	1,5%	18%			
Total actividad emprendedora	337.630	7,3%	100%	395.969	8,4%	100%	382.665	8,6%	100%
% TEA per oportunitat, ...									
...para ganar independència	81.781	1,8%	43%	96.988	2,1%	53%	131.466	2,9%	54%
...para aumentar ingresos	85.715	1,8%	45%	64.916	1,4%	35%	66.839	1,5%	27%
...para mantener ingresos actuales	22.575	0,5%	12%	18.403	0,4%	10%	18.089	0,4%	7%
...otros motivos o no sabe	0	0,0%	0%	3.342	0,1%	2%	28.100	0,6%	11%
Total actividad emprendedora por oportunidad	190.071	4,1%	100%	183.648	3,9%	100%	244.495	5,5%	100%
% TEA sector extractivo	24.228	0,5%	7%	15.398	0,3%	4%	21.140	0,5%	6%
% TEA sector transformador	63.842	1,4%	19%	122.020	2,6%	33%	128.774	2,9%	34%
% TEA sector servicios a empresas	108.848	2,3%	32%	97.279	2,1%	26%	94.510	2,1%	25%
% TEA sector orientado al consumo	140.711	3,0%	42%	136.684	2,9%	37%	132.994	3,0%	35%
% TEA sector no clasificatdo				24.587	0,5%	0%	5.247	0,1%	0%
Total actividad emprendedora	337.630	7,3%	100%	395.969	8,4%	100%	382.665	8,6%	100%
% TEA sin empleados	49.285	1,1%	15%	96.596	2,0%	24%	54.959	1,2%	14%
% TEA amb 1 - 5 empleados	79.653	1,7%	24%	64.574	1,4%	16%	129.426	2,9%	34%
% TEA amb 6 - 19 empleados	21.769	0,5%	6%	23.855	0,5%	6%	13.092	0,3%	3%
% TEA amb 20 o más empleados	1.977	0,0%	1%	8.685	0,2%	2%			
% TEA que no contesta	184.945	4,0%	55%	202.258	4,3%	51%	185.188	4,1%	48%
Total actividad emprendedora	337.630	7,3%	100%	395.969	8,4%	100%	382.665	8,6%	100%

1 (entre 0 y 3 meses de actividad)

2 (entre 3 y 42 meses de actividad)

Tabla 2 (continuación)

	2008			2007			2006		
	Nombre	% PA	% s/total activitat emprened.	Nombre	% PA	% s/total activitat emprened.	Nombre	% PA	% s/total activitat emprened.
% TEA que no espera emplear a nadie en 5 años	77.673	1,7%	23%	88.955	1,9%	22%	26.507	0,6%	7%
% TEA que espera ocupar 1 - 5 empleados en 5 años	163.407	3,5%	48%	188.006	4,0%	47%	250.848	5,6%	66%
% TEA que espera ocupar 6 - 19 empleados en 5 años	64.318	1,4%	19%	70.919	1,5%	18%	71.648	1,6%	19%
% TEA que espera ocupar 20 o máss empleados en 5 años	12.514	0,3%	4%	19.425	0,4%	5%	8.009	0,2%	2%
% TEA que no contesta	19.718	0,4%	6%	28.664	0,6%	7%	25.652	0,6%	7%
Total actividad emprendedora	337.630	7,3%	100%	395.969	8,4%	100%	382.665	8,6%	100%
% TEA: todos los clientes consideran el producto o servicio nuevo o desconocido (completamente innovadoras)	63.878	1,4%	19%	80.295	1,7%	20%	62.768	1,4%	16%
% TEA: algunos de los clientes consideran parte del producto o servicio como nuevo o desconocido (un poco innovadoras)	81.555	1,8%	24%	93.888	2,0%	24%	104.016	2,3%	27%
% TEA: ningún cliente considera el producto o servicio como nuevo o desconocido (no innovadoras)	192.197	4,1%	57%	221.785	4,7%	56%	215.880	4,8%	56%
Total actividad emprendedora	337.630	7,3%	100%	395.969	8,4%	100%	382.665	8,6%	100%
% TEA con muchos competidores	186.686	4,0%	55%	216.225	4,6%	55%	234.807	5,2%	61%
% TEA con pocos competidores	107.112	2,3%	32%	134.324	2,8%	34%	107.894	2,4%	28%
% TEA sin competidores	43.832	0,9%	13%	45.419	1,0%	11%	39.964	0,9%	10%
Total actividad emprendedora	337.630	7,3%	100%	395.969	8,4%	100%	382.665	8,6%	100%
% TEA que usa tecnología nueva (menos de 1 año)	6.226	0,1%	2%	39.842	0,8%	10%	0	0,0%	0%
% TEA que usa tecnología reciente (1-5 años)	42.909	0,9%	13%	59.478	1,3%	15%	69.416	1,6%	18%
% TEA que usa tecnología antigua (más de 5 años)	288.495	6,2%	85%	296.649	6,3%	75%	313.249	7,0%	82%
Total actividad emprendedora	337.630	7,3%	100%	395.969	8,4%	100%	382.665	8,6%	100%
% TEA en un sector con nivel de tecnología Bajo	302.218	6,5%	90%	372.301	7,9%	94%	350.711	7,8%	92%
% TEA en un sector con nivel de tecnología Medio	17.964	0,4%	5%	17.608	0,4%	4%	8.847	0,2%	2%
% TEA en un sector con nivel de tecnología Alto	17.449	0,4%	5%	6.059	0,1%	2%	23.107	0,5%	6%
Total actividad emprendedora	337.630	7,3%	100%	395.969	8,4%	100%	382.665	8,6%	100%

Tabla 2 (continuación)

	2008			2007			2006		
	Nombre	% PA	% s/total activitat emprened.	Nombre	% PA	% s/total activitat emprened.	Nombre	% PA	% s/total activitat emprened.
% TEA que exporta 75% - 100%	35.682	0,8%	11%	39.657	0,8%	10%	23.873	0,5%	6%
% TEA que exporta 25% - 75%	42.871	0,9%	13%	46.925	1,0%	12%	46.573	1,0%	12%
% TEA que exporta 1% - 25%	86.249	1,9%	26%	108.304	2,3%	27%	86.130	1,9%	23%
% TEA que no exporta	142.702	3,1%	42%	184.703	3,9%	47%	203.331	4,5%	53%
% TEA que no informa sobre exportación	30.125	0,6%	9%	16.380	0,3%	4%	22.757	0,5%	6%
Total actividad emprendedora	337.630	7,3%	100%	395.969	8,4%	100%	382.665	8,6%	100%
% TEA sin expansión de mercado	199.141	4,3%	59%	232.528	4,9%	59%	262.844	5,9%	69%
% TEA con alguna expansión de mercado sin nuevas tecnologías	132.263	2,8%	39%	123.599	2,6%	31%	119.820	2,7%	31%
% TEA con alguna expansión de mercado con nuevas tecnologías	6.226	0,1%	2%	27.176	0,6%	7%	-	-	-
% TEA con importante expansión de mercado	0	0,0%	0%	12.665	0,3%	3%	-	-	-
Total actividad emprendedora	337.630	7,3%	100%	395.969	8,4%	100%	382.665	8,6%	100%

Tabla 3 Otros datos de interés acerca de los emprendedores y sus iniciativas

	2008	2007	2006
Edad media del emprendedor	37,0	37,8	39,1
Edad media de la emprendedora	40,7	35,9	37,8
Edad media de los emprendedores (todos)	38,6	37,2	38,6
Número medio de propietarios	2,1	2,0	1,9
Capital semilla medio asumido por el emprendedor naciente	44.309	67.314	36.054
Capital semilla medio para desarrollar una iniciativa emprendedora	81.248	103.639	53.540
Porcentaje medio del capital semilla aportado por el emprendedor	69,3%	44,6%	70,4%

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN CATALUÑA

- 2.1. Actividad emprendedora registrada en la población adulta catalana
- 2.2. Actividad emprendedora en el contexto internacional
- 2.3. Dinámica empresarial en Cataluña
- 2.4. Potencial empresarial en la población adulta catalana

Los emprendedores y el crecimiento económico en España
Vicente Salas Fumás, J. Javier Sánchez Asín (Universidad de Zaragoza)

2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN CATALUÑA

2.1. Actividad emprendedora registrada en la población adulta catalana

Con el objetivo de conocer la actividad emprendedora y su evolución, dentro del proyecto GEM se elabora el índice de actividad emprendedora total (Total Entrepreneurial Activity o TEA). Este indicador mide el porcentaje de población adulta (entre 18 y 64 años) involucrada en el inicio de un negocio, del cual poseerá como mínimo una parte del capital. Al mismo tiempo, este índice recoge información sobre dos tipos de actividad emprendedora:

- Por un lado, la referente a empresas nacientes, o *start ups*, que recoge el porcentaje de población implicada en empresas con menos de tres meses de actividad y que no hayan realizado remuneraciones salariales, ni repartido honorarios, beneficios o retribuciones en especies.
- Por otro lado, la relacionada con nuevas empresas, o *baby business*. En este caso se trata de empresas que, habiendo superado la fase anterior, no llevan más de 42 meses de actividad, y empresas con menos de tres meses de actividad que sí que han realizado remuneraciones salariales.

En 2008 la TEA de la población adulta catalana ha sido del 7,3%. Este resultado marca un cambio de tendencia, ya que la tasa se reduce por primera vez desde el año 2004 y se sitúa 1,1 puntos porcentuales por debajo de la registrada en 2007. Esta frenada de la emprendeduría se ha de interpretar en el contexto de una importante reducción del crédito ocasionada por la crisis financiera que se ha originado a escala mundial.

La disminución de la actividad emprendedora ha sido más intensa entre las nuevas empresas, que registran una tasa (3,4%) inferior a la obtenida por las iniciativas nacientes (3,9%). De hecho, 2008 es el primer año en que las empresas nacientes tienen más peso dentro del total de actividad emprendedora en fase inicial (53,5%) que las nuevas empresas (46,5%).

Tabla 4 Actividad emprendedora en fase inicial en la población adulta catalana

	Número	% PA	% s/total
Iniciativas nacientes	180.555	3,9%	53,5%
Iniciativas nuevas	157.075	3,4%	46,5%
Total actividad emprendedora en fase inicial (hasta 42 meses de operatividad)	337.630	7,3%	100,0%

Al 95% de confianza, error muestral de $\pm 2,19\%$

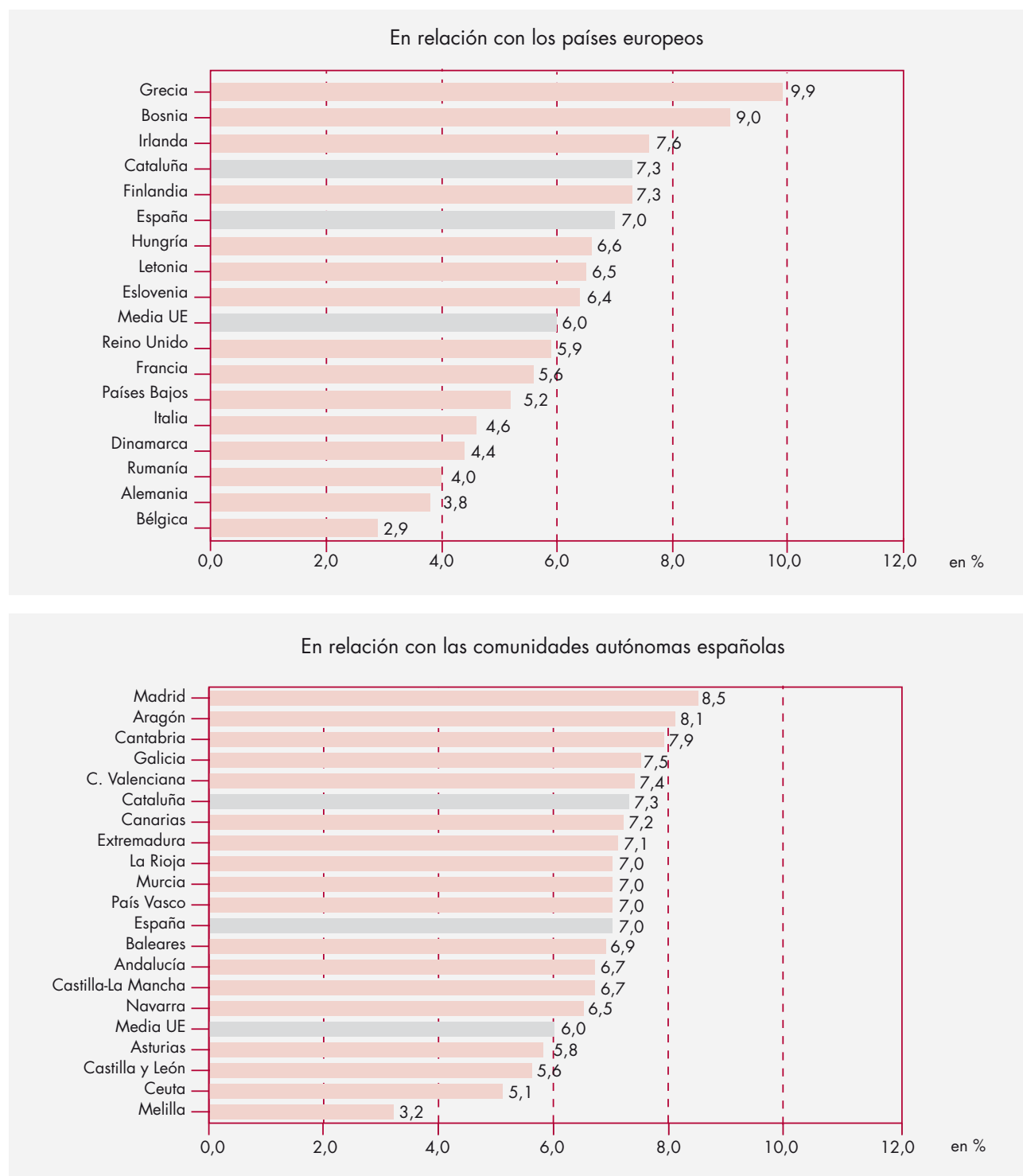
La figura 3 permite comparar la actividad emprendedora en fase inicial de Cataluña con la de los principales países de la Unión Europea y de las comunidades autónomas de España. Dentro del conjunto europeo, Cataluña se sitúa en quinta posición, por detrás de Grecia y Bosnia, y a un nivel muy similar al de Irlanda y Finlandia. En el extremo opuesto, el bajo índice de emprendeduría de países como Bélgica, Alemania, Dinamarca o Italia, puede deberse al hecho de que ciertas regiones con economías industrializadas y consolidadas pueden tener menor necesidad de crear nuevas empresas.

En relación con las comunidades autónomas españolas, Cataluña ocupa el sexto lugar, por detrás de Madrid, Aragón, Cantabria, Galicia y la Comunidad Valenciana.

2. La media de la UE se ha calculado como la media aritmética de los países que han participado de forma continuada en el proyecto GEM desde el año 2003, o que como mucho han dejado de participar durante un año, lo que permite obtener datos históricos comparables. Estos países son: Alemania, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Eslovenia, Países Bajos y Reino Unido.

Tal y como puede verse más adelante (figura 8), la relación entre la actividad económica de una región y su tasa de actividad emprendedora tiene forma de «U». Los países y las regiones con menor nivel económico muestran una actividad emprendedora más intensa por motivos de necesidad (por ejemplo, Bosnia o Galicia), mientras que los más bien posicionados económicamente también presentan una actividad emprendedora elevada, pero por motivos de oportunidad (Madrid o Finlandia).

Figura 3 Actividad emprendedora en fase inicial en Cataluña: actividades nacientes y nuevas (% población adulta)



A pesar de que la TAE sitúa a Cataluña en sexta posición dentro del conjunto español, hay que tener en cuenta que el número absoluto de iniciativas estimadas durante 2008 se acerca a 340.000, cifra que sitúa a Cataluña al frente de las comunidades autónomas con más iniciativas empresariales del Estado, junto con Andalucía y Madrid (figura 4).

Figura 4 Comparativa del número absoluto estimado de iniciativas de hasta 42 meses de vida en las comunidades y ciudades autónomas españolas en 2008

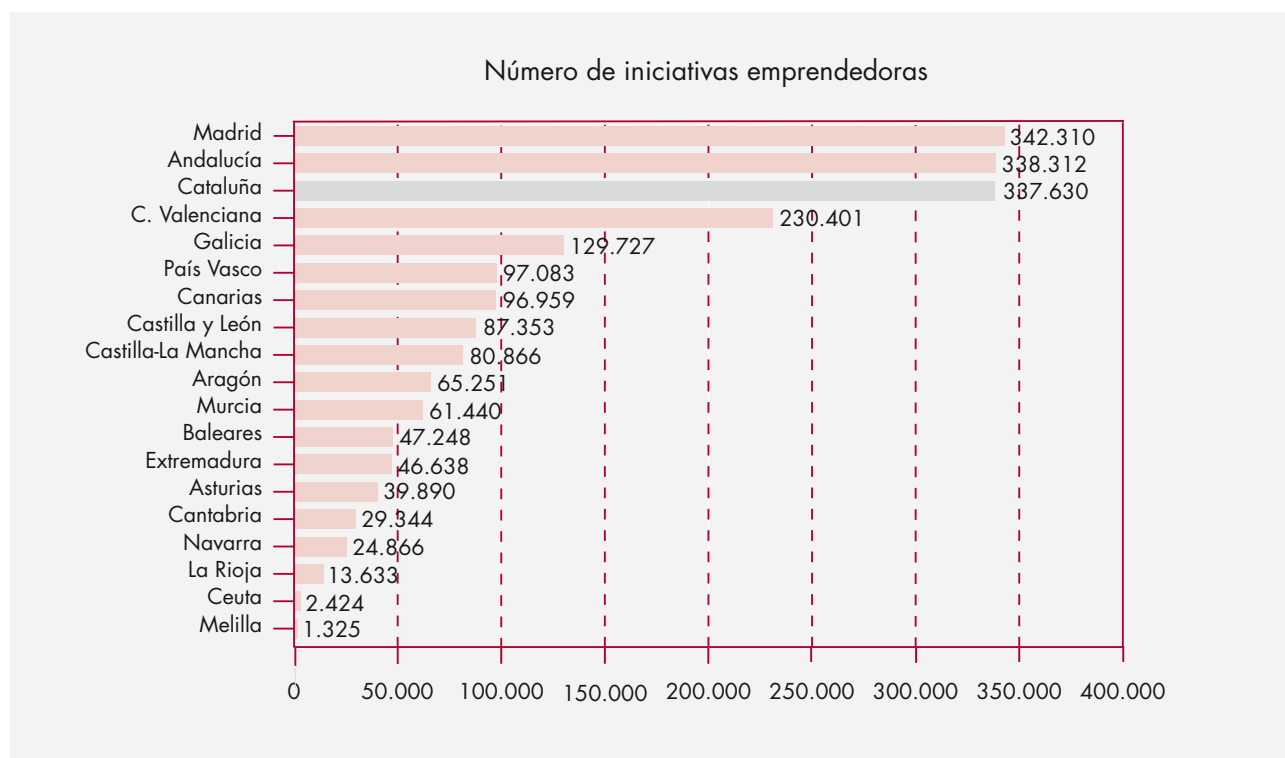
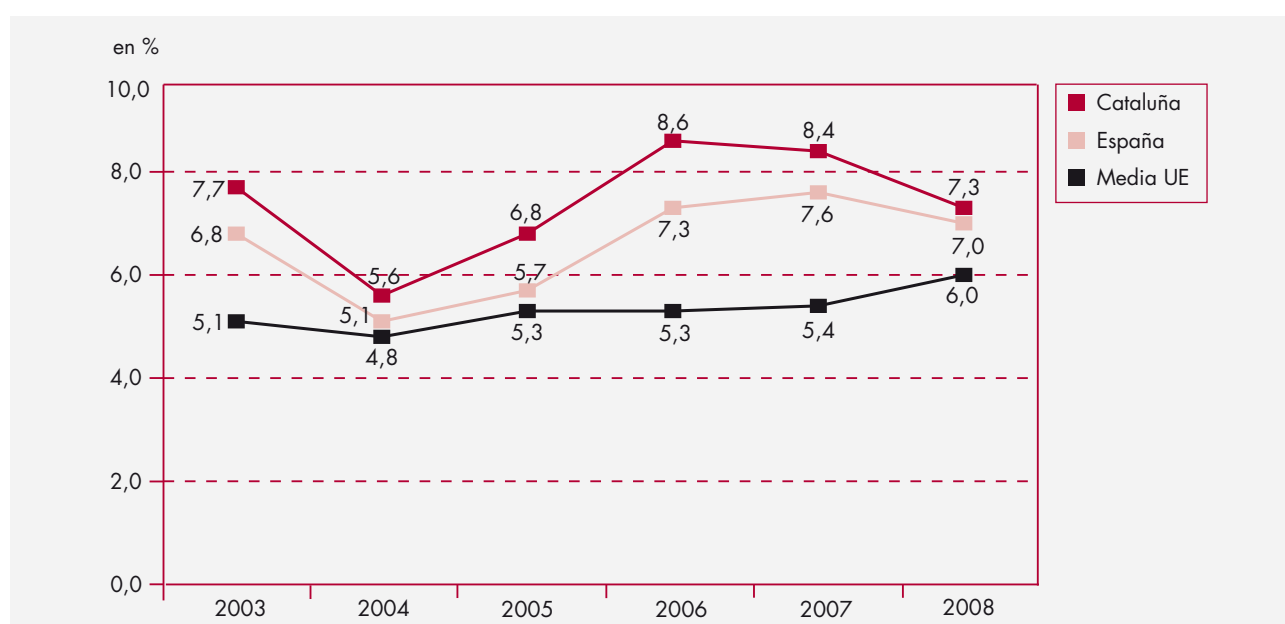


Figura 5 Evolución de la actividad emprendedora catalana (% población adulta)



Entre los años 2003 y 2008, Cataluña ha registrado una actividad emprendedora superior a la de España y la de la Unión Europea. En 2008 la tasa de Cataluña y España se ha reducido por primera vez desde el descenso de 2004, mientras que en el conjunto europeo todavía se observa un incremento de la actividad emprendedora. Este comportamiento diferenciado de Cataluña y España respecto de la media europea puede explicarse por el hecho de que, en épocas de incertidumbre para las economías más avanzadas, el capital inversor suele desplazarse hacia aquellas zonas con más posibilidades de negocio (como podría ser el caso de Finlandia), pero también hacia las zonas en las que tienen mayor necesidad (como Letonia o Eslovenia), donde se pueden obtener mayores rendimientos.

2.2. Actividad emprendedora en el contexto internacional

Como ha se ha visto en la figura 3, dentro de la Unión Europea la actividad emprendedora de Cataluña se encuentra a un nivel muy similar al de Irlanda y Finlandia, mientras que Bosnia y Grecia quedan claramente por encima. Respecto del resto de países de la OCDE que participan en el GEM 2008, en la figura 6 se observa que México ocupa una posición destacada, seguido de Estados Unidos, Islandia, Corea y Grecia, todos ellos con tasas de actividad emprendedora cercanas o superiores al 10%. A continuación se halla Noruega, y la siguen el conjunto formado por Irlanda, Finlandia y Cataluña.

Los países que participan en el GEM 2008 pero que no pertenecen a la OCDE (figura 7) muestran un índice de actividad emprendedora considerablemente elevado. De entre todos ellos sobresale Bolivia, con una TAE cercana al 30%, seguido de Perú, Colombia y Angola, los tres con tasas superiores al 20%.

Figura 6 Actividad emprendedora de los países de la OCDE que participan en el GEM 2008 (% población adulta)

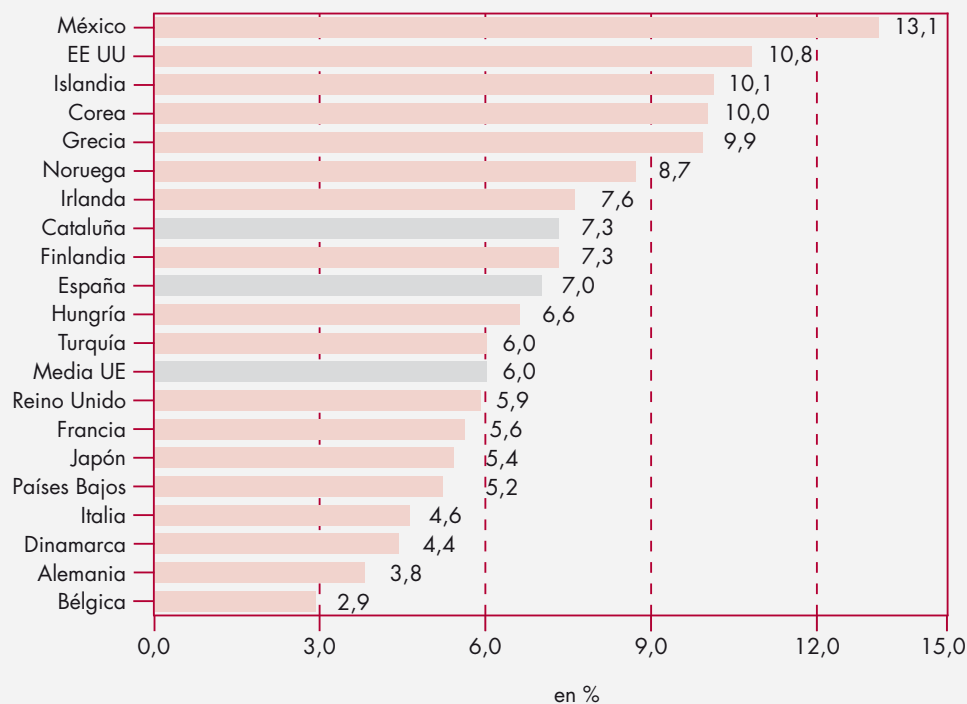
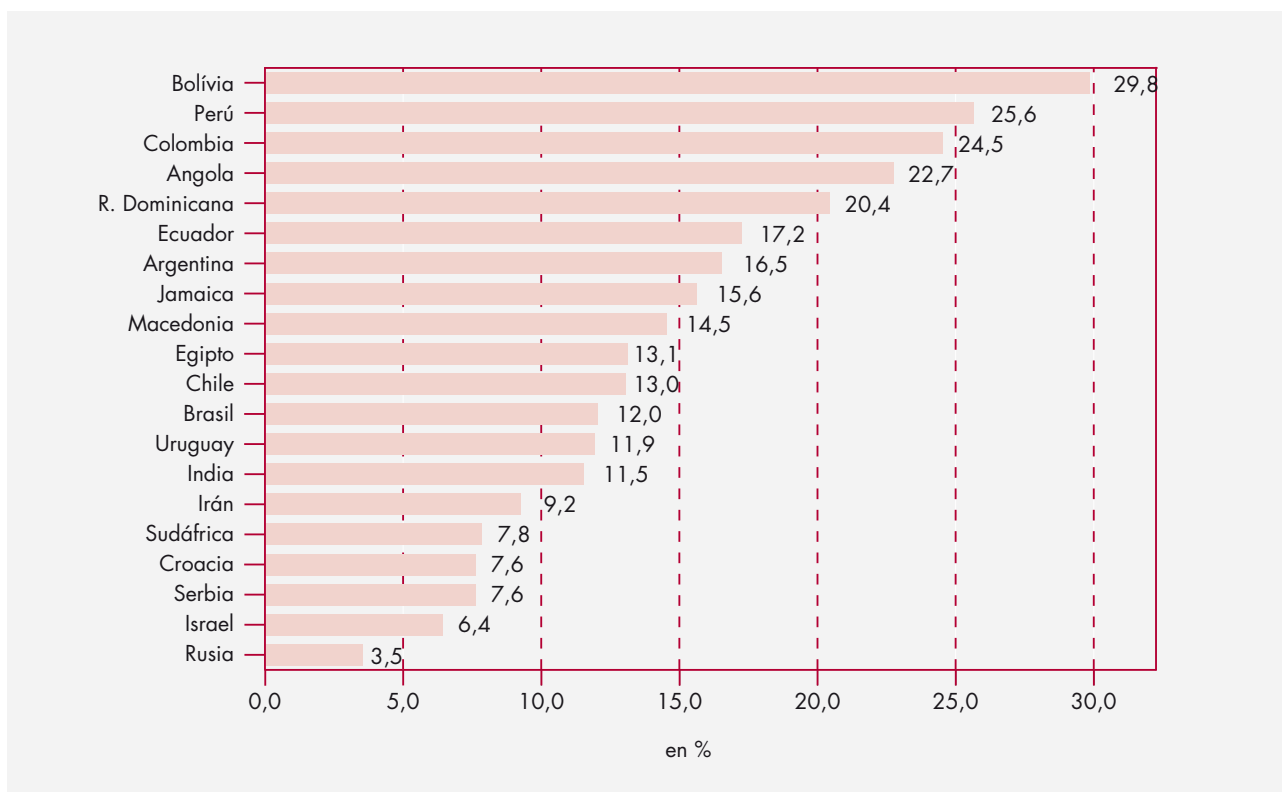
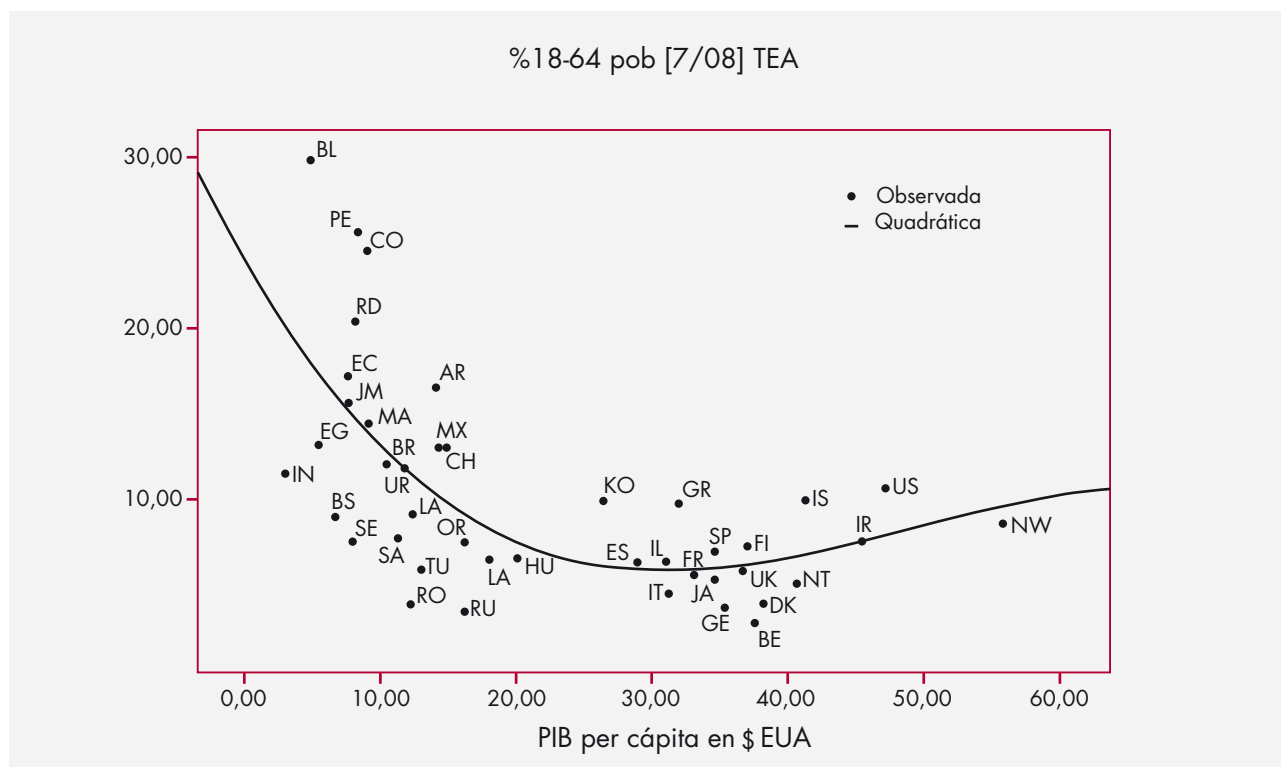


Figura 7 Actividad emprendedora en los demás países participantes en el GEM 2008 (% población adulta)

En general se puede concluir que los países con economías menos consolidadas son los que tienen tasas de actividad emprendedora más elevadas. Sin embargo, para interpretar correctamente estos resultados, hay que tener en cuenta que la actividad emprendedora de una región depende de las necesidades y las motivaciones de los emprendedores, así como de su estructura económica. Las necesidades de invertir excedentes de capital o de iniciar una actividad por falta de alternativas en el mercado laboral, una enraizada tradición emprendedora, o una Administración Pública comprometida con el apoyo a los emprendedores son algunos de los motivos que pueden aumentar el nivel de emprendeduría de un país. En cambio, una estructura económica desarrollada, con un importante tejido de grandes empresas, una pobre tradición emprendedora o un exceso de trámites en el momento de crear un nuevo negocio, todas ellas son circunstancias que tienden a reducir el índice de actividad emprendedora.

Por lo tanto, dado que la TEA solamente hace referencia a la cantidad de iniciativas emprendedoras, pero no al motivo ni a su calidad, hay que tener en cuenta que únicamente se pueden establecer comparaciones entre países con características similares. La figura 8 muestra la relación entre la TEA y el PIB per cápita de los diferentes países participantes en el GEM 2008. El hecho de que los miembros de la Unión Europea se sitúen en la zona central de la curva permite realizar comparaciones dentro de este contexto. En cambio, las divergencias entre los países europeos y otros, como Perú o Colombia, hacen que la TEA de unos y otros no sea directamente comparable.

Figura 8 Relación de dependencia de la TEA respecto del nivel de desarrollo de los países GEM 2008 como conjunto total



En la figura 8 puede observarse cómo la relación entre la TEA y el PIB per cápita tiene cierta forma de «U». Este es un resultado que se ha mostrado consistente desde el inicio del proyecto GEM. Los países con menor nivel económico muestran una emprendeduría más elevada por motivos de necesidad, aquellos con una economía más consolidada se sitúan en la parte más baja de la curva, mientras que aquellos países con un PIB per cápita más elevado vuelven a registrar TEA más altas, pero en este caso por motivos de oportunidad.

2.3. Dinámica empresarial en Cataluña

Hasta ahora se ha observado la actividad emprendedora en fase inicial, es decir, las empresas que han iniciado su actividad hace menos de 42 meses. Pero para complementar esta información debemos estudiar también la evolución de las empresas consolidadas (las que tienen más de 42 meses de vida) y las que abandonan. El análisis combinado de las empresas que se encuentran en uno u otro grupo permite realizar un seguimiento de la dinámica empresarial de un territorio.

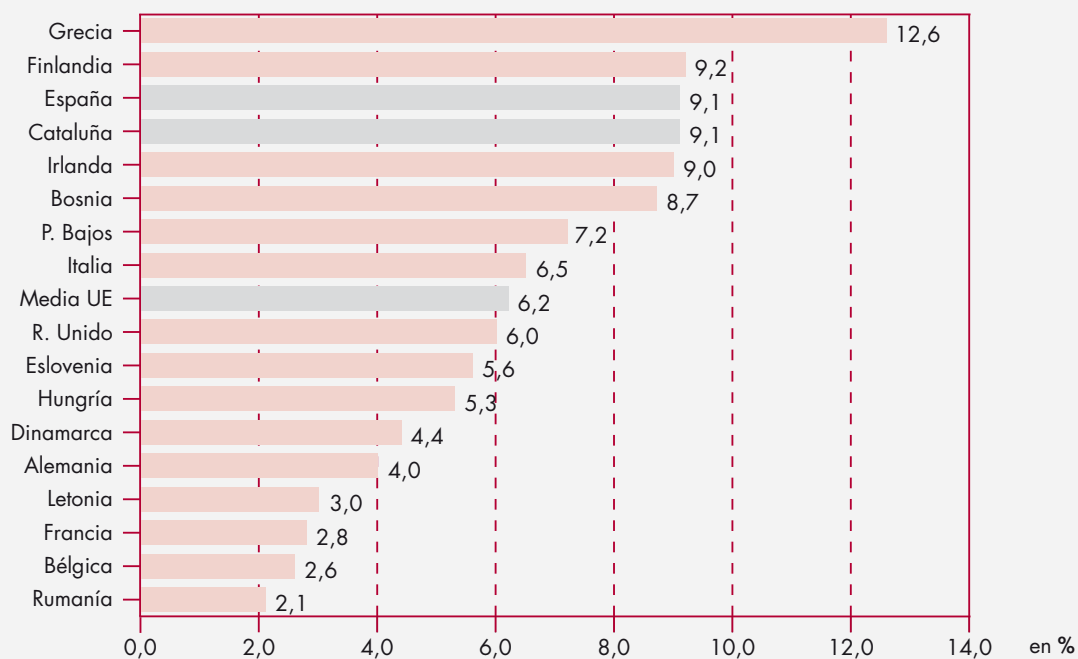
En 2008 el índice de empresas consolidadas ha sido del 9,1% en Cataluña, lo que representa que entre la población adulta catalana hay unas 425.000 personas que son propietarias de empresas y autoocupaciones con más de 42 meses de vida.

Cuando este índice de empresas consolidadas se compara con el del resto de países europeos, se observa que Grecia ocupa una posición destacada con una tasa del 12,6%. A continuación se sitúan Finlandia, Cataluña, España e Irlanda. En los cuatro, entre el 9 y el 9,2% de la población adulta es propietaria de una empresa que opera desde hace más de 42 meses. Todos ellos se encuentran muy por encima de la media de la Unión Europea, que en 2008 ha sido de 6,2%.

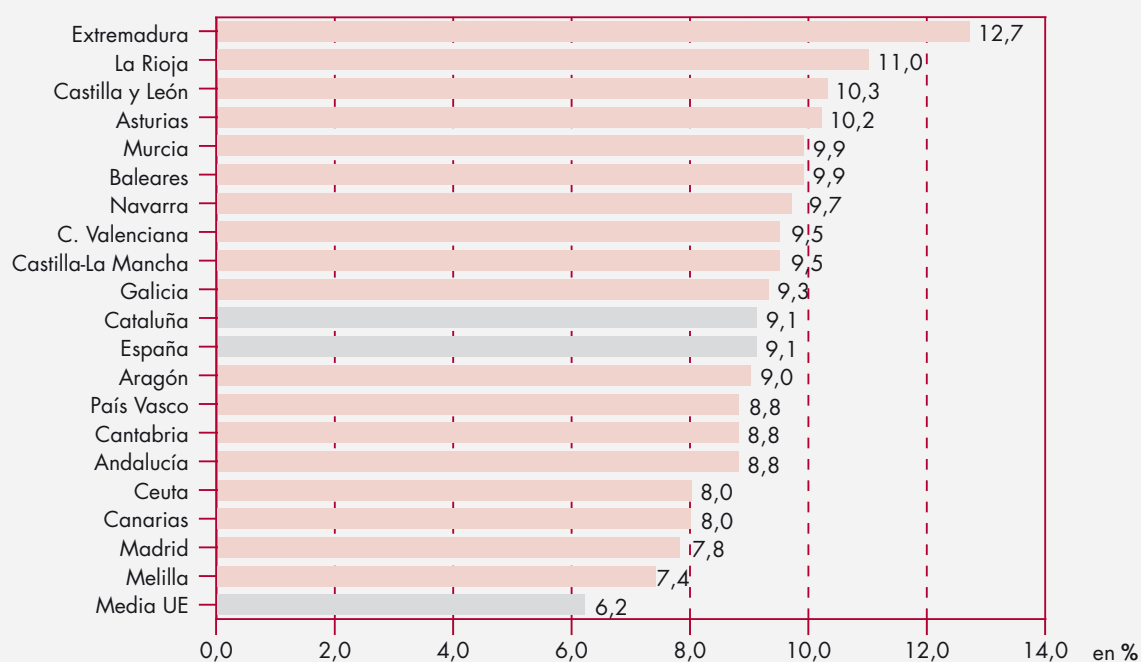
En cuanto a las comunidades autónomas españolas, el índice de empresas consolidadas en Cataluña se sitúa al nivel de la media estatal. Por otro lado, todas las comunidades autónomas registran un índice superior a la media europea, probablemente como consecuencia de la menor dimensión de las empresas españolas.

Figura 9 Empresas consolidadas en Cataluña (% población adulta)

En relación con los países europeos



En relación con las comunidades autónomas españolas



En 2008 el índice de empresas consolidadas en Cataluña ha crecido 2,5 puntos porcentuales, con lo cual ha registrado el mayor incremento desde 2003. Durante los últimos años la evolución de este índice en Cataluña ha sido muy similar a la del conjunto español, mientras que la media europea muestra una tendencia parecida, pero siempre con variaciones mucho más moderadas.

Figura 10 Evolución de los emprendedores consolidados catalanes (% población adulta)



Por otro lado, es interesante observar no solamente a las empresas en fase inicial y las consolidadas, sino también a las que abandonan. En 2008 el 1% de la población adulta catalana se ha visto implicada en el abandono de negocios, empresas o autoocupaciones, lo que equivale a unas 45.000 personas.

Tabla 5 Abandono de iniciativas en la población adulta catalana

	Nombre	%PA
Iniciativas abandonadas y cerradas	37.452	0,8%
Iniciativas abandonadas pero continuadas	8.274	0,2%
Total iniciativas abandonadas	45.726	1,0%
Al 95% de confianza, error muestral de $\pm 2,19\%$		

Tal y como ya se hizo en 2007, este año se distingue también entre aquellas empresas que han cerrado y las que han sido abandonadas pero han continuado funcionando en manos de otros propietarios. De los más de 45.000 emprendedores que han abandonado su negocio en los 12 meses anteriores a la realización de la encuesta, unos 37.000 (el 81,9%) lo han cerrado. En cambio, el 18,1% son iniciativas que han cambiado de propietario, pero pueden seguir en activo.

Los motivos para el abandono de las iniciativas, tengan o no el cierre como consecuencia directa, pueden ser diversos. En la figura 11 se pueden observar estos motivos, pero hay que tener en cuenta que el reducido número de iniciativas abandonadas hace que la muestra obtenida para Cataluña sea pequeña y, por lo tanto, los resultados deben interpretarse con cautela.

Los principales motivos por los cuales los emprendedores han decidido abandonar sus iniciativas han sido el hecho de considerar que el negocio no era rentable (en el 38% de los casos), las dificultades para obtener financiación (22%) y los motivos personales

(22%). También aparecen como motivos de abandono, aunque con un peso mucho menor, el cierre planificado del negocio (9%), la oportunidad de venderlo (5%) y el hecho de encontrar otra oportunidad laboral (5%).

Figura 11 Principal motivo de abandono

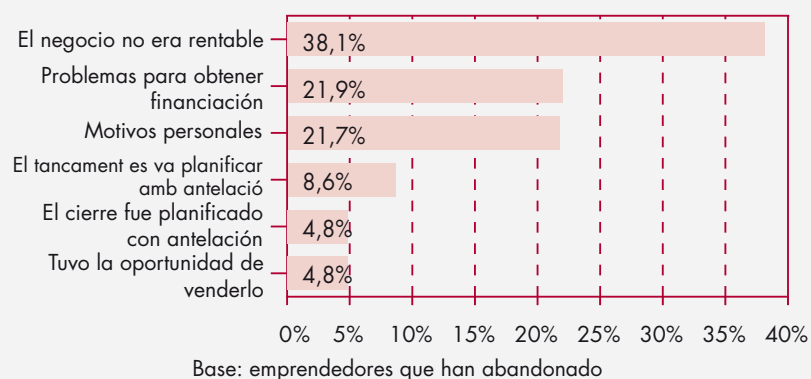
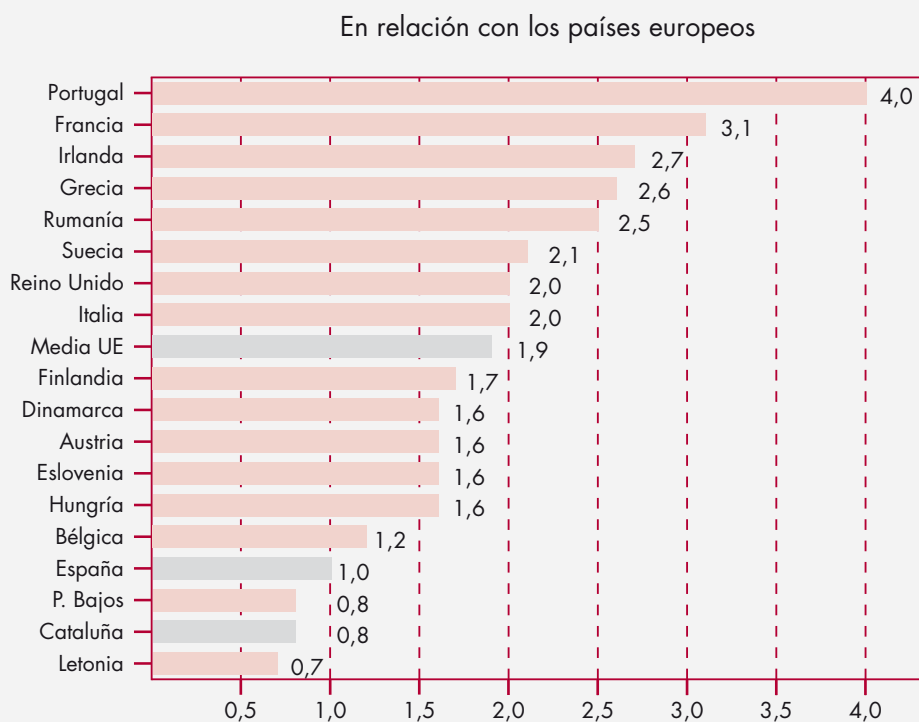
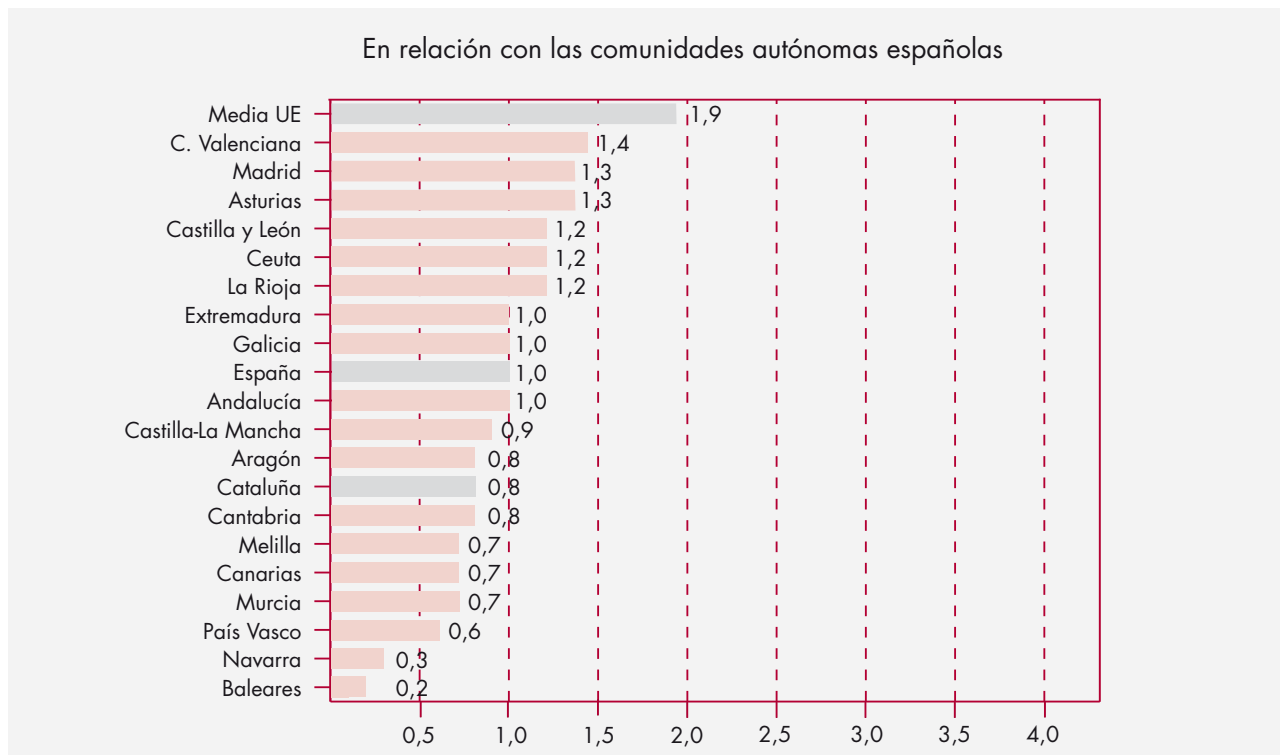


Figura 12 Abandonos de actividades emprendedoras en Cataluña (% población adulta)



Del conjunto de países miembros de la Unión Europea que participan en el GEM 2008, Cataluña registra la menor tasa de abandono de actividades (calculada como porcentaje sobre la población adulta). Cabe recordar que los países participantes no son exactamente los mismos cada año, pero Cataluña siempre se encuentra entre los que registran menos abandonos.

Figura 12 (Continuación)

Respecto del resto de comunidades y ciudades autónomas españolas, Cataluña suele encontrarse en una posición intermedia en lo referente al abandono de actividades emprendedoras. Por ello es interesante subrayar que en 2008 Cataluña ha sido la segunda comunidad autónoma con una tasa de abandonos más pequeña, sólo superada por Galicia. Por lo tanto, parece que las dificultades económicas surgidas a escala mundial han originado más abandonos en el resto del Estado español que en Cataluña.

Figura 13 Evolución del abandono de actividades emprendedoras catalanas (% población adulta)

En los últimos años la ratio de iniciativas abandonadas sobre el total de la población adulta ha evolucionado muy positivamente en Cataluña y España, mientras que se ha mantenido estable en el conjunto europeo. Las dificultades económicas, y sobre todo financieras, que en 2008 han estado presentes en todo el mundo quedan reflejadas en el incremento de iniciativas abandonadas que se puede observar en los tres ámbitos analizados.

2.4. Potencial empresarial en la población adulta catalana

En 2008, unas 380.000 personas (el 8,4% de la población adulta catalana) han dicho que tienen el proyecto de iniciar una nueva actividad en los próximos tres años, lo que supone una mejora de más de un punto porcentual respecto del año anterior.

Generalmente, el potencial empresarial de la población adulta catalana se ha situado entre los más bajos de la Unión Europea, pero en 2008 se posiciona a media tabla, justo por debajo de la media europea.

Respecto de las comunidades y ciudades autónomas, Cataluña no superó la media española hasta el año pasado, pero en 2008 ya ha sido la quinta comunidad autónoma con un porcentaje de emprendedores potenciales más elevado, por detrás de Baleares, Madrid, Canarias y Extremadura.

Hay que tener en cuenta que en muchos casos no existe ninguna correspondencia clara entre las intenciones de emprender un nuevo negocio y la realización de una actividad emprendedora, ya que pueden intervenir muchos factores. Esta falta de correspondencia explica por qué algunos países o comunidades autónomas, como Francia o Baleares, con elevados porcentajes de emprendedores potenciales, registran TEA inferiores a las medias europea y/o española.

En la figura 15 puede observarse cómo en los últimos años la evolución de los potenciales emprendedores ha sido muy positiva tanto en Cataluña como en España. Sin lugar a dudas, parte de los buenos resultados obtenidos en Cataluña se debe al apoyo a la emprendeduría que se ha realizado desde varias instituciones públicas como la Generalitat de Cataluña o la Diputación de Barcelona. Estos resultados son incluso más positivos si se tiene en cuenta que se han obtenido en un año de dificultades económicas, en el cual el porcentaje de emprendedores europeos sobre la población adulta del conjunto europeo se ha reducido.

Sin embargo, hay que tener en cuenta otro factor importante: la coyuntura económica. En un año en el que se han hecho evidentes las mayores dificultades para encontrar empleo por cuenta ajena, ha aumentado el porcentaje de personas que responden que están dispuestas a poner en marcha un negocio por cuenta propia. Ahora bien, al mismo tiempo, las dificultades financieras originadas en el ámbito mundial, que dificultan el acceso al crédito, han tendido a reducir el número de emprendedores que efectivamente inician un negocio.

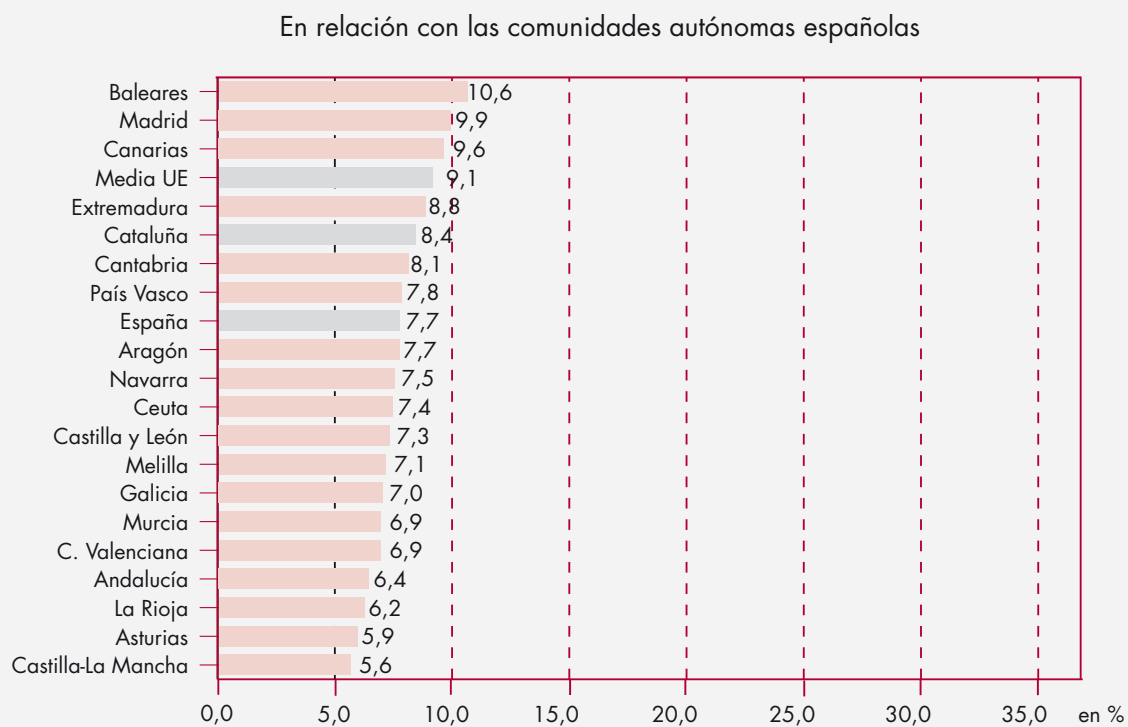
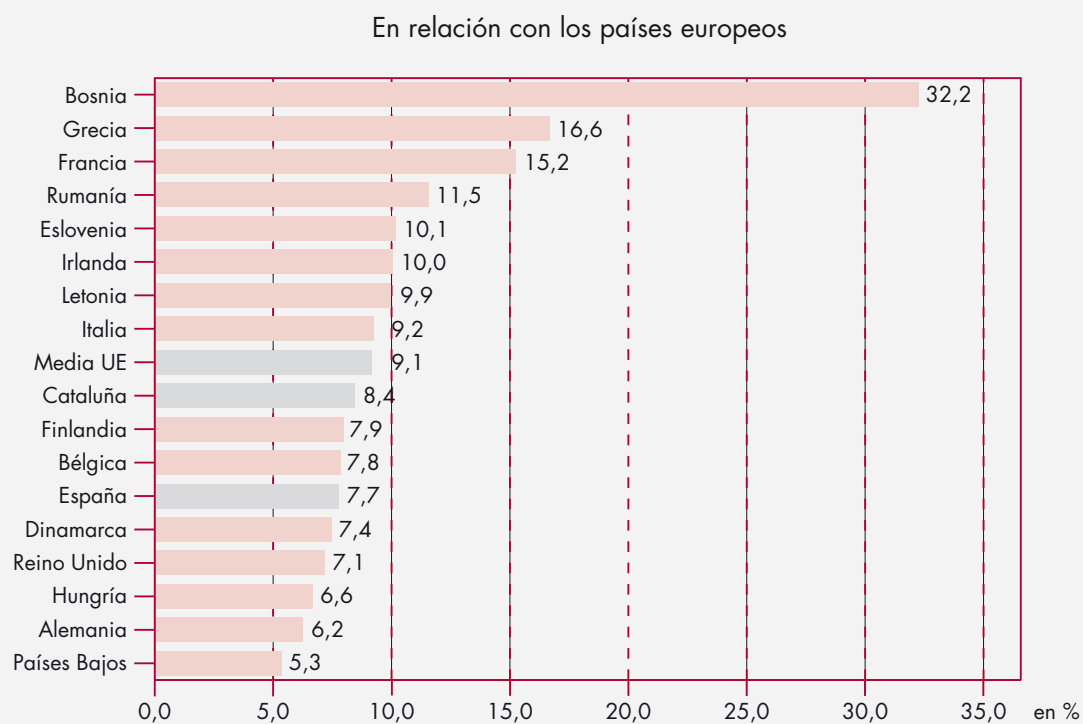
Figura 14 Emprendedores potenciales en Cataluña (% población adulta)

Figura 15 Evolución de los emprendedores potenciales catalanes (% población adulta)

LOS EMPRENDEDORES Y EL CRECIMIENTO ECONÓMICO EN ESPAÑA

Vicente Salas Fumás, J. Javier Sánchez Asín (Universidad de Zaragoza)

Este artículo resume algunos de los contenidos y resultados de la investigación de los autores sobre la actividad de los emprendedores en la economía y sus implicaciones para el crecimiento económico. La exposición se organiza en los siguientes apartados. El primero se refiere a las visiones sobre la función económica del emprendedor en la obra de Schumpeter, considerado el economista del emprendimiento por excelencia, y en la obra de Coase, menos reconocido pero cuya contribución se reivindica en el texto. El segundo apartado describe el modelo conceptual en que se plasma la integración de las ideas introductorias. El tercer apartado presenta los resultados del contraste de las hipótesis con datos sobre las Comunidades Autónomas en España. Finalmente, en las conclusiones se resumen los puntos principales de la exposición.

El emprendedor en las obras de Schumpeter y Coase

La idea de que la actividad empresarial y el crecimiento económico están próximos y relacionados positivamente se ha desarrollado ampliamente desde los primeros trabajos de Schumpeter (1911), en los que este vínculo se establece sobre la base de las habilidades del empresario y en concreto a su capacidad de innovar. Se trata del conocido paradigma de la «creación destructiva» en el que se contempla al emprendedor como «el agente que hace nuevas cosas o que hace las cosas que ya se han hecho de una forma diferente» (Schumpeter, 1947a, p. 151). De esta forma, los emprendedores contribuyen al crecimiento económico mediante descubrimientos que tienen aplicación directa como vías más efectivas de satisfacer las necesidades de los individuos, a la vez que, de forma no intencionada, se produce una difusión de conocimiento (desbordamiento *spillover*) que mejora la productividad de las empresas en una economía favoreciendo el crecimiento económico (Rosemberg, 1982; Romer, 1986; Schmitz, 1989).

Fundamentados en la idea de la difusión del conocimiento y contradiciendo la hipótesis de los modelos de crecimiento endógeno en los que el conocimiento difunde libremente para su uso y comercialización por otros agentes, algunos autores defienden la existencia de un «filtro del conocimiento», es decir, un filtro que dificulta la comercialización y difusión del conocimiento, ya que el mero hecho de que empresas y universidades inviertan en la creación de nuevo conocimiento no garantiza su comercialización. La creación de nuevas empresas capaces de comercializar la parte de conocimiento no explotado por las existentes es el vínculo entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico, proporcionando un canal para la difusión del conocimiento que, de otra forma, podría quedar sin comercializar (Acs *et al.*, 2009). Por otra parte, la existencia de oportunidades empresariales es una condición necesaria pero no suficiente para su reconocimiento e implementación a través de la creación de una nueva empresa. El otro elemento a considerar es la existencia, o no, de barreras a la actividad emprendedora, de manera que estas barreras pueden dificultar o incluso impedir la respuesta empresarial a las oportunidades percibidas; en consecuencia, la capacidad de una economía de generar actividad empresarial es sinónimo de su dotación de «capital emprendedor». Este capital emprendedor se identifica con aquellos aspectos del «capital social» de una economía (región, nación, etc.) que promueven la actividad empresarial y es considerado como otro *input* más de la función de producción (Audretsch *et al.*, 2006).

Otra aproximación diferente a la relación entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico está basada en la tradición smithsoniana de la especialización y la división del trabajo. Aquí el empresario puede considerarse tanto la consecuencia de la especialización, cuando decide trabajar por cuenta propia o emplearse como asalariado, como la causa de la especialización, cuando la «mano invisible» del empresario promueve la especialización proporcionando la coordinación en los recursos a costes de transacción inferiores a los de la «mano invisible» del mercado (Coase, 1937). La fun-

ción de dirección de los recursos en el marco de la organización se complementa con la función de supervisar la calidad del *input* consecuencia de la tecnología de equipo (Alchian y Demsetz, 1972).

La posición central del empresario coordinando y supervisando el trabajo de otros implica que la calidad de su trabajo y de sus decisiones afecta a su propia productividad, así como a la de los que trabajan bajo su dirección. Por lo tanto, el trabajo de los emprendedores se caracteriza por retornos crecientes a la habilidad del empresario, de manera que el que se empleen las personas más capaces como empresarios tiene efectos más que proporcionales en la productividad (Lucas, 1978; Rosen, 1981; Murphy *et al.*, 1991). Sin embargo, los empresarios no sólo toman decisiones, sino que participan en la correcta ejecución de estas decisiones mediante labores de coordinación y motivación que consumen tiempo y, por tanto, limitan el número eficiente de empleados que un empresario puede dirigir (*span of control*; Calvo y Wellisz, 1979; Rosen, 1982), mientras que la pérdida de control limita el número de niveles dentro de una organización (Williamson, 1967).

Así pues, la aportación singular al crecimiento económico de las personas que realizan la función de empresarios, diferente a la que realizan los otros colectivos de ocupados, debe estar relacionada con elementos cualitativos de su trabajo que no son replicables por el resto. Es decir, la calidad del empresario afectará tanto a las decisiones estratégicas que éste tome (con retornos crecientes a escala y efectos en la productividad total de los factores) como al resultado del trabajo conjunto producido por empresarios y trabajadores (con retornos decrecientes al recurso tiempo del empresario aplicado a la coordinación y motivación y ponderado por la misma calidad del empresario). Vemos que la calidad del empresario constituye un elemento fundamental para la explicación del vínculo entre actividad emprendedora y crecimiento económico en el empresario coasiano, mientras que parece no tener tanta relevancia en los modelos propuestos a partir del empresario schumpeteriano. Sin embargo, la importancia de la calidad del empresario estaba reflejada también en las propuestas de Schumpeter. Así, en su artículo «Los problemas teóricos del crecimiento económico» establece que la respuesta creativa es la que mejor define al empresario como agente económico y que una forma de hacer que la respuesta creativa forme parte de la lista de factores que afectan al crecimiento económico es a través de su vínculo con la calidad del «material humano» y en particular con la calidad de las personas que lo lideran (Schumpeter, 1947b, p. 239).

Un modelo integrador con espacio para la calidad del empresario

Las dos aproximaciones al empresario presentadas hasta el momento están más próximas de lo que pudiera parecer en un principio. A pesar de que Schumpeter diferencia las dos actividades que un empresario realiza cuando por un lado crea una nueva actividad basada en una nueva idea, y por el otro cuando tiene que desarrollar la gestión de la misma, también admite que ambas se van a enmascarar unas en otras (Schumpeter, 1947a, p. 151). De manera similar, Coase (1937), centrándose fundamentalmente en la función de coordinación del empresario, plantea la distinción entre la iniciativa (o empresa) y la gestión como funciones realizadas por un hombre de negocios, estando la primera vinculada a la previsión y realización de nuevos contratos (dinámica), mientras que la segunda tiene que ver con la reacción al cambio en los precios (retorno al equilibrio estático).

A partir de esta concepción inseparable de las funciones del empresario, Salas y Sánchez Asín (2006) desarrollan un modelo sencillo basado en los trabajos de Lucas (1978) y Rosen (1982) en el que el empresario adquiere una función propia como director del proceso de asignación de recursos dentro de la empresa, coordinando y motivando a las personas sobre las que alcanza su autoridad, que complementa la orientación hacia el mercado que le exige la tarea de innovar y descubrir necesidades insatisfechas. Este empresario combina la figura del empresario schumpeteriano en su función de creación realizada con la innovación y la del empresario coasiano (extendido por Alchian y Demset) realizada a través de la coordinación y motivación de quienes colaboran en el ámbito de la empresa. El punto de partida es una función de producción definida para cada puesto de trabajo donde se concentran dos *inputs*: los servicios de los trabajadores directos y los servi-

cios de dirección del empresario. Los puestos de trabajo se agregan en una función de producción para la empresa representativa de la economía, cuyo *output* total se ve afectado también por la calidad del empresario para tomar decisiones de carácter estratégico e innovador que repercutan en la productividad total del conjunto de subordinados. El tiempo que dedica el empresario a cada trabajador es un bien privado, de manera que si se consume con un trabajador no es posible utilizarlo con otro. Por tanto, el primer problema que debe resolver el empresario consiste en determinar cómo repartir el tiempo total disponible entre los trabajadores directos para que la producción por período sea máxima. Una vez agregados de forma eficiente el tiempo de trabajo del empresario, ajustado por la calidad, y el tiempo de los trabajadores directos, el empresario debe decidir, para un salario dado, el número de trabajadores directos que quiere contratar para maximizar su beneficio. El número de empresarios y empresas de equilibrio se determina igualando el beneficio con el salario ajustado por la calidad del recurso, es decir el número de empresas de equilibrio es aquel que hace indiferente la decisión de ocupación de la persona entre ser empresario o trabajador directo.

Como quiera que, además de trabajo, las empresas emplean capital, y suponiendo una tecnología de producción del tipo Cobb-Douglas, los inputs productivos son tres: los servicios del trabajo del empresario ponderado por su calidad, los de los trabajadores directos y el capital. Estos tres inputs se incorporan en un modelo que se resume en tres ecuaciones básicas. La primera ecuación es la función agregada de producción para el conjunto de la economía:

$$Y = g(r) [(rT)^\beta A^{(1-\beta)}]^{(1-\alpha)} K^\alpha \quad [1]$$

donde Y es el *output* por período; r es el parámetro que recoge la calidad relativa de los servicios de trabajo que presta el empresario sobre la calidad de los servicios de los trabajadores directos; $g(r)$ es el factor empresarial en la PTF (productividad total de los factores), creciente con r ; T es el número de personas ocupadas como empresarios; A es el número de personas que trabajan como asalariados; K es el stock de capital; β y α son los parámetros del modelo, con valores no negativos entre cero y uno. El primero representa la elasticidad de la producción en cada puesto de trabajo con respecto al trabajo directo que aporta el empresario a ese puesto y el segundo representa la elasticidad del *output* total con respecto al factor capital.

La segunda ecuación del modelo expresa el crecimiento de la productividad por persona ocupada $Y/(A+T)$ en función del crecimiento de la calidad del *input* empresarial r y del crecimiento en la cantidad de capital por ocupado:

$$q_t = \gamma_t + S_e \rho_t + \alpha k_t \quad [2]$$

donde q_t es la tasa de crecimiento de la productividad por ocupado; γ_t es la tasa de crecimiento en la PTF, que incluye el efecto por el crecimiento en la calidad del *input* empresarial r ; ρ_t es precisamente la tasa de crecimiento de r ; S_e es la proporción de empresarios sobre el total de personas ocupadas en la solución de equilibrio y al principio del período, y k_t es el crecimiento del resto de *inputs* productivos por ocupado (por ejemplo la intensificación del capital físico).

Esta segunda ecuación es un modelo de crecimiento de la productividad que difiere de los modelos al uso en la teoría del crecimiento en dos aspectos. Primero, porque incluye el efecto de la calidad de las decisiones del empresario, bajo la característica de bien público, en el término de crecimiento de la PTF; segundo, porque incluye un término totalmente novedoso (ρS_e) en el que se mide la contribución al crecimiento de la productividad por la mejora en la calidad del trabajo del empresario a través del tiempo que dedica a la gestión interna de la empresa (ρ), ponderado por la base relativa de empresarios en el equilibrio en la economía o tasa de emprendedores (S_e). Es decir, un mismo crecimiento en la calidad del recurso empresarial tiene un mayor impacto en el crecimiento de la productividad en economías con una mayor tasa de emprendedores. En la medida en que una mayor tasa de emprendedores suponga una economía menos productiva, debido al

tamaño medio menor de sus empresas, el término ρS_e actúa como un efecto de convergencia en el nivel de productividad media de las economías.

La tercera ecuación determina la proporción de empresarios sobre el total de personas ocupadas en el equilibrio:

$$S_e^* = T / (T + A^*) = \beta / (\beta + r(1-\beta)) \quad [3]$$

Es decir, la proporción de empresarios sobre ocupados en el equilibrio es función creciente del parámetro de la tecnología de producción (β), y decreciente de la calidad relativa de los servicios del empresario (r). Las ecuaciones [2] y [3] orientan el posterior trabajo empírico aplicado a las comunidades autónomas españolas.

Estudio empírico a partir de datos de las Comunidades Autónomas españolas

Se resumen en este apartado los resultados del trabajo empírico basado en el modelo anterior, que pueden verse en forma completa en Salas y Sánchez Asín (2008). Los datos empíricos corresponden a las Comunidades Autónomas españolas en el período 1980-2006. La medida de crecimiento económico, elegida como variable dependiente del modelo empírico, es el crecimiento de la productividad por ocupado medida en términos de crecimiento anual del valor añadido bruto (VAB) por persona ocupada en la comunidad autónoma i en el año t (y_{it}). Las variables explicativas del crecimiento de la productividad se dividen en tres grupos. El primero incluye a las variables de intensificación de la dotación de capital por persona ocupada, y en particular a su tasa de crecimiento anual. Se distinguen tres tipos de capital, el físico, el tecnológico y el humano. Para una tecnología de producción dada se espera que si una variable de capital influye en la producción, el crecimiento en la intensificación de la misma por trabajador contribuirá también al crecimiento de la producción por ocupado en la proporción que dicten los parámetros de la función de producción. Se entiende que el crecimiento de la productividad mejora el bienestar por persona ocupada en la medida en que ese crecimiento sea mayor que el que podría esperarse por la mera intensificación de los capitales productivos. En otras palabras, el crecimiento en la productividad que está más directamente relacionado con el bienestar es el que corresponde a la productividad total de los factores (PTF), que es el que queda después de descontar la parte del crecimiento atribuible a la intensificación de capital.

El segundo bloque de variables explicativas incluye a las variables que miden el input emprendedor. De acuerdo con la ecuación [2], que corresponde al modelo teórico de referencia, la contribución del input empresarial al crecimiento de la productividad se produce a través de la mejora en la calidad relativa de los servicios provenientes del trabajo de los emprendedores en relación con el de los servicios de los trabajadores directos. Esta mejora en la calidad relativa puede tener una influencia en el crecimiento de la productividad porque se mejora en general la calidad de las decisiones estratégicas, incrementando de este modo la productividad de todos los empleados de la empresa, y porque se mejora la calidad del trabajo de dirección y control internos (gestión) que realiza el empresario en la empresa. La ecuación [2] indica que el coeficiente estimado de la relación entre crecimiento de la productividad y la tasa de emprendedores al inicio del período proporciona una estimación del crecimiento en la calidad relativa del input emprendedor; el producto de ese crecimiento estimado y la proporción de emprendedores al inicio del período expresa la parte de crecimiento de la PTF atribuible a la mejora de la calidad relativa de los servicios de gestión. Por tanto, en el modelo empírico de base, la contribución del input emprendedor se captura incorporando la variable proporción de emprendedores (Se_{it-1}) entre las variables explicativas del crecimiento de la productividad. En el colectivo de emprendedores se incluyen los empresarios con y sin asalariados y los empleados en puestos de dirección; la inclusión de estos ocupados en el colectivo de emprendedores obedece a que en la exposición teórica se ha destacado la contribución del empresario a la producción tanto en su función emprendedora como en su función de dirección. En empresas de cierto tamaño o complejidad es de esperar que el empresario propietario dele-

que en profesionales contratados la función de dirección por lo que el colectivo de personas implicadas en esta función debe incluir también a los profesionales contratados.

La ecuación [3] establece que la proporción de emprendedores será endógena y dependerá, entre otras variables, de la calidad relativa de los servicios de trabajo de los empresarios con respecto a los servicios de los trabajadores directos, r . El estudio utiliza la variable ratio de años de educación formal de los empresarios sobre años de educación formal de los trabajadores directos (KH_{ism}/KH_{ow}) para aproximar la calidad relativa en los servicios de trabajo proporcionados por unos y otros. En la estimación empírica se tiene en cuenta que la proporción de emprendedores puede estar afectada por las diferencias en la calidad relativa de los servicios que prestan entre CC.AA., de manera que la proporción de emprendedores (S_e) se instrumenta en función de la educación formal relativa y una proxy de la tecnología de producción β (proporción del VAB generado en el sector servicios).

El tercer bloque de variables incluye a las variables de control. Entre ellas están la productividad media en períodos sucesivos de cinco años, la misma para todos los años del quinquenio respectivo ($Y/Ni5t$). La segunda variable de control son las variables 0/1 con las que se identifica cada una de las CC.AA. ($D_{cc,aa}$). La productividad media dentro del quinquenio al que pertenece cada observación intenta controlar por factores inobservables de cada territorio que tienen una variabilidad transversal y una lenta variabilidad temporal. Las variables de control tratan de recoger variables no observables que pueden estar correlacionadas con el crecimiento de la productividad y con la tasa de emprendedores, de manera que el coeficiente estimado para la variable S_e pudiera estar sesgado en el supuesto de no incorporar las variables de control. Por ejemplo condiciones estructurales del territorio (como clima u orografía) que condicionan la especialización productiva y con ello la tecnología de producción (β), a la vez que afectan al crecimiento de la productividad.

El modelo empírico de base se formula por tanto como:

$$y_{it} = b_0 + b_1 kf_{it} + b_2 kt_{it} + b_3 kh_{it} + b_4 Se_{it} + b_5 Y/Ni5t + \sum_j D_j + \epsilon_{it} \quad [4]$$

Los coeficientes b_j , $j = 1, 2, 3$, miden las elasticidades del *output* a variaciones en las cantidades de los recursos productivos, capital físico, capital tecnológico y capital humano (educación), respectivamente; su signo esperado es no negativo. Se permite que el coeficiente b_4 , que proporciona una estimación de la tasa de crecimiento en la calidad relativa de los servicios de los emprendedores, sea función de variables que pueden determinar diferencias entre la tasa de crecimiento de la calidad del recurso emprendedor en unas CC. AA. y en otras. Escribiremos, por tanto, $b_4 = a_0 + a_1 X_{it}$, donde X_{it} es un vector de variables que se exploran empíricamente, entre ellas la tasa de crecimiento en la educación formal relativa de los empresarios. En el apartado teórico se advierte que la tasa de emprendedores está negativamente correlacionada con la productividad media porque las dos dependen de la calidad del *input* empresarial, r , pero con signo opuesto. Por tanto, a través del término $b_4 Se_{it}$, se introduce en el modelo un término de convergencia en la productividad media entre regiones; si la tasa de emprendedores está en el modelo es de esperar que otras variables de convergencia como la productividad media del quinquenio o la productividad inicial, pierdan significación estadística.

Principales resultados obtenidos

Los resultados del estudio –que como se ha indicado con anterioridad se exponen de forma completa en el trabajo original (Salas y Sánchez Asín, 2008)– indican que entre 1980 y 2006 se produjo un crecimiento generalizado en la educación formal de los ocupados en España; sin embargo los años de educación formal de los emprendedores sólo crecieron más deprisa que los años de educación formal de los asalariados a partir de mediados de los años noventa. La tasa de emprendedores media para todo el período de las distintas CC. AA. está negativamente correlacionada con la educación

formal relativa de los emprendedores en cada una de ellas. Además, varía también en función de la especialización sectorial de las respectivas comunidades. El crecimiento de la PTF entre 1987 y 2004 está positivamente asociado con la tasa de emprendedores al inicio de cada año, con un coeficiente entre el 10% y el 16%, porcentaje que mide la estimación del crecimiento en la calidad relativa de los empresarios sobre los trabajadores directos. Esto significa, teniendo en cuenta una tasa media de emprendedores del 23%, una contribución media al crecimiento de la productividad entre el 2% y el 3% para el período considerado, por encima de la contribución atribuida a la intensificación en el capital físico por trabajador. Por último, se encuentra también que la contribución de la intensificación del capital tecnológico al crecimiento de la productividad es una función creciente de la proporción de emprendedores ajustada por su calidad media (en términos de educación formal). Esto significa que, tal y como postula la perspectiva del «filtro de conocimiento», el impacto del esfuerzo investigador e innovador en la creación de riqueza se complementa con la existencia de un tejido emprendedor de calidad.

Estas evidencias confirman que existe un efecto diferencial en el crecimiento de la productividad total de los factores derivado de la mejora en la calidad relativa de los servicios de trabajo de los emprendedores con respecto a la de los trabajadores directos, que tiene que ver con la función de dirección (coordinación y motivación) realizada por el empresario, en línea con la función que, como consecuencia de los costes de transacción del mercado, Coase atribuye al empresario, y en contraste, por ejemplo, con la función que éste tiene en la obra de Schumpeter. La última de las evidencias aporta una evidencia preliminar a favor de la teoría que vincula el retorno social del emprendimiento con la contribución del mismo a la comercialización y utilización práctica de los desarrollos científicos y tecnológicos, siendo destacable el hecho de que la contribución se detecta empíricamente cuando la cantidad de emprendedores está debidamente ponderada por su calidad.

Conclusiones

La calidad del recurso emprendedor es un factor a tener en cuenta, además de la cantidad, para explicar el crecimiento económico. La calidad del factor emprendedor no es fácil de observar pero en el trabajo que aquí se resume se utiliza como proxy de la misma la educación formal media del colectivo de emprendedores relativa a la educación formal de los trabajadores directos. La evidencia empírica confirma que existe un efecto diferencial en el crecimiento de la productividad total de los factores derivado de la mejora en la calidad relativa de los servicios de trabajo de los emprendedores con respecto a la de los trabajadores directos, que tiene que ver con la función de dirección (coordinación y motivación) que Coase atribuye al empresario. La evidencia empírica confirma también que, junto a la función de dirección, el recurso emprendedor contribuye a la producción a través de hacer más permeable el filtro que condiciona el aprovechamiento comercial del conocimiento científico y tecnológico. Esto es así sobre todo cuando el recurso emprendedor es de más calidad en términos de capital humano incorporado por el empresario a través de los años de educación formal. La evidencia es por tanto consistente con la doble visión coasiana y schumpeteriana del empresario, un resultado que creemos nuevo en la literatura.

El emprendimiento crea bienestar si los mecanismos de asignación de recursos dirigen a las personas con más capacidades a los puestos de trabajo donde pueden generar los efectos directos e indirectos mayores sobre la productividad. La actividad emprendedora que crea riqueza diferencial es la que está rodeada de elementos de calidad como, por ejemplo, que se abra el camino hacia los puestos de alta dirección a las personas con más capacidad para el trabajo a realizar y que desde el ámbito científico emerja un emprendimiento que haga más permeable el conocimiento científico. El trabajo propone un denominador común a estos elementos de calidad, la educación formal de los emprendedores, aunque pueden existir otros como, por ejemplo, el aprendizaje por la experiencia. En España, el aumento en la educación formal de todos los ocupados a lo largo de los últimos veinticinco años ha sido manifiesto, pero sólo en los últimos diez años la educación formal de los emprendedores crece más que la del conjunto de ocupados, circunstancia que puede haber significado un retraso importante en acumular la base de emprendedores que debe aportar los elementos cualitativos que aseguran el vínculo robusto entre emprendimiento y crecimiento económico.

Los resultados de las investigaciones que aquí se resumen tienen implicaciones para la forma de abordar el estudio del emprendimiento como factor de desarrollo económico y para la formulación de políticas públicas. Por un lado, el número y calidad de emprendedores en una economía es una variable endógena, de manera que no puede establecerse relación de causalidad entre medidas cuantitativas o cualitativas de emprendimiento y crecimiento económico. Más tasa de emprendedores no es evidencia inequívoca de mayor renta per cápita o productividad sino más bien de lo contrario, si tenemos en cuenta que detrás de una menor tasa de emprendedores puede esconderse una mayor calidad del recurso emprendedor, lo que implica, a su vez, un mayor nivel de productividad media y una mayor dimensión media de las empresas existentes (mayor número de ocupados por emprendedor). Para que el progreso y la convergencia en la productividad entre territorios se completen, es necesario prestar atención al proceso de mejora relativa en la calidad de los servicios de los empresarios por el efecto amplificador que tienen sobre la productividad de todos los ocupados de la economía, así como a la convergencia en esa calidad entre los distintos territorios.

Bibliografia

- Acs, Z. J.; Audretsch, D. B.; Braunerhjelm, P.; Carlsson, B. (2009). «The Knowledge Spillover Theory of Entrepreneurship». *Small Business Economics*, 32(1), pp. 15-30.
- Alchian, A. A.; Demsetz, H. (1972). «Production Information and Economic Organization». *American Economic Review*, 62(5), pp. 777-795.
- Audretsch, D.; Keilbach, M.; Lehmann, E. (2006). *Entrepreneurship and Economic Growth*. Oxford University Press.
- Calvo, G.; Wellisz, S. (1997). «Hierarchy, Ability and Income Distribution». *Journal of Political Economy*, 87(5), pp. 991-1010.
- Coase, R. (1937). «The Nature of the Firm», *Economica*, 4(16), pp. 386-405.
- Lucas, R. (1978). «On the Size Distribution of Firms». *Bell Journal of Economics*, 9(2), pp. 508-523.
- Murphy, K., A. Shleifer y R. Vishny. (1991). «The Allocation of Talent: Implications for Growth». *Quarterly Journal of Economics*, 106(2), pp. 503-530.
- Romer, P. (1986). «Increasing Returns and Long-Run Growth», *Journal of Political Economy*, 94(5), pp. 1002-1037.
- Rosenberg, N. (1982). *Inside the Black Box. Technology and Economics*. Cambridge University Press N. Y.
- Rosen, S. (1981). «The Economics of Superstars». *American Economic Review*, 71(5), pp. 845-858.
- Rosen, S. (1982). «Authority, Control, and the Distribution of Earnings», *The Bell Journal of Economics*, 13(2), 311-323.
- Salas, V.; Sánchez Asín, J. J. (2006). «Entrepreneurship, Management Services and Economic Growth». *Social Science Research Network WP No.* 878620.
- Salas, V.; Sánchez Asín, J. J. (2008). «Los emprendedores y el crecimiento económico en España». A *El capital humano y los emprendedores en España*, Fundación Bancaria, València, pp. 165-208.
- Schmitz, J. (1989). «Imitation, Entrepreneurship and Long-Run Growth», *Journal of Political Economy*, 97(3), pp. 721-739.
- Schumpeter, J. A. (1911). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus*. Traduit a *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Londres: Transaction Books, edició 1983.
- Schumpeter, J. A. (1947a). «The Creative response in Economic History». *Journal of Economic History*. Nov. 1947. pp. 149-159.
- Schumpeter, J. A. (1947b) «Theoretical Problems of Economic Growth», *Journal of Economic History Supplement*, pp. 1-9. (Reimprès a *Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism*. Joseph A. Schumpeter. Richard V. Clemence (ed.). Transaction Publishers, 1991, 232-240).
- Williamson, O. (1967). «Hierarchical Control and Optimal Firm's Size». *Journal of Political Economy*, 75(2), pp. 123-138.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



3. TIPO DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

3.1. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

3.2. Principales motivos que impulsan a la emprendeduría por oportunidad en Cataluña

3. TIPO DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

3.1. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

Según la literatura económica, la necesidad y la oportunidad son los dos motivos básicos para la creación de una empresa. La motivación por necesidad en el momento de crear una empresa (llamada también *push*) viene dada por las dificultades para encontrar un trabajo por cuenta ajena que satisfaga las necesidades de los trabajadores. En estos casos, la falta de alternativas laborales «empuja» a las personas a convertirse en emprendedores. Por otro lado, la segunda motivación es por oportunidad (o *pull*). Se trata de emprendedores que tienen una idea de negocio y deciden explotarla. Son personas que se sienten «atraídas» por los posibles beneficios de trabajar por su cuenta, ya sea por motivos económicos, de independencia o de realización personal.

De acuerdo con los resultados obtenidos en el GEM de los últimos años, en Cataluña la principal motivación para emprender un negocio es la oportunidad. Si se considera la proporción de emprendedores según la motivación, en 2008 el 82,3% de las empresas catalanas en fase inicial han sido creadas para aprovechar una oportunidad. En la mayoría de los casos, la existencia de la oportunidad ha sido el único motivo para llevar a cabo estas iniciativas (56,3%), mientras que en otras ocasiones, esta oportunidad ha sido sólo una parte de la decisión de emprender y se ha visto complementada con otros motivos (26%).

Tabla 6 Tipos de comportamiento emprendedor en la población adulta catalana

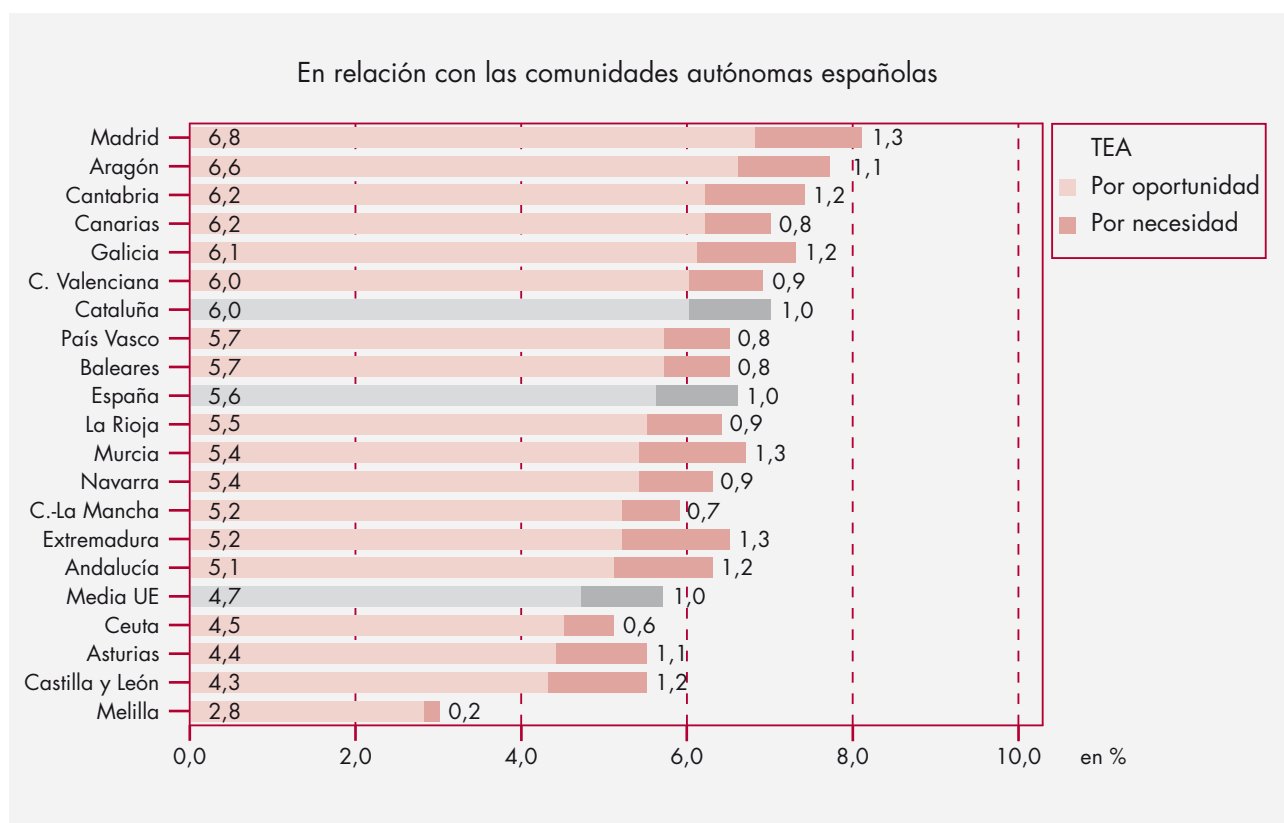
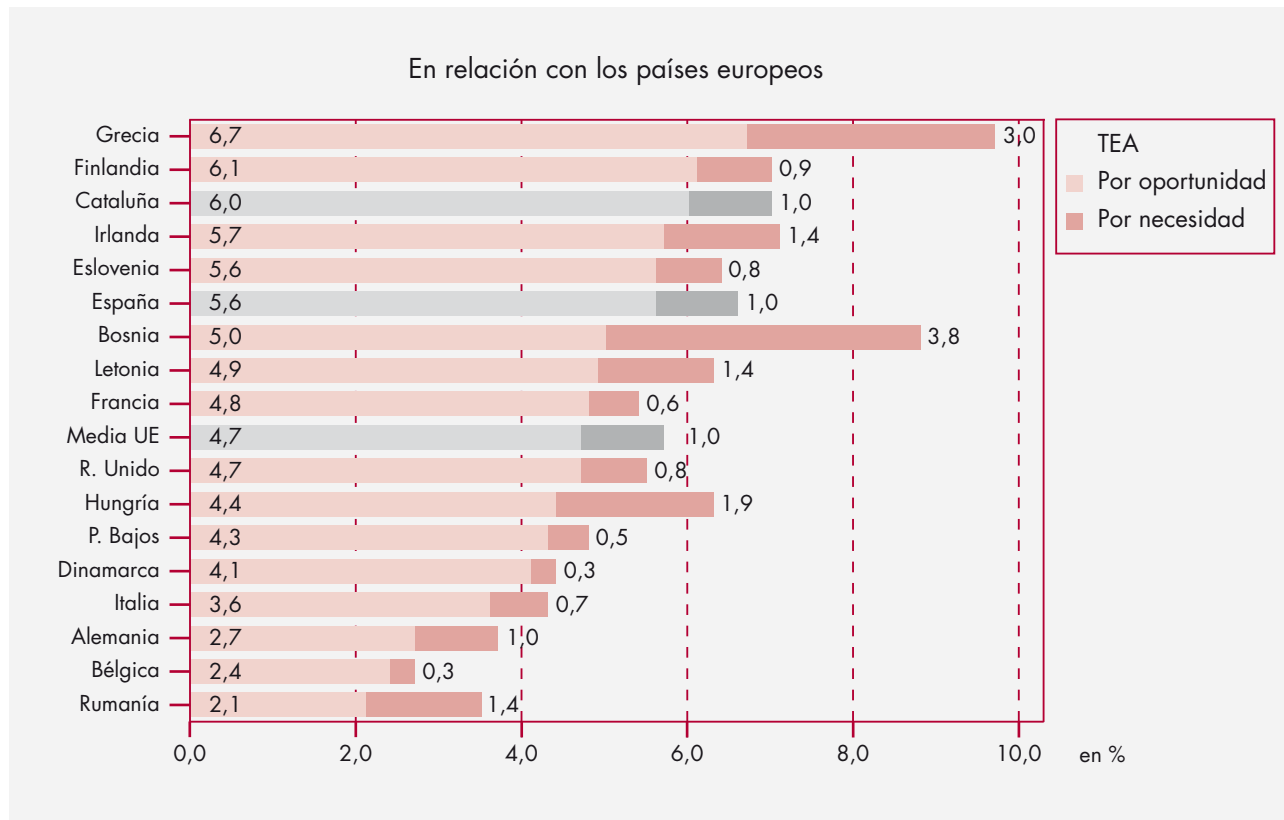
	Iniciativas nacientes			Iniciativas nuevas			Total Iniciativas en fase inicial		
	Número	% PA	% s/total	Número	% PA	% s/total	Número	% PA	% s/total
Oportunidad pura	112.567	2,4%	62,3%	77.503	1,7%	49,3%	190.071	4,1%	56,3%
Oportunidad en parte	44.227	1,0%	24,5%	43.514	0,9%	27,7%	87.741	1,9%	26,0%
Necesidad	19.587	0,4%	10,8%	25.426	0,5%	16,2%	45.013	1,0%	13,3%
Otros motivos o no sabe	4.173	0,1%	2,3%	10.631	0,2%	6,8%	14.804	0,3%	4,4%
Total	180.555	3,9%	100,0%	157.075	3,4%	100,0%	337.630	7,3%	100,0%

Al 95% de confianza, error muestral de $\pm 2,19\%$

Por otro lado, el 13,3% de los emprendedores que han iniciado una empresa durante este período se han visto empujados a hacerlo debido a la imposibilidad de encontrar trabajo por cuenta ajena o, lo que es lo mismo, se trata de emprendedores por necesidad. Por último, la información disponible para el año 2008 muestra que un 4,4% de los emprendedores responden que los motivos principales para llevar a cabo la iniciativa han sido otros diferentes de la oportunidad y la necesidad.

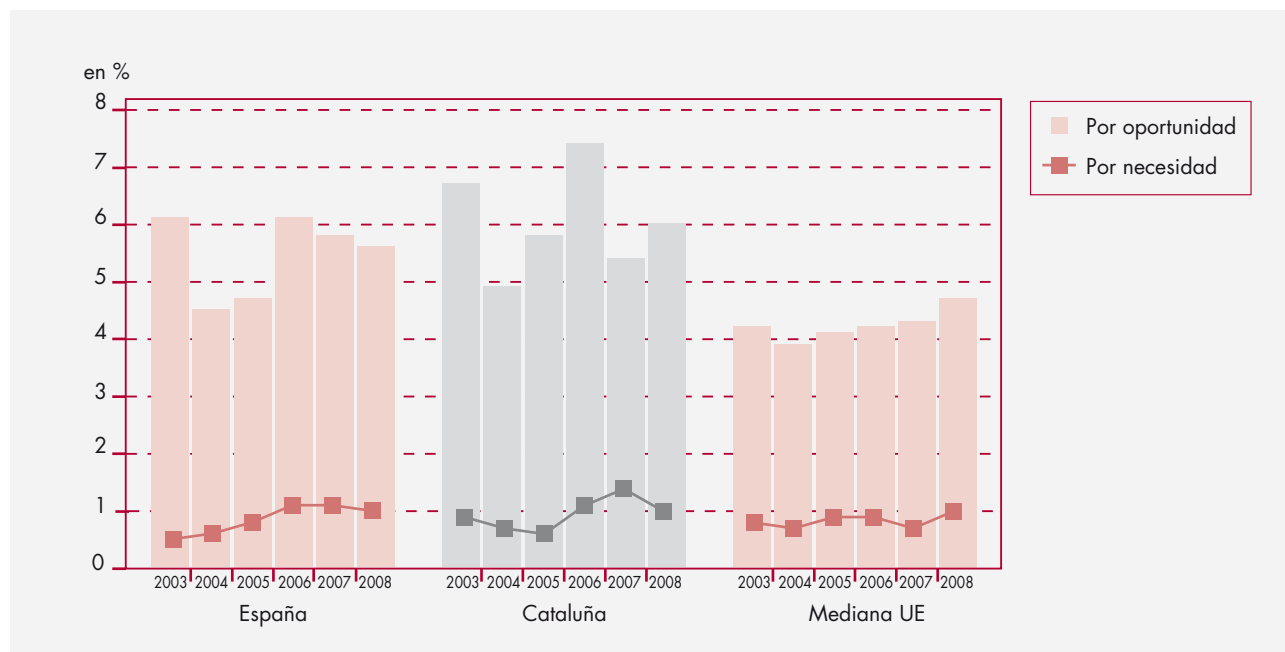
Cuando se considera la tasa de actividad emprendedora que relaciona la emprendeduría según motivación con el total de población adulta, se observa que en 2008 el 6% de la población adulta catalana ha iniciado un negocio por oportunidad. En concreto, la TEA por oportunidad pura ha sido del 4,1%, mientras que la oportunidad ha sido una parte de la motivación por la cual un 1,9% de la población adulta catalana ha iniciado un negocio. En cambio, la TEA por necesidad ha sido solamente del 1%.

Esto hace que Cataluña se posicione como el tercer país de la Unión Europea (de entre los que participan en el GEM) en actividad emprendedora por oportunidad, y supera claramente las medias española (5,6%) y europea (4,7%). Respecto del resto de comunidades autónomas se sitúa en la sexta posición, al mismo nivel que la Comunidad Valenciana, y por detrás de Madrid, Aragón, Cantabria, Canarias y Galicia.

Figura 16 Actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad en Cataluña (% población adulta)

Por un lado, con una TEA por necesidad equivalente al 1% de la población adulta, Cataluña se sitúa en una posición intermedia respecto del resto de países europeos, pero también respecto de las comunidades autónomas. De hecho, la TEA por necesidad de Cataluña coincide con la que se obtiene en Alemania, y también con las medias española y europea.

Figura 17 Evolución de la actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad



Desde el año 2003 hasta ahora, la tasa de emprendeduría por oportunidad de Cataluña ha evolucionado de manera similar a la española, aunque con variaciones más intensas. En ambos casos se observa un incremento de la actividad emprendedora por oportunidad entre 2004 y 2006, y una reducción entre 2006 y 2008. En cambio, en el conjunto de la Unión Europea, la emprendeduría por oportunidad ha mantenido un crecimiento suave pero sostenido desde 2004 hasta el día de hoy. Además, en la figura 17 se observa que en general Cataluña registra una actividad emprendedora por oportunidad superior a la de España y la de la Unión Europea.

La actividad emprendedora por necesidad no muestra una pauta común entre Cataluña, España y la Unión Europea. A pesar de ello, cabe destacar que en Cataluña, al igual que en el conjunto español, la tasa de emprendeduría por necesidad se ha reducido una décima entre 2006 y 2008, mientras que en la Unión Europea ha crecido en la misma proporción, de modo que este año el porcentaje de población adulta que ha iniciado un negocio por necesidad ha sido del 1% en los tres ámbitos territoriales.

3.2. Principales motivos que impulsan a la emprendeduría por oportunidad en Cataluña

Tal y como se ha observado en el apartado anterior, los principales motivos para que un emprendedor potencial decida crear una empresa son la necesidad y sobre todo la detección de una oportunidad. Además, detrás de la emprendeduría por oportunidad suelen haber otras motivaciones de tipo más personal como el desarrollo personal o profesional, el mantenimiento o la mejora del nivel de ingresos, más independencia profesional, etc.

Generalmente la principal motivación subyacente a la emprendeduría por oportunidad ha sido la independencia laboral, pero en 2008 se ha roto esta tendencia. Éste es el primer año que, tanto en Cataluña como en España, del total de emprendedores en fase inicial que aprovechan una oportunidad para poner en marcha una empresa, menos del 50% lo hacen con el objetivo final de ganar independencia laboral.

Las mayores dificultades económicas y la reducción de oportunidades laborales por cuenta ajena del año 2008 han hecho que en Cataluña el 45,1% de las empresas en fase inicial creadas por oportunidad tengan el incremento de ingresos como objetivo subyacente. En cambio, el porcentaje de iniciativas por oportunidad creadas para ganar independencia laboral se ha reducido hasta el 43% del total.

Tabla 7 Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender

	Iniciativas nacientes			Iniciativas nuevas			Total Iniciativas en fase inicial		
	Número	% PA	% s/total	Número	% PA	% s/total	Número	% PA	% s/total
Independencia	56.477	1,2%	50,2%	25.304	0,5%	32,6%	81.781	1,8%	43,0%
Aumentar ingresos	46.059	1,0%	40,9%	39.656	0,9%	51,2%	85.715	1,8%	45,1%
Mantener ingresos actuales	10.031	0,2%	8,9%	12.543	0,3%	16,2%	22.575	0,5%	11,9%
Total por oportunidad	112.567	2,4%	100,0%	77.503	1,7%	100,0%	190.071	4,1%	100,0%

Al 95% de confianza, error muestral de $\pm 2,19\%$

En comparación con los países europeos y con el resto de las comunidades y ciudades autónomas españolas, en 2008 la posición de Cataluña empeora en cuanto a la independencia como principal motivación para el aprovechamiento de oportunidades para emprender, y se sitúa por detrás de las medias europea (55,1%) y española (46,6%). De hecho, Rumanía, Bosnia, Grecia y Letonia, donde ganar independencia es el motivo subyacente en menos del 35% de los casos de emprendeduría por oportunidad, son los únicos países europeos situados por detrás de Cataluña.

En cambio, donde más importancia tiene el incremento de ingresos como motivo subyacente de la emprendeduría por oportunidad es en Letonia, Grecia y Rumanía. A continuación se encuentra Cataluña, que registra un nivel más parecido al de Bosnia, España y Francia.

Figura 18 Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender en Cataluña

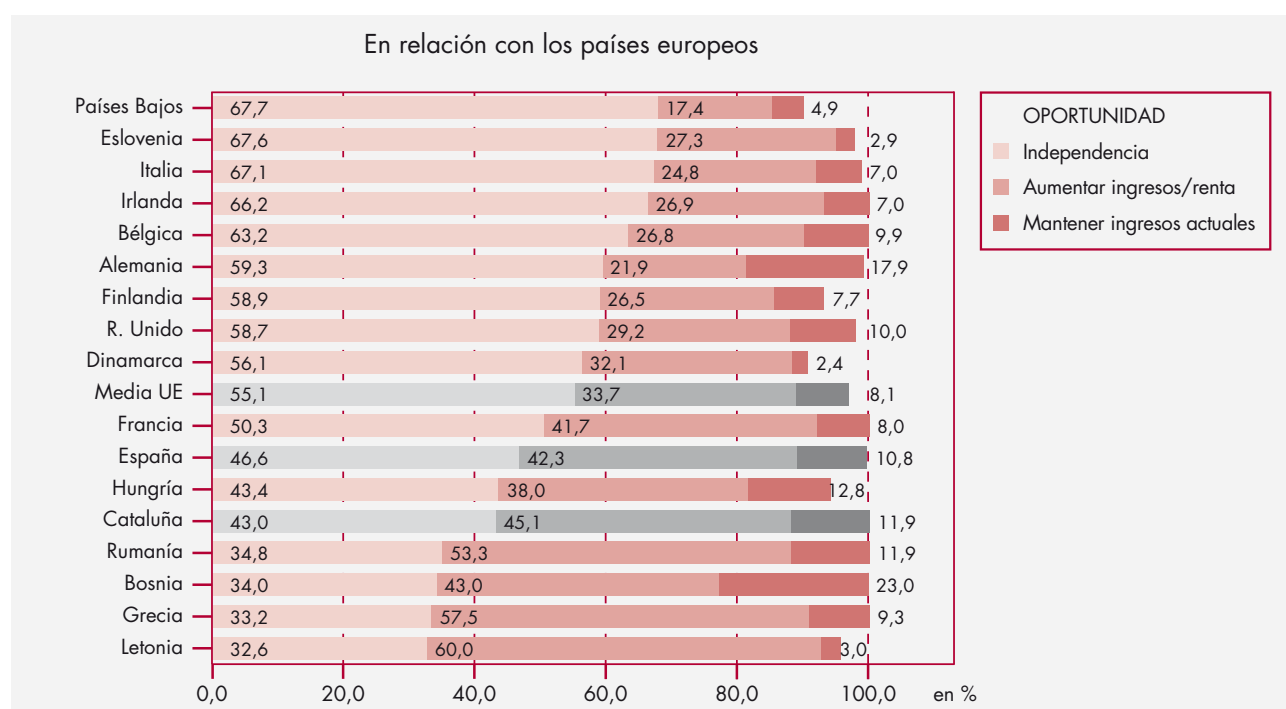
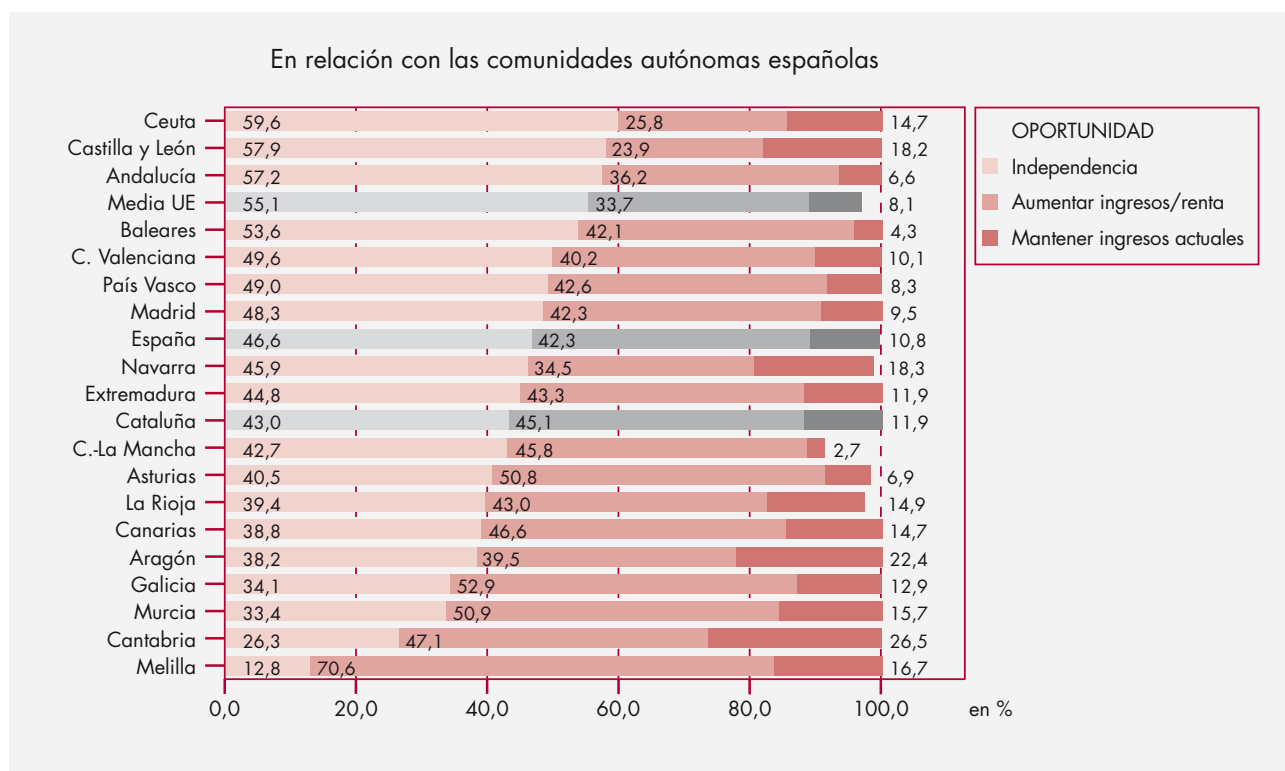


Figura 18 (Continuación)

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

4

4. PERFIL DEL EMPRENDEDOR CATALÁN

4.1. Perfil socioeconómico

4.2. Actividad emprendedora femenina en Cataluña

4.3. Actividad emprendedora e inmigración en Cataluña

4. PERFIL DEL EMPRENDEDOR CATALÁN

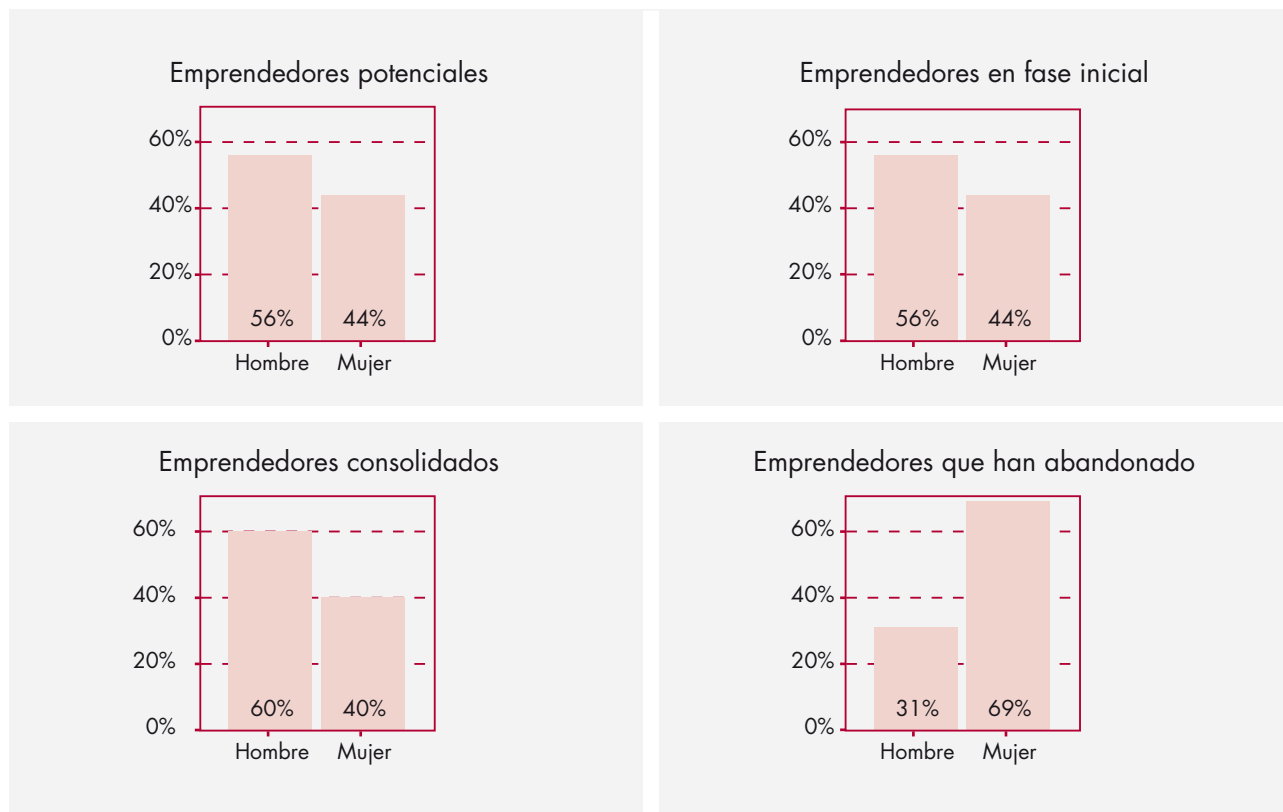
4.1. Perfil socioeconómico

A grandes rasgos se observa que los emprendedores catalanes en fase inicial son mayoritariamente hombres (56%), con una edad media de 38 años, estudios superiores (30%) o de primaria (26%), con una renta anual de entre 20.001 € y 40.000 € y localizados principalmente en zonas urbanas (70%).

Tabla 8 Perfil del emprendedor catalán

		Emprendedores en fase inicial	Emprendedores consolidados	Total iniciativas abandonadas	Emprendedores potenciales
Género	Hombre	56%	60%	31%	56%
	Mujer	44%	40%	69%	44%
Edad	18-24 años	8%	6%	8%	11%
	25-34 años	33%	24%	16%	32%
	35-44 años	29%	24%	20%	21%
	45-54 años	19%	25%	39%	23%
	55-64 años	11%	21%	17%	14%
	Media	38,6	43,1	44,5	39,8
Educación	Desv. típica	11,3	12,1	12,8	12,6
	Sin estudios	3%	3%	4%	3%
	Primaria	26%	38%	35%	27%
	Secundaria	24%	21%	28%	23%
	Estudios medios	18%	20%	21%	20%
	Estudios superiores	30%	19%	13%	27%
Renta anual del hogar	Hasta 20.000 €	12%	16%	49%	24%
	20.001-40.000 €	62%	47%	25%	44%
	Más de 40.000 €	25%	35%	13%	29%
	Ns/Nc	2%	2%	13%	4%
Ocupación	Empleado/a	100%	100%	70%	83%
	Parado/a	0%	0%	5%	3%
	Estudiante	0%	0%	0%	5%
	Ama de casa	0%	0%	21%	6%
	Jubilado/a	0%	0%	4%	3%
Tipo de zona	Zona urbana	70%	76%	56%	72%
	Zona rural	30%	24%	44%	28%
	<i>N muestral</i>	141	188	21	162

En los últimos años el peso de las mujeres sobre el conjunto de los emprendedores en fase inicial se había estabilizado alrededor del 36-39%, mientras que en 2008 ha aumentado hasta el 44%. Así, la distribución (con un 44% de mujeres y un 56% de hombres) muestra un mayor equilibrio por género de la emprendeduría catalana. Al mismo tiempo, entre los emprendedores potenciales el porcentaje de mujeres se ha estabilizado también en el 44% de este colectivo. Así pues, aunque el peso de emprendedores potenciales no varía, sí que existe un número más elevado de mujeres emprendedoras que acaban poniendo en marcha su idea de negocio. En 2008 creció también el porcentaje de mujeres que tienen éxito en la emprendeduría, ya que representan el 40% de los emprendedores consolidados (frente al 34% de 2007).

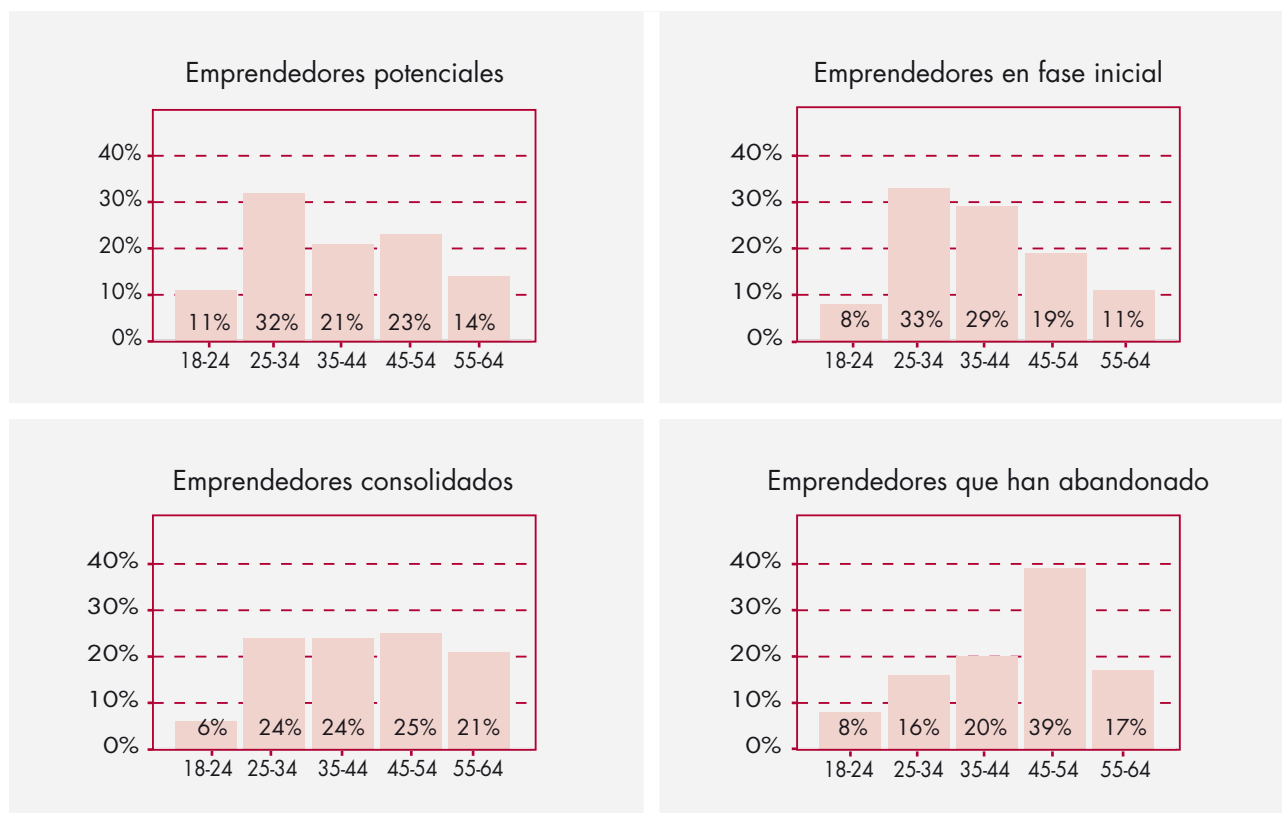
Figura 19 Distribución por género

La edad media de los emprendedores en fase inicial está estabilizada, desde 2006, alrededor de los 37-38 años. Una tercera parte de los emprendedores en fase inicial tienen entre 25 y 34 años, mientras que el 29% se encuentra entre los 35 y los 44 años. Estos dos grupos de edad están más equilibrados que en años anteriores.

Tradicionalmente, el grupo de edad mayoritario entre los emprendedores consolidados es el de 45 a 54 años, pero en 2008 la distribución de estos emprendedores es muy equitativa. Cada uno de los tres grupos centrales (de 25 a 34 años, de 34 a 44 años, y de 45 a 54 años) representa alrededor de una cuarta parte de los emprendedores consolidados. El resto se distribuye entre los que tienen entre 55 y 64 años (21%) y los que tienen entre 18 y 24 años (6%).

En los últimos dos años, la edad media de los emprendedores potenciales ha sido inferior a la de los emprendedores en fase inicial, una pauta que este año se ha roto. Como cada año, el grupo de edad más numeroso entre los emprendedores potenciales es el que va de los 25 a los 34 años (32%). Sin embargo, en conjunto, la edad media aumenta y la distribución por edades varía como consecuencia del incremento de emprendedores potenciales de entre 45 y 54 años. Efectivamente, en 2008 el 23% de los emprendedores potenciales tienen entre 45 y 54 años, mientras que normalmente este grupo de edad no supera el 15% del total.

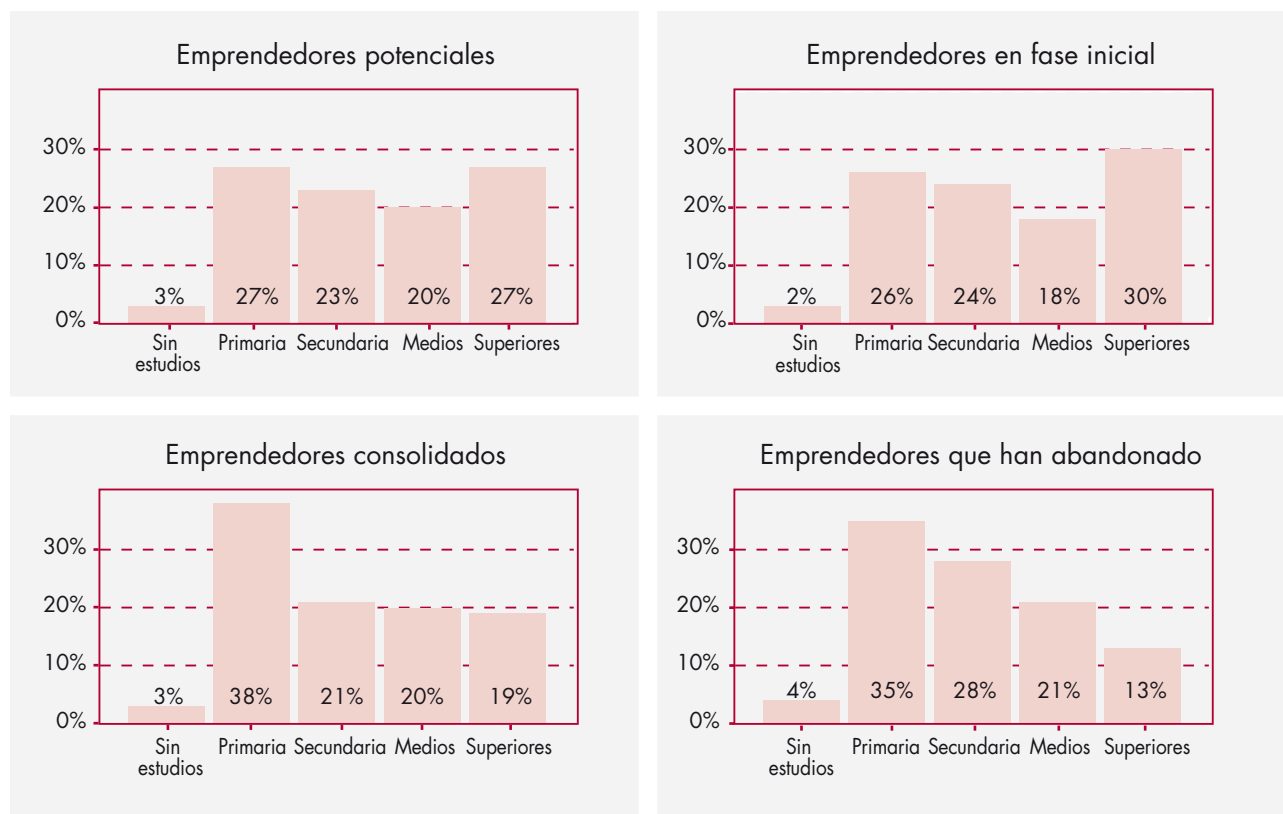
Es importante tener en cuenta que la incertidumbre económica que se ha iniciado en 2008 conlleva que los trabajadores por cuenta ajena tengan mayores dificultades para mantener su situación laboral (ya sea económicamente o en términos de satisfacción y realización personal), y, por lo tanto, existe un mayor número de trabajadores de más edad dispuestos a llevar a cabo alguna iniciativa laboral por cuenta propia.

Figura 20 Distribución por edad

Tal y como se ha observado en las anteriores ediciones del proyecto GEM, en 2008 la mayor parte de los emprendedores en fase inicial tienen estudios superiores (30%). Alrededor de una cuarta parte de estos emprendedores tienen solamente estudios primarios, un peso muy parecido al del grupo con estudios secundarios, mientras que los estudios medios son los menos representados (18%).

En la figura 21 se puede observar que la distribución por nivel de estudios de los emprendedores en fase inicial y de los potenciales es muy similar. Entre los potenciales, la mayor parte cuentan con estudios superiores o primarios (27%), mientras que los estudios medios vuelven a ser los que tienen menos peso (20%). Respecto a los años anteriores, después de un descenso de los emprendedores potenciales con estudios superiores, el peso de éstos se estabiliza alrededor del 17%. El hecho de que otro 27% de los emprendedores potenciales cuente con estudios primarios muestra un crecimiento considerable de este colectivo, que anteriormente no había representado nunca más del 20%. También entre los emprendedores consolidados sobresalen los estudios primarios, tanto por su peso (38%) como por su incremento respecto del año 2007. En cambio, parece que las posibilidades de éxito de los emprendedores son muy similares, ya que cada uno de estos niveles de estudios equivale aproximadamente a un 20% de los emprendedores consolidados.

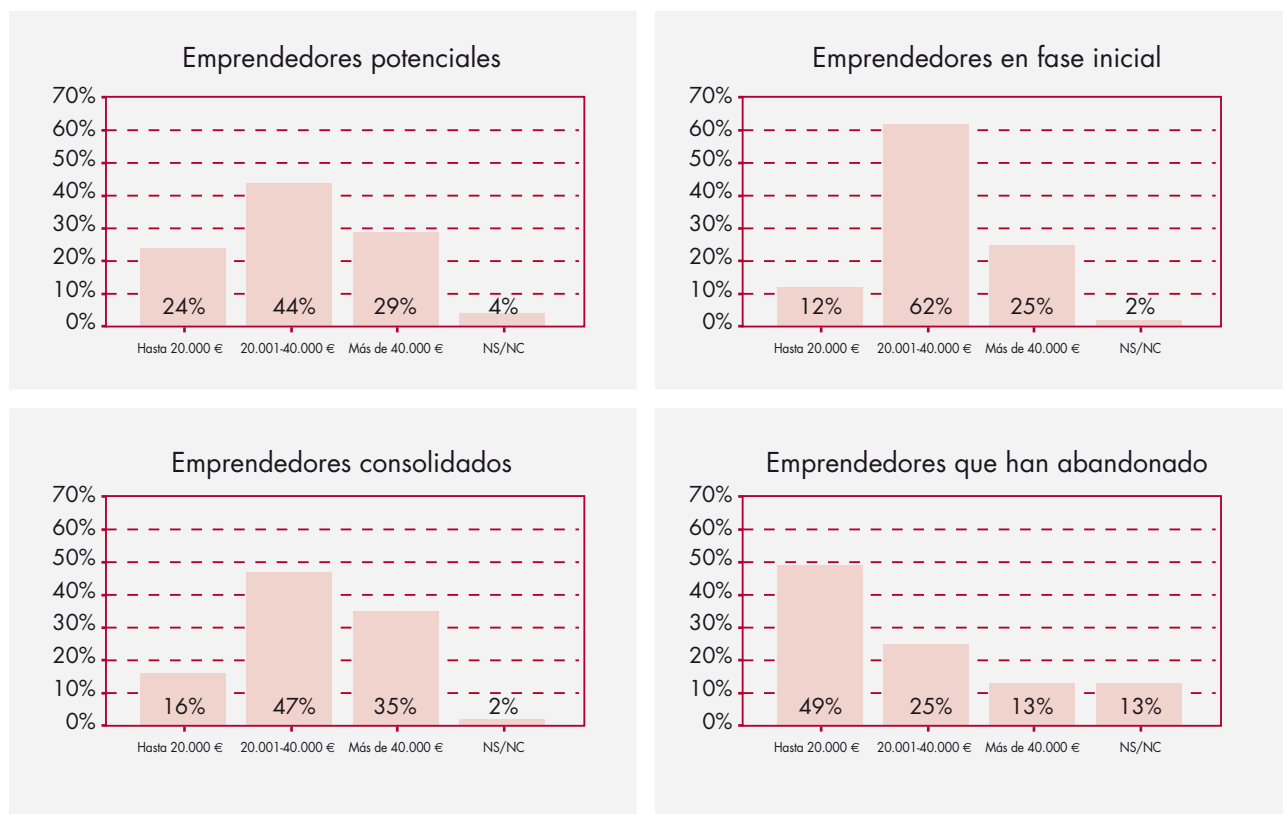
Finalmente, en 2008 se observa un ligero repunte del porcentaje de emprendedores (ya sean potenciales, en fase inicial o consolidados) sin estudios. Este hecho, junto con el mayor peso de los emprendedores con estudios primarios, puede estar muy relacionado con la emprendeduría por necesidad. En épocas de mayor inestabilidad económica, especialmente cuando los sectores más afectados cuentan con un nivel de estudios inferior (como en los casos de la construcción y los servicios), hay un número más alto de trabajadores dispuestos a emprender.

Figura 21 Distribución por nivel de estudios

En esta edición del GEM se ha preguntado a los emprendedores sobre el nivel de renta anual en su hogar. Esto hace que los resultados obtenidos no se puedan comparar con los de los años anteriores, en los que se pedía por la renta mensual. Sin embargo, tiene una importante ventaja, ya que con el cambio de pregunta se ha conseguido que el porcentaje de emprendedores que no responden se haya reducido considerablemente (en ediciones anteriores se encontraba entre el 15 y el 30%), un hecho que facilita la interpretación correcta de los resultados.

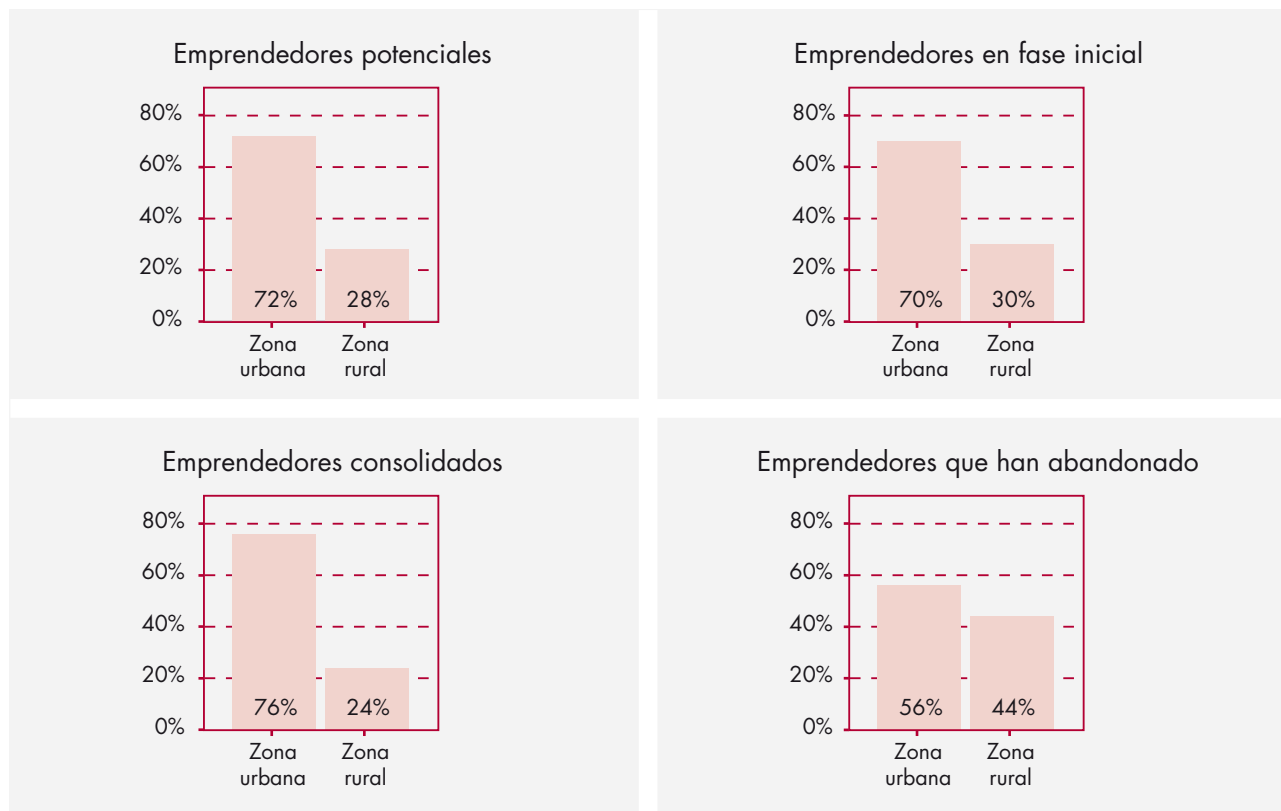
La mayoría de los emprendedores en fase inicial de Cataluña tienen un nivel de renta intermedio que va de los 20.001 a los 40.000 euros anuales. En este nivel de renta se encuentran más del 60% de los emprendedores en fase inicial del año 2008. Una cuarta parte de estos emprendedores cuentan con más de 40.000 euros anuales, mientras que solamente el 12% tienen una renta anual de hasta 20.000 euros (figura 22).

Entre los emprendedores potenciales y consolidados el predominio de la renta media no es tan acusado (44% de los potenciales y 47% de los consolidados). Entre los emprendedores potenciales sobresale el mayor peso de los situados en el tercio inferior de la renta (24%), un hecho directamente relacionado con la necesidad como principal motivación para emprender. En cambio, los emprendedores que han tenido éxito en su empresa se encuentran más concentrados en el tercio superior de renta, y en 2008 un 35% de los consolidados tienen una renta superior a los 40.000 euros anuales.

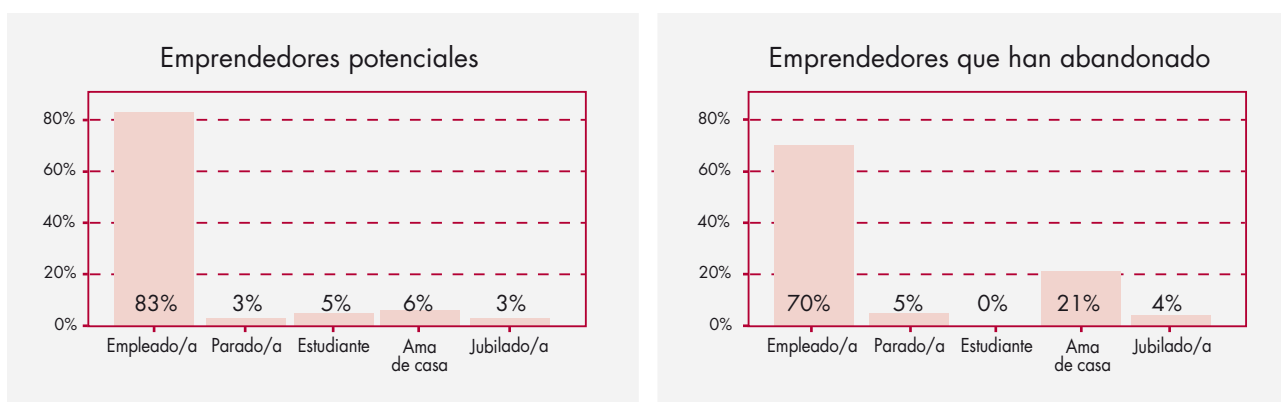
Figura 22 Distribución por renta anual del hogar

La figura 23 muestra la distribución de los emprendedores según si localizan su iniciativa en una zona rural, es decir, en una localidad de hasta 5.000 habitantes, o en una zona urbana. Como es lógico, la mayor concentración se encuentra en zonas urbanas, sea cual sea la categoría del emprendedor.

En 2008 la concentración de los emprendedores consolidados en zonas urbanas ha crecido hasta situarse en el 76%. En cambio, desde el año 2006 se observa una progresiva reducción de la concentración de los emprendedores potenciales en zonas urbanas (del 78% en 2006 al 72% en 2008), mientras que el peso de los emprendedores en fase inicial instalados en zonas rurales ha ido oscilando alrededor del 30%.

Figura 23 Distribución por tipos de zona

En lo referente al tipo de ocupación de los emprendedores potenciales, tal y como sucedía en el año anterior, más del 80% están ocupados. En cambio, del total de emprendedores que en 2008 abandonan su actividad, solamente el 70% pasan a estar ocupados, lo que representa una considerable reducción respecto del año pasado (80%).

Figura 24 Distribución por tipos de ocupación

4.2. Actividad emprendedora femenina en Cataluña

A pesar de que en los últimos años la creación de empresas por parte de mujeres en el ámbito mundial ha evolucionado de manera muy positiva, la tasa de emprendeduría femenina todavía se encuentra claramente por debajo de la masculina. Con el objetivo de detectar las posibles causas y las soluciones de la diferencia existente entre hombres y mujeres, el proyecto GEM estudia las principales características de la actividad emprendedora femenina en Cataluña.

En el año 2008 la tasa de actividad emprendedora femenina es del 6,6%, la tercera más alta del conjunto de países europeos analizados, por detrás de Grecia y Bosnia. Cataluña es la sexta comunidad autónoma del Estado Español en actividad emprendedora femenina. Así pues, la TEA femenina de Cataluña supera las medias europea (4%) y española (6%) (figura 25).

Figura 25 TEA mujer y TEA hombre en Cataluña (en % de la población adulta)

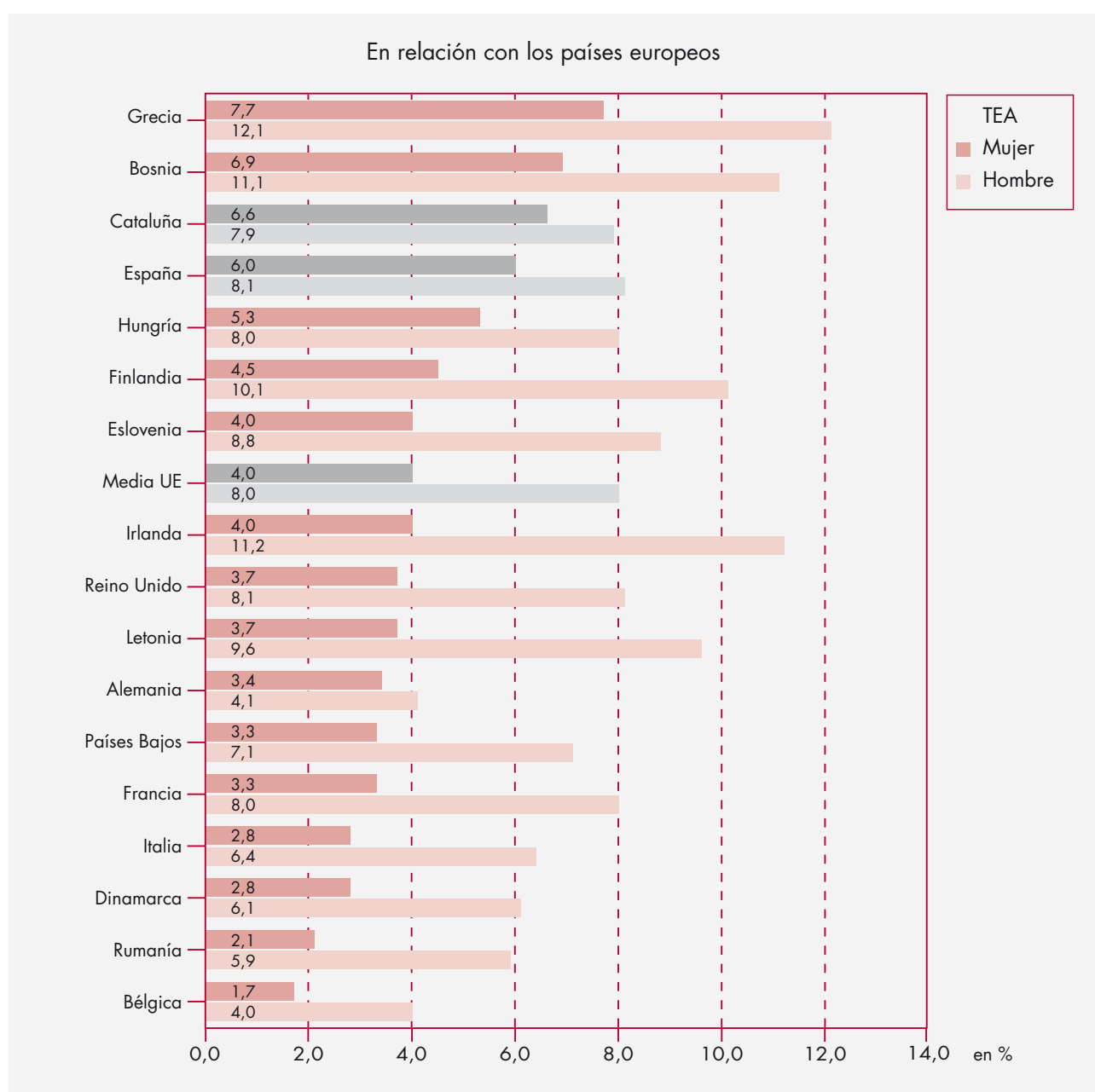
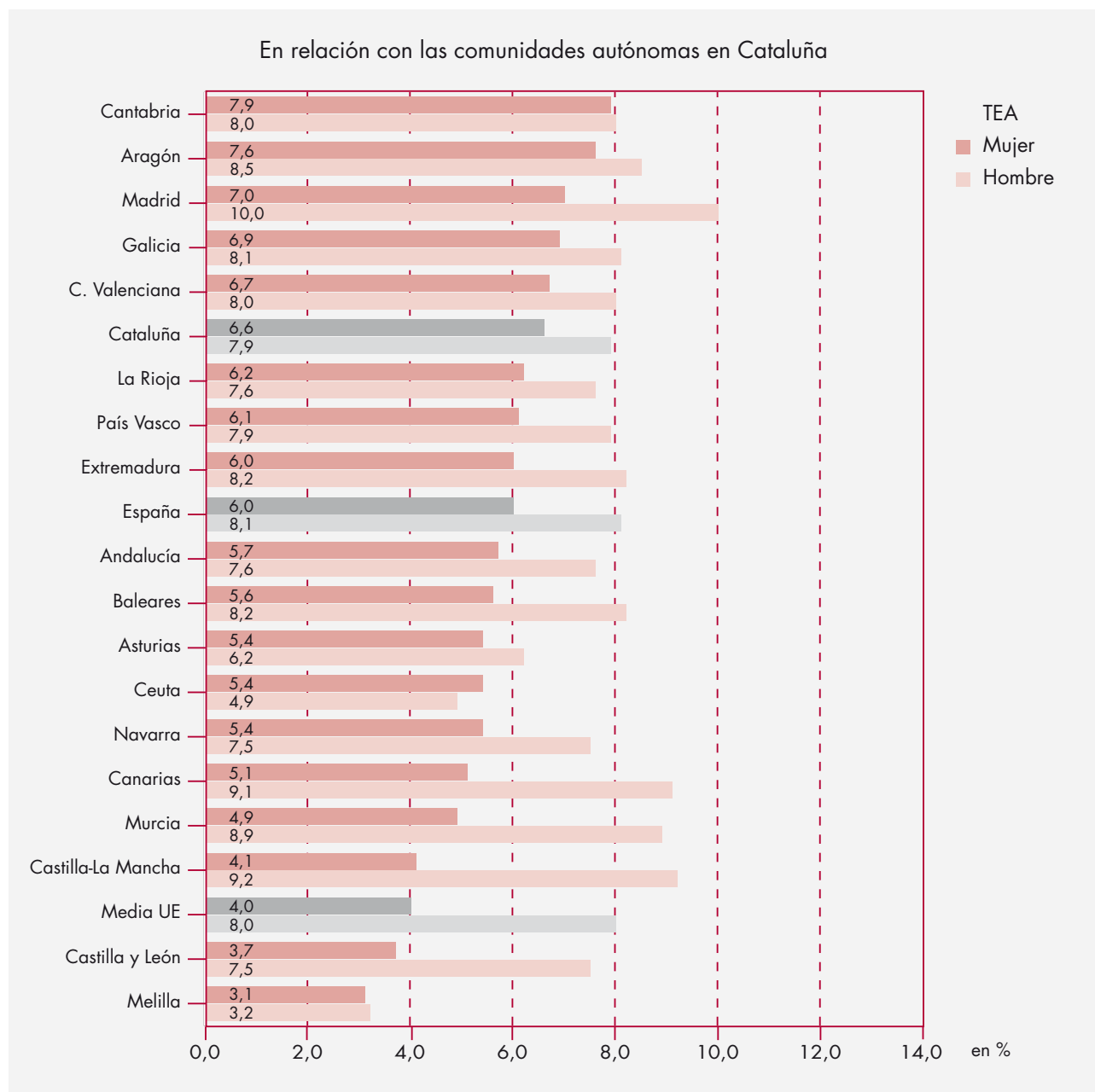


Figura 25 (Continuación)

La figura 26 muestra una tendencia creciente, aunque con oscilaciones, de la TEA femenina de Cataluña y España. La actividad empresarial femenina del conjunto de la Unión Europea registra un crecimiento más lento pero más constante (ver figura 26).

Figura 26 Evolución de la actividad emprendedora de la mujer catalana (en % de la población adulta)

Con 83 mujeres emprendedoras por cada 100 hombres, Cataluña se perfila como la segunda región del conjunto europeo (por detrás de Alemania) y la sexta comunidad autónoma del Estado español, por detrás de Cantabria, Aragón, Asturias, Galicia y la Comunidad Valenciana, y también de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

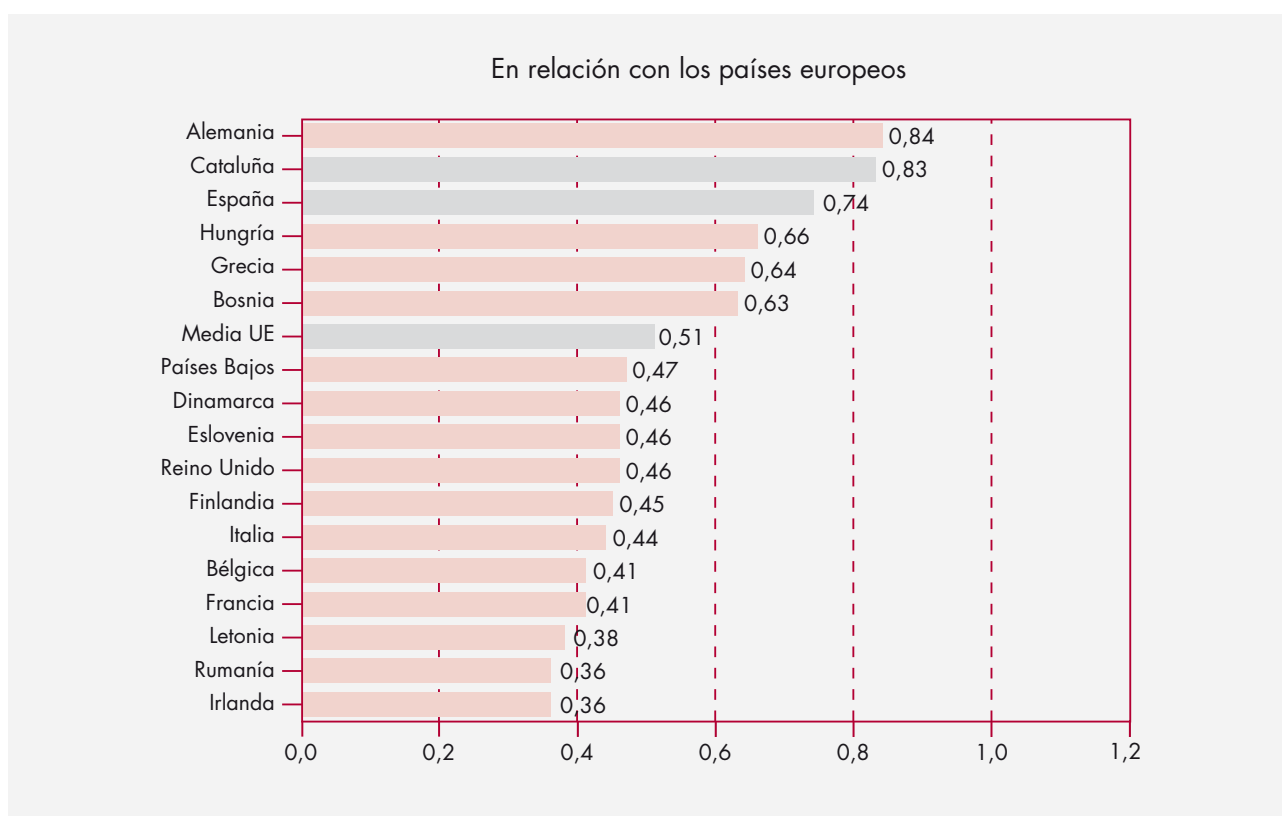
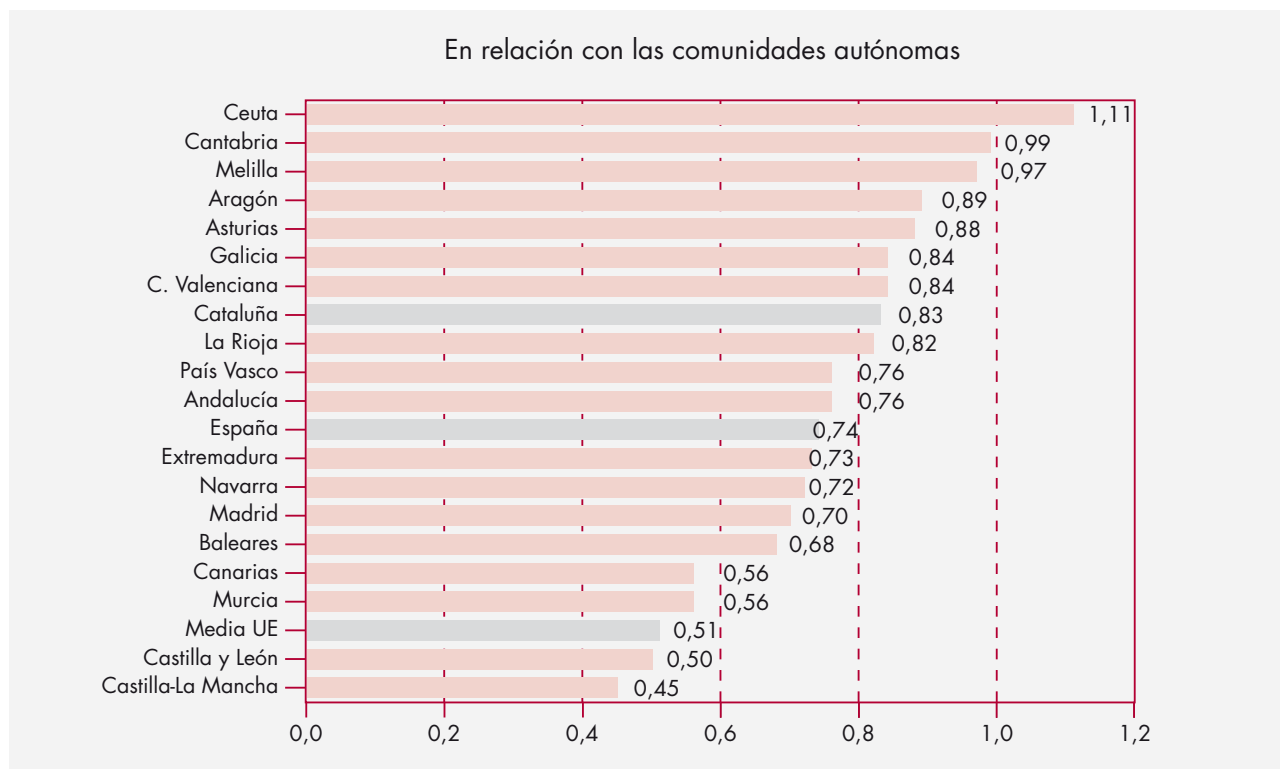
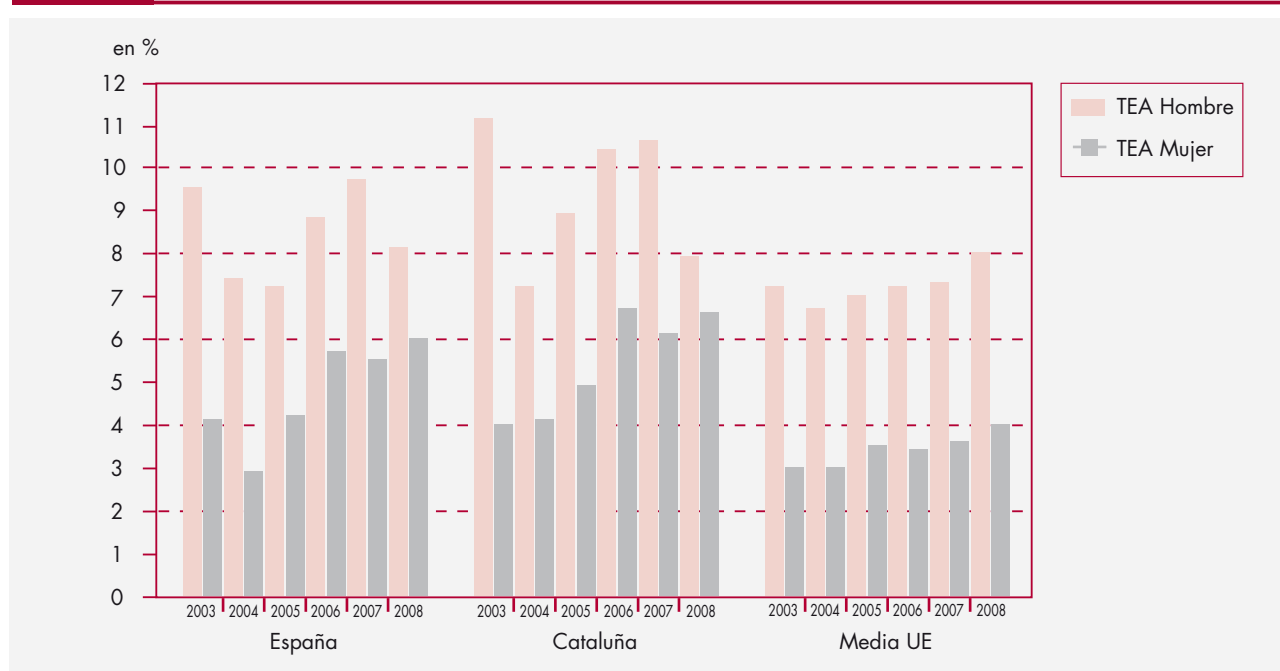
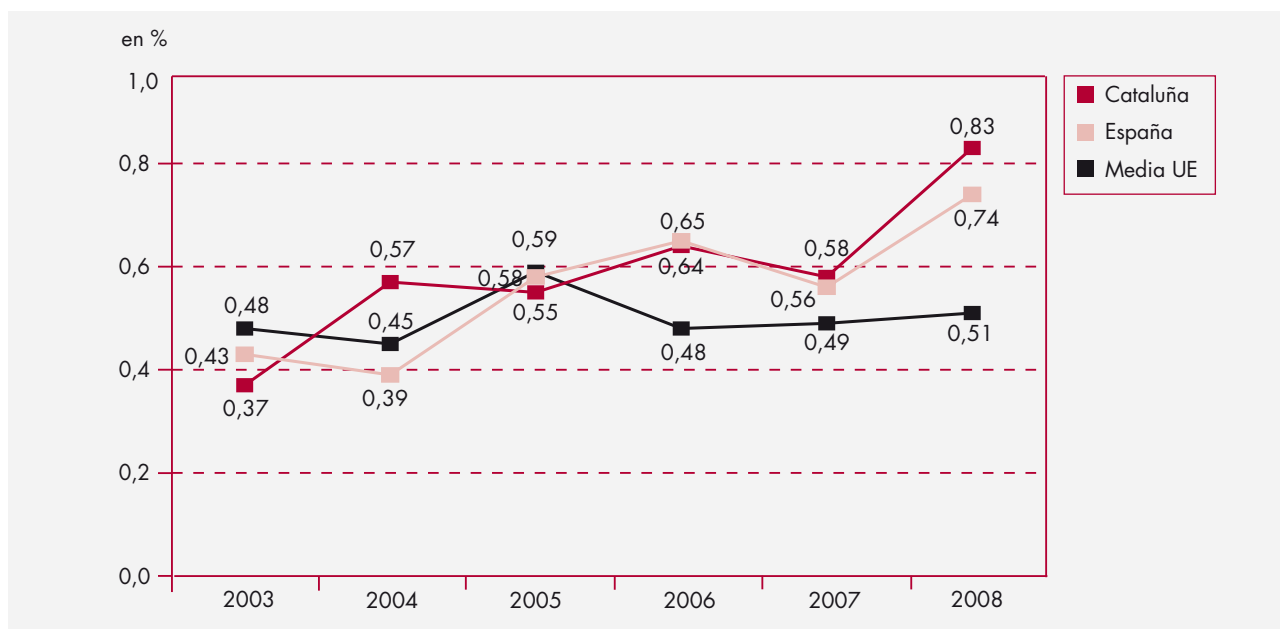
Figura 27 Ratio TEA mujer / TEA hombre en Cataluña

Figura 27 (Continuación)**Figura 28** Evolución de la actividad emprendedora catalana: mujer vs. hombre (en % de la población adulta)

La ratio mujer/hombre para la TEA de Cataluña de 2008 se ha incrementado hasta el 0,83 mientras que en los últimos años se situaba en el 0,58 (figura 29). Cabe destacar que gran parte de la mejora de esta ratio se debe más al retroceso de la TEA masculina (del 10% de años anteriores al 7,9% en 2008) que al crecimiento de la TEA femenina (figura 28).

Figura 29 Evolución de la actividad emprendedora catalana: ratio mujer/hombre**Tabla 9** Evolución de la actividad emprendedora según género (en % de la población adulta)

	2008		2007		2006	
	Dona	Home	Dona	Home	Dona	Home
Emprendedores nacientes	3,9%	3,9%	3,8%	4,5%	3,2%	5,0%
Emprendedores nuevos	2,7%	4,1%	2,5%	6,5%	3,6%	5,6%
Emprendedores en fase inicial	6,6%	7,9%	6,1%	10,6%	6,7%	10,4%
Emprendedores consolidados	7,5%	10,7%	4,6%	8,5%	3,0%	7,9%
Emprendedores que han abandonado	1,4%	0,6%	0,8%	0,8%	0,7%	1,5%
Emprendedores potenciales	7,4%	8,9%	6,6%	7,6%	3,3%	5,3%
<i>N muestral</i>	954	1.046	1.009	991	1.017	1.001

Al 95% de confianza, error muestral de $\pm 3,17\%$ para mujeres y de $\pm 3,03\%$ para hombres

En la tabla 9 se puede observar la evolución positiva de la actividad emprendedora femenina en Cataluña. En los últimos años se ha registrado una clara tendencia creciente del porcentaje de emprendedores consolidados y potenciales (de cerca del 3% en 2006 a casi el 7,5% en 2008). En este año el porcentaje de emprendedores en fase inicial sobre la población adulta catalana ha recuperado el nivel de 2006 (6,6%).

Tabla 10 Perfil del emprendedor catalán en función del género

		Emprendedores en fase inicial		Emprendedores consolidados		Emprendedores que han abandonado		Emprendedores potenciales	
		Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Edad	18-24 años	6%	10%	7%	5%	11%	0%	8%	13%
	25-34 años	28%	38%	15%	29%	24%	0%	29%	34%
	35-44 años	28%	30%	28%	22%	15%	31%	22%	20%
	45-54 años	24%	15%	30%	22%	44%	27%	22%	24%
	55-64 años	15%	7%	19%	22%	7%	41%	18%	10%
	Media	40,7	37,0	43,6	42,7	41,7	50,6	41,6	38,4
Educación	Desv. típica	11,4	11,0	11,8	12,4	13,0	9,9	12,8	12,2
	Sin estudios	4%	2%	3%	2%	6%	0%	6%	0%
	Primaria	26%	26%	33%	41%	19%	69%	29%	25%
	Secundaria	22%	26%	19%	21%	26%	31%	19%	26%
	Estudios medios	18%	18%	20%	20%	30%	0%	17%	22%
	Estudios superiores	30%	29%	25%	15%	18%	0%	29%	26%
Renta anual del hogar	Fins 20.000 €	16%	8%	17%	16%	50%	45%	34%	16%
	20.001-40.000 €	63%	61%	48%	46%	24%	27%	37%	49%
	Más de 40.000 €	20%	29%	32%	37%	6%	28%	26%	31%
	Ns/Nc	2%	2%	4%	2%	19%	0%	2%	5%
Tipo de zona	Zona urbana	73%	67%	80%	73%	62%	43%	71%	73%
	Zona rural	27%	33%	20%	27%	38%	57%	29%	27%

La edad media de los emprendedores catalanes en fase inicial (40 años) y de los potenciales (41 años) ha aumentado considerablemente respecto de años anteriores, cuando se situaba alrededor de los 36 años para las emprendedoras en fase inicial y los 33 años para las potenciales. A diferencia de lo que ocurría en años anteriores, la distribución de mujeres emprendedoras en fase inicial según el nivel de estudios es muy similar a la de los hombres, gracias a un importante incremento del porcentaje de mujeres con estudios secundarios. Por primera vez, las emprendedoras en fase inicial de Cataluña se hallan más concentradas en zonas urbanas (73%) que los hombres (67%).

Tabla 11 Algunas comparaciones entre el TEA femenino y masculino de la población adulta catalana

		Mujer	Hombre	Total
Tipo de comportamiento emprendedor	Oportunidad	82,7%	82,0%	82,3%
	- Oportunidad pura	58,5%	54,6%	56,3%
	- Oportunidad en parte	24,2%	27,4%	26,0%
	Necesidad	13,2%	13,4%	13,3%
	Otros motivos o no sabe	4,1%	4,6%	4,4%
Motivación en el aprovechamiento de oportunidades para emprender	Ganar independencia	37,8%	47,4%	43,0%
	Aumentar ingresos	43,8%	46,2%	45,1%
	Mantener ingresos actuales	18,3%	6,4%	11,9%

Los hombres y las mujeres de Cataluña tienen el mismo comportamiento emprendedor. Cerca del 82% inician una actividad empresarial por motivos de oportunidad (tabla 14). La principal motivación para aprovechar esta oportunidad ha sido aumentar los ingresos tanto para los hombres (46,2%) como para las mujeres (43,8%). En cambio, mantener los ingresos actuales es una motivación más presente entre las mujeres (18,3%) que entre los hombres (6,4%).

Las tablas 15 y 16 muestran la evolución de los factores psicosociales de los emprendedores catalanes en función del género y del tipo de emprendedor. En el capítulo 7 de este mismo informe se realiza un análisis más detallado de estos factores para el conjunto de la actividad emprendedora de Cataluña.

A pesar de que no se observan diferencias significativas en el comportamiento emprendedor de los empresarios catalanes en función del género (tabla 12), entre los emprendedores en fase inicial, el 98,5% de las mujeres consideran que tienen habilidades para la creación de empresas ante el 86,9% de los hombres (tabla 13).

Tabla 12 Evolución de los factores psico-sociales en función del género

		2008		2007	
		Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Percibe oportunidades empresariales	Sí	32,8%	36,7%	33,5%	40,3%
	No	67,2%	63,3%	66,5%	59,7%
Ve buenas oportunidades parar crear una empresa en los próximos 6 meses	Sí	30,8%	34,8%	32,3%	39,3%
	No	69,2%	65,2%	67,7%	60,7%
Tiene habilidades para la creación de empresas	Sí	53,2%	51,1%	47,7%	58,6%
	No	46,8%	48,9%	52,3%	41,4%
El temor al fracaso le frena a crear empresa	Sí	50,3%	48,3%	48,9%	44,6%
	No	49,7%	51,7%	51,1%	55,4%
A la gente le gusta que todo el mundo tenga un nivel de vida similar	Sí	64,7%	62,6%	63,6%	60,5%
	No	35,3%	37,4%	36,4%	39,5%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección	Sí	70,4%	71,1%	66,2%	66,9%
	No	29,6%	28,9%	33,8%	33,1%
El éxito en un nuevo negocio supone mejorar el prestigio	Sí	56,9%	56,9%	55,4%	60,9%
	No	43,1%	43,1%	44,6%	39,1%
En los medios de comunicación aparecen noticias sobre negocios exitosos	Sí	45,0%	45,8%	42,5%	43,9%
	No	55,0%	54,2%	57,5%	56,1%
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	Sí	39,3%	40,5%	33,3%	42,1%
	No	60,7%	59,5%	66,7%	57,9%

Tabla 13 Factores psico-sociales en función del género y del emprendedor

		Emprendedor/a en fase inicial		No emprendedor/a en fase inicial	
		Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Percibe oportunidades empresariales	Sí	52,4%	48,4%	31,1%	35,5%
	No	47,6%	51,6%	68,9%	64,5%
Ve buenas oportunidades para crear una empresa en los próximos 6 meses	Sí	50,5%	47,5%	29,9%	34,1%
	No	49,5%	52,5%	70,1%	65,9%
Tiene habilidades para la creación de empresas	Sí	98,5%	86,9%	49,9%	48,0%
	No	1,5%	13,1%	50,1%	52,0%
El temor al fracaso le frena a crear empresa	Sí	30,2%	26,6%	51,8%	50,2%
	No	69,8%	73,4%	48,2%	49,8%
A la gente le gusta que todo el mundo tenga un nivel de vida similar	Sí	52,4%	63,6%	65,6%	62,6%
	No	47,6%	36,4%	34,4%	37,4%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección	Sí	69,3%	68,4%	70,5%	71,3%
	No	30,7%	31,6%	29,5%	28,7%
El éxito en un nuevo negocio supone mejorar el prestigio	Sí	60,1%	65,7%	56,6%	56,1%
	No	39,9%	34,3%	43,4%	43,9%
En los medios de comunicación aparecen noticias sobre negocios exitosos	Sí	56,9%	55,2%	44,1%	45,0%
	No	43,1%	44,8%	55,9%	55,0%
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	Sí	61,7%	55,2%	37,7%	39,2%
	No	38,3%	44,8%	62,3%	60,8%

4.3. Actividad emprendedora e inmigración en Cataluña

Antes de analizar los resultados de la actividad emprendedora entre la población inmigrante, cabe recordar que la información del proyecto GEM se obtiene a través de encuestas telefónicas, realizadas a personas con domicilio estable, teléfono fijo o móvil, y que hablen catalán o castellano. Por lo tanto, como en muchos casos la población inmigrante no cumple estas condiciones, es posible que exista un sesgo en los resultados obtenidos.

En 2008, de la población adulta catalana encuestada, el 7% son inmigrantes. De éstos, el 83% son inmigrantes por necesidad, es decir, proceden de países en vías de desarrollo o con situaciones económicas, sociales y/o políticas que favorecen la emigración, mientras que el 17% restante han emigrado por algún otro motivo.

La tasa de actividad empresarial en fase inicial de los inmigrantes de Cataluña (9,6%) es superior a la de la población catalana. Esta mayor propensión a la emprendeduría por parte de los inmigrantes sin duda está directamente relacionada con el predominio de la necesidad como principal motivo de inmigración.

Tal y como se puede observar en la tabla 14, la muestra de inmigrantes emprendedores para el conjunto de Cataluña es demasiado reducida, de manera que no es suficientemente significativa. Por ello, no es posible realizar un estudio detallado sobre la emprendeduría de los inmigrantes en Cataluña..

Tabla 14 Actividad emprendedora en fase inicial de los inmigrantes en Cataluña

		General	Comunitario	Total inmigrantes	Nacidos en España
Iniciativas nacientes	% PA	4,2%	5,2%	4,4%	3,8%
Iniciativas nuevas	% PA	6,1%	2,5%	5,2%	3,3%
Emprendedores en fase inicial	% PA	10,3%	7,8%	9,6%	7,1%
	Número	23.560	5.866	29.426	308.204
	N muestral	9	3	12	129

Como probablemente no existirán demasiadas diferencias entre el comportamiento emprendedor de los inmigrantes de Cataluña y el de los inmigrantes del resto del Estado Español, se exponen a continuación las principales conclusiones que se extraen del informe GEM España 2008, cuya muestra de inmigrantes agrupa a todas las comunidades autónomas:

- Los extranjeros tienen, proporcionalmente, mayor propensión a emprender, sobre todo los de régimen general. Esto ocurre así por dos motivos: por un lado, una mentalidad más desarrollada en relación con crear iniciativas, y del otro, una mayor necesidad de hacerlo por subsistencia entre los que son de régimen general. A pesar de ello, en 2008 las proporciones de emprendedores potenciales descienden notablemente entre los colectivos extranjeros.
- Los extranjeros comunitarios y los españoles tienen una tasa de abandono o de cierre de iniciativas inferior a la de los de régimen general, porque, en general, pueden tener más recursos monetarios y mayor apoyo institucional. Con todo, en 2008 las tasas de abandono se han incrementado entre españoles y extranjeros comunitarios.
- Los extranjeros de régimen general conocen a otros emprendedores en mayor proporción que los españoles y los extranjeros, aunque estos porcentajes han disminuido.
- El miedo al fracaso de los extranjeros ha aumentado y se equipara con el de los españoles.
- Los extranjeros de régimen general están proporcionalmente más convencidos de que emprender es una buena salida profesional. En 2008 se equipara la opinión que los españoles y los extranjeros comunitarios tienen sobre este tema.
- Los extranjeros afirman, en mayor medida que los españoles, que tienen los conocimientos y las habilidades básicas para emprender un pequeño negocio, sobre todo los comunitarios.
- Los extranjeros de régimen general son los que tienen una mayor percepción de oportunidades. Entre los comunitarios se ha producido un fuerte descenso de este indicador, que también se observa, en menor medida, entre los españoles y los extranjeros de régimen general.
- Los extranjeros comunitarios y los españoles son más competitivos que los extranjeros de régimen general, ya que muestran un menor porcentaje de preferencia por un nivel de vida igualitario de la población.
- Los extranjeros de régimen general están más convencidos que los comunitarios y que los españoles de que el éxito como emprendedores puede ayudarles a conseguir un buen estatus social, aunque la proporción de personas con esta opinión se ha reducido respecto del año anterior.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



5. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN CATALUÑA

- 5.1. Sector general de actividad en el que operan las iniciativas emprendedoras
- 5.2. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras catalanas
- 5.3. Dimensión de las actividades derivadas del proceso emprendedor medido a través del número de empleados
- 5.4. Potencial de crecimiento en ocupación de las empresas integradas en el proceso emprendedor
- 5.5. Actividad emprendedora de las empresas integradas en el proceso emprendedor
- 5.6. La innovación en las empresas nacientes, nuevas y consolidadas
- 5.7. Uso de las nuevas tecnologías
- 5.8. Expansión en el mercado y nivel de competencia
- 5.9. Internacionalización

Teletrabajo, TIC y entornos colaborativos de trabajo

Pablo Rodríguez Canfranc (Fundación Telefónica), José Ramón Granger (ISDEFE), Carlos Guallarte (UAB)

La iniciativa emprendedora en la empresa

Eugènia Bieta (ESADE)

«Capital inteligente» para empresas en fases iniciales de desarrollo

Fallos de mercado y papel de los business angels

Juan Roure (IESE Business School i AEBAN), Juan Luis Segurado (IESE Business School)

5. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN CATALUÑA

5.1. Sector general de actividad en el que operan las iniciativas emprendedoras

Los datos que se recogen en el GEM permiten saber cuál es el sector de actividad en el que la emprendeduría tiene más presencia, tras realizar la distinción entre los emprendedores en fase inicial y los consolidados. En 2008 la distribución por sectores de actividad de los emprendedores en fase inicial muestra cambios relevantes respecto de los años anteriores. En primer lugar se observa que la preferencia por el sector orientado al consumo se intensifica, ya que el 41,7% de las empresas inician su actividad en este sector (un porcentaje que en años anteriores se situaba cerca del 35%). En segundo lugar cabe destacar la mejora de los servicios a las empresas, que pasan de representar una cuarta parte a casi un tercio del total (32,2%). El mayor peso de estos dos sectores ha supuesto un retroceso del sector transformador. En años anteriores más del 30% de los emprendedores en fase inicial optaban por actividades industriales, pero en 2008 el peso de este sector cae por debajo del 20%. Finalmente, el sector que registra una actividad más baja es el extractivo o primario (7,2%).

Entre los emprendedores consolidados se observa un incremento del peso del sector orientado al consumo (que pasa de un 29,3% en 2007 a un 41% en 2008) y del sector transformador (del 30,6 al 38,7%), mientras que el porcentaje de emprendedores consolidados dedicados a los servicios a las empresas se reduce del 19,1% en 2007 al 11,1% en 2008.

Es importante destacar que las dificultades económicas actuales explican gran parte de este cambio de estructura sectorial. Las dificultades para obtener financiación conllevan que se produzcan más iniciativas en el sector servicios (ya sea servicio a las empresas o al comercio), en el que generalmente se necesita una inversión inicial inferior a la necesaria para poner en marcha una actividad transformadora. Al mismo tiempo, el estancamiento económico y la caída de la demanda hace que las empresas se vean obligadas a reducir gastos, y la partida más fácil de reducir es la destinada a los servicios externos (publicidad, edición, catering, etc.), lo que explica la pérdida de peso de los servicios a las empresas dentro del conjunto de las empresas consolidadas.

Tabla 15 Clasificación de los emprendedores catalanes por grandes sectores de actividad

		2008	2007	2006
Emprendedores en fase inicial	Extractivo	7,2%	3,9%	5,5%
	Transformador	18,9%	30,8%	33,7%
	Servicios a empresas	32,2%	24,6%	24,7%
	Orientado al consumo	41,7%	34,5%	34,8%
	Sin clasificar	0,0%	6,2%	1,4%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%
		337.630	395.969	382.665
Emprendedores consolidados	Extractivo	7,9%	13,3%	9,9%
	Transformador	38,7%	30,6%	46,1%
	Servicios a empresas	11,1%	19,1%	16,8%
	Orientado al consumo	41,3%	29,3%	25,9%
	Sin clasificar	1,0%	7,7%	1,3%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%
		424.245	310.705	244.578

5.2. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras catalanas

El número de propietarios de las iniciativas empresariales ofrece una aproximación a su verdadera dimensión. A partir de los datos que aparecen en la tabla 16 se observa que cuanto menor es el tiempo de iniciativa, mayor es la media del número de propietarios. Así, en el año 2008, las empresas nacientes (de 0 a 3 meses) presentan la media más alta de propietarios (2,33), que ade-

más es la cantidad que más ha aumentado respecto del año anterior. En cambio, la media de los emprendedores consolidados es la más baja (1,64) y la cantidad que menos ha crecido.

El incremento del término medio de propietarios se podría explicar por una mayor necesidad de capital o bien porque se requieren más socios para reunir la misma cantidad de capital necesaria para constituir la sociedad.

Tabla 16 Número de propietarios de las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas

		Media	Desviación típica	Mínimo	Percentil 25	Mediana	Percentil 75	Máximo
2008	Emprendedores nacientes	2,33	1,94	1	1	2	3	10
	Emprendedores nuevos	1,91	1,31	1	1	2	3	10
	Emprendedores en fase inicial	2,14	1,69	1	1	2	3	10
	Emprendedores consolidados	1,64	0,98	1	1	1	2	6
2007	Emprendedores nacientes	2,10	1,51	1	1	2	3	10
	Emprendedores nuevos	1,92	1,38	1	1	2	2	10
	Emprendedores en fase inicial	2,01	1,46	1	1	2	3	10
	Emprendedores consolidados	1,62	1,03	1	1	1	2	6
2006	Emprendedores nacientes	1,97	1,14	1	1	2	2	6
	Emprendedores nuevos	1,73	0,95	1	1	1	2	5
	Emprendedores en fase inicial	1,87	1,17	1	1	2	2	10
	Emprendedores consolidados	1,44	0,93	1	1	1	2	6

5.3. Dimensión de las actividades derivadas del proceso emprendedor medido a través del número de empleados

La tabla 17 muestra la distribución de los emprendedores según el número de empleados que tienen actualmente. Para interpretar estos resultados lo primero que hay que tener en cuenta es que desconocemos el número de empleados de más de la mitad de los emprendedores en fase inicial; en cambio, el porcentaje de sin respuesta de los emprendedores consolidados se reduce hasta el 5,2%. Así pues, no se pueden hacer comparaciones entre ambas tipologías. Ahora bien, al mismo tiempo hemos de tener en cuenta que el elevado porcentaje de sin respuesta de los emprendedores en fase inicial se mantiene a lo largo del tiempo, hecho que viene a reflejar cierta consistencia de los resultados y que permite realizar comparaciones temporales.

Tal y como se ha observado en años anteriores, la mayoría de los emprendedores, ya sea en fase inicial o bien consolidados, no tienen trabajadores o tienen entre uno y cinco. En 2008 por primera vez el porcentaje de emprendedores en fase inicial con entre

Tabla 17 Dimensión de las actividades emprendedoras catalanas según número de empleados actual

	Emprendedores en fase inicial	Emprendedores consolidados
Sin empleados	14,6%	48,3%
1 - 5 empleados	23,6%	31,1%
6 - 19 empleados	6,4%	13,3%
20 o más empleados	0,6%	2,1%
Ns/Nc	54,8%	5,2%
Total	100,0%	100,0%

1 y 5 empleados (23,6%) supera al de emprendedores sin trabajadores (14,6%). En el caso de los emprendedores consolidados los resultados son parecidos a los del año anterior, ya que el 48,3% de las iniciativas sólo dan trabajo al mismo emprendedor. Este es un porcentaje similar al del Estado Español (48,1%).

5.4. Potencial de crecimiento en ocupación de las empresas integradas en el proceso emprendedor

No basta con conocer la dimensión de las empresas, sino que también hay que saber cuáles son las expectativas de crecimiento de ocupación. La predisposición favorable del emprendedor hacia el desarrollo de la empresa y el contexto económico determinan la situación de plantilla en el futuro.

Para estimar el crecimiento potencial en términos de ocupación se pregunta a los empresarios cuántos puestos de trabajo esperan tener al cabo de cinco años a contar desde el momento de la entrevista. La tabla 18 muestra los resultados obtenidos. Si se comparan con los de la tabla 17, se observa que después de cinco años, en el caso de los emprendedores en fase inicial crecerá sobre todo el porcentaje de empresas que tendrán de 1 a 5 trabajadores (48,4%) y el de las que tendrán entre 6 y 19 empleados (19,1%). Para las iniciativas consolidadas, en cambio, se espera que la dimensión de las plantillas no variará mucho de la situación actual.

Tabla 18 Dimensión de las actividades emprendedoras catalanas según el número esperado de empleados dentro de cinco años

	Emprendedores en fase inicial	Emprendedores consolidados
Sin empleados	23,0%	35,7%
1 - 5 empleados	48,4%	34,1%
6 - 19 empleados	19,1%	14,6%
20 o más empleados	3,7%	3,0%
Ns/Nc	5,8%	12,7%
Total	100,0%	100,0%

En lo que se refiere al crecimiento de la ocupación generado por el proceso emprendedor en Cataluña, tal y como muestra la tabla 19, se estima una creación media de 4,44 nuevos puestos de trabajo por cada empresa naciente. Sin embargo, cabe considerar que la desviación típica de los diferentes grupos de emprendedores es elevada (pero menos que en el año 2007), lo que podría alterar los resultados de la tabla. La media en la generación de empleo en los emprendedores nuevos se reduce a más de la mitad (1,88). Por su parte, los emprendedores consolidados se muestran estables en cuanto a su nivel de ocupación, ya que en cinco años cada empresa consolidada creará menos de un puesto de trabajo.

Taula 19 Estimación de la variación total en ocupación generada por el proceso emprendedor en Cataluña

	Empresas	Mínimo	Máximo	Empleos	Media	Desv. Tip.
Emprendedores nacientes	180.555	0	25	801.932	4,44	5,30
Emprendedores nuevos	157.075	-3	28	295.030	1,88	3,87
Emprendedores consolidados	424.245	-6	14	355.488	0,84	2,32

En general, los emprendedores en fase inicial arrancan con la expectativa de crecer y hacerse un hueco en el mercado; por eso esperan tener incrementos de plantilla más intensos. En cambio, los emprendedores consolidados tienen un crecimiento de ocupación más moderado porque ya tienen una dimensión más proporcional a la necesaria para operar en el mercado.

No todas las empresas en fase inicial tienen el mismo patrón de crecimiento. Aquellas con un mayor potencial de crecimiento en ocupación, es decir, las que esperan crecer más de 19 puestos de trabajo en cinco años, se denominan empresas gacela. En la figura 30 se puede observar el porcentaje de empresas gacela sobre la población de 16 a 64 años de las comunidades autónomas españolas y varios países europeos. Los resultados a escala internacional del año 2008 muestran que Cataluña tiene que mejorar su tasa de empresas gacela, dado que se sitúa por debajo del conjunto de la Unión Europea y del conjunto de España. Este resultado se repite en el análisis autonómico, en el que Cataluña se sitúa también en la banda baja de la clasificación.

Figura 30 Empresas catalanas en fase inicial con un alto porcentaje de crecimiento en ocupación (en % de la población adulta)

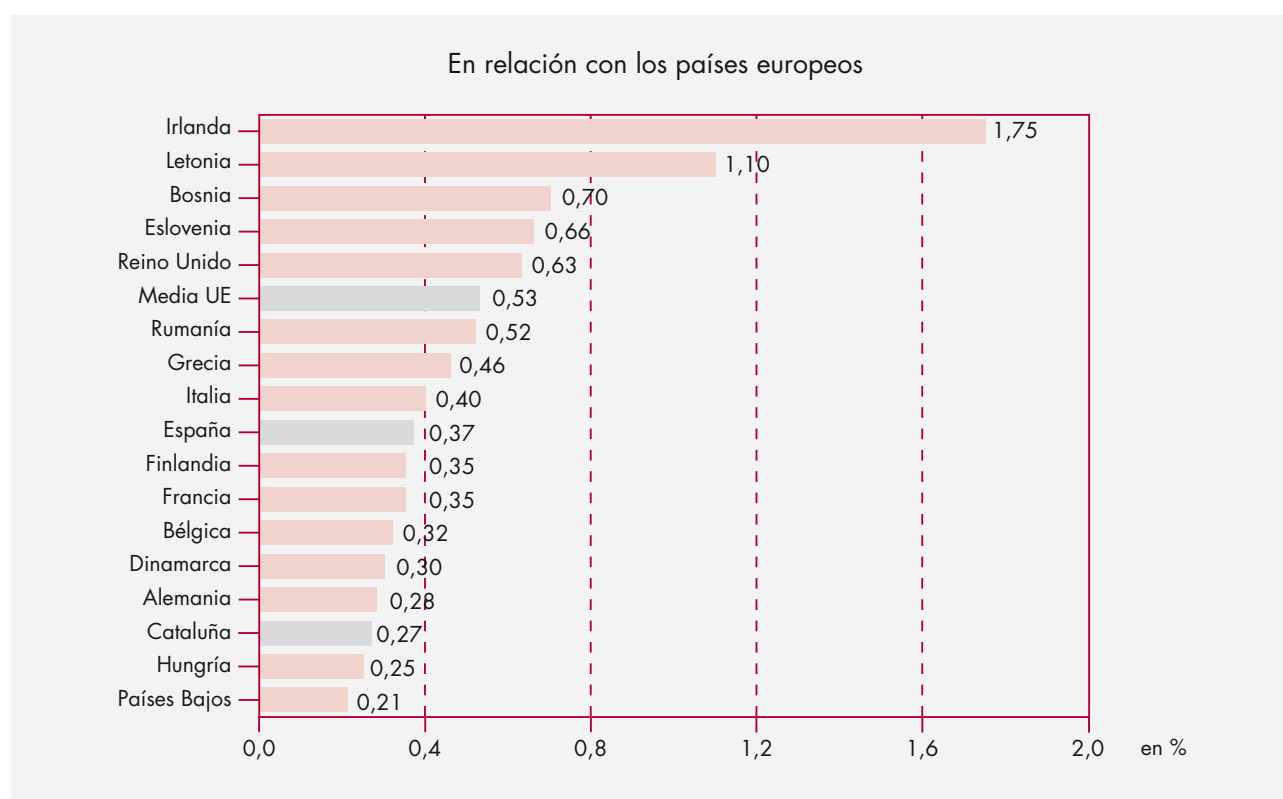
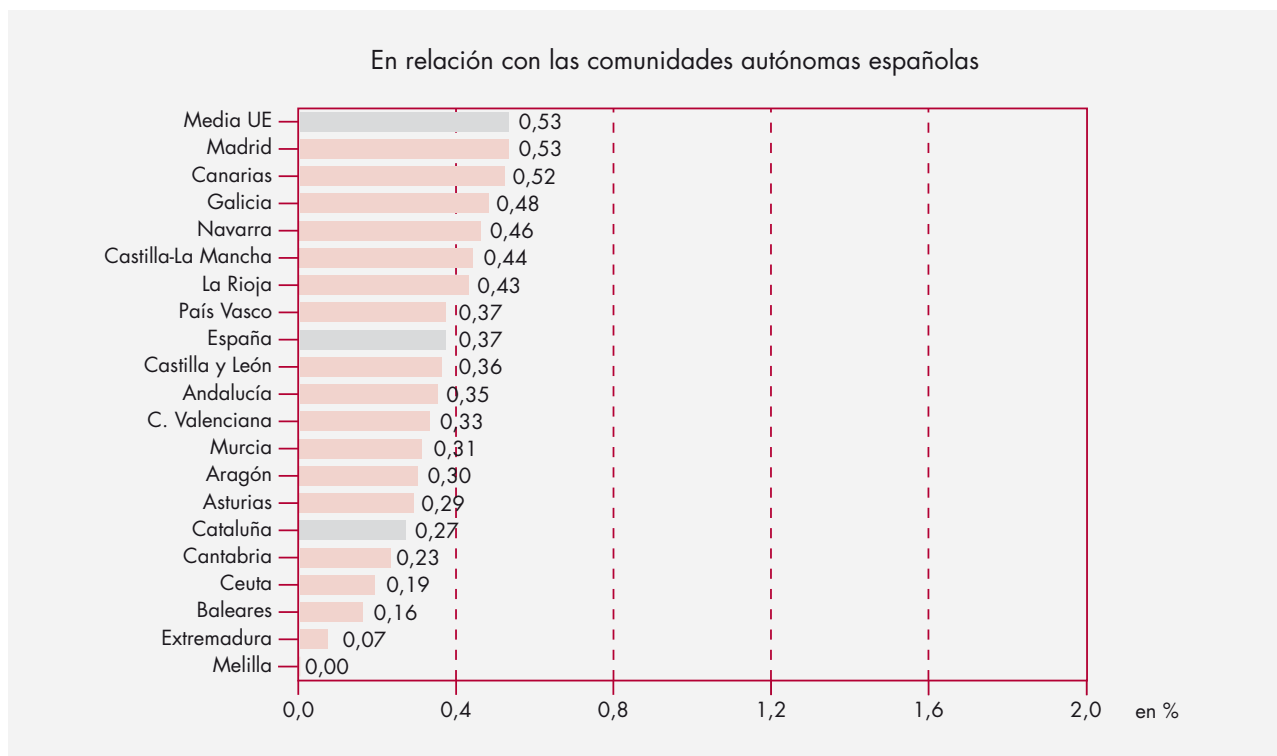
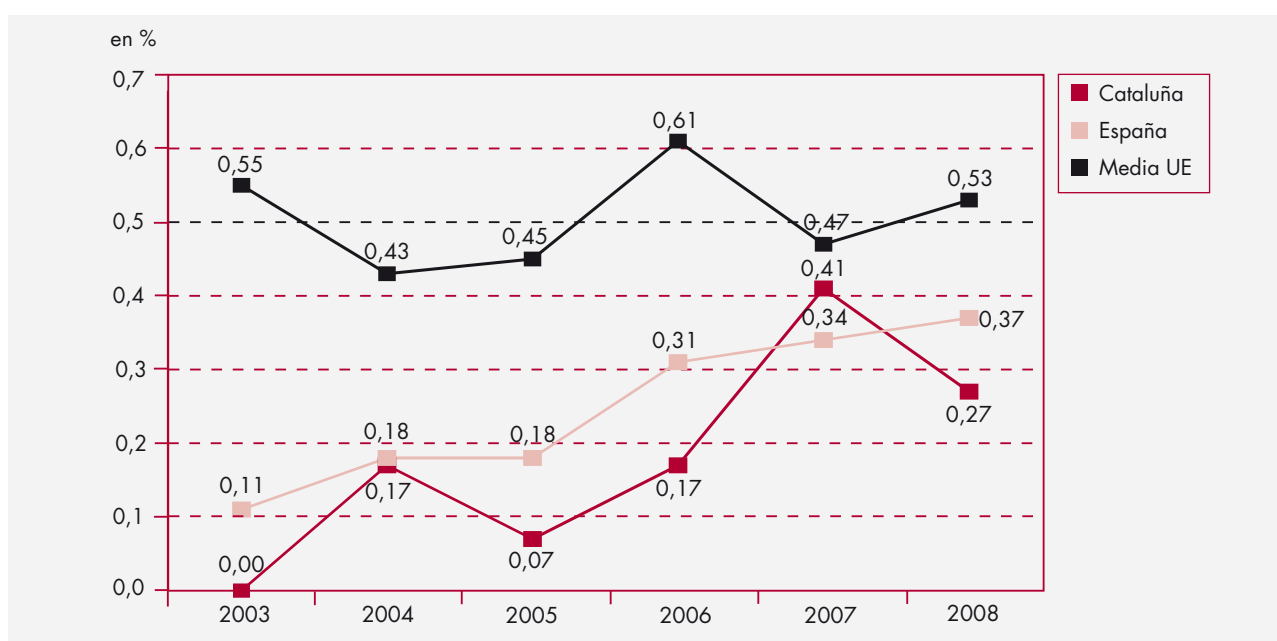


Figura 30 (Continuación)

A pesar del descenso habido en el año 2008, la evolución de los emprendedores catalanes con un elevado potencial de crecimiento presenta una tendencia ascendente. En cambio, el peso de las empresas gacela sobre la población adulta del Estado español y de la UE ha aumentado respecto del año anterior.

Figura 31 Evolución de los emprendedores catalanes con un alto potencial de crecimiento en ocupación (en % de la población adulta)

5.5. Actividad emprendedora de las empresas integradas en el proceso emprendedor

La actividad emprendedora de empresas, o *intrapreneurial activity*, se define como la creación de iniciativas de expansión o ramificación por parte de las empresas ya existentes, es decir, las que han sido clasificadas como nuevas o consolidadas. En términos generales se pueden producir tres tipos de iniciativas:

- Empresas nuevas que generan empresas nacientes.
- Empresas consolidadas que generan empresas nacientes.
- Empresas consolidadas que tienen empresas nuevas.

De estas, las primeras son las más numerosas y en 2008 equivalen al 2,2% de la población adulta catalana. Las otras dos opciones (empresas consolidadas que generan empresas nacientes y empresas consolidadas que tienen empresas nuevas) son mucho menos habituales y su tasa de actividad emprendedora se sitúa por debajo en el 0,8 y el 0,5%, respectivamente.

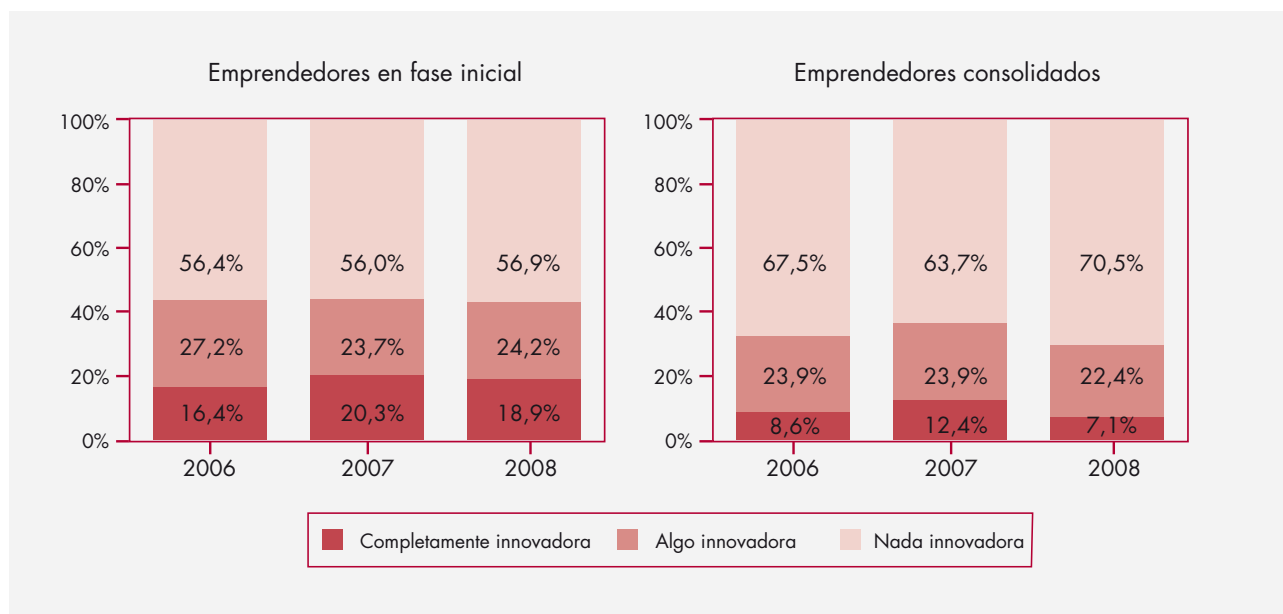
5.6. La innovación en las empresas nacientes, nuevas y consolidadas

Aumentar la innovación es uno de los retos pendientes del tejido productivo catalán para afrontar los retos de una economía cada vez más globalizada y competitiva. Sin embargo, el concepto de innovación no sólo hace referencia a transformar las ideas en nuevos productos y servicios, sino que también puede implicar mejoras en la gestión, la tecnología, la distribución, la comercialización o la implantación de nuevos procesos. Para evaluar el grado de innovación de los emprendedores, desde el proyecto GEM se pregunta a los empresarios si el producto/servicio principal que ofrecen es nuevo para todos sus clientes (empresa completamente innovadora), sólo para algunos (un poco innovadora) o para ninguno (nada innovadora) (tabla 20).

En 2008 entre el 55 y el 60% de los emprendedores en fase inicial (ya sea nacientes, nuevos o ambos conjuntamente) reconocen que no son innovadores, mientras que entre los emprendedores consolidados este porcentaje aumenta hasta el 70%. De hecho, el peso de las empresas totalmente innovadoras se ha reducido en todas las categorías en los últimos años, excepto entre los emprendedores nuevos, en los que este porcentaje ha crecido hasta el 28%, y supera el peso de empresas nuevas un poco innovadoras (16%).

Tabla 20 Empresas innovadoras en Cataluña

	Emprendedores nacientes	Emprendedores nuevos	Emprendedores en fase inicial (nacientes + nuevos)	Emprendedores consolidados
Completamente innovadora	10,7%	28,3%	18,9%	7,1%
Algo innovadora	30,8%	16,5%	24,2%	22,4%
No innovadora	58,4%	55,2%	56,9%	70,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Figura 32 Evolución del grado de innovación en las empresas catalanas

5.7. Uso de las nuevas tecnologías

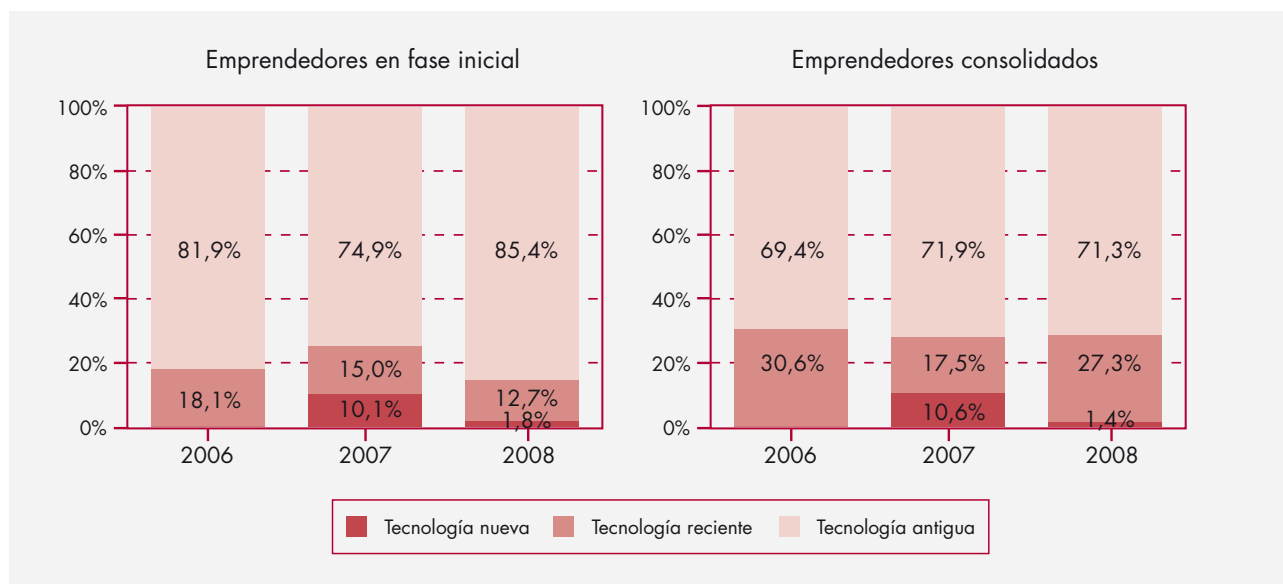
La innovación es un factor importante para las empresas, pero si, además, se quieren desarrollar los procesos productivos y de servicios, ha de ir acompañada del uso de nuevas tecnologías. Por ello se pregunta a los emprendedores si la tecnología necesaria para llevar a cabo su producción estaba disponible un año antes de realizar la entrevista (nueva tecnología), entre uno y cinco años antes (tecnología reciente) o bien desde hace más de cinco años (tecnología antigua).

Los resultados de la tabla 21 correspondientes al año 2008 muestran una escasa utilización de las nuevas tecnologías, así como un predominio de la tecnologías antiguas en todas las categorías de emprendedores. También es importante destacar que las empresas nacientes, a pesar de tener un porcentaje más alto de tecnología nueva, son también las que más utilizan tecnología antigua (87,3%). En general, el 85,4% de las empresas en fase inicial utilizan tecnología antigua, un porcentaje claramente superior al 71,3% de los emprendedores consolidados.

Tabla 21 Uso de nuevas tecnologías en la empresa catalana

	Emprendedores nacientes	Emprendedores nuevos	Emprendedores en fase inicial (nacientes + nuevos)	Emprendedores consolidados
Tecnología nueva (menos de 1 año)	2,2%	1,5%	1,8%	1,4%
Tecnología reciente (1-5 años)	10,5%	15,3%	12,7%	27,3%
Tecnología antigua (más de 5 años)	87,3%	83,3%	85,4%	71,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Entre los años 2005 y 2007 el peso de la tecnología antigua empleada por los emprendedores en fase inicial se redujo del 90% al 75%, pero en 2008 se ha vuelto a incrementar hasta llegar al 85%. Este retroceso en el uso de nueva tecnología probablemente esté relacionado con las mayores dificultades para conseguir financiación. En el caso de los emprendedores consolidados, el porcentaje de empresas que utilizan tecnología antigua se ha estabilizado desde 2006 entorno al 70%.

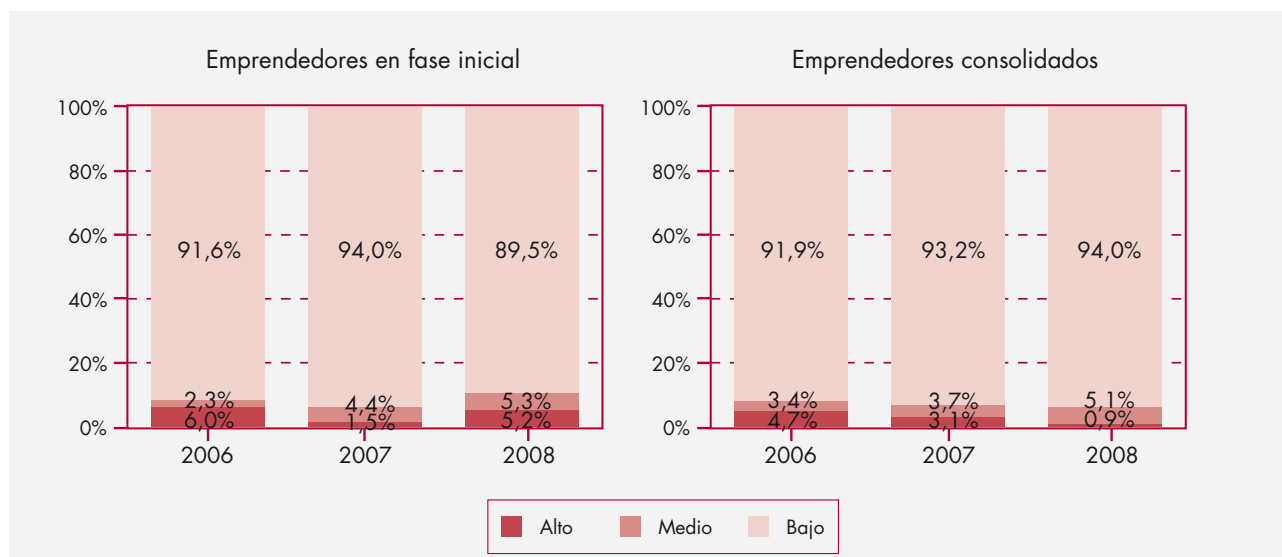
Figura 33 Evolución del uso de nuevas tecnologías en las empresas catalanas

La innovación o el uso de la tecnología están muy relacionados con el nivel tecnológico del sector en el que se encuentra la empresa. Hasta ahora se ha observado que en Cataluña la mayoría de empresas no son innovadoras y que predomina el uso de tecnologías maduras. Por lo tanto, no sorprende que un 89,5% de los emprendedores en fase inicial y un 94% de los consolidados lleven a cabo su actividad en sectores con un nivel tecnológico bajo (tabla 22).

Tabla 22 Nivel tecnológico del sector en el que actúa la empresa catalana

	Emprendedores nacientes	Emprendedores nuevos	Emprendedores en fase inicial	Emprendedores consolidados
Bajo	91,2%	87,5%	89,5%	94,0%
Medio	3,9%	7,0%	5,3%	5,1%
Alto	4,9%	5,5%	5,2%	0,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Desde 2006 hasta ahora se observa una tendencia de los emprendedores consolidados a concentrarse más en sectores de nivel tecnológico bajo y medio, en detrimento de aquellos sectores con un nivel tecnológico más elevado. Así mismo, cada vez más emprendedores en fase inicial actúan en sectores con un nivel tecnológico medio.

Figura 34 Evolución del sector tecnológico en el que actúan las empresas catalanas

5.8. Expansión en el mercado y nivel de competencia

Otro aspecto importante que caracteriza la actividad emprendedora es el potencial de expansión en el propio mercado. Este potencial puede conocerse a partir de las respuestas sobre el grado de conocimiento de los productos y servicios en el mercado habitual de cada empresa. Si el producto o el servicio que se ofrece al mercado es nuevo, entonces la empresa está abriendo un hueco en el mercado y, por lo tanto, se está expandiendo en él.

En 2008 el porcentaje de emprendedores consolidados sin expansión de mercado crece hasta el 75,5% (en 2007 era del 69%). Para los emprendedores en fase inicial, este porcentaje se mantiene en el 59% porque el incremento de emprendedores nuevos sin expansión de mercado se ve compensado por la reducción de los nacientes.

En 2008, para todas las categorías de emprendedores, se observa un aumento de las iniciativas con alguna expansión de mercado sin nuevas tecnologías, en detrimento de las que realizan expansión de mercado con nuevas tecnologías.

Finalmente, cabe destacar que en la edición anterior apareció una nueva categoría de emprendedores que esperaban una gran expansión de mercado. En 2008 no se ha encontrado ninguna empresa dentro de esta categoría, probablemente por culpa de las tensiones económicas generadas a escala mundial.

Tabla 23 Grado de expansión de su mercado en las empresas catalanas

	Emprendedores nacientes	Emprendedores nuevos	Emprendedores en fase inicial	Emprendedores consolidados
Sin expansión de mercado	60,7%	57,1%	59,0%	75,5%
Alguna expansión de mercado sin nuevas tecnologías	37,2%	41,5%	39,2%	23,1%
Alguna expansión de mercado con nuevas tecnologías	2,2%	1,5%	1,8%	1,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

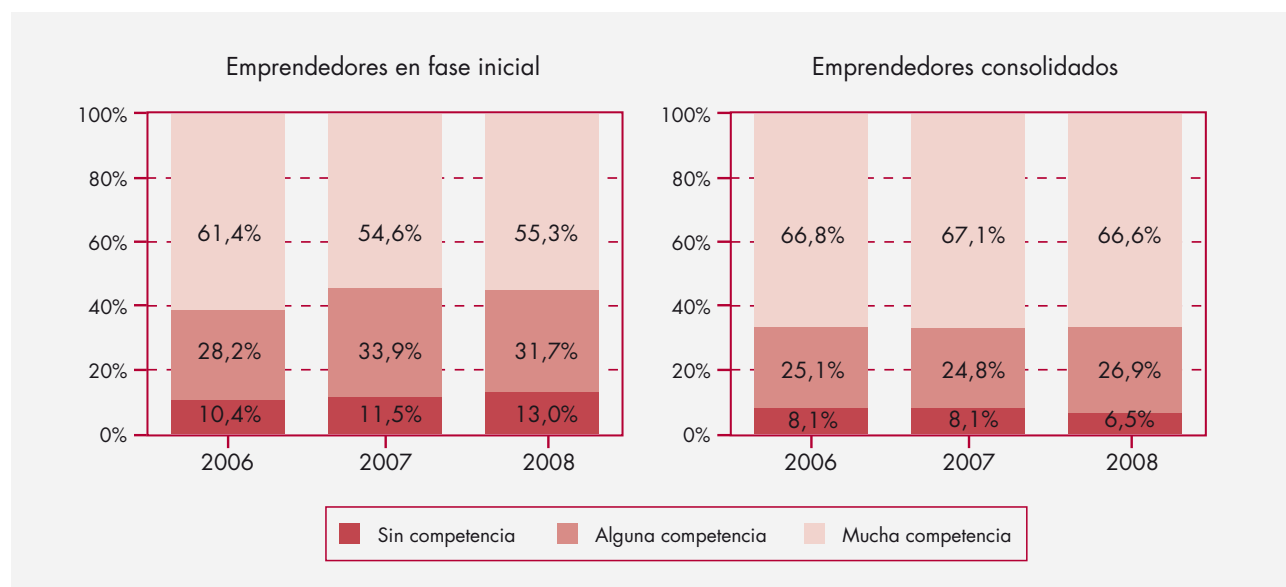
Otro aspecto que se analiza en el proyecto GEM es el nivel de competencia esperada por las empresas. Si la competencia es muy importante, indica que las empresas operan en mercados maduros. En la tabla 24 se puede observar que entre los emprendedores nuevos es donde un mayor porcentaje de empresas actúan sin competencia (16,2%), pero también donde hay un menor peso de empresas con alguna competencia (25,5%). En cambio, los emprendedores consolidados son los que afrontan más competencia (66,6%), un porcentaje muy parecido al del año anterior.

Tabla 24 Nivel de competencia esperado por las empresas catalanas

	Emprendedores nacientes	Emprendedores nuevos	Emprendedores en fase inicial	Emprendedores consolidados
Mucha competencia	52,7%	58,3%	55,3%	66,6%
Alguna competencia	37,1%	25,5%	31,7%	26,9%
Sin competencia	10,2%	16,2%	13,0%	6,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Finalmente, cabe destacar la buena evolución de los emprendedores en fase inicial, ya que entre los años 2006 y 2008 se observa una tendencia a que aumente el porcentaje de las iniciativas que actúan sin competencia, mientras que se reduce el peso de las que esperan tener mucha competencia.

Figura 35 Evolución del nivel de competencia esperado por las empresas catalanas



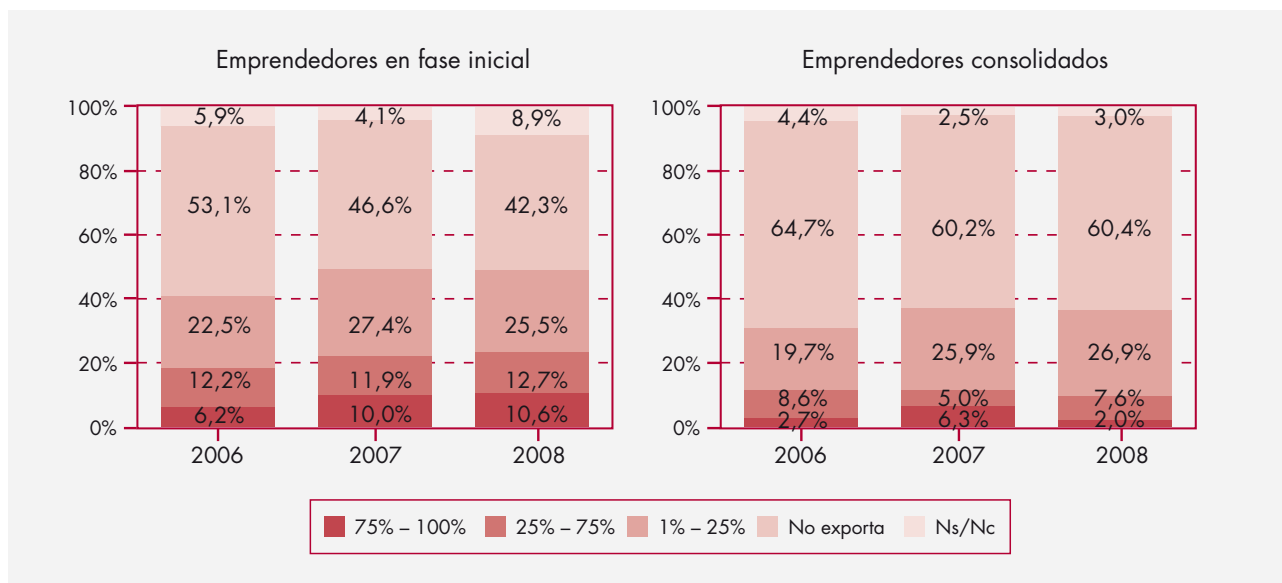
5.9. Internacionalización

La última característica del proceso emprendedor que se analiza es el grado de internacionalización o actividad exportadora. En la tabla 25 se puede comprobar como en 2008 casi la mitad de los emprendedores en fase inicial realizan algún tipo de actividad exportadora, sobre todo entre los nuevos emprendedores, mientras que sólo el 36% de los emprendedores consolidados venden sus productos en el extranjero.

Tabla 25 Actividad exportadora en las empresas catalanas

	Emprendedores nacientes	Emprendedores nuevos	Emprendedores en fase inicial	Emprendedores consolidados
75% – 100%	14,1%	6,5%	10,6%	2,0%
25% – 75%	10,5%	15,2%	12,7%	7,6%
1% – 25%	22,8%	28,7%	25,5%	26,9%
Total Exporta	47,4%	50,4%	48,8%	36,5%
No exporta	44,6%	39,6%	42,3%	60,4%
Ns/Nc	8,0%	10,0%	8,9%	3,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La evolución temporal muestra que la actividad exportadora de las empresas catalanas hizo un salto cualitativo en 2007, tanto por los emprendedores en fase inicial como por los consolidados. Sin embargo, el estancamiento económico de repercusión mundial del año 2008 ha frenado esta evolución positiva.

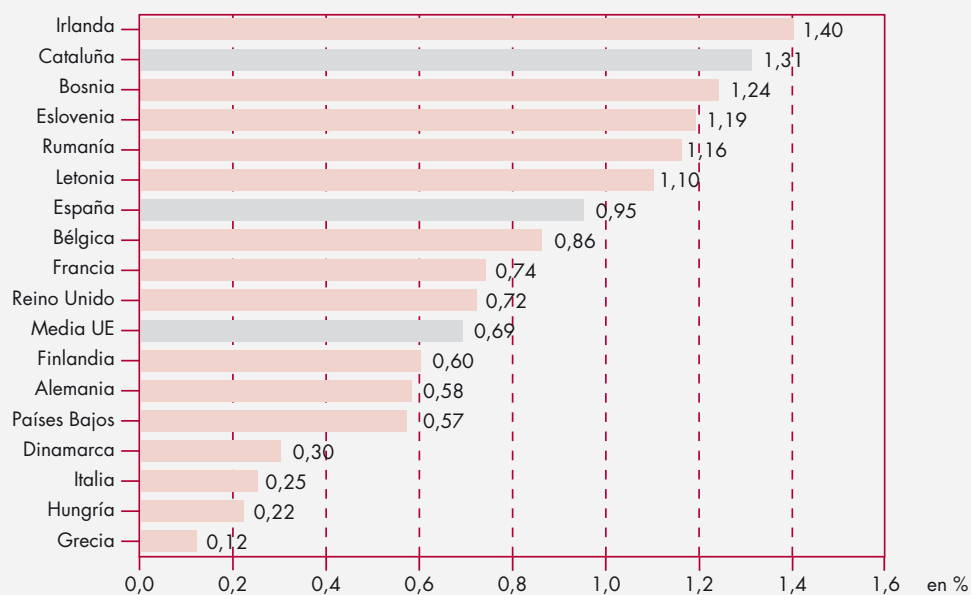
Figura 36 Evolución de la actividad exportadora en las empresas catalanas

La figura 37 muestra el peso que tienen las empresas con un alto nivel de actividad exportadora de algunos países europeos y de las comunidades autónomas españolas. El indicador que permite realizar esta comparativa se obtiene dividiendo el número de empresas que exportan más de la mitad de sus ventas entre la población adulta de cada país o región. Así se observa que en Cataluña la tasa de empresas con un alto nivel de exportación es del 1,3% y se sitúa como la más elevada del Estado español y la segunda en el ámbito europeo (por detrás de Irlanda).

Finalmente, el análisis temporal muestra que en 2006 hubo una mejora de la alta actividad exportadora de las empresas españolas y europeas, que se ha consolidado en los últimos dos años. En el caso de Cataluña, esta mayor propensión a la alta actividad exportadora no llegó hasta 2007, pero lo hizo con intensidad.

Figura 37 Empresas catalanas con un nivel de exportación alto (más del 50% de las ventas)
(en % de la población adulta)

En relación con los países europeos



En relación con las comunidades autónomas españolas

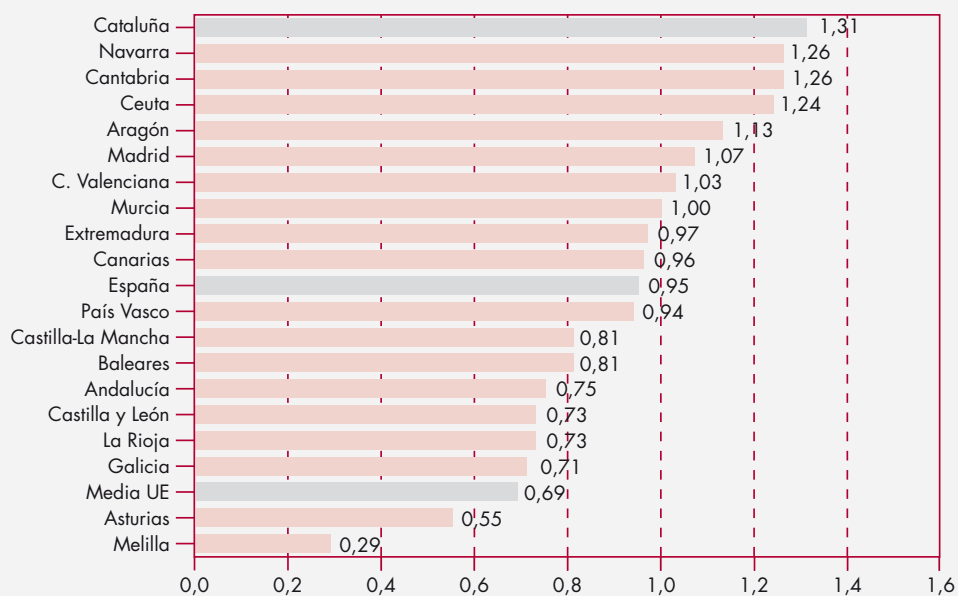
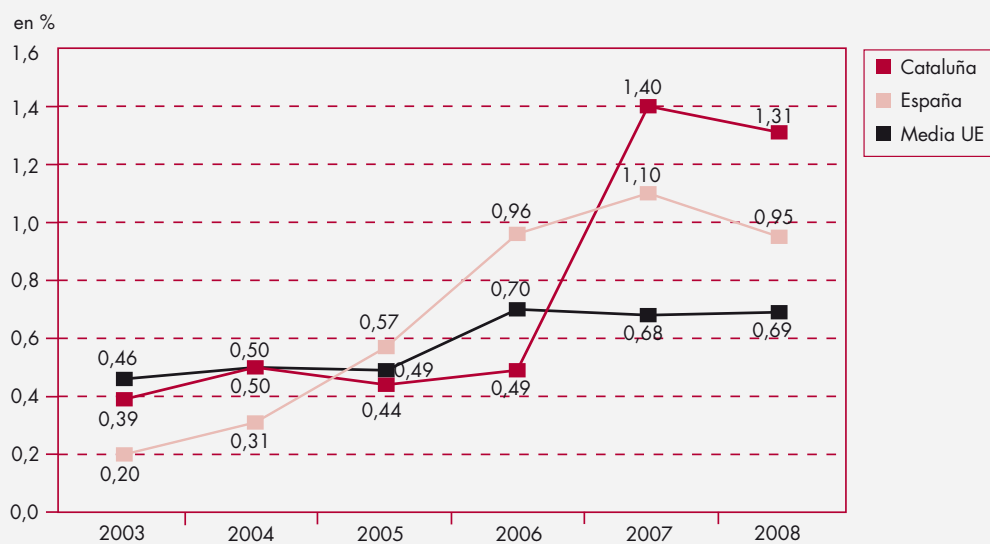


Figura 38 Evolución de las empresas catalanas con un nivel de exportación alto (más del 50% de las ventas) (en % de la población adulta)

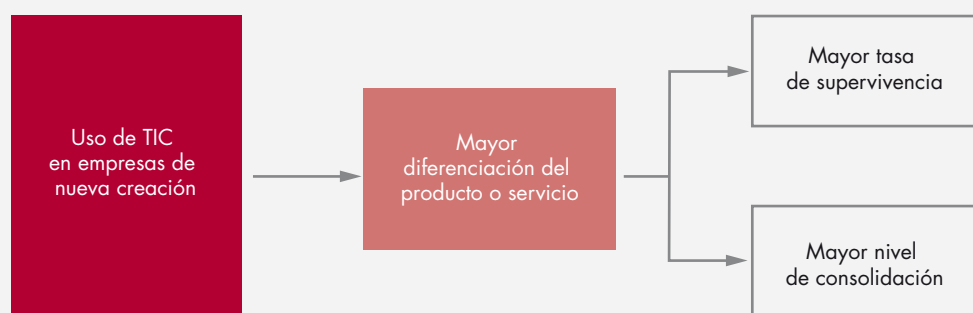


TELETTRABAJO, TIC Y ENTORNOS COLABORATIVOS DE TRABAJO

Pablo Rodríguez Canfranc (Fundación Telefónica), José Ramón Granger (ISDEFE), Carlos Guallarte (UAB))

Las TIC y sobre todo Internet desempeñan un importante papel en el funcionamiento de las empresas que operan en el mercado, así como también en el de las empresas de nueva creación. Las estrategias empresariales de los emprendedores suelen tener, en un alto grado, relación con la tecnología. Existe una elevada correlación entre las nuevas empresas que inician su actividad con una página web y la voluntad de diferenciación del producto. A su vez, un producto o servicio más diferenciado que el de la competencia puede garantizar una mayor posibilidad de supervivencia para la nueva empresa y su consolidación.

Figura 1



Según datos del INE de 2007, las tres cuartas partes de las nuevas empresas corresponden al estrato sin asalariados (DIRCE 2008), es decir, existe un evidente predominio del trabajo autónomo en la estructura productiva. Las posibilidades que abre el teletrabajo para el trabajador autónomo apenas se empiezan a vislumbrar, al favorecer la creación de redes con proveedores, clientes y asociados, pero puede cambiar el panorama empresarial.

La sociedad del conocimiento abre nuevas perspectivas al crear las condiciones para que se produzcan transformaciones en las ocupaciones existentes, y generar formas innovadoras de desarrollar las actividades productivas y de organizar el trabajo. Las tendencias en este sentido apuntan hacia el desarrollo de nuevas formas colaborativas generadoras de valor añadido, la mayor movilidad en el empleo y el aprovechamiento de la gestión del conocimiento para cibercomunidades profesionales, al aportar la reingeniería que necesitan los métodos de trabajo y las organizaciones empresariales.

El término teletrabajo se popularizó en Europa a finales de la década de 1980 y principios de los años noventa, a pesar de que un componente importante del concepto, las tecnologías de la información y las comunicaciones, aún se encontraba en fase de desarrollo incipiente. acentuó el carácter tecnológico del teletrabajo al renombrarlo como *eTrabajo* (*eWork*) y definiéndolo como cualquier actividad comercial llevada a cabo desde una localización remota por medio de tecnología informática y de comunicaciones.

Sin embargo, en la práctica, la definición de teletrabajo sigue resultando ambigua, lo que dificulta enormemente la aparición de una legislación al respecto y frena la convergencia de la normativa de los distintos países de la UE. A modo de ejemplo: en Alemania, Austria, Dinamarca y Francia se considera teletrabajo si es efectuado uno o dos días por semana; mientras que en el Reino Unido teletrabajo significa casi exclusivamente trabajar en casa más del 50% del tiempo total de trabajo.

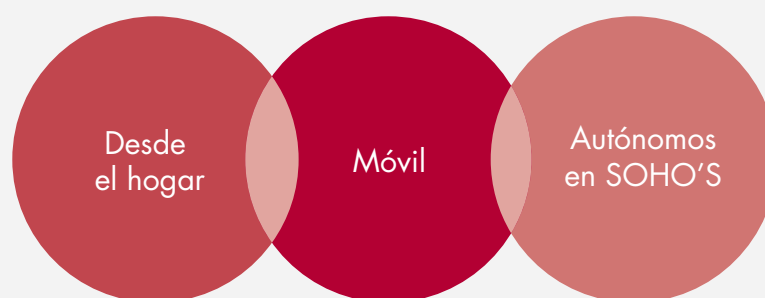
Algunos países latinos apuestan por una definición de teletrabajo que abarca diferentes formas de organización (telecentros, *call centers*, trabajo a domicilio) con el apoyo de las TIC, y en los países nórdicos el concepto hace referencia a todas las situaciones de trabajo móvil.

A pesar de que el término teletrabajo se asocia frecuentemente con la persona que trabaja en su casa, tanto de forma autónoma como por cuenta ajena, la realidad de esta modalidad laboral es mucho más variada y compleja.

A pesar de que el término teletrabajo se asocia frecuentemente con la persona que trabaja en su casa, tanto de forma autónoma como por cuenta ajena, la realidad de esta modalidad laboral es mucho más variada y compleja.

El teletrabajo es una forma de organización laboral que se basa en la realización de una actividad profesional sin que se produzca la presencia física del trabajador en la empresa, durante gran parte de su jornada laboral y en la que se utilizan aplicaciones de las tecnologías de la información, como enlace entre el trabajador y la empresa que permite una relación interactiva. De forma lenta pero continua, el teletrabajo, como forma de organización laboral, va creando adeptos tanto entre los profesionales liberales como entre los ejecutivos de las grandes empresas.

Figura 2 Clasificación del *teletrabajo*.



Fuente: SIBIS. «Fijación de puntos de referencia para el Trabajo, el Empleo y las Habilidades de la Sociedad de la Información en Europa y los EE.UU.»

Existen múltiples definiciones y clasificaciones relacionadas con el teletrabajo. El programa europeo SIBIS (indicadores estadísticos que establecen puntos de referencia para la sociedad de la información) distingue tres modalidades principales e interrelacionadas:

a) En primer lugar, se menciona el **teletrabajo** desde el hogar, que reúne las siguientes características: trabajan en su hogar con un ordenador personal y con conexión a Internet, utilizan las tecnologías de la información para enviar sus trabajos y para recibir pedidos o modificaciones, y, finalmente, pueden funcionar de modo permanente, ocasional o temporal. Gran parte de los teletrabajadores no trabaja en sus domicilios todo el día (según SIBIS, sólo el 2% de los empleados trabaja al menos un día entero a la semana en el hogar); más bien utilizan su casa para el teletrabajo complementario, lo que implica que todavía se dirigen a un ambiente de trabajo tradicional (por ejemplo, una oficina) para realizar las tareas habituales.

b) La segunda categoría es el denominado **teletrabajo móvil**, que presenta los siguientes rasgos: trabajan lejos de la oficina o sede principal sin un sitio fijo para realizar su actividad; utilizan conexiones en línea durante viajes de negocios o de otro tipo y en desplazamientos a reuniones, y, además, utilizan el correo electrónico, Internet o el acceso a distancia como forma continua de relacionarse con sus clientes y con sus compañeros. Este tipo de teletrabajo es muy intensivo en tecnología punta y ha crecido mucho en los últimos años. En este sentido, supone un factor de flexibilidad y versatilidad de

la organización del trabajo en las empresas, que en muchos casos se basa en una orientación total hacia el cliente, de forma que el trabajador realiza su actividad en la oficina del cliente en vez de en su propia oficina.

c) El último apartado contemplado es el de **teletrabajo de autónomos en SOHOs** (pequeñas empresas y profesionales, *small office/home office*), cuyo perfil se caracteriza en que el hogar es el principal lugar de trabajo o la base para viajes hacia el campo de trabajo. Se utilizan las tecnologías de la información para enviar el trabajo realizado y para recibir comentarios. Muchos de los teletrabajadores de esta modalidad son independientes. La comunicación telemediada con los clientes y los compañeros de trabajo abre nuevas posibilidades para mejorar la realización de negocios.

Una asignatura pendiente en relación con el teletrabajo es la situación legal en que se encuentra el teletrabajador. Actualmente no hay una legislación clara sobre el tema y en la práctica se producen dos casos extremos:

- El teletrabajador es un autónomo que vende sus servicios a la empresa, pero no tiene ningún lazo laboral con ella.
- El teletrabajador está contratado por la empresa y tiene las mismas condiciones laborales que el resto de trabajadores.

Da la impresión de que falta un punto intermedio en el que el trabajador tenga alguna seguridad por parte de la empresa que le da trabajo, sin necesidad de contar con los niveles de seguridad laboral de una empresa tradicional.

En los próximos años, el desarrollo de nuevas formas laborales que lo hagan interesante tanto para la empresa, por las reducciones de coste que supone, como para el trabajador, por las condiciones de calidad de vida que permite, provocará que se produzca un auge en el teletrabajo.

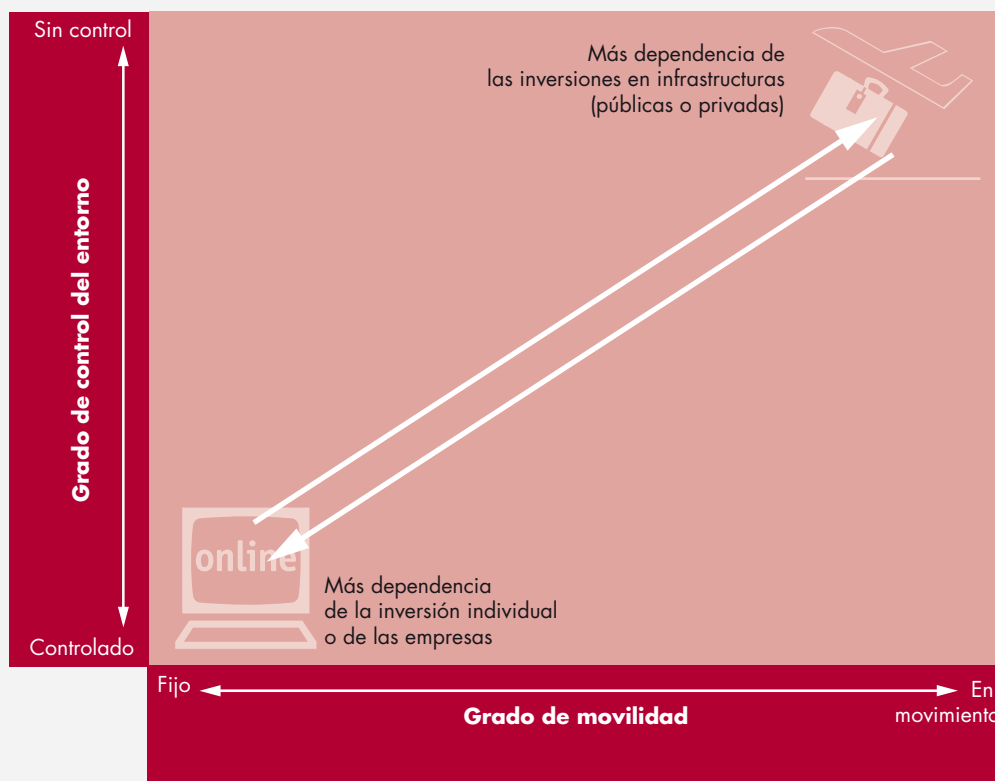
Impacto de las tecnologías

En el caso del teletrabajo, la tecnología determina su grado de desarrollo y la forma que éste adquiere, puesto que las TIC son el componente principal del fenómeno en cuestión.

Dentro del programa europeo European Telework Development se desarrolló un modelo para definir el contexto del teletrabajo para las tecnologías y las infraestructuras (figura 3). Este modelo tiene en cuenta dos variables básicas que de alguna manera enmarcan las formas de trabajo, y que se pueden representar en dos ejes: el grado de control sobre el entorno y el grado de movilidad. Una posición en el gráfico cercana al eje de coordenadas indica una situación de trabajo de poca movilidad y con un elevado control sobre el entorno. Por ejemplo, el teletrabajo en casa: no requiere desplazamientos por motivos de trabajo y tiene un control absoluto sobre el entorno, es decir, la habitación de su casa en donde trabaja.

Por otro lado, una posición en el extremo opuesto, arriba y a la derecha, indica una situación de elevada movilidad laboral y descontrol sobre el entorno. Puede ser el caso de una persona cuya actividad consista en su mayor parte en visitar clientes por todo el país y que esté trabajando (consultando el correo electrónico, realizando llamadas de negocios) en la sala de espera de un aeropuerto, en un cibercafé o en la habitación de un hotel. No tiene control sobre el entorno porque depende de la calidad de las comunicaciones del aeropuerto o del hotel.

De la figura 3 se deduce que a medida que nos alejamos del eje de coordenadas el teletrabajador depende cada vez más de la dotación de infraestructuras, tanto públicas como privadas (la infraestructura de comunicaciones del aeropuerto en el ejemplo), y a medida que nos acercamos al eje de coordenadas, la dependencia se produce de la inversión individual del trabajador o de su empresa (en el ejemplo del que trabaja en el hogar, la velocidad de su ADSL, o sistema de banda ancha que le preste servicio, el ordenador personal que utilice, los programas que maneje, etc.).

Figura 3 Definición del contexto del teletrabajo para las tecnologías y las infraestructuras.

Fuente: European Telework Development.

Las oportunidades que ofrece la economía en red determinan la aparición de nuevas actividades relacionadas con las TIC y con la economía del conocimiento, pero también implican la reestructuración de ciertas actividades tradicionales, que ahora pasan a reposar intensivamente sobre un componente tecnológico.

Para ilustrar la exposición anterior, sirvan de ejemplo los siguientes datos de la Encuesta de uso de TIC y comercio electrónico en las empresas 2007-2008 (INE): en las empresas de menos de 10 asalariados, el 81% de los trabajadores se conectan a los sistemas TIC de la empresa por redes externas desde casa, el 38% desde otras localizaciones o sedes de la empresa, el 57% desde instalaciones de clientes o empresas asociadas, y finalmente, el 52% durante viajes de negocios (hoteles, aeropuertos, etc.).

Pero, ¿qué actividades son más propensas al teletrabajo?

La Unión Europea (*Information Society Technologies*) considera, en relación con el espectro de condiciones del teletrabajo, cuatro variables o dimensiones que pueden ayudar a determinar qué actividades pueden llegar a realizarse en régimen de trabajo remoto:

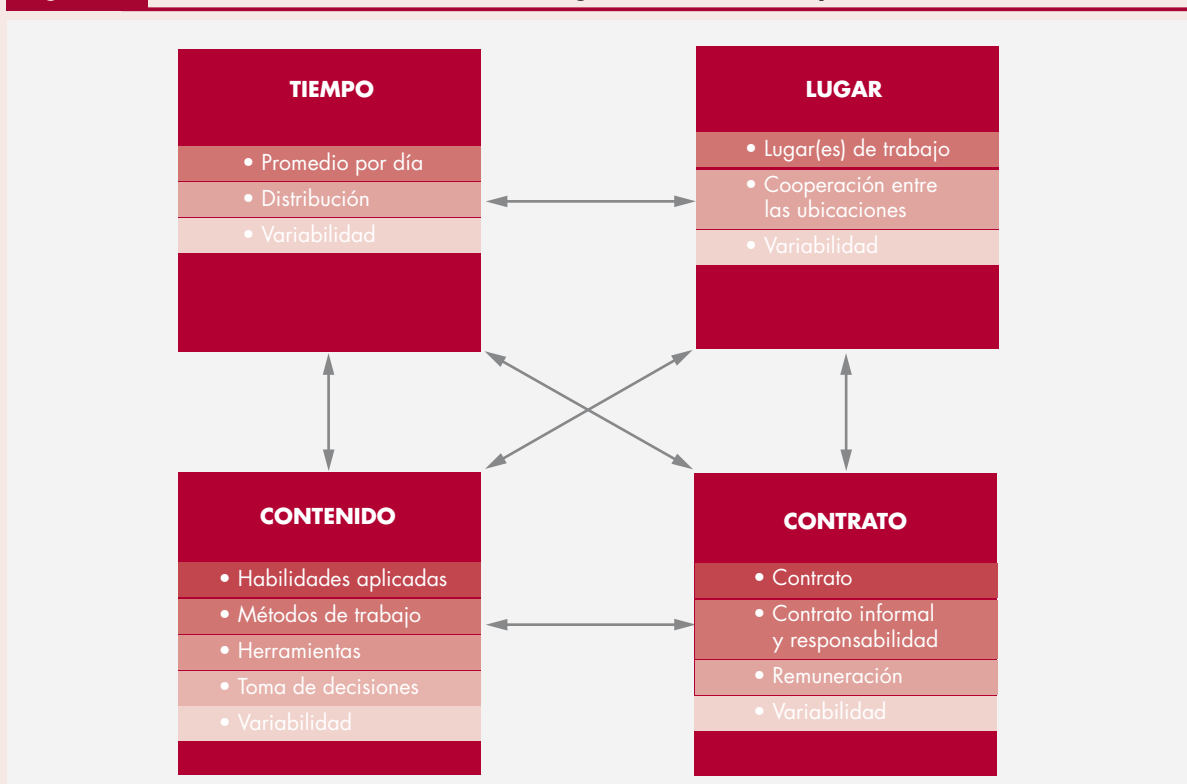
1. Tiempo de trabajo
2. Lugar de trabajo

3. Tipo de trabajo

4. Contenido del trabajo

Todas estas variables, que influyen en los cambios de organización, presentan diversas correlaciones y configuran el nuevo marco de relaciones laborales que se está imponiendo en los últimos años en las economías de los países más desarrollados, según se puede observar en la figura 4.

Figura 4 Cambios en la flexibilidad de la organización del trabajo



Las actividades y ocupaciones susceptibles de ser realizadas a través del teletrabajo deben tener en cuenta las siguientes variables:

- *Dimensión Tiempo*: equilibrar la dotación de capital humano con las exigencias temporales de las actividades (los tiempos de demanda del cliente, los del trabajo de las máquinas o la utilización óptima del capital invertido).
- *Dimensión Lugar*: obtener configuraciones de capital humano que se puedan modificar más fácilmente sin necesidad de trasladar físicamente a las personas de un lugar a otro.
- *Dimensión Contenido*: contar con una mayor combinación de habilidades constantemente actualizada en el personal con el fin de que se pueda adaptar rápidamente y consecuentemente a las necesidades del mercado.
- *Dimensión Contrato*: disfrutar de mayor libertad para adaptar los recursos de capital humano a las exigencias de las actividades, en concreto a las variaciones cuantitativas y cualitativas de la demanda.

Estos cuatro entornos, y las relaciones entre sí, configuran el escenario de condiciones y requisitos que ha de cumplir una determinada actividad profesional que pretenda adoptar un modelo de teletrabajo para la organización de su fuerza laboral.

Los entornos de trabajo colaborativo

Para lograr garantizar la flexibilidad y la competitividad de los negocios se requiere el desarrollo de la habilidad para que organizaciones y comunidades puedan colaborar superando las barreras del espacio y el tiempo, haciendo el mejor uso de los conocimientos y competencias disponibles. Este proceso necesita nuevas herramientas y aplicaciones que superen las limitaciones que han supuesto un lastre para la tecnología aplicada hasta ahora al desempeño del teletrabajo y al trabajo en grupo, que, en general, presenta los rasgos expuestos en la tabla 1.

Taula 1 Limitaciones de la tecnología actual de trabajo colaborativo

Incompatibilidad entre diferentes aplicaciones, tipos de datos y patrones de utilización.

A menudo no alcanzan una gran masa crítica de usuarios. Diferentes niveles de conocimiento tecnológico por parte de los teletrabajadores.

Las aplicaciones de audio y vídeo no siempre son de alta calidad.

Requerimientos de infraestructuras de calidad (banda ancha) sobre todo en zonas rurales o aisladas.

Las empresas, generalmente por motivos de seguridad o presupuestarios, suelen ir a la zaga en la adopción de los últimos desarrollos de la economía digital.

Se producen problemas de comunicación cuando las herramientas son utilizadas entre distintas comunidades, organizaciones o distintas culturas de trabajo.

La tecnología se utiliza para apoyar formas de trabajo tradicionales mientras que la sociedad en red demanda sistemas innovadores de colaboración en red.

Las herramientas y aplicaciones de red han conocido un desarrollo notable en la última década; sin embargo, urge aplicar el producto de la innovación al entorno laboral y, más en concreto, al teletrabajo, intentando conseguir métodos más ágiles y revolucionarios de interacción entre los distintos agentes que intervienen en un determinado proceso creativo o productivo. En concreto, en los próximos años, los entornos de trabajo colaborativo se convertirán en una exigencia para la sociedad del conocimiento –serán la norma en vez de la excepción– principalmente por razones como:

- La naturaleza progresivamente interconectada de los negocios.
- La creciente complejidad en las relaciones de los distintos agentes económicos que demanda una modularidad y flexibilidad de las funciones colaborativas.
- La globalización de las economías y de las empresas, que exige a los trabajadores superar las barreras del tiempo y el espacio, así como las diferencias organizativas y culturales.
- El valor de la información que, en la economía del conocimiento, solamente aumenta a través de procesos y actividades colaborativos.
- La flexibilidad de los procesos de las organizaciones derivará en importantes reducciones de costes.
- La tecnología de trabajo en red permite aumentar el grado de conciliación familiar del trabajador, elevar su nivel de calidad de vida y, además, tiene un impacto positivo en el medio ambiente.
- Los entornos colaborativos de trabajo ofrecen a los colectivos más desfavorecidos (mujeres, minorías, ancianos, personas con alguna discapacidad, etc.) mayores oportunidades de integración laboral, contribuyendo a superar la brecha digital que los excluye de la sociedad de la información.
- Algo parecido sucede con las diferencias entre las zonas urbanas y rurales, que se reducen como consecuencia del

uso de las tecnologías, que permite la creación de puestos de trabajo con independencia del lugar geográfico de realización.

El escenario que se perfila en el campo del trabajo en red en los próximos cinco años tiene como referencia rasgos como los siguientes:

- Equipos de trabajo que comparten espacios virtuales interconectados a otros espacios de otros equipos.
- Herramientas de inteligencia grupal y de comunicación entre expertos.
- Los trabajadores más cualificados se liberan paulatinamente de las tareas rutinarias para centrarse en la creatividad.
- Se refuerza el apoyo a la autoorganización del trabajo por parte del trabajador.
- Aparición de herramientas electrónicas de brainstorming tanto para equipos internos de trabajo como para interactuar con otros equipos.
- Utilización de sistemas de telepresencia con interfaces innovadoras.
- Aparición de nuevas áreas de negocio basadas en la prestación de servicios a los teletrabajadores (asistencia técnica, soporte administrativo, formación, etc.).

En un entorno de trabajo virtual la tecnología no debe suponer una limitación dado que, muy al contrario, supone un abanico de posibilidades. El uso de dispositivos físicos deja paso a software avanzado de comunicación, como puede ser *e-fax*, *VoIP*, *softphones*, etc. Por otro lado, se produce una optimización del uso de repositorios de información y de los espacios colaborativos: la información es accesible y compartida entre los distintos trabajadores, sin renunciar a la seguridad. En general, cuanto más elevado es el nivel tecnológico, mayor es la independencia del espacio físico.

La tecnología disponible actualmente para desarrollar tareas en modo teletrabajo se puede resumir en los siguientes puntos:

- Telefonía fija
- Telefonía móvil
- Acceso fijo a e-mail
- Acceso fijo a Internet
- Acceso móvil a e-mail
- Acceso móvil a Internet
- Acceso móvil a distintas aplicaciones
- Sala de videoconferencia
- Servicio de teleconferencia o video/telco IP
- Programas *groupware*
- Aplicaciones para compartir programas o documentos
- Aplicaciones integrales de trabajo colaborativo
- Programas de gestión del conocimiento
- Formación y aprendizaje online

El teletrabajo y la evolución de Internet

La World Wide Web primigenia que emergió a mediados de los noventa, caracterizada por las páginas HTML y el papel pasivo del usuario, ha evolucionado en la presente década hacia el concepto de Web 2.0. El término Web 2.0 fue acuñado por Dale Dougherty de O'Reilly Media y hace referencia a un escenario en el que la información es el procesador, la web es ahora la plataforma y la red tiene su protagonismo en la arquitectura de participación de los cibernautas. El usuario adquiere un nuevo papel como productor y consumidor de su propia información a través de herramientas manejadas por él mismo, que llevan consigo un mayor dinamismo e interactividad.

De esta forma, el grado de relación del internauta con otros internautas se proyecta de forma exponencial a través de herramientas y aplicaciones como los wikis, blogs, podcast, sindicadores de contenidos o las redes sociales (Facebook, Myspace, Tuenti, Twitter...). Se ha evolucionado de un espacio de lectura a uno más avanzado de lectura-escritura, en donde la complejidad técnica de los programas de creación de páginas web de antaño ha dado paso a una nueva facilidad para producir y compartir información.

Muchas aplicaciones de la Web 2.0 pueden apoyar el teletrabajo y mejorar la eficiencia de la labor diaria del teletrabajador, planificar más eficientemente los proyectos, potenciar las propias capacidades, identificar nuevos mercados y aliados o darse a conocer al mundo.

En concreto, existen soluciones en distintas áreas, a menudo gratuitas, como las que se enumeran a continuación:

- Productividad y colaboración: Google Docs, Google Apps, Zoho Office...
- Tareas comerciales: Google Adwords, Facebook Ads, Elance.com
- Gestión: Base Camp, Zoho Projects...
- Comunicación: Gmail, Yahoo, Skype, Facebook, Zoho Meeting...
- Marketing viral: Facebook, LinkedIn, Blogger, WordPress...

Las distintas aplicaciones Web 2.0 comparten una serie de rasgos que establecen una diferencia importante con otro software más tradicional, entre los que se pueden destacar:

- Son herramientas en red a las que se accede a través de un navegador (Explorer, Firefox, etc.) y que requieren que el usuario se dé de alta, lo que suele ser un proceso muy rápido.
- Demandan, por tanto, una conexión a Internet con un cierto ancho de banda, que se va ampliando progresivamente.
- Frente al intercambio de archivos por medio de correo electrónico, ofrecen la posibilidad de compartir documentos e imágenes entre usuarios.
- Propician la deslocalización del usuario dado que son accesibles a través de conexiones inalámbricas wi-fi, WIMAX y móviles 3G y UMTS.
- Las aplicaciones que manejan contenidos que tradicionalmente han requerido elevadas capacidades de procesamiento (audio, vídeo o imagen) utilizan formatos de archivos comprimidos mucho más ágiles para trabajar con ellos y más rápidos de intercambiar online.

La siguiente generación web, denominada Web 3.0 o, más comúnmente, web semántica, supondrá un salto cualitativo en la forma de manejar la información que, sin duda, tendrá efectos trascendentales en la configuración y el funcionamiento de los entornos de trabajo colaborativos.

entornos web en donde la inteligencia artificial confluirá con la tecnología de Internet, introduciendo descripciones explícitas sobre el significado de los recursos, de modo que las propias máquinas sustituirán al usuario en las tareas más costosas y rutinarias de búsqueda y procesamiento de información. En la práctica, esto implicará que la web ya no enlazará páginas sino datos entre sí, y que se pasará de una web de la información a una web del conocimiento.

Por lo tanto, la evolución de la tecnología de redes proyecta un amplio espectro de oportunidades para los negocios y/o las actividades realizadas en régimen de teletrabajo.

LA INICIATIVA EMPRENDEDORA EN LA EMPRESA

Eugènia Bieto (ESADE)*

Hasta la década de 1980 el fenómeno emprendedor se había circunscrito a la creación y desarrollo de nuevas empresas. Actualmente son las organizaciones empresariales las que también quieren ser emprendedoras y crecer a través del desarrollo de nuevos proyectos. Este nuevo fenómeno ha recibido el nombre de *corporate entrepreneurship*. Su aparición se debe a la investigación que llevan a cabo las empresas en su afán por encontrar nuevas formas de acelerar los procesos de identificación de oportunidades de crecimiento y de desarrollo de proyectos innovadores.

Las primeras empresas que decidieron adoptar algunos de los comportamientos y prácticas de los emprendedores independientes y crear las condiciones de contexto adecuadas para favorecer actitudes emprendedoras entre sus empleados fueron grandes corporaciones, sobre todo de matriz norteamericana. En España el *corporate entrepreneurship* llegó a través de las empresas multinacionales y se difundió rápidamente hasta convertirse en un fenómeno emergente.

La definición aceptada actualmente por la mayoría de los investigadores es la siguiente: el *corporate entrepreneurship* o *intrapreneurship* es el conjunto de estrategias y prácticas que la empresa lleva a cabo para fomentar, cultivar y gestionar las competencias emprendedoras de la organización y crear las condiciones de contexto que hagan viable el desarrollo de nuevas ideas y proyectos empresariales (*corporate venturing*) o la renovación de las ideas clave sobre las cuales se había creado la empresa (Guth y Ginsberg, 1990; Sharma y Chrisman, 1999; Bieto, 2001).

1. Evolución histórica

El *corporate entrepreneurship* nació como extensión de la iniciativa emprendedora. A pesar de que las primeras publicaciones datan de finales de la década de los años setenta, no fue hasta la década de los noventa cuando se empezó a publicar un volumen suficiente de investigaciones empíricas que consolidaban este campo de conocimiento.

Los primeros trabajos, publicados entre 1970 y 1985, sentaron las bases de un nuevo campo temático, el *corporate entrepreneurship*, deudor del programa más extenso de iniciativa emprendedora, pero con sus propios matices, que se alimentaban de la dirección estratégica de la empresa, la gestión de la innovación y la teoría de la organización, y que hacía referencia al conjunto de actividades emprendedoras que se formalizaban en el seno de la empresa (Vesper y Holmdahl, 1973; Von Hippel, 1977; Biggadike, 1979; Schollhammer, 1982; Block y MacMillan, 1985).

Más tarde, entre 1985 y 1990, el *corporate entrepreneurship* suscitó el interés de autores del campo de la estrategia empresarial (Quin, 1985; Low y MacMillan, 1988; Stevenson y Jarillo, 1990), para quienes las empresas necesitaban líderes emprendedores que supieran orientarse hacia la búsqueda permanente de oportunidades.

En la década de 1990 se creó un marco general de análisis, a partir de la sistematización de conceptos y definiciones, el establecimiento de modelos explicativos y la publicación de varias investigaciones empíricas, que han permitido consolidar el *corporate entrepreneurship* como campo de investigación (Guth y Ginsberg, 1990; Covin y Slevin, 1991; Lumpkin y Dess, 1996; Sharma y Chrisman, 1999).

La aparición de nuevos fenómenos, como el aumento de fondos de capital riesgo corporativo o el interés de las grandes empresas en promover alianzas con pequeñas empresas, universidades y centros de investigación, aportan actualmente nue-

* Traducido del original catalán

vas dimensiones que no habían sido contempladas en los modelos desarrollados en los años noventa. De este modo, en los últimos años han aparecido artículos como los de Miles y Covin (2002) y Birkinshaw (2003), que redefinen el concepto de *corporate entrepreneurship* e introducen nuevas situaciones que se corresponden con la realidad empresarial actual.

2. El *corporate entrepreneurship* y el crecimiento empresarial

La mayoría de los modelos de investigación proponen una relación entre la orientación emprendedora y el crecimiento empresarial, medido a través del incremento en las ventas, el beneficio y la cuota de mercado, el lanzamiento de nuevos productos y el desarrollo de nuevos proyectos.

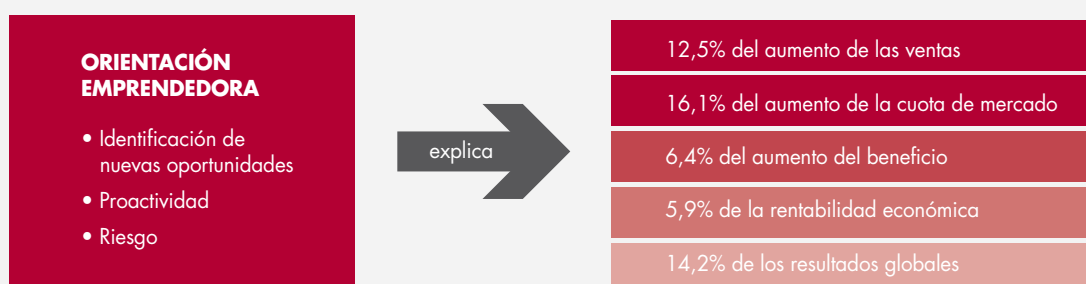
La orientación emprendedora es un constructo introducido por Covin y Slevin (1991) para medir el *corporate entrepreneurship*, formado por cinco dimensiones: la asunción de riesgos por parte de la alta dirección respecto de las decisiones de inversión; las acciones estratégicas ante la incertidumbre; el alcance y la frecuencia de la innovación del producto; el grado de liderazgo tecnológico, y la propensión a competir de manera agresiva y proactiva con los rivales del sector.

La mayor parte de las investigaciones coinciden en afirmar que existe una relación positiva entre la orientación emprendedora y los resultados empresariales (Zahra, 1991; Barret y Weinstein, 1998; Wiklund, 1999; Lumpkin y Dess, 2001; Antoncic y Hirsich, 2003; Zehir y Sule, 2007; Bhardwaj, Sushil y Momaya, 2007).

En este sentido, las investigaciones son concluyentes al afirmar que, en determinados contextos, el *corporate entrepreneurship* ayuda a mejorar los resultados empresariales (Zahra, 1993; Lumpkin y Dess, 1996). Así, en entornos dinámicos, las empresas persiguen el *corporate entrepreneurship* para captar las oportunidades que se presenten con más facilidad; en cambio, en entornos hostiles, el *corporate entrepreneurship* ayuda a las empresas a redefinir los modelos de negocio.

La combinación de innovación, proactividad y riesgo tiene un impacto positivo, pero desigual, en diferentes indicadores de resultados; es mayor en el aumento de las ventas, la cuota de mercado y los resultados globales, y es menor en su influencia en el aumento del beneficio y la rentabilidad (figura 1).

Figura 1 Relación entre la orientación emprendedora y los resultados empresariales en una muestra de 254 empresas industriales españolas



3. Factores internos que explican el *corporate entrepreneurship*

Guth y Ginsberg (1990) propusieron un modelo general de análisis que permitía integrar las diversas dimensiones que intervienen en el *corporate entrepreneurship*, y afirmaron que el comportamiento emprendedor de una empresa se explica por determinadas variables del entorno general y competitivo en el que opera, por el perfil de los líderes estratégicos y por la estrategia, la estructura, los procesos y la cultura de la organización. Además de plantear la existencia de una posible relación positiva entre la orientación emprendedora y los resultados empresariales, su modelo de investigación afirmaba que esta relación estaba influenciada contingencialmente por el efecto de variables estratégicas, del entorno e internas de la empresa.

En lo referente a los efectos contingentes de los factores internos, prácticamente todos los autores incluyen dimensiones presentes en cinco categorías diferentes de variables internas, a fin de intentar inferir cómo son y cómo actúan las empresas que implantan con éxito programas de *corporate entrepreneurship* (Millar y Friesen, 1982; Burgelman, 1983; Burgelman, 1984; Kanter, 1987; Dean et al., 1993; Block y Ornatti, 1997; Dess y Lumpkin, 2005; Antoncic, 2006; Ireland et al., 2006; Kaya, 2006).

- Estrategia y procesos estratégicos: las variables incluidas en esta categoría hacen referencia a las estrategias corporativas y de negocio que siguen las empresas emprendedoras, los sistemas de planificación estratégica que establecen, los procesos de elaboración de la estrategia, el grado de conocimiento de la estrategia en los diferentes niveles de la organización y los sistemas de control de gestión existentes. Los autores concluyen que en las empresas orientadas al crecimiento y la diversificación, con estrategias de diferenciación, y en las que las estrategias son flexibles y los planes estratégicos son conocidos por los empleados, que a su vez participan en el desarrollo de estos planes, el *corporate entrepreneurship* tiene mayor impacto en los resultados empresariales.
- Estructura y acceso a los recursos: esta categoría incluye el tipo de estructura que facilita el éxito de los programas de *corporate entrepreneurship*, el modo de organizar las actividades de innovación, los procedimientos internos que existen para lograr los recursos necesarios para los nuevos proyectos, los mecanismos de coordinación y el nivel de flexibilidad que se necesita para estimular comportamientos emprendedores internos. Las estructuras horizontales y poco jerárquicas, la descentralización en la toma de decisiones, la existencia de redes informales, el acceso a la información y a recursos críticos como el tiempo, y la existencia de procesos formales para la canalización de las actividades intraemprendedoras aumentan el impacto positivo del *corporate entrepreneurship* en los resultados.
- Cultura: las dimensiones incluidas en este grupo son las normas, los valores y las creencias culturales que facilitan el *corporate entrepreneurship*, así como la coherencia entre los valores y las prácticas empresariales. De las investigaciones existentes en la bibliografía se concluye que una cultura basada en la tolerancia de los errores, el reconocimiento de los éxitos, la búsqueda de la excelencia, el compromiso con la organización y la confianza en las personas favorece el éxito de los programas de *corporate entrepreneurship*.
- Políticas de recursos humanos: este grupo analiza la influencia de las políticas de selección e información en el comportamiento emprendedor de los empleados, y los incentivos que estimulan a los trabajadores a implicarse en la investigación de nuevas oportunidades para las empresas. Estas políticas incluyen el fomento del trabajo en equipos multidisciplinarios, la existencia de autonomía para la toma de determinadas decisiones y el desarrollo de proyectos y el establecimiento de recompensas económicas y no económicas relacionadas con la asunción de riesgos y la consecución de objetivos.

- Equipo directivo y gobierno corporativo: finalmente, en esta categoría se incluyen los estilos de liderazgo apropiados para conseguir un comportamiento emprendedor en los empleados, el papel de los mandos intermedios y la participación de los directivos en los órganos de gobierno de la empresa. La ayuda de la alta dirección y el compromiso y la experiencia de los diferentes niveles de dirección, sobre todo de los mandos intermedios, con las actividades de innovación refuerzan la relación entre el *corporate entrepreneurship* y los resultados.

4. Una tipología de empresas según su nivel de *corporate entrepreneurship*

En una investigación realizada en 254 empresas industriales españolas se identificaron cuatro tipologías claramente diferenciadas de empresas según su nivel de orientación emprendedora y de prácticas emprendedoras (Bieto, 2008)

Las prácticas emprendedoras son un constructo formado por un conjunto de actividades que las empresas realizan para buscar sistemáticamente nuevas ideas y oportunidades, su implementación y el desarrollo de nuevos proyectos, servicios o negocios; se clasifican en prácticas internas, prácticas externas y proceso. Las prácticas internas hacen referencia a políticas de recursos humanos que buscan incentivar el comportamiento intraemprendedor de los empleados y a medidas organizativas que tienen como objetivo favorecer el desarrollo de nuevas ideas. Las políticas externas incluyen actividades relacionadas con la búsqueda de alianzas externas con pequeñas empresas emprendedoras, centros de investigación y fondos de capital riesgo. Finalmente, el proceso se refiere al establecimiento de procesos estructurados y a la creación de unidades internas para el desarrollo de nuevos proyectos.

La muestra de empresas analizada estaba formada por un 69,5% de empresas que realizan actividades de *corporate entrepreneurship* y un 30,5% que no las realizan. Aquellas que no llevan a cabo actividades emprendedoras las hemos denominado seguidoras, porque no innovan, sino que siguen las estrategias de las competidoras y no se preocupan por crear condiciones apropiadas para la búsqueda de oportunidades.

No obstante, la gran mayoría de las empresas de la muestra desarrollaban actividades emprendedoras. En este sentido, el estudio revela que las empresas españolas siguen tres maneras distintas de aproximarse al *corporate entrepreneurship*. Un 20,6% de las empresas de la muestra combina estrategias internas y externas para desarrollar nuevos proyectos, así como la creación de un proceso estructurado; esta estrategia les ha proporcionado altos niveles de innovación que les han permitido ir por delante de sus competidores: son las emprendedoras *internas* y *externas*.

Un 36,5% (las más numerosas) ha apostado por desarrollar fundamentalmente las capacidades internas de la organización para buscar nuevas oportunidades. Esta estrategia les ha permitido lograr buenos niveles de innovación y avanzar, en muchos casos, a sus competidoras. Han sido bautizadas con el nombre de *intraemprendedoras* y se preocupan fundamentalmente por crear procesos internos para buscar nuevas ideas y desarrollar y estimular las competencias emprendedoras de sus empleados, mediante políticas de formación e incentivos.

Solo un 12,4% de las empresas ha decidido externalizar sus capacidades emprendedoras, buscando alianzas con pequeños emprendedores independientes y con centros de investigación. A pesar de que consiguen buenos niveles de innovación, éstos son menores que en los otros dos grupos y casi siempre van por detrás de la competencia. Son las emprendedoras *externas*.

Estos tres grupos de empresas (emprendedoras internas y externas, intraemprendedoras y emprendedoras externas) presentan actividades de *corporate entrepreneurship* y demuestran que las empresas españolas siguen aproximaciones diferentes en la búsqueda de nuevas oportunidades de crecimiento.

Las cuatro tipologías de empresas son diferentes en cuanto a sus dimensiones (las seguidoras son las menores, mientras que las emprendedoras internas y externas son las mayores), en estrategia competitiva genérica (las seguidoras son las únicas que no apuestan por una estrategia de diferenciación) y en la percepción que tienen del entorno (tanto las emprendedoras internas y externas como las intraemprendedoras y las emprendedoras externas consideran que el entorno ofrece oportunidades de crecimiento, mientras que las seguidoras ven los cambios del entorno como una amenaza).

El mismo estudio demuestra que las empresas con actividades de *corporate entrepreneurship* presentan mejores resultados que las que no llevan a cabo actividades emprendedoras. Más concretamente, de entre las que realizan actividades de *corporate entrepreneurship*, las emprendedoras internas y externas son las que están más satisfechas con los resultados, seguidas de las intraemprendedoras y de las emprendedoras externas. Las diferencias entre los tres grupos son, sin embargo, muy pequeñas. Las empresas seguidoras presentan de manera sistemática peores resultados.

La estrategia de *corporate entrepreneurship* que parece más adecuada es la que combina prácticas internas de desarrollo de las competencias organizativas intraemprendedoras y procesos bien establecidos, con prácticas externas de búsqueda de nuevas oportunidades mediante alianzas estratégicas.

Estos resultados nos llevan a afirmar que no existe una única manera de adoptar estrategias de *corporate entrepreneurship*. Así, cada empresa, según sus características, puede decidir la tipología emprendedora que quiere seguir: el desarrollo de programas internos basados en políticas de recursos humanos que estimulen la capacidad emprendedora de los empleados, el establecimiento de procesos específicos para la búsqueda y el desarrollo de nuevas ideas o el fomento de alianzas estratégicas con emprendedores independientes, centros de investigación y fondos de capital riesgo.

5. Liderazgos emprendedores: los intraemprendedores

Ya se ha explicado en el apartado 3 la influencia de los directivos en la adopción de estrategias de *corporate entrepreneurship*. Al hablar de liderazgos emprendedores se hace referencia al rol específico que tienen los diferentes niveles directivos. Así, la alta dirección es la responsable de orientar la cultura empresarial hacia una cultura en la que se reconoce la iniciativa individual como fuente de riqueza para la empresa; también es a la alta dirección a quien le corresponde crear las condiciones internas que permitan el desarrollo de comportamientos intraemprendedores y establecer mecanismos para medir la actividad emprendedora interna. Los directivos y los mandos intermedios tienen un papel clave; según autores como Burgelman (1984), pueden hacer fracasar políticas de *corporate entrepreneurship* bien diseñadas si no se implican en su implementación. Finalmente, los intraemprendedores son el elemento central del proceso. Su capacidad para identificar oportunidades, comprometerse con ellas y arrastrar tras de sí equipos, les convierte en protagonistas y agentes de cambio hacia una dinámica empresarial de innovación (Hornsby et al., 1993). A pesar de que los intraemprendedores comparten muchas características con los emprendedores independientes, los autores coinciden en afirmar que presentan diferencias esenciales (tabla 1).

Los intraemprendedores no tienen el mismo deseo de independencia que los emprendedores independientes. Se sienten más confortables formando parte de una organización que les garantice unos ingresos regulares, pero al mismo tiempo su creatividad y su capacidad para ver las cosas de una manera distinta les lleva a querer desarrollar sus propios proyectos. A diferencia de los emprendedores independientes, los intraemprendedores no tienen el control sobre los recursos; esto les lleva a tener que conseguir el soporte de directivos y de otros departamentos (Basso, 2004).

Tabla 1 Diferencias entre los emprendedores independientes y los intraemprendedores

Emprendedores independientes	Intraemprendedores
Necesidad de conseguir un objetivo	Necesidad de conseguir un objetivo
Deseo de independencia	Menos deseo de independencia pero necesidad de autonomía
Perseverancia	Perseverancia
Visión a largo plazo	Creatividad
Creatividad	Más aversión al riesgo
Capacidad de asumir riesgos	Capacidad de buscar patrocinadores internos
Capacidad para gestionar las redes	Capacidad de saltar las barreras internas.
Fuente: elaboración propia.	

Conclusiones

La adopción de una cultura emprendedora y la implantación de prácticas específicas pueden estimular el comportamiento emprendedor de los empleados de las empresas y las organizaciones, tanto si son públicas como privadas, pequeñas o grandes. También permiten establecer alianzas con empresas de nueva creación. Si los directivos de las organizaciones favorecen estas políticas, la actividad emprendedora y el crecimiento de las empresas aumenta y, en consecuencia, mejora la estructura productiva del país.

Bibliografía

- Antoncic, B. (2006) "Impacts Of Diversification And Corporate Entrepreneurship Strategy Making On Growth And Profitability: A Normative Model". *Journal of Enterprising Culture*, 14(1):49-63.
- Basso, O. (2004). *L'Intrapreneuriat*, Economica-Gestion, París.
- Bieto, E. (2001). "Emprendiendo desde la empresa, elementos del "corporate entrepreneurship". *Iniciativa Emprendedora*, (30):33-43.
- Bieto, E. (2008). "Aproximación al Corporate Entrepreneurship en España. Tipologías y relación con los resultados empresariales", *Tesi doctoral*, URL.
- Biggadike, R. (1979). "The risky business of corporate diversification". *Harvard Business Review*, 57(3):103-111.
- Birkinshaw, J. (2003). "The Paradox of Corporate Entrepreneurship". *strategy+business*, 2-13-03:1-10.
- Block, Z.; MacMillan, I.C. (1985) "Milestones for successful ventures planning". *Harvard Business Review*, sep-oct:184-196.
- Block, Z.; Ornati, O. (1987). "Compensating corporate venture managers". *Journal of Business Venturing*, 2(2):41-52.
- Burgelman, R. A. (1983). "A process model of internal corporate venturing in the diversified major firm". *Administrative Science Quarterly*, 28:223-244.
- Burgelman, R (1984). "Designs for Corporate Entrepreneurship in Established Firms". *California Management Review*, 26(3):154-166.
- Covin, J.; Slevin, D. (1991). "A conceptual model of entrepreneurship as firm behaviour". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16(1):7-25.
- Dean, T.; Meyer G.; DeCastro, J. (1993) "Determinants of new-firm formations in manufacturing industries: industry dynamics, entry barriers, and organizational inertia". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17(2):49-60.
- Dess, G.; Lumpkin, T. (2005). "The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship". *The Academy of Management Executive*, 19(1):147-156.
- Guth, W.; Ginsberg, A (1990). Guest Editor's Introduction: "Corporate Entrepreneurship". *Strategic Management Journal*, 11:5-15.
- Ireland, D.; Kuratko, D.; Morris, M. (2006a). "A health audit for corporate entrepreneurship: innovation at all levels: part I". *The Journal of Business Strategy*, 27(1):10-17.

- Hornsby, J.; Naffziger, D.; Kuratko, D.; Montagno, R. (1993). "An interactive model of the corporate entrepreneurship process". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17(2):29-37.
- Ireland, D.; Kuratko, D.; Morris, M. (2006b). "A health audit for corporate entrepreneurship: innovation at all levels: part II". *The Journal of Business Strategy*, 27(2):21-31.
- Kanter, R. M. (1987). "Driving corporate entrepreneurship". *Management Review* 75(4):14-17.
- Kaya, N. (2006). "The impact of human resource management practices and corporate entrepreneurship on firm performance: evidence from Turkish firms". *The International Journal of Human Resource Management*, 17(12):2074-2090.
- Low, M.B.; MacMillan, I.C. (1988). "Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges". *Journal of Management*, 14(2):139-161.
- Lumpkin, G.; Dess, G. (1996). "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance". *Academy of Management Review*, 21:135-172.
- Miller, D.; Friesen, P. (1982). "Innovation in conservative and entrepreneurial firms: two models of strategic management". *Strategic Management Journal*, 3:1-25.
- Miles, M.; Covin, J. (2002). "Exploring the Practice of Corporate Venturing: Some Common Forms and Their Organizational Implications". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 26(3): 21-40.
- Quinn, J.B. (1985). "Managing Innovation: Controlled Chaos". *Harvard Business Review*, 63(3): 73-84.
- Schollhammer, H. (1982). "Internal Corporate Entrepreneurship". A Kent, Sexton & Vesper, *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice-Hall.
- Sharma, P.; Chrisman, J. (1999). "Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(3):11-27.
- Stevenson, H.; Jarillo (1990). "A paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management". *Strategic Management Journal*, 11(5):17-27.
- Vesper, K.H.; Holmdahl, T. (1973). "How venture management fares in innovative companies". *Research Management*, 16(3):30-32.
- Von Hippel, E. (1977). "Successful And Failing Internal Corporate Ventures - An Empirical Analysis". *Industrial Marketing Management*, 6(3):163-174.
- Zahra, S. (1991). "Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: an exploratory study", *Journal of Business Venturing*, 6:259-285.
- Zahra, S. (1993). "Environment, corporate entrepreneurship and financial performance: a taxonomic approach". *Journal of Business Venturing*, 8:319-340.

«CAPITAL INTELIGENTE» PARA EMPRESAS EN FASES INICIALES DE DESARROLLO. FALLOS DE MERCADO Y PAPEL DE LOS BUSINESS ANGELS

Juan Roure (IESE Business School i AEBAN, Asociación Española de Redes de Business Angels)

Juan Luis Segurado (IESE Business School)

Típicas restricciones financieras de las empresas jóvenes

En los últimos años, el comportamiento de los mercados financieros que “alimentan” de recursos a los nuevos emprendimientos en la economía ha atraído una enorme atención en el ámbito de la administración pública, el mundo académico y el sector privado. En el centro de este creciente interés, se encuentran, entre otras consideraciones, el análisis de los distintos tipos de financiación que las empresas jóvenes pueden necesitar y recibir en las diferentes fases de su ciclo de vida, la naturaleza de los acuerdos contractuales de deuda o de capital riesgo, la interconexión y el grado de sustitución entre las diferentes fuentes de financiación, el grado de preparación de los emprendedores para recibir financiación y el papel de la inversión privada como fuente de financiación externa alternativa. En este espacio, repasaremos brevemente las restricciones principales que enfrentan los emprendedores para acceder a la financiación externa en fases tempranas del desarrollo de sus proyectos y analizaremos específicamente el papel que pueden jugar los inversores privados (business angels) en estas etapas, como fuente de financiación alternativa, y las redes de inversores privados como plataformas de encuentro entre emprendedores e inversores.

Desde la perspectiva de los mercados de capitales, el atributo más sobresaliente que define a una empresa pequeña y joven es su “opacidad informativa”, es decir, la carencia de información relevante que permita evaluarla como demandante de financiación. Las empresas nuevas y pequeñas tienen dificultades para demostrar de una forma creíble las posibilidades y la calidad del proyecto empresarial a los potenciales suministradores de capital. Utilizando el marco conceptual del ciclo financiero de desarrollo de empresas pequeñas¹ podemos visualizar claramente cómo las necesidades y fuentes de financiación cambian a medida que el negocio evoluciona, gana más experiencia y, por tanto, se hace menos “opaco” informativamente hablando. Las empresas más pequeñas y más jóvenes se ubican a la izquierda de la figura lo que indica que para financiar la concepción del negocio y su puesta en marcha recurren primero a los ahorros de sus promotores, de la familia o de amistades personales. A medida que se desarrollan, se mueven luego a una primera fase de financiación externa por la vía de ampliación de capital con la entrada de socios-inversores —ya sea capital riesgo “informal”² (inversores privados o business angels) o fondos de capital riesgo “formal”.

En las fases de concepción y semilla, las empresas, debido a su “opacidad informativa”, experimentan dificultades para acceder a fuentes de financiación externas “intermediadas”, como son los bancos o los fondos de capital riesgo institucional. El emprendedor y su equipo aún se encuentran desarrollando el producto o concepto de negocio y los activos de la compañía son intangibles en su mayoría. Cuando el negocio inicia sus operaciones a pequeña escala con un esfuerzo limitado de marketing, las finanzas personales o familiares (financiación “interna”) pueden requerirse nuevamente hasta que se agotan. En este punto, el amplio número de esquemas públicos de ayuda y/o financiación que existen en los ámbitos estatal o autonómico pueden compensar en cierto modo estas dificultades de acceso a la financiación externa privada, pero con frecuencia no alcanzan los volúmenes requeridos por las empresas en estas etapas. Las entidades financieras tradicio-

1. Berger, A. N. & G. Udell (1998): The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle, *Journal of Banking and Finance* 22(6-8), August 1998, pp. 613-73.

2. Se entiende por capital riesgo “informal” las inversiones directas efectuadas por individuos privados (business angels) que utilizan su dinero y lo invierten en empresas no cotizadas (con las cuales no tienen vínculos familiares), mediante la toma de participaciones en el capital social de las mismas. La calificación de “informal” responde a la distinción de este tipo de capital riesgo de la actividad desarrollada por los fondos o sociedades de capital riesgo formal o institucional en el mercado de capital riesgo “organizado”.

nales (por ejemplo, los bancos) proporcionan una asistencia continua, pero son reticentes a conceder créditos en fases iniciales en virtud de las deficiencias de información observadas, los costes resultantes y la falta de garantías. Esto es especialmente notorio cuando se trata de negocios innovadores de base tecnológica que necesitan un volumen importante de recursos para desarrollarse y crecer.

La fase de arranque (*start-up*) se asocia normalmente con el desarrollo de un plan de negocio formal, el cual es utilizado como una herramienta de comunicación frente a los potenciales inversores/financiadores públicos o privados. En esta fase, también existen diversos programas públicos de ayuda y/o financiación, algunos de los cuales actúan en forma de capital riesgo con recursos públicos o mixtos³.

El capital riesgo institucional privado tiende a estar disponible en una fase más avanzada cuando el producto ha pasado el test del mercado exitosamente y básicamente se destina a financiar las actividades de comercialización y producción a plena capacidad. Sin embargo, la inversión privada informal o el capital riesgo formal también son utilizados para financiar el coste de desarrollo de productos/tecnologías innovadores cuando estos costes son muy elevados (por ejemplo, la financiación de las sucesivas fases de ensayos clínicos necesarias para el desarrollo de un fármaco en una empresa biotecnológica). Además, los fondos de capital riesgo institucional generalmente invierten en empresas que han superado una o dos rondas de financiación.

A lo largo de este ciclo, a medida que la empresa va avanzando en su desarrollo, recibiendo financiación y generando una trayectoria avalada por sus operaciones, va disminuyendo progresivamente su nivel de "opacidad informativa", así como también disminuyen los obstáculos financieros asociados. Esto determinará, en cada momento, nuevas decisiones y preferencias acerca de la mejor fórmula de financiación para captar los recursos adicionales necesarios en correspondencia con la fase de desarrollo de que se trate. Pero la tensión entre financiación *interna* y *externa* en una empresa pequeña descansa en última instancia en las preferencias de la persona clave en el proyecto en cuestión: el propietario-gestor. Si para una empresa pequeña es difícil acceder al crédito bancario (la situación más habitual), es posible que la ampliación de capital sea la forma más fácil de conseguir la financiación necesaria; pero, el emprendedor sabe que ello reduce directamente su control sobre la compañía. Su rechazo a que se produzca semejante dilución del control sobre una compañía que él o ella ha contribuido a crear de la nada, a desarrollar y llevar adelante, puede considerarse como una barrera a la expansión con origen en la propiedad, incluso aunque sea una condición necesaria para crecer. Esta restricción es mucho más intensa en empresas iniciales y pequeñas que en empresas más establecidas y de mayor tamaño.

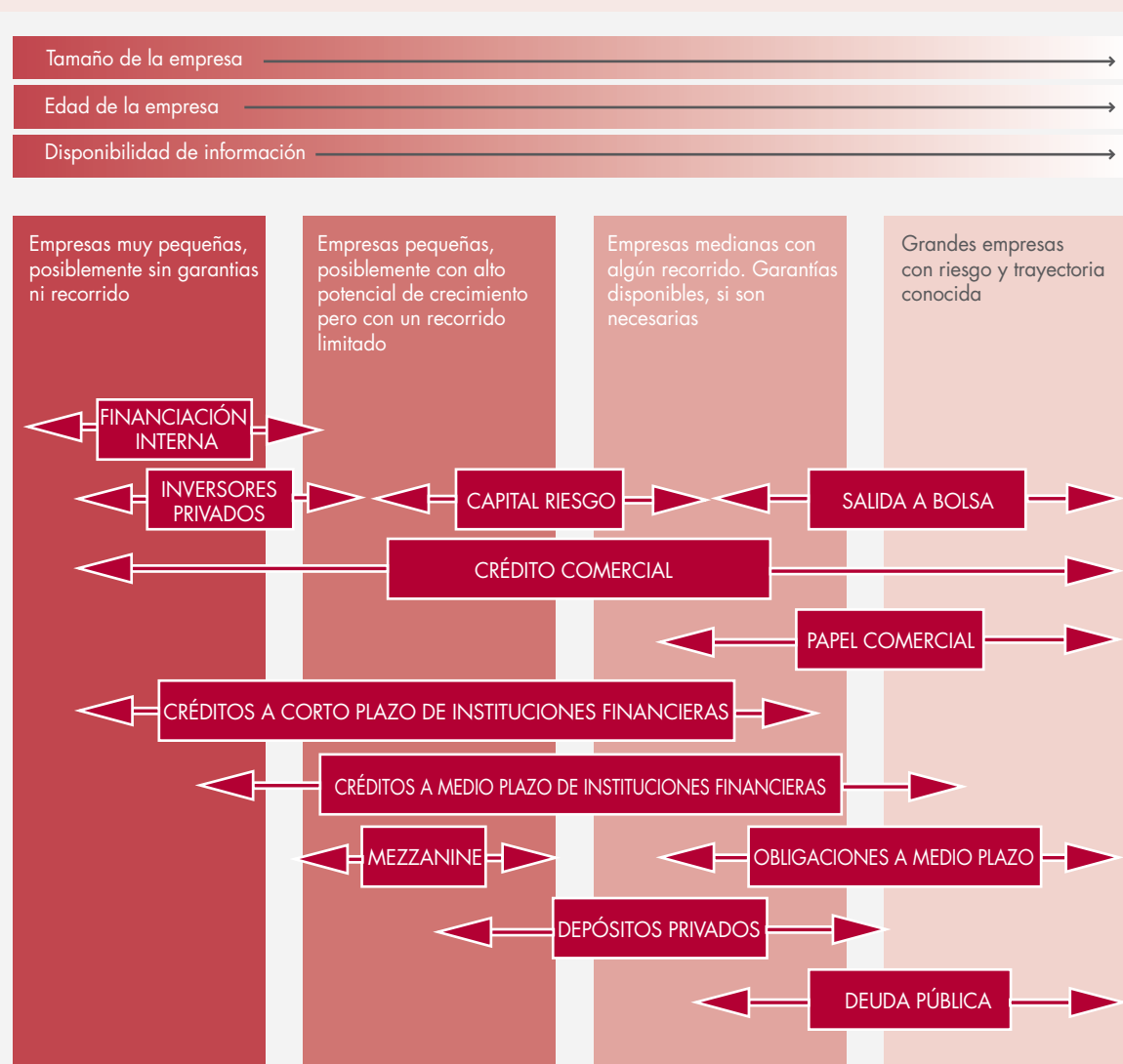
En la práctica, no se trata tanto de que el propietario-gestor modifique sus preferencias frente a las diversas fuentes de financiación disponibles sino, más bien, de las restricciones financieras reales que experimenta su proyecto. Por ejemplo, si se asume la capacidad de autofinanciación como dada (como función de los beneficios de la compañía), la capacidad para crecer de una empresa pequeña estará limitada por la disponibilidad de cualquier fuente de financiación y no tanto por el orden jerárquico en que dichas fuentes son preferidas.

Una primera observación acerca de las empresas pequeñas y emprendedoras es que sus necesidades de financiación y el nivel de riesgo asociado dependerán del grado de desarrollo alcanzado por el proyecto (plan de inversiones). En las fases iniciales, frente a las diversas fuentes de financiación alternativas disponibles, un segundo punto a considerar es que la autofinanciación es una vía limitada para desarrollar el proyecto, ya que la empresa no está en condiciones de generar un

3. Ejemplo de ello son, en el ámbito estatal, la iniciativa NEOTEC del CDTI (créditos NEOTEC o NEOTEC Capital Riesgo), el fondo de capital riesgo público ENISA, el ICO, el SEPI, el programa PROFIT, etc., y en el ámbito autonómico, los diversos esquemas de financiación del CIDEM en Cataluña; XESGALICIA, SO-DICAMAN en Castilla la Mancha, o el fondo Capital Riesgo Madrid por citar algunos ejemplos.

flujo de caja suficiente. Si la empresa sobrepasa la fase semilla y sobrevive, los emprendedores agotan sus ahorros personales o de procedencia familiar y comienzan a considerar el acceso a fuentes de financiación externa (deuda bancaria, programa de financiación públicos o inversores privados). Pero se enfrentan con restricciones financieras externas adicionales. La falta de una trayectoria empresarial y de garantías hace que la financiación bancaria sea prácticamente inaccesible. Además, cuanto mayor es la "intensidad" tecnológica del proyecto de negocio, mayores son las "brechas" de información que separan a los emprendedores de las entidades bancarias y, por tanto, mayor es la necesidad de capacidades específicas para la evaluación de las propuestas de negocio. Las entidades bancarias no siempre disponen de tales capacidades. De la misma manera, cuando exploran la entrada de capital externo por la vía del capital riesgo institucional, dado que los riesgos siguen muy elevados, los fondos exigen unos retornos prácticamente inaceptables para compensar tales riesgos. Si las expectativas de retorno son modestas, muy pocos inversores externos estarán dispuestos a proporcionar fondos al proyecto.

Figura 1 Ciclo financiero de desarrollo de la empresa y fuentes de financiación



Fuente: Berger & Udell, 1998, p. 55.

El impacto del *equity gap*

Si la empresa es capaz de entrar en la fase de crecimiento inicial, el nivel de riesgo percibido disminuye, al tiempo que comienza a generar ingresos y aumentan las necesidades de financiación. Sin embargo, el acceso a otra posible vía de financiación externa para crecer se ve entorpecido por una restricción adicional que viene reflejada por el fenómeno conocido como *equity gap*. El *equity gap* refiere a un fallo en el mercado de capital riesgo en la financiación de empresas en fases iniciales por el cual proyectos de negocio susceptibles de recibir financiación no pueden obtenerla debido a la existencia de imperfecciones en el mercado. El principal fallo es que el capital riesgo institucional no está disponible como vía de financiación para empresas jóvenes y/o para empresas que buscan cantidades de capital relativamente pequeñas. Esto se debe a las altas deseconomías de escala que experimentan los fondos de capital riesgo formal en los procesos de evaluación, gestión y seguimiento de operaciones de inversión de tamaño pequeño. El tamaño de este *equity gap*, así como su localización en términos del tamaño de inversión, depende de la presencia de los denominados inversores “informales” (incluyendo en ello, la familia, los amigos y los *business angels*) y el enfoque inversor de los fondos de capital riesgo formal (firmas y sociedades de capital riesgo) en cada país o incluso región. La brecha de financiación puede llegar desde un tamaño de la inversión de 100.000 euros hasta un 1 millón de euros, aunque las diferencias nacionales son pronunciadas. En Alemania, la brecha se extiende hasta los 5 millones de euros, y en el Reino Unido se estima entre 400.000 euros y 3 millones de euros⁴. En España, a falta de datos fidedignos sobre la actividad del mercado de capital riesgo informal⁵, algunos analistas lo sitúan a partir de los 600.000 euros⁶ (aunque otros sitúan este límite en cantidades inferiores), e incluso llegando hasta los 2-3 millones de euros, es decir, inversiones de un tamaño que serían las adecuadas para fondos de capital riesgo pero que no suelen efectuarse. Los fondos de capital riesgo institucional tienden a entrar en escena en fases más avanzadas, una vez que las empresas han superado la fase de arranque y de crecimiento inicial, son más “estables”, crecen o tienen unas expectativas de rápido crecimiento, y tras haber superado al menos una o dos rondas de financiación, lo que proporciona el mejor escenario de oportunidad para que los fondos de capital riesgo puedan retribuir a sus inversores de acuerdo con sus expectativas.

La imposibilidad de contar con la inyección de capital externo puede limitar gravemente el desarrollo y el crecimiento de empresas emergentes. La existencia de un fallo en el mercado de capital riesgo (*equity gap*) en las etapas iniciales del ciclo financiero de desarrollo establece una barrera adicional al ya de por sí difícil acceso al crédito bancario que experimentan este tipo de empresas jóvenes (con flujos de ingresos inexistentes o de difícil determinación). Este problema no se produce en vacío y forma parte de la eficiencia general del mercado de capital riesgo formal “organizado”, pero, también, del mercado de capital riesgo “informal” (*business angels*).

De modo que las empresas en fases iniciales, por ser demasiado pequeñas, aún no están listas para el capital riesgo formal, por lo que para captar los recursos adicionales que necesitan deben continuar confiando en la autofinanciación y, en especial, en el recurso a los diversos programas de financiación pública o en la entrada de inversores privados. La persistencia de esta situación en los mercados de capitales ha dejado a los *business angels* como una de las pocas fuentes de capital riesgo privado que es factible en estas etapas de desarrollo. El mercado de capitales no funciona en el segmento de operaciones de inversión de tamaño limitado y en empresas jóvenes y los inversores privados pueden ser más adecuados para operar en este tramo del mercado.

4. European Commission (2005), *Best practices of public support for early equity finance, Final report of the expert group*.

5. En este sentido, el tamaño de las operaciones realizadas por los *business angels* de la Red de Inversores Privados de IESE, unas de las más activas en España con sedes en Madrid y Cataluña, oscilan entre 100.000 euros y 1.000.000 euros.

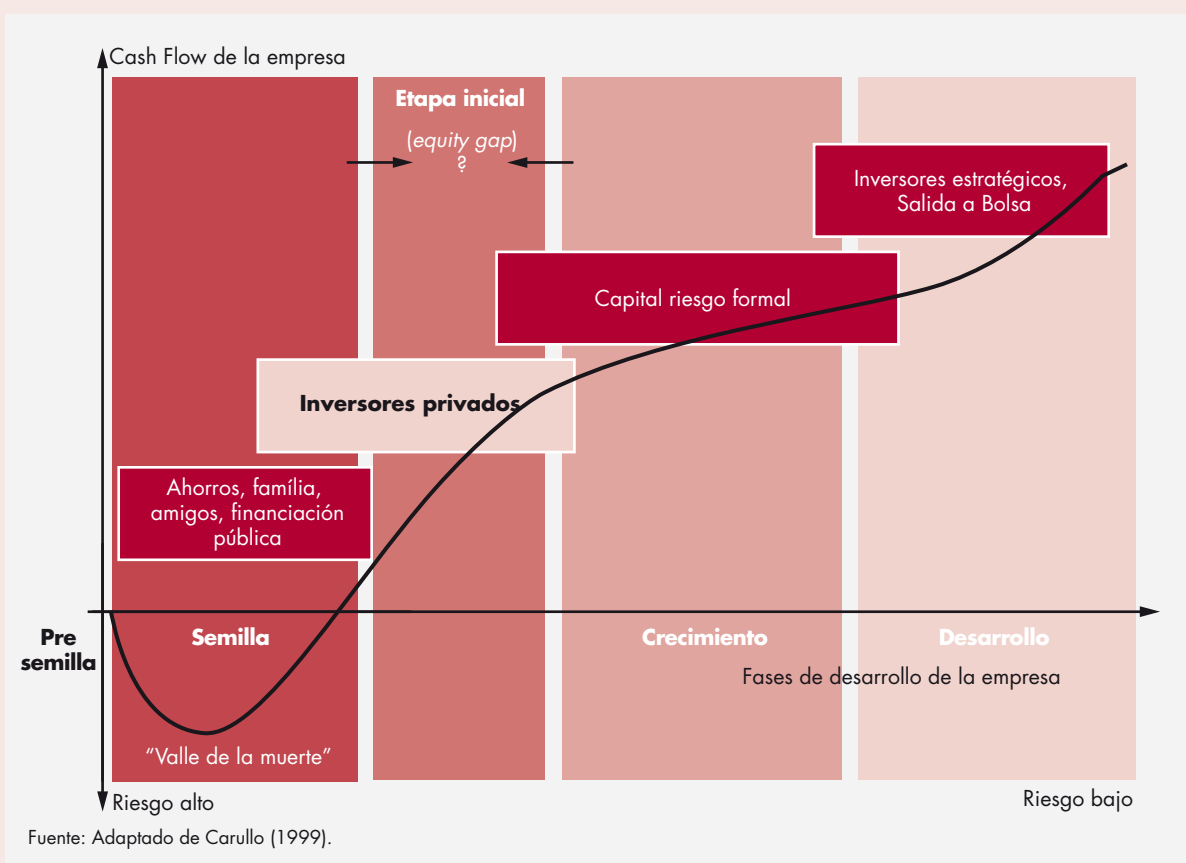
6. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2006), *Estudio sobre las medidas de apoyo a la financiación de empresas TIC en España*. “Recomendaciones para el desarrollo de modelos de financiación de empresas del sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación”. Foro de expertos en capital riesgo y TIC. La cantidad de 600.000 euros refleja el supuesto de un rango medio de inversiones al que un proyecto emprendedor puede aspirar en una primera fase, básicamente a través de ayudas públicas. Se asume que a partir de esta cantidad las empresas estarían en disposición de recibir la atención del capital riesgo.

El papel de los inversores privados

Los *business angels* pueden ser inversores muy valiosos para un proyecto emprendedor en sus fases iniciales por lo que saber elegir el inversor adecuado es un factor muy importante. En general, los *business angels* pueden desempeñar un papel esencial en la financiación de empresas jóvenes en tres niveles.

En primer lugar, vienen a llenar el "hueco" que se produce en la financiación de empresas en fases iniciales entre la financiación "interna" inicial (ahorros personales, familia, amistades) y la entrada de fondos de capital riesgo institucional (*equity gap*). Como hemos visto, este tramo es donde las empresas encuentran las mayores dificultades para acceder a la financiación. Los fondos de capital riesgo muestran poco interés en realizar inversiones pequeñas en proyectos de alto riesgo, que no justifican los costes que suponen su evaluación y seguimiento, y los bancos normalmente no están dispuestos asumir el riesgo que representan estas empresas. Por consiguiente, es una opción de financiación muy adecuada para empresas en fase semilla o de arranque que han superado la capacidad de financiación procedente de los propios emprendedores o la familia, pero que todavía son muy pequeñas para atraer el interés de los fondos de capital riesgo.

Figura 2 Ciclo de entrada de capital externo⁷



7. Adaptado de Carullo, M. W. (1999): *Technological Entrepreneurism*, Research Studies Press.

Aunque existen diferentes “tipologías” de *business angels*, que se diferencian por su enfoque inversor, capacidad inversora, experiencia inversora, grado de implicación en las empresas participadas, etc., en general poseen un conjunto de atributos comunes. Se trata de individuos privados con una capacidad financiera para realizar inversiones directas en empresas no cotizadas (al menos del 25% de su patrimonio). Son mayoritariamente de sexo masculino, con un nivel de formación elevado, con edades comprendidas entre los 45 y los 65 años. En su mayoría son personas con una amplia experiencia emprendedora y empresarial previa y con una cultura financiera adecuada para realizar inversiones. Sus objetivos de inversión se sitúan por lo general entre los 20.000 y los 250.000 euros por proyecto y tienden a invertir solos o con otros inversores (grupo de inversores). Pueden exigir una porción importante de la propiedad de las empresas en que invierten, aunque ésta por lo general es minoritaria, o bien tratan de dominar y seguir muy de cerca a sus participadas. Tienden a invertir en sectores de negocio o tecnologías que conocen muy bien, por lo que, además de dinero, tienen mucho para aportar a las empresas en que invierten y normalmente se decantan por proyectos cuya base de operaciones no les exija grandes desplazamientos. La evaluación de las oportunidades que llevan a cabo es cada vez más profesionalizada, aunque menos estructurada en comparación con los profesionales del capital riesgo institucional. En ocasiones, la influencia de factores no financieros, como el deseo de involucrarse en un proyecto emprendedor, puede tener un peso importante en sus decisiones de inversión. Son inversores más “pacientes” que los fondos de capital riesgo institucional por lo que ponen menos énfasis en una estrategia de desinversión rápida y disfrutan trabajando con los emprendedores. La mayoría de proyectos que financian proceden de recomendaciones que tiene origen en su red de contactos o en grupos o redes de inversores.

En segundo lugar, está demostrado que los inversores privados pueden desempeñar este papel de una forma muy efectiva. En Estados Unidos existe evidencia de que el mercado de capital riesgo informal es más grande que el mercado de capital riesgo formal si se mide en términos de los volúmenes invertidos en empresas en fases iniciales de desarrollo⁸. En Europa se estima que la inversión privada informal en capital semilla alcanza niveles superiores a la inversión total realizada por el capital riesgo institucional en esta modalidad⁹.

Taula 1 El capital riesgo informal en Europa y Estados Unidos

	Europa	Estats Units
Redes	297	245
Número de inversores	75.000	250.000
Volumen por operación	165.000 €	210.500 €
Volumen de inversión anual	3.000 - 5.000 millones €	20.000 millones €
Inversión de capital riesgo semilla en Europa	4.000 millones €	20.000 millones €

Datos de 2007 - Fuente: EBAN.

En Estados Unidos, algunas fuentes han indicado que los *business angels* aportan cinco veces más financiación que el capital riesgo institucional en estas fases, y existen más de 250.000 *business angels* y 240 grupos organizados, con un volumen de inversión global estimado en 20.000 millones de euros por año y un tamaño medio de inversión próximo a los 210.000 euros por ronda de financiación. En Europa, aunque el volumen de inversión global es cuatro veces menor que en Estados Unidos, se ha experimentando una rápida proliferación de redes de inversor en los ámbitos local, regional e in-

8. Mason, C. M. & Harrison, R. T. (2000): “Informal venture capital & the financing of emerging growth business”, a Sexton, D. & L&ström (2000) (eds.): *Handbook of Entrepreneurship*, Blackwell.

9. Establecer el tamaño del mercado de capital riesgo informal es problemático en razón de la naturaleza privada y no reportada de la actividad inversora y el deseo de la mayoría de los inversores de preservar su intimidad, por lo que las estimaciones acerca de su tamaño deben asumirse como aproximativas.

cluso estatal en los últimos años, lo que ha contribuido enormemente al acercamiento entre inversores privados y emprendedores en busca de capital externo. Se estima que en Europa operan 75.000 inversores privados que invierten entre 3.000 y 5.000 millones de euros por año y una media de 165.000 euros por ronda de financiación¹⁰. Actualmente existen más de 290 redes de inversores privados en la Unión Europea, cuando en 1998 apenas había 52 redes detectadas (45 de ellas en el Reino Unido¹¹). En España, hay más de 20 redes activas o que se están desarrollando, la mayoría de ellas de carácter regional y dos redes de ámbito nacional, ESBAN (Red Española de Business Angels), una fundación privada que actúa como red de redes en el ámbito español, y AEBAN (Asociación Española de Business Angels Networks). Por ejemplo, el caso de AEBAN, creada en 2008, es fruto de la colaboración entre las principales redes de inversores privados españolas. Está constituida por 19 redes que integran a más de 400 business angels en España. La mayoría de estas redes son miembros de la EBAN (European Business Angels Network) y normalmente nacen asociadas y/o con el apoyo de organismos y agencias públicas, escuelas de negocios, organizaciones sectoriales y otras, en menor medida, a iniciativas privadas.

La Asociación Española de Business Angels Networks (AEBAN): ¿Cómo lograr financiación?

AEBAN agrupa 19 redes de inversores privados que operan en España e integran a más de 400 inversores privados. Sus objetivos son servir de foro de intercambio de información, experiencias y proyectos entre las redes miembros; representar a las redes ante los interlocutores públicos y las administraciones; identificar, promover y compartir las “mejores prácticas” en gestión de redes, y potenciar el incipiente mercado de la inversión privada.

Las redes adheridas a AEBAN son: ADE FINANCIACIÓN S.A. (Castilla y León); ASBAN (Asociación Asturiana de Business Angels); Atitlan Capital (Valencia); BANC (Business Angel Network de Cataluña); BAN Madrid; BCN BA (Barcelona Business Angels); CV BAN (Comunidad Valencia Business Angel Network); Encuentro Círculo de Inversión; Entrinnova (País Vasco); ESADE Business School (Cataluña); GOBAN (Red de Business Angels Castilla-La Mancha); Grupo IT NET-First Tuesday; IESE Business School (Madrid y Barcelona); Instituto de Empresa (Madrid); IMPIVA (Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa Valenciana); Keiretsu Forum España (Cataluña); La Salle Parque de Innovación (Cataluña); Realiza Business Angels (Valencia) y SOPDE (Sociedad de Planificación y Desarrollo Málaga Business Angels).

El procedimiento para llegar hasta los inversores varía de red en red, aunque normalmente todas poseen un proceso de filtrado que comporta, como mínimo, la elaboración de un perfil de empresa, un resumen ejecutivo y un currículum del equipo promotor de proyecto en cuestión como soporte para la evaluación de la propuesta y eventual selección para su presentación y/o distribución en la red de que se trate.

El tercer aspecto del papel de los inversores privados es que se implican en los proyectos en que invierten. Son emprendedores o empresarios que han vendido su empresa o que se han apartado de la gestión diaria, empresarios familiares que invierten en nuevos negocios directamente o a través de una oficina de familia, o ex directivos con patrimonio disponible, etc. Son, por tanto, personas con una amplia trayectoria emprendedora y/o empresarial previa que, además de aportar capital, contribuyen formal o informalmente al desarrollo de las compañías en las que participan, aportando su experiencia, sus conocimientos y sus relaciones formales o informales. Esto les convierte en “capital inteligente” que ayuda a las empresas a prepararse el camino al capital riesgo institucional con el que se complementan. Los estudios realizados sobre la aportación de valor por parte de los inversores privados y los capitalistas de riesgo en sus empresas participadas indican que efectúan contribuciones en áreas del negocio bastante similares, entre las que destacan el rol de consejero/asesor y el asesoramiento financiero. En general, los emprendedores estudiados perciben que los inversores privados efectúan contribuciones importantes en el área de operaciones y de desarrollo estratégico del negocio, mientras que por el contrario los capitalistas de riesgo normalmente tienden a enfatizar las funciones de control, reporting y seguimiento del negocio¹².

10. EBAN (2009), *Annual Report*.

11. EBAN (1998): *Dissemination Report on the Potential for Business Angels Investments and Networks in Europe* (Brussels: European Business Angel Network).

12. Harrison & Mason (1992): “The roles of investors in entrepreneurial companies: a comparison of informal investors and venture capitalists”, a Churchill, N. Birley, S. Bygrave, W. D. & Musyka, D. F. (eds.): *Frontiers of Entrepreneurship* 1992, Babson College; Erlich, S. B.; De Noble, A. F.; Moore, T. & Weaver, R. R. (1994): “After cash arrives: a comparative study of venture capital and private investor involvement in entrepreneurial firms”, *Journal of Business Venturing*, 9, 67-82..

Problemas en el mercado de inversión privada informal

El mercado de capital riesgo informal se caracteriza por una serie de ineficiencias que siguen dificultando un aprovechamiento pleno de su potencial para el financiamiento de empresas en fases iniciales. Estas ineficiencias se han asociado tradicionalmente a la existencia de problemas de información (*information gap*) y de “déficits” de conocimiento (*knowledge gap*)¹³, a problemas específicos de demanda y a factores de entorno. Estas deficiencias se producen en diferentes niveles e influyen directamente en la eficiencia y funcionamiento del mercado. Algunos autores distinguen entre insuficiencias de “información en el mercado” e ineficiencias de “información sobre el mercado”¹⁴. El primer tipo se refiere al flujo de información que se da entre los inversores y los emprendedores (como fuente de oportunidades de inversión). Del otro lado, los emprendedores encuentran dificultades para encontrar inversores privados ya que éstos son prácticamente “invisibles” porque prefieren la discreción y preservar su intimidad. La forma en que una gran parte de los oferentes o demandantes accede a este mercado sigue dominada por el papel que desempeñan los agentes intermediarios, los proveedores de servicios, otros inversores, o incluso emprendedores, que debido a la naturaleza de su trabajo tienen o han tenido contacto con ambas partes del mercado. Las insuficiencias de “información sobre el mercado” refieren a las carencias de datos, informes, directorios, etc., sobre las distintas dimensiones de la actividad del mercado (datos y/o estadísticas sobre operadores, volúmenes invertidos, rendimientos, estrategias inversoras, etc.) que dificultan la posibilidad de efectuar estimaciones y análisis fiables externos de la oportunidad real que representa este mercado y limitan la difusión de esta actividad inversora como alternativa de inversión.

Por otro lado, también existen “déficits” de conocimiento (*knowledge gap*), que vienen reflejados por el desconocimiento de este tipo de financiación por parte de inversores o emprendedores potenciales. Muchos inversores no conocen adecuadamente dónde buscar y encontrar compañías y emprendedores que están buscando financiación, pero, además, desconocen cómo evaluar su potencial o simplemente desconocen los aspectos fundamentales que comporta el proceso de inversión privada. Del lado de los emprendedores, muchos reciben referencias o contactos de posibles inversores privados o de la existencia de redes de inversores, pero desconocen el perfil y las motivaciones de quienes están detrás de este tipo de inversión, y de lo que pueden aportar a su proyecto.

Por último, existen otro tipo de factores de entorno que influyen en la actividad de los inversores privados y que son también fuentes de ineficiencias, como son los regímenes fiscales, la cultura emprendedora o las barreras administrativas. El entorno fiscal, legal y administrativo no se adapta a menudo a este tipo de inversión privada de riesgo¹⁵. Por otra parte, el marco fiscal sobre las ganancias de capital es muy diverso en los diferentes países miembros de la Unión Europea, al igual que las diferentes regulaciones de quiebra, las cuales se erigen como barreras para este tipo de inversiones. La carencia de una cultura de inversión privada (*equity culture*) hace que las empresas sean reticentes a abrir su capital a inversores externos. De ahí que a los inversores privados no les resulte fácil encontrar buenos proyectos. Hay que considerar, además, que el mercado europeo de capital semilla no está suficientemente desarrollado y los inversores privados, que invierten mayoritariamente en empresas jóvenes, se encuentran con que la única salida son los inversores de capital institucional operando en este segmento, con lo que las posibilidades de desinversión son muy limitadas.

El reconocimiento de estas deficiencias principales y la necesidad de abordarlas han delimitado cuatro áreas de acción adicionales, no *estrictamente financieras*, en las que la administración pública, desde la Comisión Europea hasta las adminis-

13. Harding, R. (2002): “Plugging the knowledge gap: an international comparison of the role for policy in the venture capital market”, *Venture Capital*, 4(1), pp. 59-76.

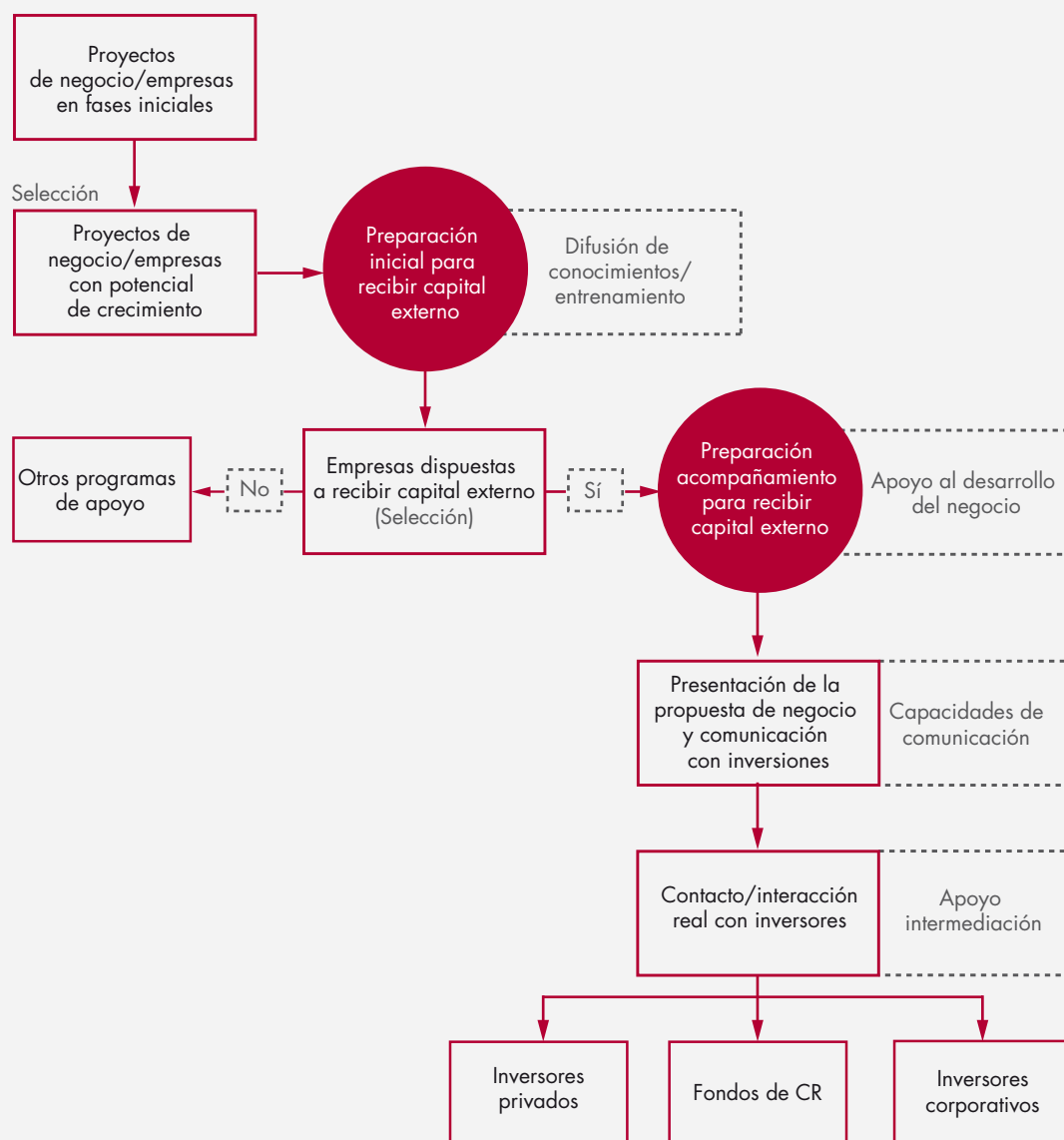
14. Esposito, A. i Prats, J. (2004): “La dinámica de la información en el mercado informal de capital riesgo: ¿Qué sabemos sobre Europa y Estados Unidos?”, *Iniciativa Emprendedora*, núm. 42, Ediciones Deusto, Barcelona.

15. Diferentes estudios en el Reino Unido han demostrado que el 45 % de las inversiones fracasan. Este tipo de pérdidas por lo general no son deducibles.

traciones locales, ha comenzado a desplegar esfuerzos y políticas activas de manera simultánea con el objetivo de estimular la oferta y la demanda de este tipo de financiación como complemento directo del capital riesgo formal. Estas áreas de acción son la mejora en la preparación de los emprendedores para recibir capital externo (*investment readiness*), la potenciación de la eficiencia y el impacto de las redes de inversores privados, la mejora de la preparación de los inversores privados para operar en este mercado (*investor readiness*) y el fomento de los mecanismos de coinversión para los inversores privados.

Emprendedores mejor preparados para recibir capital externo

La preparación de los emprendedores para recibir capital externo comprende tres componentes distintivos. El primero es la actitud del emprendedor frente a la entrada de capital externo, ya comentada en otras secciones de este documento. Ayudar al emprendedor a entender mejor las diferentes fórmulas de financiación puede ser una forma de contribuir a reducir su natural reticencia a abrir la propiedad y, en consecuencia, a aumentar el flujo de oportunidades de inversión. Una segunda dimensión de la preparación para recibir capital externo se relaciona con la calidad de la comunicación de la propuesta de negocio a la comunidad de potenciales inversores/financiadores. Esto incluye falencias en la gestión del proceso de comunicación y en el uso de los distintos instrumentos de los que dispone el emprendedor para ello en cada momento (documentos escritos como el resumen ejecutivo o el plan de negocio, presentaciones orales en foros de inversores, etc.). El tercer elemento se relaciona con el nivel de calidad del proyecto de negocio como oportunidad de inversión para los potenciales inversores; en otras palabras, el grado en que un proyecto de negocio representa una oportunidad de inversión verdaderamente idónea, y a la vez atractiva, para recibir capital externo porque satisface los requerimientos de los posibles socios inversores (las capacidades del equipo promotor, el atractivo de la oportunidad de negocio, el posicionamiento de mercado, el retorno potencial, las expectativas de desinversión, etc.). La falta de preparación de los proyectos emprendedores es esencialmente un fallo de información. Muchos emprendedores no conocen en qué consiste el ciclo del capital riesgo, cómo piensan los inversores o su lenguaje, y qué se necesita para atraerles y “venderles” la propuesta de negocio. El propósito central de una acción formativa de esta naturaleza debería ser, pues, el aumentar la calidad de las oportunidades de inversión desde la perspectiva de los requerimientos del mercado de capitales.

Figura 3 Elementos de la preparación de los emprendedores para recibir capital externo¹⁶

Fuente: Mason, C. & Harrison, R. (2001).

Redes de *business angels* más eficientes y efectivas

Las redes de inversores privados actúan como una plataforma en donde es posible el encuentro y la comunicación entre los emprendedores y los inversores que participan en el mercado de inversión privada informal. La existencia de redes contribuye, por tanto, a reducir los costes de búsqueda de capital para los primeros y facilita que los segundos puedan tener ac-

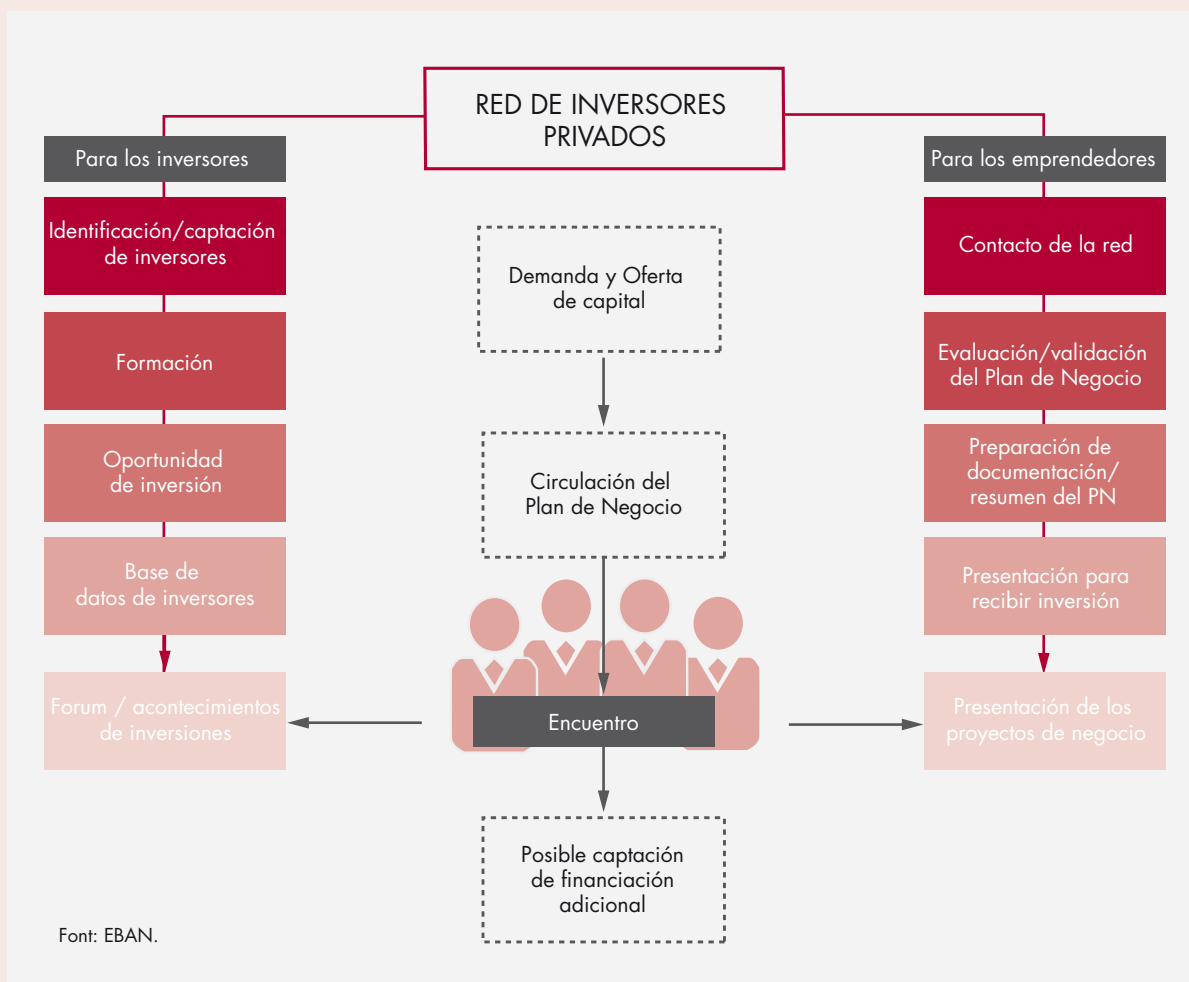
16. Adaptado de Mason, C. & Harrison, R. (2001): "Investment Readiness: A Critique of Government Proposals to Increase the Demand for Venture Capital", *Regional Studies*, 7.

ceso a un mayor número de oportunidades de inversión (las cuales en su mayoría serán objeto de algún tipo de filtrado, con lo que estarán más ajustadas a sus expectativas y criterios de evaluación). Este papel de “infraestructura básica” de mercado contribuye también a reducir los “déficits” de conocimiento (*knowledge gap*) observados, en la medida en que aumenta el nivel de difusión de esta actividad entre potenciales emprendedores e inversores. Además, las redes pueden llevar a cabo esta función respetando el anonimato y la privacidad que desea el inversor privado. Las redes son percibidas no sólo como la mejor forma de encontrar buenos proyectos coherentemente presentados, sino que, además, proporcionan un servicio adicional: un filtrado inicial de proyectos. Asimismo, dado que un número creciente de inversores se muestra dispuesto a coinvertir con otros inversores, las redes se convierten en un vehículo ideal para encontrar “compañeros de viaje”.

El establecimiento de una red requiere un cierto periodo para que ésta pueda alcanzar credibilidad, una reputación sólida y el reconocimiento de los actores del mercado. Algunos trabajos indican que la coexistencia de diferentes modelos de redes (locales, regionales o nacionales) es posible y señalan como factores críticos para que las redes de inversores privados sean sostenibles el tamaño de la red, el nivel de apoyo financiero, la localización de la red, la calidad del equipo gestor y el apoyo a largo plazo de los agentes implicados en el proyecto¹⁷. En cuanto a la viabilidad y el apoyo de la administración, se sugiere que no es posible gestionar las redes de inversores con la expectativa de recuperar todos los costes, por lo que se requiere el apoyo público o de patrocinadores privados. En cualquier caso, existen diferentes posturas en cuanto al rol que debe tener la administración en la promoción de las redes de inversores privados. Se pueden encontrar en Europa diferentes alternativas de mercados de inversión privada informal, en algunos casos organizados de formas diametralmente opuestas, pero eficientes. No existen, por tanto, soluciones de aplicación universal para el modelo de organización y gestión de las redes de inversores que garanticen el éxito. Las diferencias culturales y las características socioeconómicas del país o la región desempeñan un papel clave y hacen que un modelo con éxito en un área geográfica suponga un fracaso en otra. Redes públicas o privadas, regionales o nacionales, pueden ser perfectamente válidas en diferentes circunstancias y perfectamente complementarias, sirviendo a diferentes tipos de emprendedores e inversores.

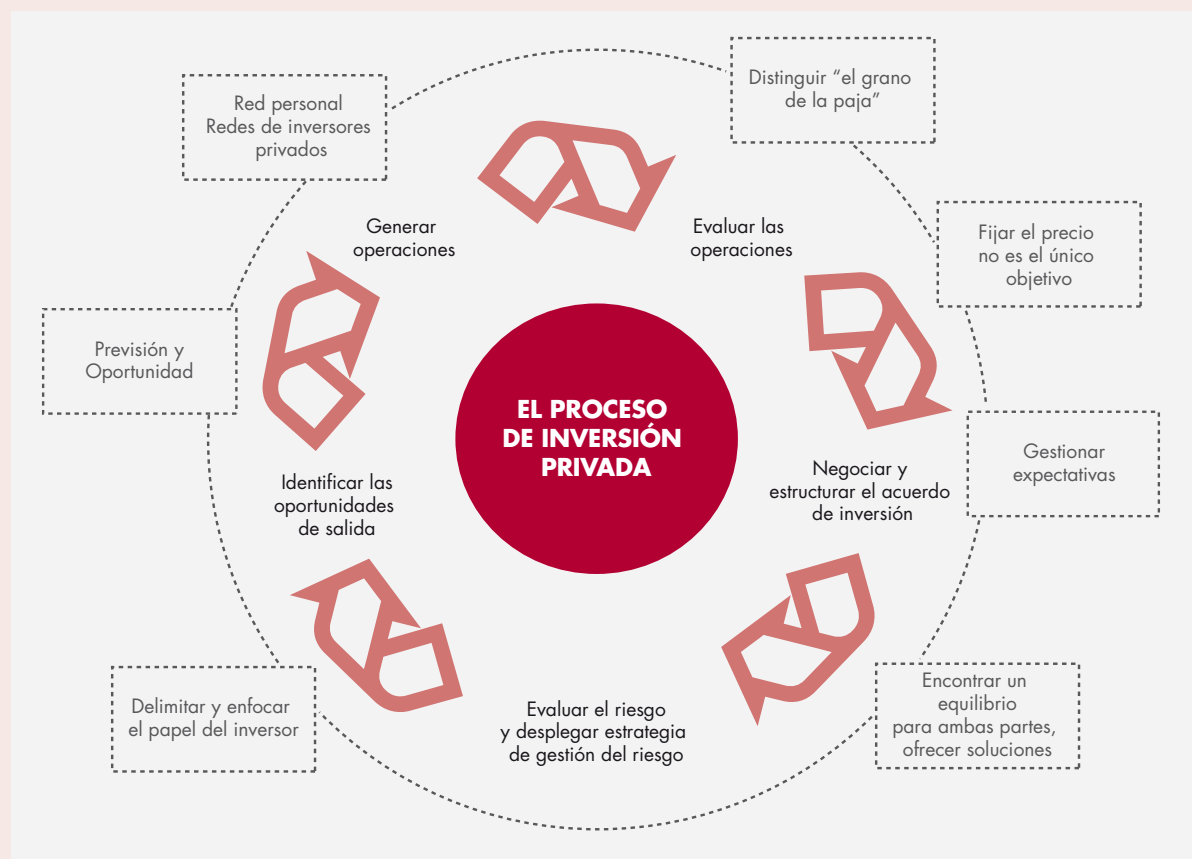
No se trata solamente de promover un número mayor de redes de inversores privados, sino, también, de lograr que sean más efectivas. Esto se consigue a través de redes que presten un alto grado de apoyo al inversor y al emprendedor y que sean capaces de mantener unos servicios de intermediación de alta calidad a través del contacto y la atención personal por parte de gestores cualificados.

17. Mason, C. M. & Harrison, R. T. (1998): “Stimulating investments by business angels in technology-based ventures: the potential of an independent technology appraisal service”, a: R. Oakey (ed.) *NewTechnology-Based Firms in the 1990s*: vol. 5, pp. 81-96 (Londres: Paul Chapman Publishing); Mason, C. M. & Harrison, R. T. (1999): “Public policy & the development of the informal venture capital market: UK experience & lessons for Europe”, a: K. Cowling (ed.) *Industrial Policy in Europe* (Londres: Routledge); Aernoudt, R. (2005): “Executive Forum: Seven ways to stimulate business angels’ investments”, *Venture Capital*, 7, 4, 359-371; San José, A. Roure, J. & Aernoudt, R. (2005): “Business Angel Academies: Unleashing the Potential for Business Angel Investment”, *Venture Capital*, vol. 7, núm. 2, 149-165, abril 2005.

Figura 4 Papel de las redes de inversores privados**Business angels mejor preparados para actuar en el mercado**

La inversión privada es una actividad compleja y muy personal, tanto que incluso con disponibilidad de fondos, de tiempo y de experiencia —considerados los tres ingredientes principales para transformarse en un verdadero *business angel*— un gran número de inversores tardan en efectuar sus primeras inversiones. El grado de formación y preparación de un inversor es un elemento que puede inducir a una persona a pasar de ser un inversor en potencia a ser un inversor activo, e incluso a crear una cultura más proclive a este tipo de inversión privada. Se reconoce, en consecuencia, que para incrementar la actividad inversora de los inversores privados, la formación y/o mejora de las capacidades de evaluación de las inversiones constituye un factor real y complementario del desarrollo de redes de inversores.

Uno de los principales “déficits” de conocimiento de los inversores privados, sean activos o no, es la falta de una comprensión adecuada del proceso de inversión privada. De la misma manera que es bueno que los emprendedores sean “entrenados” para elaborar y presentar sus propuestas de negocio a los inversores y que conozcan adecuadamente qué deben esperar y cómo piensan los inversores, es bueno también que los inversores sean “entrenados” en las capacidades que necesitan para evaluar el riesgo de las oportunidades de inversión y gestionar dicho proceso adecuadamente. El inversor que no pueda ponderar el riesgo de una oportunidad no invierte.

Figura 5 El proceso de inversión privada

El desarrollo de programas de formación específicos (denominados "escuelas de *business angels*") orientados a inversores "vírgenes" o "latentes" es relativamente reciente y ha tenido un impacto significativo allí donde se ha producido¹⁸. Al igual que ocurre en el mercado de capital riesgo formal, el proceso de inversión privada "informal" exige la sincronización de sus diferentes elementos, cuyo objetivo es alcanzar un nivel de efectividad global, así como de los agentes que participan en él (emprendedores, asesores, proveedores de servicios, y los propios inversores, todos ellos con diferentes perfiles y personalidades). Los elementos del proceso comprenden desde la autoevaluación del inversor y la generación del flujo de proyectos, pasando por la evaluación y valoración de las oportunidades de inversión, la negociación y estructuración de una operación y el proceso de *due diligence* antes de la inversión, hasta la aportación de valor una vez que se ha invertido en el proyecto y la implementación de las estrategias de desinversión del mismo. En este contexto, los emprendedores que buscan financiación muchas veces perciben al inversor como un "extraño" y los inversores perciben al proyecto emprendedor como un "riesgo". Por consiguiente, la gestión del proceso de inversión, en el que intervienen diferentes capacidades emprendedoras e interpersonales, es un elemento tan decisivo como la provisión de capital.

18. San José, A. Roure, J. & Aernoudt, R. (2005): "Business Angel Academies: Unleashing the Potential for Business Angel Investment, *Venture Capital*, vol. 7, núm. 2, 149-165, abril 2005.

Taula 2 Necesidades de formación basadas en expectativas de los inversores privados

INVERSORES ACTIVOS	Ranking de importancia	INVERSORES PASIVOS	Ranking de importancia
Valoración de nuevos negocios	1	Exploración, identificación y evaluación de oportunidades	1
Exploración, identificación y evaluación de oportunidades	2	Relaciones con otros inversores/ intercambio de experiencias	2
Estrategias de crecimiento	3	Estrategias de crecimiento	3
Análisis de planes de negocio	3	Análisis de planes de negocio	4
Equipo gestor	3	Valoración de nuevos negocios	4
Negociación de la operación	3	Negociación de la operación	5
Proceso de desinversión	4	Proceso de desinversión	5
Análisis financiero previsional	5	Equipo gestor	5
MBO-MBI	5	Aspectos legales de la inversión	6
Aspectos legales de la inversión	5	Análisis financiero previsional	6

Fuente: Clarysse, V.; Roure, J & Schamp, T. (2007)¹⁹.

Mayores vías de coinversión para los inversores privados

Una de las fórmulas más claras para reducir los riesgos de la inversión es la coinversión. Algunos inversores prefieren invertir solos, ya que les gusta controlar de forma más directa su inversión, conocen muy bien los sectores y el tipo de negocios en los que invierten, y poseen una capacidad financiera que les permite diversificar. Otros inversores sin embargo prefieren coinvertir, bien por una cierta inexperiencia en la actividad inversora, para compartir la tarea de seguimiento, para diversificar su cartera, o para acceder a operaciones de mayor tamaño. Para un inversor, las razones a favor de la coinversión son claras: puede acceder a un mayor número de proyectos; obtener una segunda opinión sobre la operación; reducir el volumen de inversión individual por operación; aportar recursos y obtener conocimiento adicional y complementario y aprender de inversores más expertos. La coinversión permite superar en muchos casos las limitaciones financieras de los inversores "solitarios" y facilita el desarrollo de operaciones de financiación que, de otro modo, no se realizarían por el tamaño de inversión requerido. Por otra parte, la posibilidad de coinvertir con inversores experimentados es uno de los mejores instrumentos para aprender los aspectos básicos de la inversión privada y, por tanto, para que aquellos inversores "latentes" o "dormidos" se activen y puedan canalizar sus inversiones. En virtud del reconocimiento de estos efectos, la promoción y facilitación de las vías de coinversión entre inversores privados se ha integrado en la agenda de los responsables públicos y de los propios gestores de las redes de inversores privados. Probablemente el principal objetivo de estimular la coinversión es ampliar las capacidades financieras de los inversores privados para que puedan alcanzar oportunidades de inversión de mayor tamaño.

19. Clarysse, B.; Roure, J. & Schamp, T. (2007): *Entrepreneurship and the Financial Community: Starting Up and Growing New Business*, Edward Elgar.

Ejemplo de mejor práctica en mecanismos de coinversión**Acuerdo entre ENISA y la Red de *Business Angels* de IESE**

El fondo de capital riesgo público ENISA (Empresa Nacional de Innovación S.A) y la Red de Inversores Privados de IESE han desarrollado un convenio que tiene como propósito esencial facilitar el acceso a financiación adicional procedente de ENISA, en forma de un préstamo participativo o de toma de participación en capital, a aquellos proyectos emprendedores e inversores participantes en la red de *business angels* de IESE que hayan acordado previamente el cierre de una operación entre ellos. Las condiciones principales para la cofinanciación por parte de ENISA son que sus aportaciones deben ser iguales o inferiores a las aportaciones de los inversores privados participantes y siempre iguales o menores a los fondos propios de la empresa solicitante. Los límites absolutos para dicha financiación se sitúan entre 100.000 y 1.000.000 euros, y las operaciones no pueden superar un volumen agregado de deuda y capital de 2.000.000 euros. El procedimiento para solicitar este esquema de cofinanciación consiste en que un inversor privado miembro de la Red IESE debe someter a consideración de ENISA, entre otros requerimientos, los términos de la operación una vez tenga la decisión firme de invertir o cuando ya se haya cerrado la toma de participación, y una propuesta del volumen de la coparticipación solicitada a ENISA dentro de los límites expuestos en el convenio en cuestión. ENISA por su parte se compromete a aprobar la solicitud de coparticipación en un período determinado. Como reflejo de la importancia de estimular las vías de coinversión, la propia red de inversores ha comenzado a desarrollar también un protocolo interno de coinversión de aplicación entre sus miembros. Al plantear este protocolo, el objetivo de la Red IESE, es facilitar e incrementar la coinversión entre sus miembros con la finalidad de conseguir que un mayor número de inversores participen en cada operación, mejorando así la diversificación de cartera.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



6. FINANCIACIÓN DEL PROCESO EMPRENDEDOR CATALÁN

- 6.1. Capital semilla medio necesario para poner en marcha una actividad en 2008 en Cataluña
- 6.2. Retorno de la inversión esperado por el emprendedor
- 6.3. Inversión informal de tipo *business angel* en Cataluña

6. FINANCIACIÓN DEL PROCESO EMPRENDEDOR CATALÁN

6.1. Capital semilla medio necesario para poner en marcha una actividad en 2008 en Cataluña

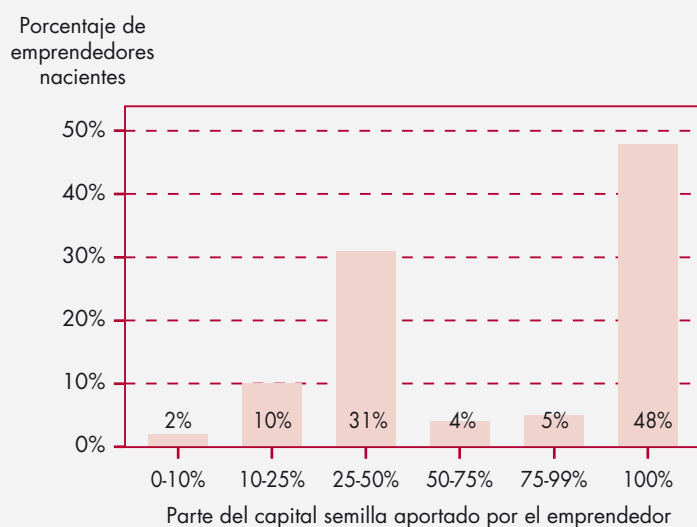
En 2008 el capital medio necesario para iniciar un negocio en Cataluña ha sido de 81.248 euros (86.350 euros en el conjunto del Estado Español), un valor inferior al del año anterior. Como la gran dispersión de este dato podría distorsionar los resultados, es conveniente complementarlo con la distribución en percentiles de capital semilla necesario. De este modo se confirma la tendencia decreciente de las necesidades de capital, ya que el 50% de los emprendedores necesitan un capital semilla de hasta 50.000 euros, mientras que esta cifra era de 60.000 euros en el año anterior (tabla 26).

Otro aspecto a tener en cuenta es el porcentaje de capital semilla aportado por el emprendedor. En 2008 los emprendedores aportan de media el 69,3% del capital semilla necesario, un porcentaje significativamente más elevado que el del año anterior (44,6%), que se sitúa a un nivel similar al de los años 2005 y 2006 (70,4 y 67,8% respectivamente).

Tabla 26 Capital semilla medio necesario para comenzar y porcentaje medio aportado por el emprendedor naciente

	Capital semilla total aportado por el emprendedor (euros)	Capital semilla total necesario (euros)	Porcentaje medio del capital semilla aportado por el emprendedor
Media	44.308,59	81.248,27	69,26
Desviación típica	71.071,65	129.253,42	32,85
Mínimo	3.000	10.000	0,33
Percentil 05	5.000	12.000	16,67
Percentil 10	8.000	15.000	25,00
Percentil 25	12.000	24.000	37,50
Mediana	25.000	50.000	83,33
Percentil 75	50.000	90.000	100,00
Percentil 90	100.000	150.000	100,00
Percentil 95	120.000	200.000	100,00
Máximo	600.000	900.00	100,00

En la figura 39 se puede observar que el 57% de los emprendedores nacentes aportan más de la mitad del capital necesario para llevar a cabo su iniciativa. Concretamente, el 48% de estos emprendedores aportan todo el capital necesario. Asimismo, el 31% de los emprendedores nacentes aportan entre el 25 y el 50% del capital semilla. La evolución de los resultados obtenidos entre los años 2005 y 2008 muestra una cierta tendencia a que aumenten los emprendedores que aportan todo el capital, al mismo tiempo que se observa una disminución de aquellos que aportan más del 50%.

Figura 39 Distribución de los nuevos emprendedores según el porcentaje de capital semilla aportado

6.2. Retorno de la inversión esperado por el emprendedor

Una de las motivaciones del emprendedor cuando inicia una actividad es la expectativa de obtener beneficios, es decir, el retorno de la inversión. En años anteriores, lo más frecuente era que los emprendedores esperaran obtener un retorno del doble de la inversión, pero en 2008 los emprendedores se muestran más optimistas. El 22% espera obtener un retorno del doble de la inversión, mientras que el 31% espera obtener hasta cinco veces la cantidad que han invertido.

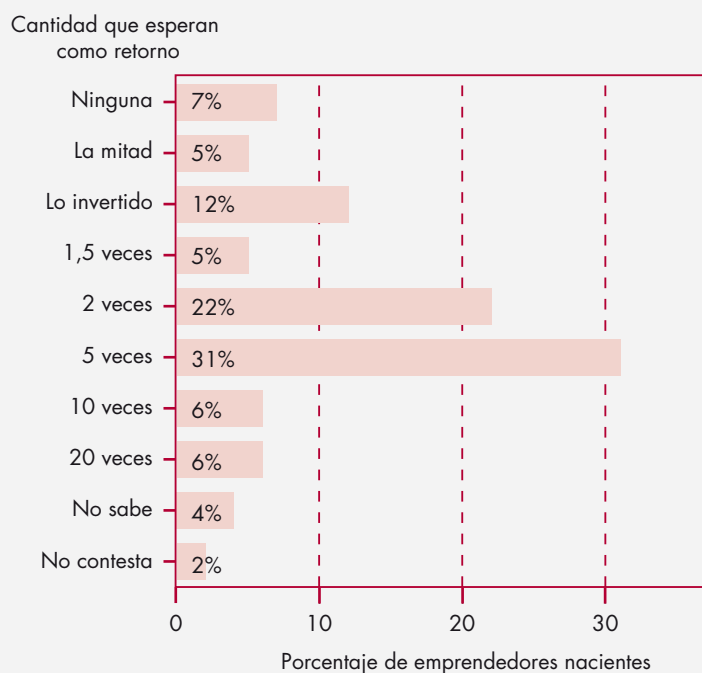
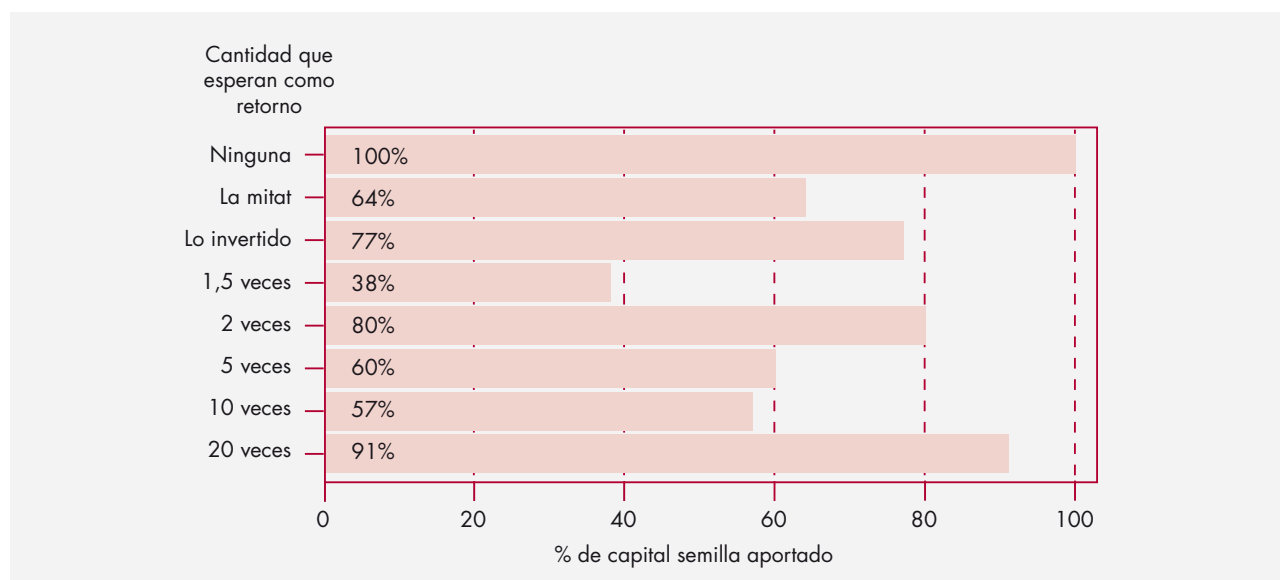
Figura 40 Distribución de los emprendedores nacientes según la cantidad que esperan como retorno de la inversión

Figura 41 Porcentaje de capital semilla aportado por el emprendedor en función de la cantidad que espera como retorno



En la figura 41 se muestra el porcentaje de capital semilla aportado por el emprendedor en función de la cantidad que espera obtener de retorno. Cabe destacar que la aportación máxima en términos de porcentaje se produce en los dos extremos. Es decir, los que no esperan recuperar la inversión aportan el 100% del capital, mientras que los que esperan recuperar veinte veces la cantidad que han invertido aportan el 91% del capital semilla.

6.3. Inversión informal de tipo *business angel* en Cataluña

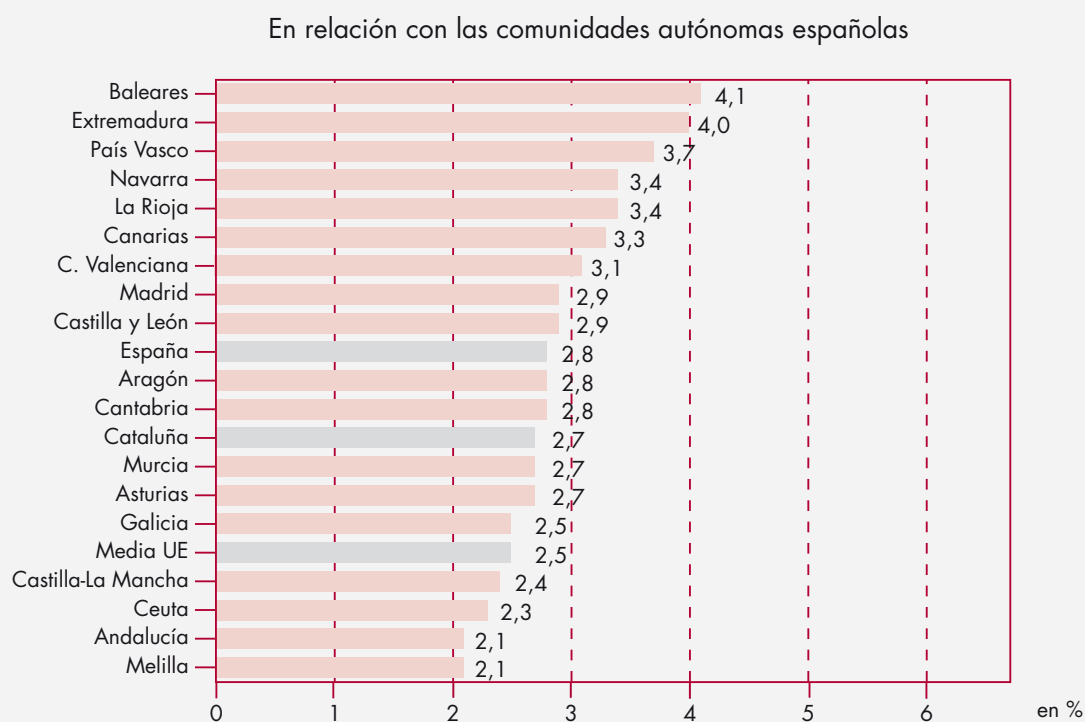
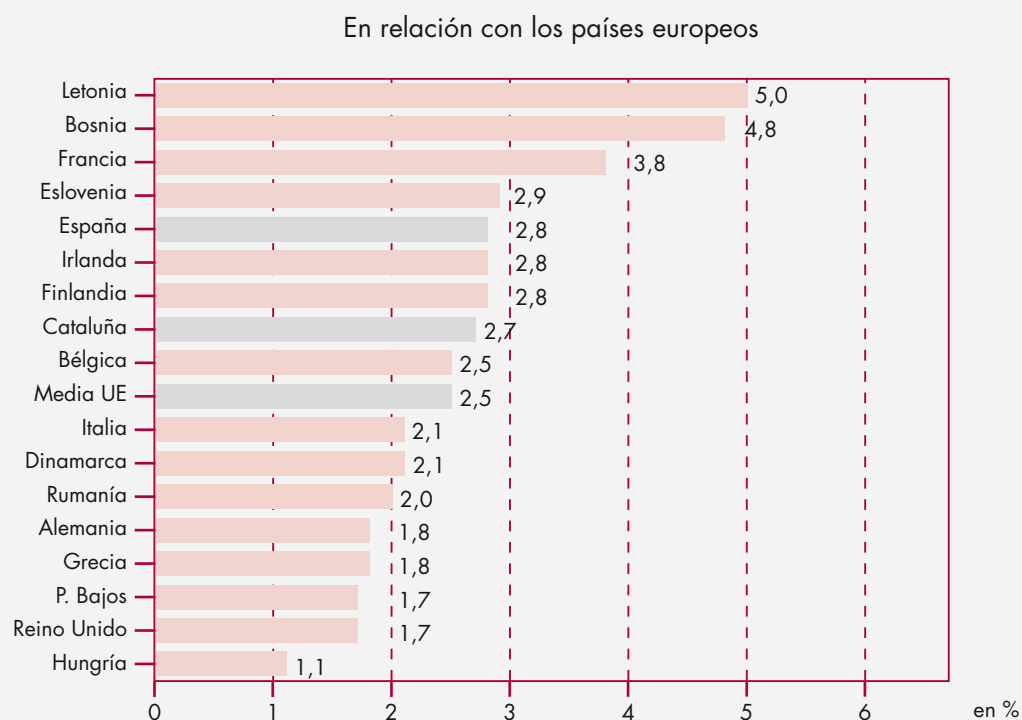
Uno de los principales inversores a los que recorren los emprendedores para iniciar una actividad o financiar el crecimiento de la empresa son los *business angels*. Los emprendedores acaban accediendo a este tipo de recursos por la falta de instrumentos de financiación diversificados y por la aversión al riesgo de las entidades financieras. Además, estas últimas, en el contexto de restricción crediticia actual, han aumentado las condiciones de los préstamos, lo que dificulta el acceso a estos recursos.

Los *business angels* se caracterizan por aportar capital propio, normalmente a cambio de una participación accionarial en la empresa. Además, también suelen aportar su experiencia, sus habilidades y su red de contactos profesionales (esta última, en las etapas iniciales, suele ser tan importante como la misma aportación de capital). La inversión en nuevas empresas o en empresas en crecimiento comporta un riesgo elevado, por eso demandan un alto retorno de la inversión.

De acuerdo con el grado de formalización o de profesionalización de su actividad, los *business angels* se pueden clasificar en informales y formales. Los primeros coinciden con lo que se denominan las «tres efes»: family, friends y fools (familia, amigos y locos), y se caracterizan por aportar capitales relativamente pequeños. En cambio, los formales se encargan de cubrir la brecha entre las tres efes y el capital riesgo (que por el tipo de proyectos que realizan suelen estudiar operaciones superiores a los 500.000 euros).³

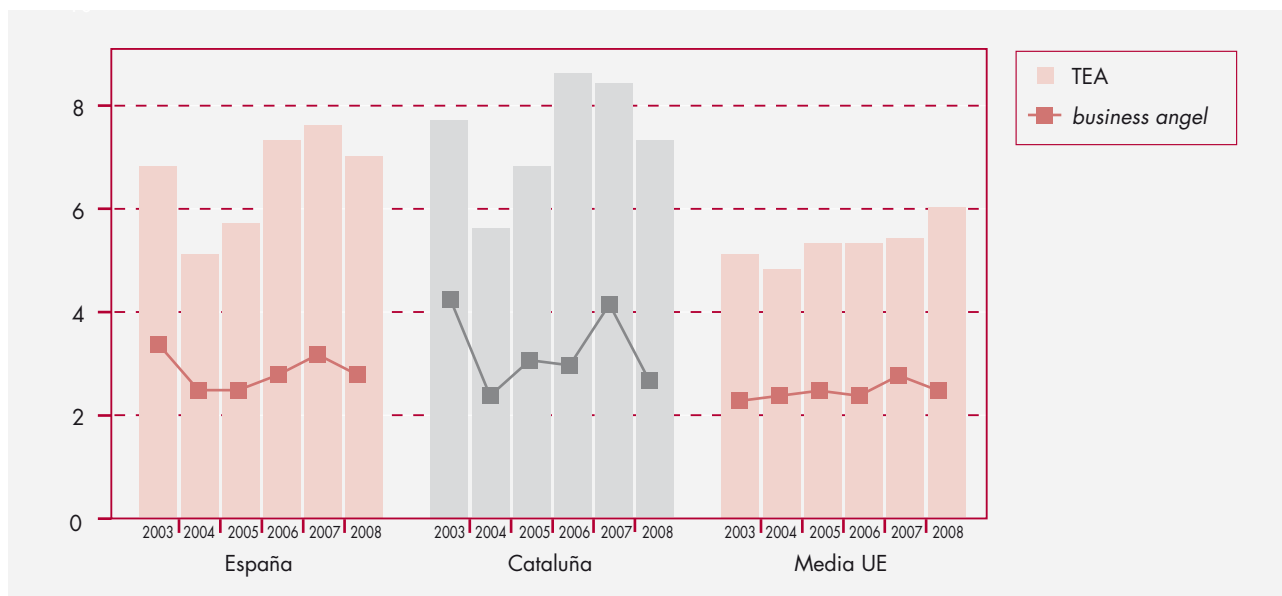
De los dos tipos de *business angels* mencionados, el proyecto GEM se centra en los informales. Los resultados obtenidos muestran que el 2,7% de la población adulta catalana ha actuado como inversor informal o *business angel* (figura 42). Este es un porcentaje inferior al de los últimos años, en los que se había mantenido por encima del 3%, y que sitúa a Cataluña entre las medias española (2,8%) y europea (2,5%).

3. ESBAN (2006)

Figura 42 Porcentaje de población adulta catalana que actúa como *business angel* informal

En 2008 en Cataluña y España se observa una relación directa entre la actividad emprendedora en fase inicial y los *business angels*, es decir, al reducirse la TEA, el porcentaje de población que actúa como inversor informal también disminuye. En cambio, la TEA del conjunto europeo ha crecido mientras que el porcentaje de *business angels* ha disminuido.

Figura 43 Relación entre la actividad emprendedora y los *business angels* en Cataluña (en % de la población adulta)



El inversor informal catalán se caracteriza por ser mujer (57%), de unos 42 años de edad (pero con una desviación típica de 12,8), con estudios primarios (38%), una renta anual superior a los 40.000 euros (42%) y que vive en una zona urbana (84%) (v. tabla 27).

Tal y como se puede observar en la tabla 28, el inversor informal catalán trabaja (80,8%) por cuenta ajena (59,9%), su trabajo no está relacionado con el hecho de emprender (93,3%), no es emprendedor independiente (95,2%), ni nuevo ni consolidado (80,8%), ni emprendedor potencial (55,2%) ni emprendedor que ha cerrado (90,4%).

Además, el inversor informal catalán tiene habilidades para la creación de empresas (66,1%), piensa que poner en marcha un negocio es una buena elección (70,5%) y cree que el éxito en un nuevo negocio supone mejorar el prestigio (67,4%) (v. tabla 29).

El principal cambio producido en el año 2008 es la mayor participación de las mujeres (57%) en el perfil de *business angel*, que recupera el nivel del año 2006. En el conjunto de España las mujeres (47%) también han aumentado su presencia, pero su participación es inferior a la de las mujeres catalanas. Un hecho preocupante es el descenso continuado en el tiempo del nivel formativo de los inversores informales. En 2005 el 58% de los *business angels* catalanes tenían estudios superiores, mientras que en 2007 y 2008 este porcentaje se estabiliza en torno al 25%.

El inversor informal mantiene una relación familiar directa con el emprendedor en un 62,4% de los casos, un porcentaje que crece hasta el 67,2% cuando se tienen en cuenta otros tipos de relaciones familiares. A pesar del predominio de las relaciones familiares, desde el año 2006 hasta ahora se observa una mayor presencia de inversores informales que tienen una relación laboral con el emprendedor.

Tabla 27 Perfil del inversor informal catalán tipo *business angel*

		Inversor informal	Emprendedores en fase inicial	Emprendedores consolidados
Género	Mujer	57%	44%	40%
	Hombre	43%	56%	60%
Edad	18-24 años	9%	8%	6%
	25-34 años	23%	33%	24%
	35-44 años	19%	29%	24%
	45-54 años	29%	19%	25%
	55-64 años	20%	11%	21%
	Media	42,5	38,6	43,1
Educación	Desv. típica	12,8	11,3	12,1
	Sin estudios	3%	3%	3%
	Primaria	38%	26%	38%
	Secundaria	20%	24%	21%
	Estudios medios	16%	18%	20%
	Estudios superiores	23%	30%	19%
Renta anual del hogar	Hasta 20.000 €	30%	12%	16%
	20.001 – 40.000 €	23%	62%	47%
	Más de 40.000 €	42%	25%	35%
	Ns/Nc	5%	2%	2%
Hábitat	Urbano	84%	70%	76%
	Rural	16%	30%	24%

Es importante tener en cuenta que la relación familiar entre el emprendedor y el inversor (combinada con el bajo nivel formativo de este último) puede producir una cierta laxitud en las exigencias de rigor en el planteamiento y la gestión del nuevo negocio, un hecho que puede afectar a la rentabilidad esperada de la inversión. Aunque tradicionalmente la mayor parte de los *business angels* no esperan ningún retorno de la inversión realizada, en 2008 predominan los inversores que esperan recuperar el capital aportado (28%) (figura 44). Este hecho se explica porque en una época de dificultades económicas existen menos inversores dispuestos a dejar su dinero (aunque sea a un familiar) si no esperan recuperarlo.

Para finalizar cabe destacar que la inversión media realizada por los inversores informales en 2008 se sitúa en torno a los 18.600 euros (tabla 30), muy cerca de los 19.000 euros del resto del Estado Español. Conviene subrayar que la dispersión (desviación típica) es muy elevada y, por lo tanto, hay que completar esta información con otras medidas más representativas. La distribución en percentiles sitúa la media en 15.000 euros, es decir, el 50% de los inversores informales aportan como máximo 15.000 euros, un valor cercano al que refleja la media.

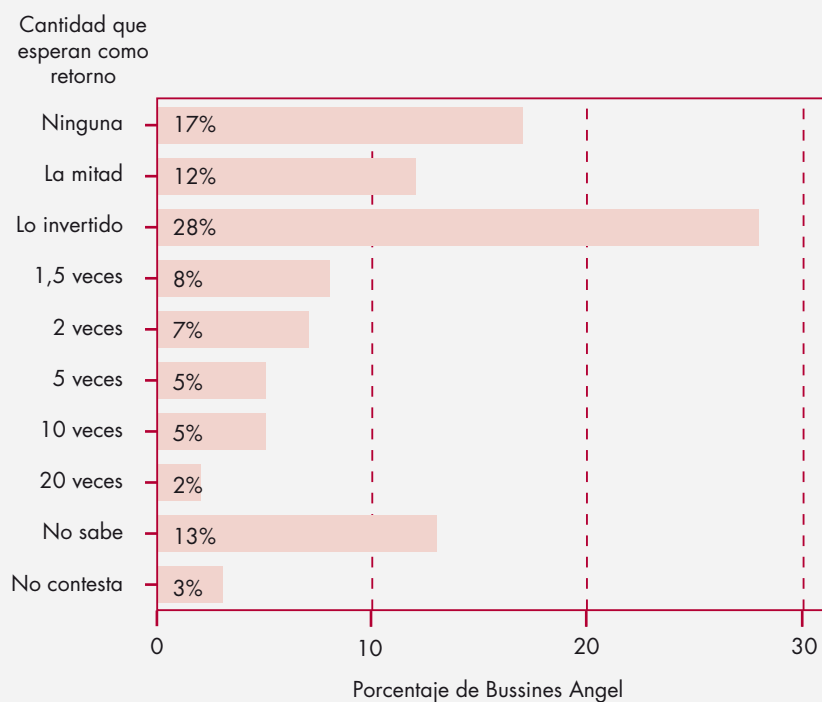
Otro aspecto a tener en cuenta es la disminución de la inversión máxima, un hecho relacionado probablemente con la menor inversión media necesaria para emprender (como se ha visto en la tabla 26). No hay que olvidar que en un contexto de recesión económica como el actual, en el que se generan más dificultades para obtener crédito, las iniciativas que requieren un capital inicial más elevado tienen más dificultades para seguir adelante.

Tabla 28 Actividad emprendedora del inversor informal catalán tipo *business angel*

		2008	2007	2006
Ocupación	Empleado/a	80,8%	83,9%	62,6%
	Parado/a	4,8%	2,1%	9,7%
	Estudiante	4,7%	2,1%	9,6%
	Ama de casa	8,2%	7,9%	14,5%
	Jubilado/a	1,5%	4,0%	3,7%
Tipo de Trabajo	Cuenta propia	20,9%	34,5%	14,2%
	Cuenta ajena	59,9%	49,4%	43,5%
	Otros	19,2%	16,1%	42,3%
Emprendedor independiente	Sí	4,8%	12,4%	6,1%
	No	95,2%	87,6%	93,9%
Trabajo actual relacionado con emprender	Sí	6,7%	6,5%	4,8%
	No	93,3%	93,5%	95,2%
Emprendedor nuevo o consolidado	Sí	19,2%	24,9%	9,6%
	No	80,8%	75,1%	90,4%
Emprendedor potencial	Sí	44,8%	15,9%	13,3%
	No	55,2%	84,1%	86,7%
Emprendedor que ha abandonado	Sí	9,6%	1,9%	3,2%
	No	90,4%	98,1%	96,8%
Tipo de relación entre el <i>business angel</i> y el beneficiario	Familia directa	62,4%	59,8%	62,1%
	Otro familiar	4,8%	2,0%	12,1%
	Entorno laboral	8,5%	6,9%	3,5%
	Amigo, conocido	17,2%	28,3%	18,9%
	Desconocido	3,5%	2,0%	0,0%
	Otros	3,5%	1,1%	3,5%

Tabla 29 Opiniones del inversor informal catalán tipo *business angel*

		Inversor informal	Emprendedores en fase inicial	Emprendedores consolidados
Percibe oportunidades empresariales	Sí	42,4%	50,2%	34,9%
	No	57,6%	49,8%	65,1%
Ve buenas oportunidades para crear una empresa en los próximos 6 meses	Sí	43,9%	48,8%	34,9%
	No	56,1%	51,2%	65,1%
Tiene habilidades para la creación de empresas	Sí	66,1%	92,1%	86,0%
	No	33,9%	7,9%	14,0%
El temor al fracaso le frena a crear empresa	Sí	44,8%	28,2%	34,1%
	No	55,2%	71,8%	65,9%
A la gente le gusta que todo el mundo tenga un nivel de vida similar	Sí	61,2%	58,7%	68,5%
	No	38,8%	41,3%	31,5%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección	Sí	70,5%	68,8%	65,2%
	No	29,5%	31,2%	34,8%
El éxito en un nuevo negocio supone mejorar el prestigio	Sí	67,4%	63,2%	52,5%
	No	32,6%	36,8%	47,5%
En los medios de comunicación aparecen noticias sobre negocios exitosos	Sí	45,4%	56,0%	52,7%
	No	54,6%	44,0%	47,3%

Figura 44 Cantidad que espera obtener de retorno el *business angel* catalán**Tabla 30** Capital aportado por el inversor informal en los últimos tres años (en euros)

	2008	2007	2006
Media	18.596,84	15.614,90	19.872,96
Desviación típica	17.479,52	32.637,38	24.392,08
Mínimo	2.000	998	999
Percentil 05	3.000	998	3.000
Percentil 10	4.500	998	4.000
Percentil 25	9.000	1.200	10.000
Mediana	15.000	6.000	15.000
Percentil 75	24.000	15.000	24.040
Percentil 90	30.000	30.000	30.000
Percentil 95	60.000	60.000	42.000
Máximo	90.000	240.000	200.000

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



7. EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER EN LA POBLACIÓN CATALANA

7.1. Percepción de buenas oportunidades para emprender

7.2. Motivación para emprender en la población catalana

7.3. Opinión de los expertos acerca de la motivación para emprender en la población catalana

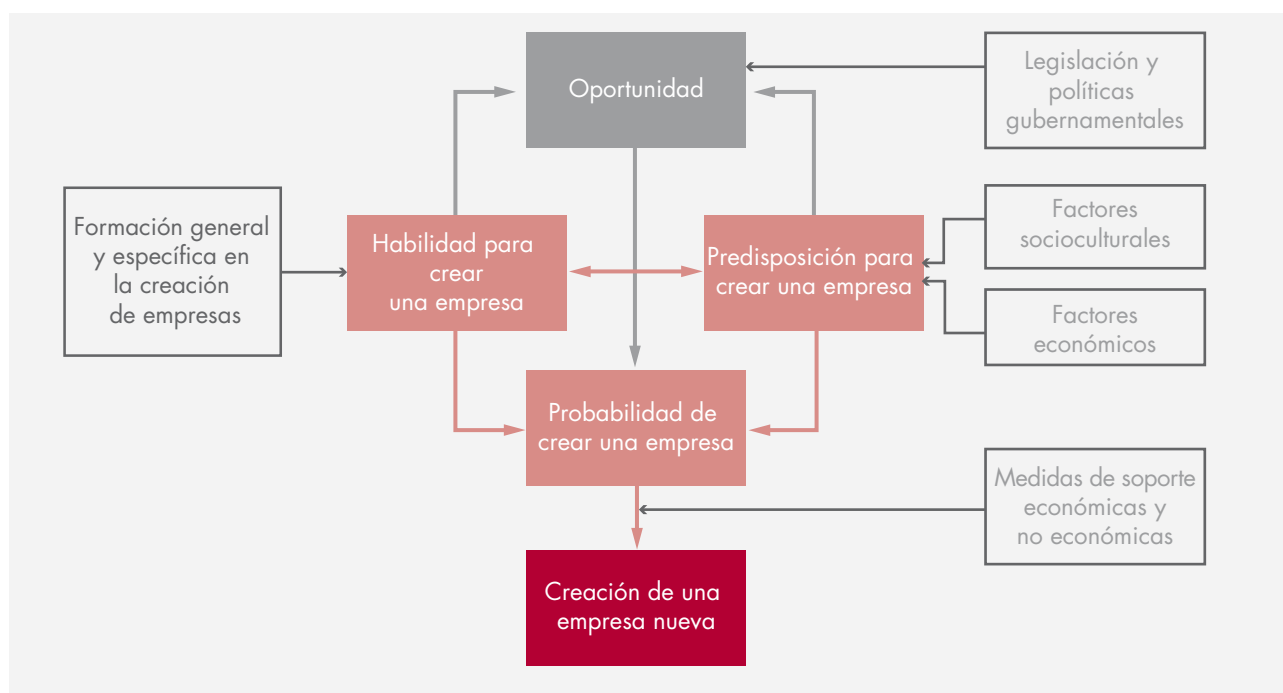
7.4. Habilidades y conocimientos para emprender en la población catalana

7. EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER EN LA POBLACIÓN CATALANA

La decisión de crear una empresa depende de distintos factores (figura 45). Algunos són externos al propio emprendedor, como la legislación y las políticas gubernamentales que permiten la aparición de oportunidades de negocio. Otros dependen más del mismo emprendedor, como las actitudes, las percepciones y los aspectos psicosociales. En cualquier caso, todos acaban afectando, con mayor o menor intensidad, a la probabilidad de crear una empresa

De forma resumida podemos destacar que los expertos proporcionan tres tipos de respuestas: valoraciones en escalas de 5 puntos de un conjunto de afirmaciones (donde 1 = totalmente falso y 5 = totalmente cierto), identificación verbal de tres obstáculos y tres apoyos a la actividad emprendedora que consideren relevantes y, por último, los expertos también aportan otras informaciones y opiniones complementarias entre las que sobresalen las recomendaciones de políticas públicas que consideran relevantes y necesarias para mejorar la creación de empresas en Cataluña.

Figura 45 Factores que inciden en la decisión de crear una empresa



Fuente: Gnyawali i Fogel (1994)

7.1. Percepción de buenas oportunidades para emprender

El 32,8% de la población adulta catalana (de 18 a 64 años) percibió durante el año 2008 buenas oportunidades para emprender en Cataluña en los seis meses posteriores al momento de la entrevista. Este porcentaje se encuentra exactamente tres puntos por debajo de la cifra del año 2007 (35,8%) con lo que el optimismo recuperado durante ese año por lo que se refiere a las posibilidades de emprender desaparece y nos situamos en cifras incluso inferiores a las del año 2006 (33,9%) y muy por debajo de años anteriores, en que el porcentaje superaba el 40%. Cabe indicar que la encuesta se realiza cada año en los meses de mayo y junio, en los que en 2008 la delicada situación económica española ya se hizo evidente, y seguramente las personas encuestadas ya empezaban a percibir las dificultades para acceder al crédito y la contracción de los mercados extranjeros. Así, tal y como ya apuntábamos en la pasada edición de este informe, no deberían sorprendernos las cifras obtenidas este año.

EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER EN LA POBLACIÓN CATALANA

En referencia a los países europeos, Cataluña sigue ocupando posiciones parecidas a las de años anteriores y siguen siendo los países escandinavos y del Norte de Europa los que lideran la percepción de buenas oportunidades para emprender, con cifras muy por encima de las españolas, aunque inferiores a las de años anteriores: Dinamarca (62,2%), Finlandia (50,2%) y Países Bajos (39,1%). Cataluña sigue situándose ligeramente por encima de la media de la UE (31,2%), y destaca, este año, la posición de Bosnia (45,6%) y Eslovenia (44,7%). Parece, pues, que estos países del antiguo bloque yugoslavo empiezan a percibirse como buenos entornos para iniciar una actividad empresarial.

En referencia a España, Cataluña está claramente por encima de la media española, que es de 25,4%. Así, si el año pasado se situaba sólo por debajo de la Comunidad Valenciana, la Región de Murcia y Castilla-La Mancha, este año Cataluña lidera las regiones españolas desde el punto de vista de las oportunidades percibidas para emprender, sólo ligeramente por encima de Aragón y Cantabria. Así pues, Cataluña se sitúa claramente por encima de comunidades como la de Madrid (24,5%) y la Valenciana (25,9%) claras competidoras para Cataluña desde el punto de vista económico y de atracción de inversión.

Figura 46 Porcentaje de la población adulta catalana que ve buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses

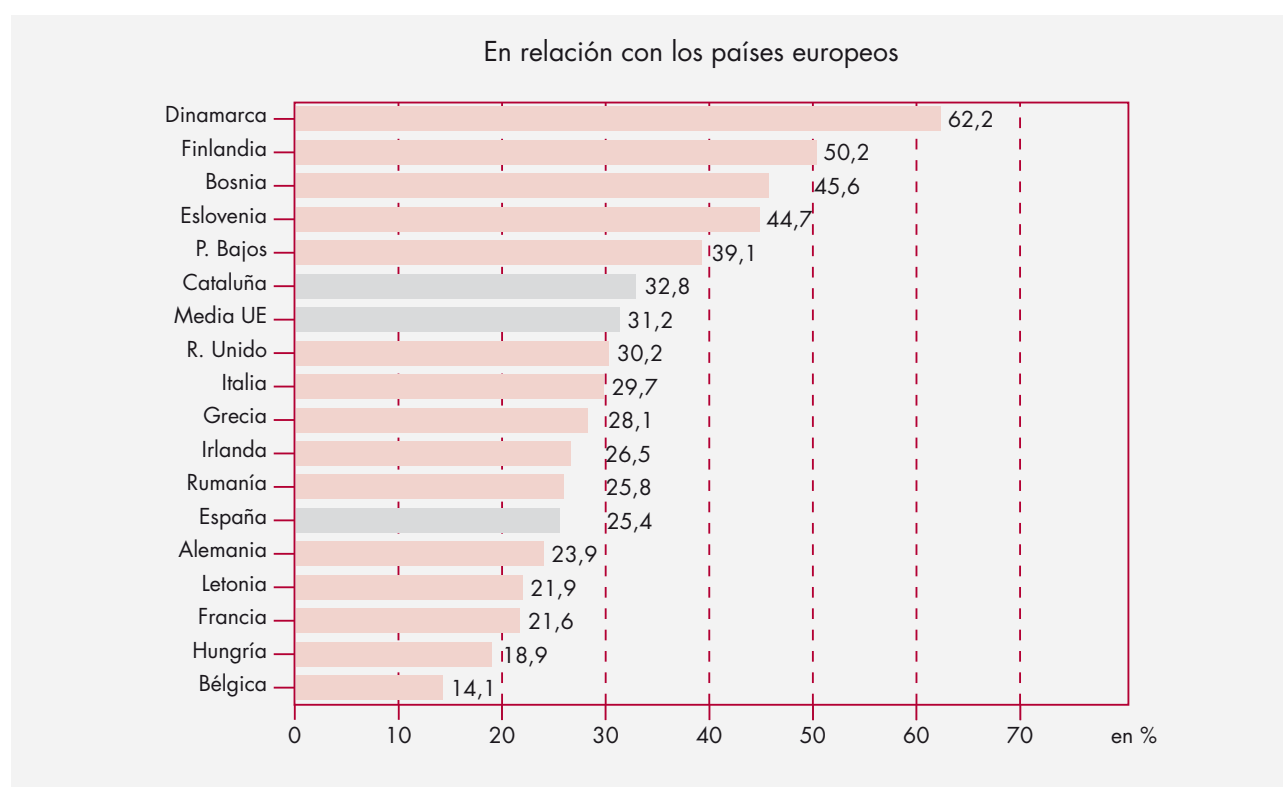
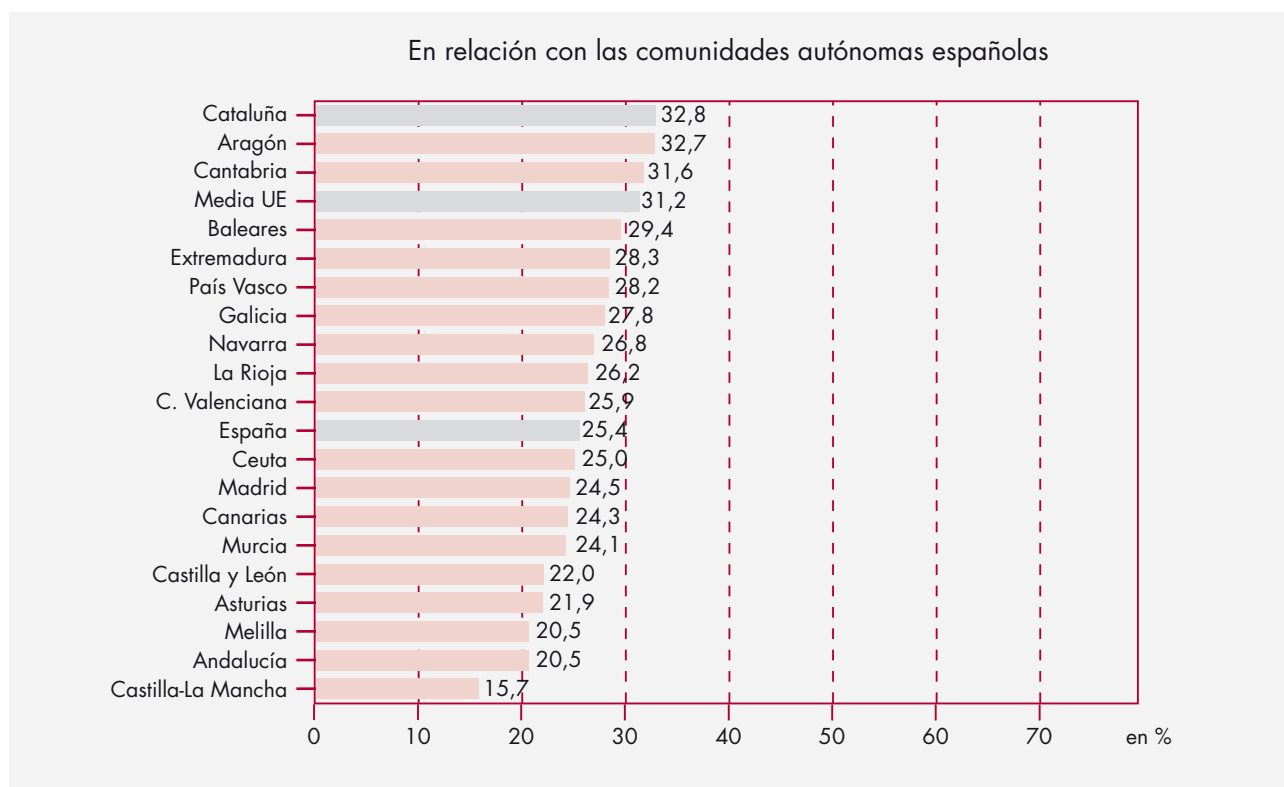
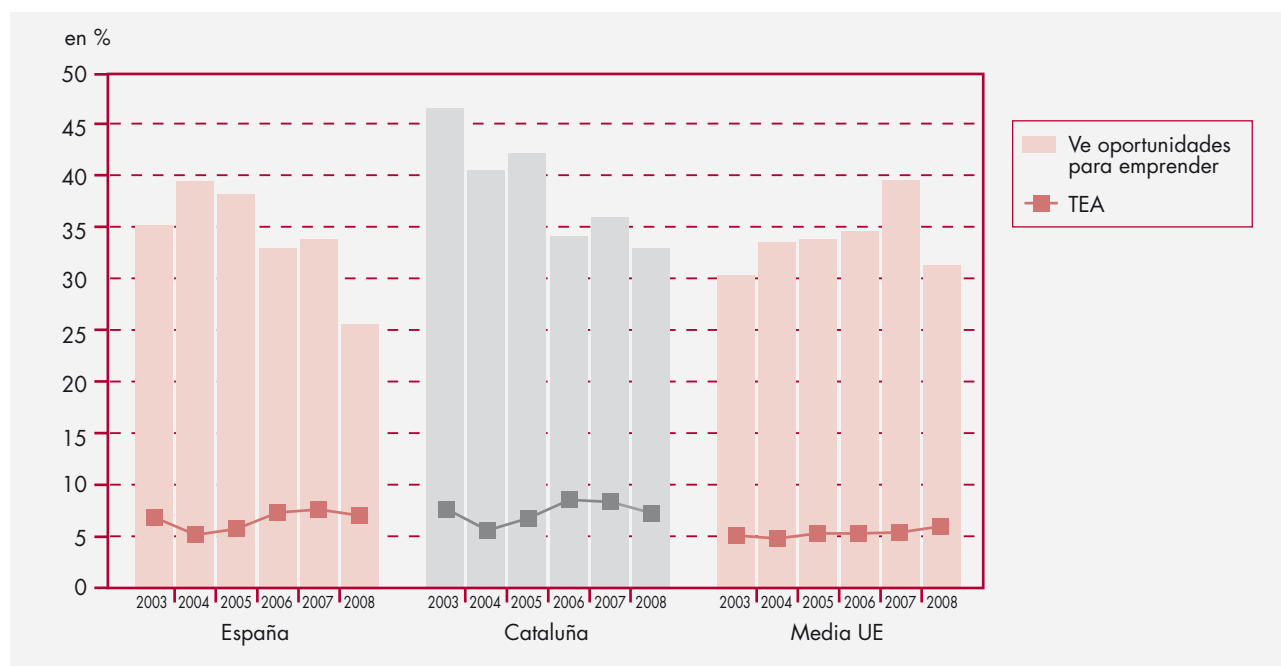


Figura 46 (Continuación)

En la Figura 47 se muestra la evolución de las oportunidades percibidas en los últimos años, a la vez que la TEA. Tanto en Cataluña como en el resto de España el descenso en la percepción de buenas oportunidades para emprender es mucho mayor que el descenso en la TEA, lo que en el fondo tiene cierto sentido ya que la decisión de emprender un negocio seguramente fue tomada en periodos anteriores, cuando las percepciones eran mejores. Parece que la TEA lleva, al menos, un ejercicio de retraso. Cabe esperar, pues, que el año que viene la reducción en la TEA sea mayor dado el descenso en las buenas percepciones para emprender que ha habido este año.

Aun así, en años anteriores se había observado una situación distinta: una disminución de la percepción de buenas oportunidades y, sin embargo, un aumento de la actividad emprendedora. Esto puede deberse a una actitud prudente, o adversa al riesgo, de la población catalana que, como otros años se ha señalado, es uno de los factores que frena el proceso emprendedor en Cataluña. Este tipo de comportamiento es también el que se ha observado este año en la UE donde, a pesar del importante descenso en las percepciones, la TEA ha sufrido un ligero aumento. Así podemos concluir que seguramente en el resto de países de la UE las decisiones de emprender se toman aún con más anticipación de lo que se hace en España.

Figura 47 Evolución del % de la población adulta catalana que ve oportunidades para emprender y su relación con la TEA

Como ya se ha comentado anteriormente, el proyecto GEM cuenta con distintas fuentes de información. Una de ellas son expertos que trabajan en nueve ámbitos de influencia en la creación empresarial. En el año 2008, los expertos entrevistados en Cataluña fueron 40, con la composición que se detalla en la Tabla 31.

La percepción de los expertos catalanes sobre la existencia de oportunidades para emprender en Cataluña es inferior a la del año 2007, al igual que las percepciones de la población adulta catalana (tabla 32)⁴. En el año 2008, a diferencia de otros años, ambos colectivos han mejorado sus percepciones en la misma dirección, pero la mala noticia es que nos hemos situado en valores, incluso, inferiores a los de hace dos y tres años. Así, mientras que en el año 2007 los expertos creían en el 3,5 sobre 5 en la existencia de buenas oportunidades para emprender, en el año 2008 esta opinión ha empeorado y se ha situado en el 3,13, ligeramente por encima de la media española pero casi veinte décimas por debajo de lo que opinan los expertos europeos (3,33). Sin embargo, cabe destacar el hecho de que, así como los expertos europeos y españoles prácticamente no han variado su opinión en relación con la existencia de más oportunidades buenas que personas preparadas para explotarlas (3,06 para España y 3,29 para la media de la UE, frente a cifras de 3,07 y 3,27 respectivamente del año anterior), los expertos catalanes sí que perciben un cambio. Así, mientras que en el año 2007 casi 7 de cada 10 expertos consultados creían que existían más oportunidades para emprender que personas preparadas para llevarlas a cabo, este año apenas si se llega a 6 de cada 10 expertos. Es decir, la puntuación media ha sido de 2,83 sobre 5. Estas cifras pueden tener una doble interpretación. Desde el punto de vista negativo, puede que realmente las oportunidades hayan disminuido tanto que, efectivamente, la relación entre nuevas oportunidades y personas preparadas para llevarlas a cabo se iguale, hecho que haría disminuir la puntuación de esta pregunta. Desde el punto de vista positivo, puede que la formación de la población catalana haya mejorado respecto años anteriores y que, precisamente ahora, los expertos crean que sí hay suficiente capital humano para llevar a cabo estas oportunidades que surgen, hecho que también disminuiría la puntuación de esta pregunta. Sin embargo, dada la puntuación dada por los expertos a la pregunta sobre la evolución de las oportunidades

4. A diferencia del Informe GEM España 2008, se ha decidido utilizar toda la muestra de expertos para elaborar las estadísticas para una mejor comparación con los resultados de años anteriores en los que sí se utilizaba la muestra entera y no, como este año, una muestra representativa. Es por ello que los resultados para España y la UE que se muestran en la Tabla 32 pueden variar ligeramente si se comparan con el Informe GEM España 2008. Es a criterio de los autores de este informe el hecho de incluir la muestra entera para España y la UE.

EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER EN LA POBLACIÓN CATALANA

Tabla 31 **Ámbito de influencia de los expertos entrevistados en Cataluña**

	No. de Expertos	Porcentaje
Apoyo financiero	4	10,0%
Políticas gubernamentales	7	17,5%
Programas gubernamentales	5	12,5%
Educación y formación	5	12,5%
Transferencia de I + D	8	20,0%
Infraestructura comercial y profesional	7	17,5%
Apertura del mercado	2	5,0%
Acceso a infraestructura física	1	2,5%
Normas sociales y culturales	1	2,5%
Total	40	100,0%

en los últimos 5 años, parece que sea más una falta de oportunidades percibidas que no un aumento de la población preparada para llevar a cabo algún tipo de actividad emprendedora.

Tal y como ya se ha mencionado, mientras en el año 2007 los expertos catalanes estaban de acuerdo (3,37 sobre 5) con la afirmación de que las oportunidades para emprender habían aumentado en Cataluña en los últimos cinco años y lo creían incluso con un ímpetu casi igual al del año 2006, este año esa burbuja se ha desinchado y dan una puntuación de 2,95 sobre 5 a esta pregunta.

Por último, en lo que se refiere a una cuestión más estructural y propia de la economía catalana, la existencia de muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento en Cataluña, los expertos están de acuerdo con esta afirmación,

Tabla 32 **Percepción de oportunidades desde el punto de vista de los expertos catalanes⁵**

	2008			2007		
	Cataluña	España	Media UE	Cataluña	España	Media UE
Número de expertos entrevistados	40	642	412	37	564	409
En mi país ...						
... hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,13	3,03	3,33	3,50	3,21	3,51
... hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	2,83	3,06	3,29	3,31	3,07	3,27
... las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	2,95	3,18	3,24	3,37	3,52	3,54
... es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,44	2,25	2,93	2,81	2,63	3,14
... hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,63	2,40	2,85	2,75	2,71	3,00

* Valoración media de 1 a 5

5. La cifra referida a la media de la UE en la Tabla 32 y en la figura 48 se refiere a la media de los países que aparecen en el gráfico. No se elabora una media para todos los países que participan en el Informe GEM a nivel europeo ya que en algunos países no se realizan entrevistas a expertos. Así pues, la media es para los siguientes países: Finlandia, Irlanda, Dinamarca, España, Bosnia, Alemania, Eslovenia, Italia y Grecia.

EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER EN LA POBLACIÓN CATALANA

pero menos convencidos que en 2007 (2,63 frente a 2,75). De la misma manera, en el año 2008 creen que es más difícil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales de lo que creían en el año anterior (2,44 frente al 2,81 sobre 5 del año 2007).

Una comparación por países muestra que los expertos catalanes son de los que peor valoran las oportunidades para emprender en su país, sólo por delante de españoles, italianos y griegos. Mientras los expertos europeos valoran en 3,1 sobre 5 la existencia de oportunidades para emprender en sus países, los catalanes lo hacen en un 2,9 y los españoles en un 2,8. Los expertos finlandeses (3,6) y los irlandeses (3,5) son los que mejor valoran las oportunidades para emprender en sus respectivos países, aunque para estos últimos habrá que esperar a las percepciones del año que viene dado que, junto con España, son de los países más castigados por la actual coyuntura económica. En el ámbito español, los expertos catalanes, a pesar de tener valoraciones por encima de la media, se encuentran muy por detrás de comunidades autónomas como Andalucía, el País Vasco o la Comunidad Valenciana.

Cabe destacar el caso de Andalucía. Mientras que la población andaluza es la que peor valora la existencia de oportunidades para emprender en su comunidad autónoma, los expertos andaluces son los que mejor valoran estas oportunidades (figura 48).

Figura 48 Valoración media de los expertos sobre la percepción de oportunidades para emprender en sus respectivos países

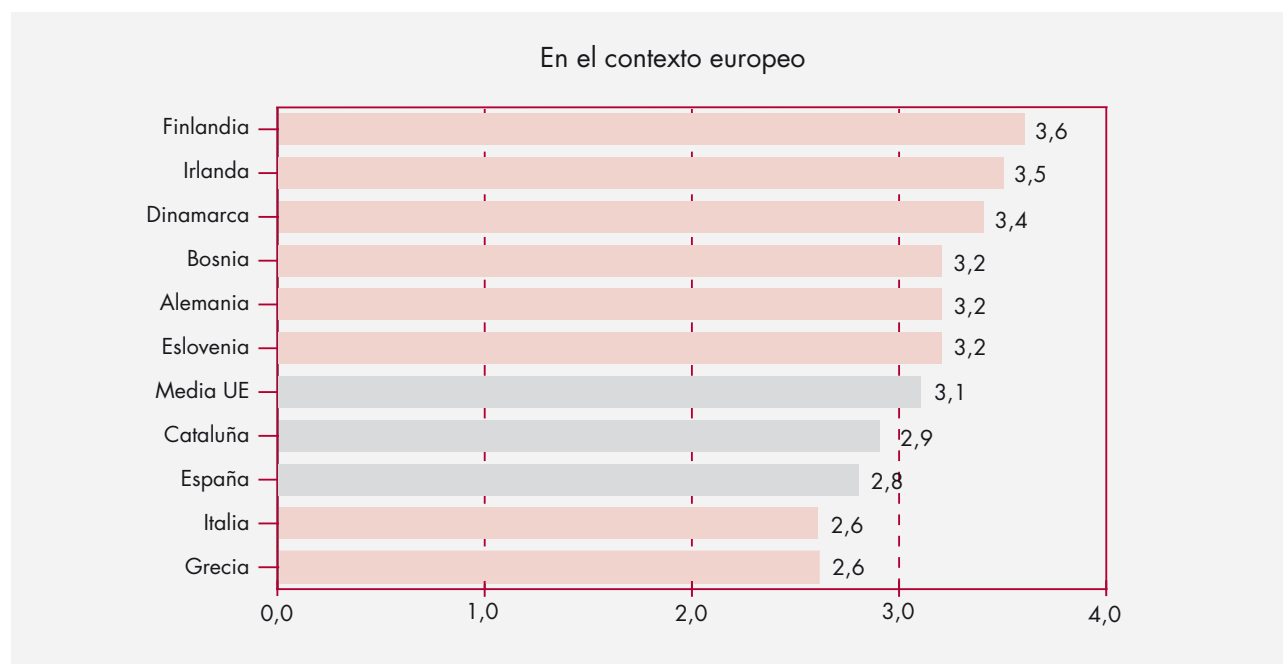
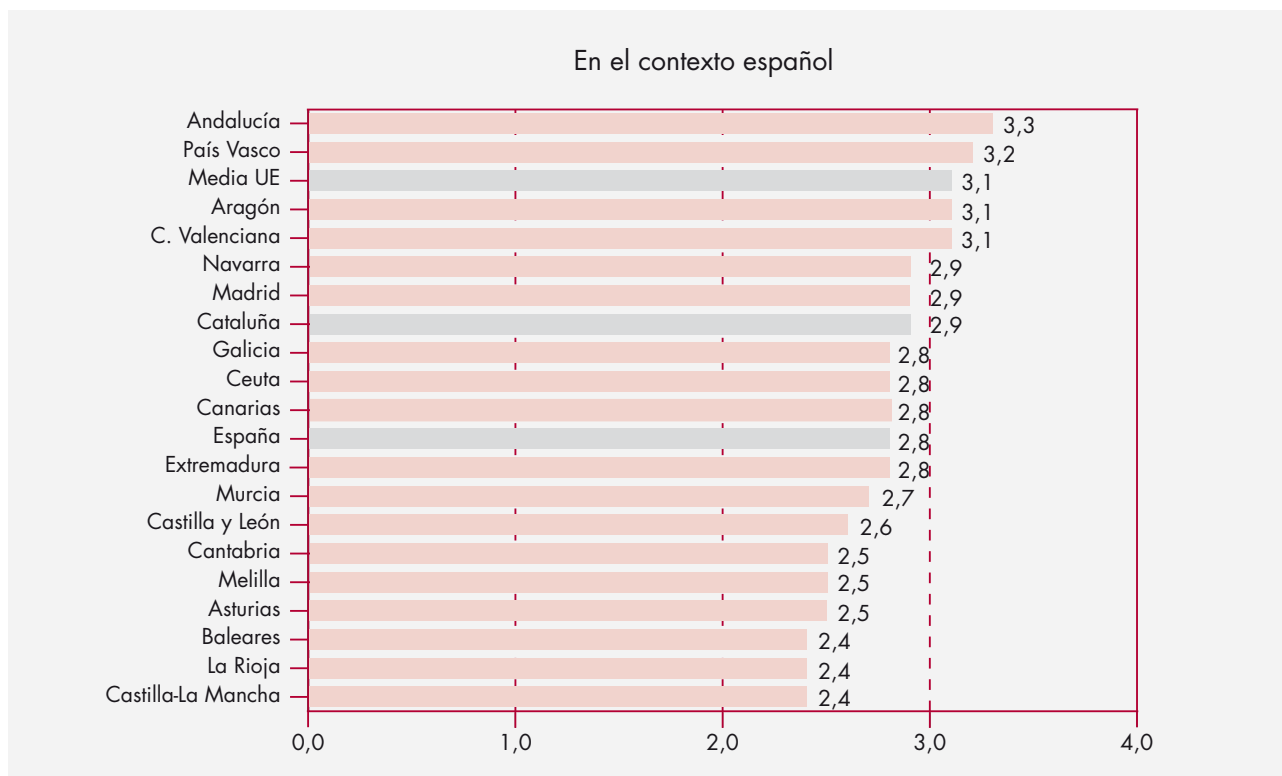


Figura 48 (Continuación)

7.2. Motivación para emprender en la población adulta catalana

El proyecto GEM mide la motivación para emprender en la población adulta mediante una serie de preguntas relacionadas con el asunto. Los resultados muestran que estos indicadores también se ven afectados por la coyuntura económica.

La población adulta catalana opina mayoritariamente que el miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender y que poner en marcha un negocio o una empresa es una buena elección. Sin embargo, el temor al fracaso a la hora de llevar a cabo un negocio ha crecido respecto a años anteriores, hecho que no puede aislarse del actual clima económico.

Paradójicamente, el porcentaje de población que cree que poner en marcha una empresa es una buena elección ha crecido respecto a años anteriores y se sitúa en niveles incluso superiores a los de 2005. A menudo, el aumento de los trabajadores autónomos en épocas de crisis económica se explica como un fenómeno de supervivencia ante eventuales pérdidas del puesto de trabajo. A pesar de que este análisis es muy simple y que debería hacerse un estudio más exhaustivo de qué tipología de trabajadores autónomos se refiere, esta mayor valoración sobre la idoneidad de crear una empresa puede estar relacionada con este fenómeno.

Sin embargo, dada la continua aversión al riesgo que ha mostrado la población catalana y española en las últimas ediciones de este informe, se hace difícil pensar que esta sea realmente la razón de fondo. Puede ser, sin embargo, una cuestión de desfase respecto la percepción de la situación económica dado que en el momento de la encuesta las delicadas cifras de nuestro mercado de trabajo aún no se habían empezado a manifestar.

Aun así, más de la mitad de la población adulta catalana entrevistada (56,9%) opina que triunfar al poner en marcha una nueva empresa proporciona un buen estatus social, aunque esta percepción ha disminuido respecto de años anteriores, en los que esta

percepción de mayor prestigio social era mayor (58,2% y 58,8%, respectivamente, en los años 2007 y 2005). Además, la población adulta catalana cree que los medios de comunicación no proporcionan la suficiente cobertura de noticias relacionadas con nuevos empresarios. No obstante, el porcentaje de población adulta que cree que no se produce suficiente información se ha reducido casi en veinte puntos respecto al año 2003, por lo que se puede concluir que la presencia de noticias relacionadas con la actividad emprendedora en la prensa ha aumentado en los últimos años, y más en el año 2008

Tabla 33 Motivación para emprender en la población adulta catalana

		2008	2007	2006	2005
El temor al fracaso le frena a crear empresa	Sí	49,3%	46,7%	42,2%	45,0%
	No	50,7%	53,3%	57,8%	55,0%
A la gente le gusta que todo el mundo tenga un nivel de vida similar	Sí	63,7%	62,0%	63,7%	52,9%
	No	36,3%	38,0%	36,3%	47,1%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección	Sí	70,7%	66,6%	69,5%	67,9%
	No	29,3%	33,4%	30,5%	32,1%
El éxito en un nuevo negocio supone mejorar el prestigio	Sí	56,9%	58,2%	56,8%	58,8%
	No	43,1%	41,8%	43,2%	41,2%
En los medios de comunicación aparecen noticias sobre negocios exitosos	Sí	45,4%	43,2%	42,1%	42,3%
	No	54,6%	56,8%	57,9%	57,7%
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	Sí	39,9%	37,8%	36,7%	31,5%
	No	60,1%	62,2%	63,3%	68,5%

7.3. Opinión de los expertos acerca de la motivación para emprender en la población adulta catalana

Del análisis sobre las motivaciones para emprender de la población catalana no se aprecian diferencias significativas respecto del año anterior, salvo en la idoneidad de poner en marcha un negocio. Otra vez más, a diferencia de la población adulta catalana, los expertos han disminuído sus percepciones positivas. Los expertos están de acuerdo, aunque por debajo de lo que lo estaban en el año 2007, en que la creación de una empresa es una buena elección (2,80 de 5 frente a 3,19 de 5 del año 2007). Sin embargo, creen de la misma manera que lo hacían el año anterior que crear una empresa es una forma de hacerse rico (3,10 frente a 3,11 del año anterior). Esta opinión contrasta con la de los expertos del resto de España, que, como en el año 2007, no creen con tanto ímpetu esta afirmación, de la misma manera que no opinan con tanta firmeza como los catalanes que convertirse en empresario sea una opción profesional deseable.

Por otro lado, también cabe destacar el hecho de que los expertos catalanes opinan (con una valoración de 3,28 sobre 5) que es frecuente ver noticias sobre empresarios de éxito en los medios de comunicación, aunque con mucha menos frecuencia de la que lo hacían el año 2007. El resultado es también inferior al del año 2006 (3,65 sobre 5). Esta evolución contrasta con la de la población adulta, que opina que cada vez es más frecuente la cobertura mediática de los nuevos empresarios. Un año más parece que los expertos y la población adulta no coinciden en este punto. Puede ser, sin embargo, una cuestión de percepción errónea de la información. Así como los expertos consultados pueden dirimir entre la información de tipo económico en general de aquella que se refiere exclusivamente a la actividad emprendedora, por ser conocedores del tema y por leer con más frecuencia la prensa económica, la población adulta en general puede confundir este tipo de información. Es obvio, de todas formas, que la información de tipo económico aparecida en los medios de comunicación en los últimos meses –y en el momento de elaboración de las encuestas– ha aumentado y puede que, también, las noticias referentes a experiencias de éxito para poder, así, contrarrestar las malas noticias.

EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER EN LA POBLACIÓN CATALANA

Por último, la figura del empresario como individuo competente e ingenioso es igualmente común entre los expertos catalanes y europeos, como en el año 2007, y no lo es tanto entre los expertos del resto de España que le dan una valoración muy por debajo de la catalana y la europea. Aun así, cabe destacar el hecho de que, mientras que en Cataluña se ha mantenido la valoración de la competencia de los empresarios respecto a los niveles del año anterior, en los países de la UE esta valoración ha empeorado y, paradójicamente, en España ha mejorado (tabla 34).

Tabla 34 Evaluación de los expertos sobre factores que influyen en la motivación para emprender

	2008			2007		
	Cataluña	España	Media UE	Cataluña	España	Media UE
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	3,10	2,89	3,26	3,11	2,99	3,25
Convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,80	2,71	2,89	3,19	2,83	2,88
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,65	3,74	3,43	3,81	3,61	3,52
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,28	3,42	3,31	3,41	3,20	3,50
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3,41	3,22	3,33	3,41	3,13	3,44

* Valoración media de 1 a 5

Figura 49 Valoración media de los expertos acerca de la motivación de la población para emprender en sus respectivos países

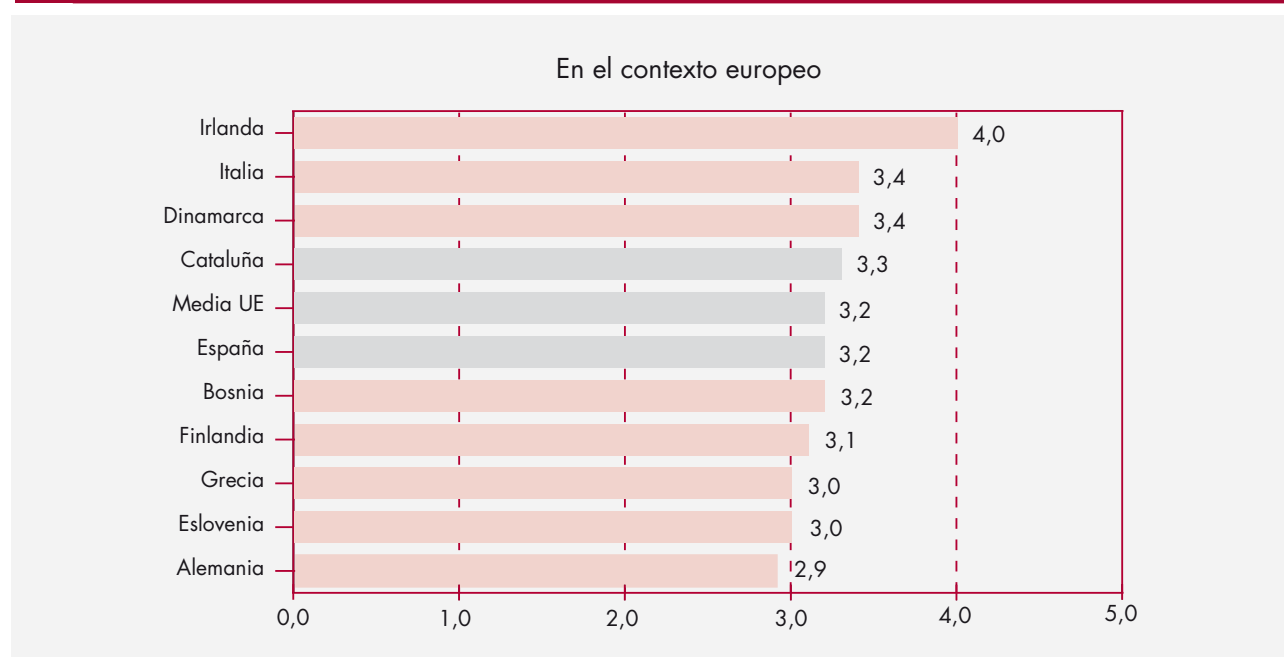
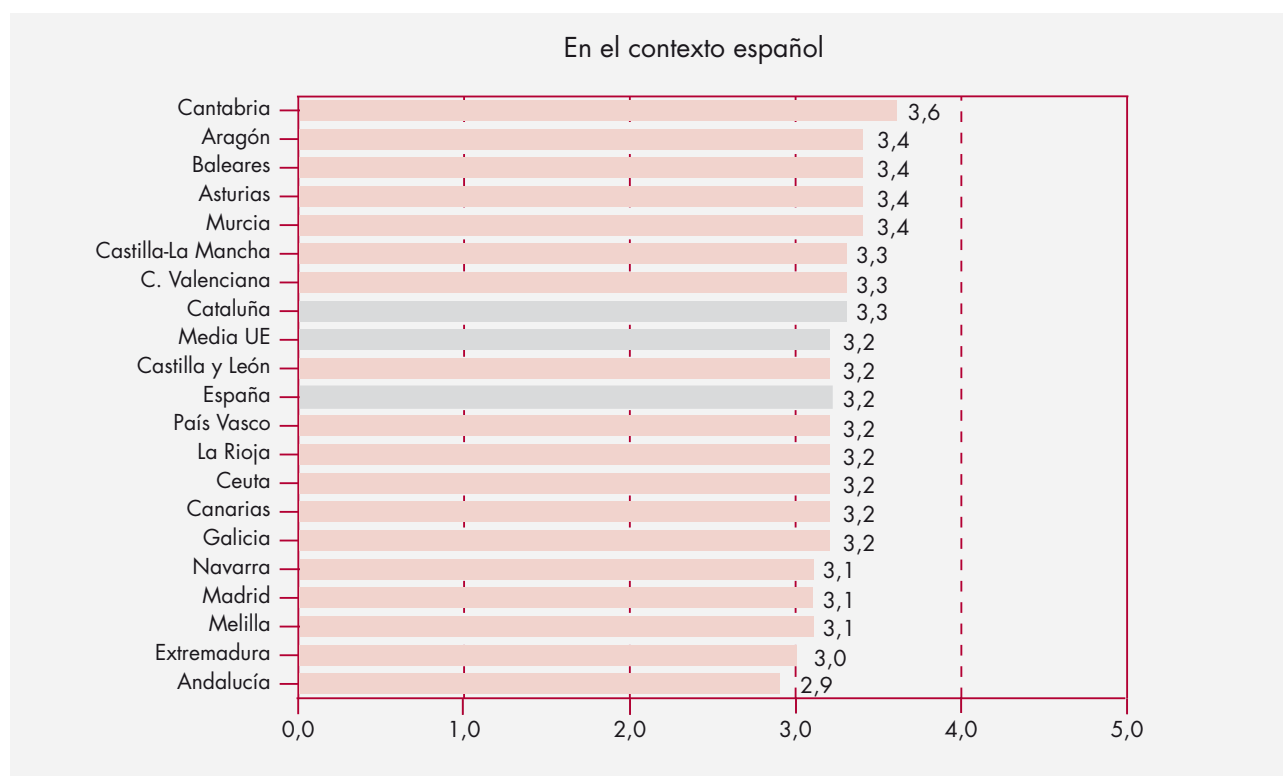


Figura 49 (Continuación)

La posición de Cataluña en lo que se refiere a la motivación para emprender es prácticamente la misma que en el año anterior, según la opinión de los expertos. En el año 2008 Cataluña continúa situándose por encima de la media europea, sólo por detrás de Irlanda, Italia y Dinamarca. Irlanda sigue encabezando un año más los países cuyos expertos mejor valoran la motivación de la población para emprender. Los expertos catalanes valoraron en el año 2008 en el 3,3 sobre 5 la motivación de los catalanes para emprender mientras que los españoles lo hicieron, en media, en un 3,2 sobre 5. Esta evaluación es coherente con los resultados de la TEA, que son ligeramente inferiores a los del año anterior.

7.4. Habilidades y conocimientos para emprender en la población adulta catalana

Un poco menos de la mitad de la población adulta entrevistada (47,0%) declara tener habilidades y capacidades para emprender. Este porcentaje disminuye cada año (48,5% en 2007; 49,6% en 2006), en lo que puede interpretarse como una desmotivación para emprender (experiencias negativas o la percepción de que existen menos noticias sobre emprendedores con éxito). Sin embargo, la población catalana se considera capaz de emprender, como en años anteriores, en unas proporciones por encima de la española y europea. A diferencia del año 2007, en el año 2008 fueron los bosnios, griegos y eslovenos los europeos que dijeron tener mayores habilidades para emprender, justo por delante de los británicos e irlandeses, que fueron los primeros en el año 2006. Cabe destacar el caso de Grecia, que es el país donde peores oportunidades se perciben para emprender, y, en cambio, el país cuya población cree estar mejor preparada. Puede ser éste un caso claro de pérdida de talento ante las malas perspectivas económicas del país.

En cuanto a la comparación con el resto de comunidades autónomas, los canarios y los cántabros son quienes mejor se sitúan y, sin embargo, los madrileños, que el año pasado decían estar capacitados para emprender en menores proporciones que los catalanes, este año se sitúan otra vez, como en años anteriores, por encima de éstos. Es curioso el hecho de que se considere que la población española está capacitada para emprender en mayores proporciones que la media de la UE, aunque estas valoraciones ya se han repetido en anteriores ediciones, tal y como muestra la figura 5.

EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES, MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER EN LA POBLACIÓN CATALANA

Figura 50 Porcentaje de la población adulta catalana que cree tener habilidades y conocimientos para emprender

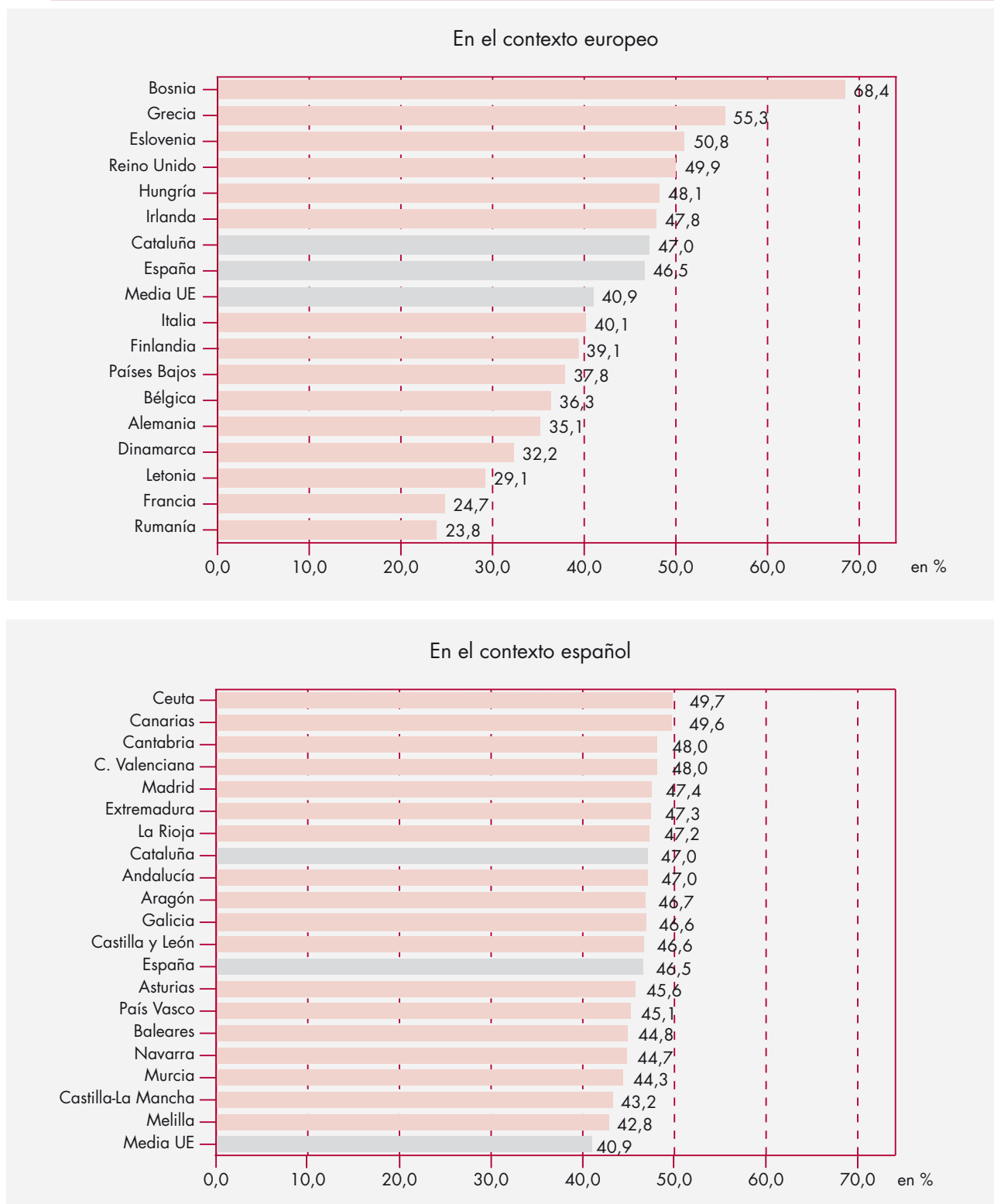


Figura 51 Evolución de la población adulta catalana que cree tener habilidades para emprender

Los expertos, igual que la población adulta, creen en menor medida que en el año 2007 en las habilidades de la población adulta para emprender. Todas las valoraciones de los expertos en lo que se refiere a capacidades y habilidades de la población para emprender han empeorado respecto al año anterior, seguramente fruto, una vez más, de las malas condiciones económicas. Aunque, a nuestro parecer, las capacidades deberían ser independientes de las condiciones económicas.

Aún así, puede que los expertos se hayan dado cuenta que las habilidades de las personas no eran tan buenas como se pensaba y que los éxitos anteriores pueden ser fruto más de las buenas condiciones económicas y no tanto de un talento excepcional. Para ello cabe seguir insistiendo en la necesidad de tener una población bien formada capaz de poner en marcha sus capacidades en el momento más necesario.

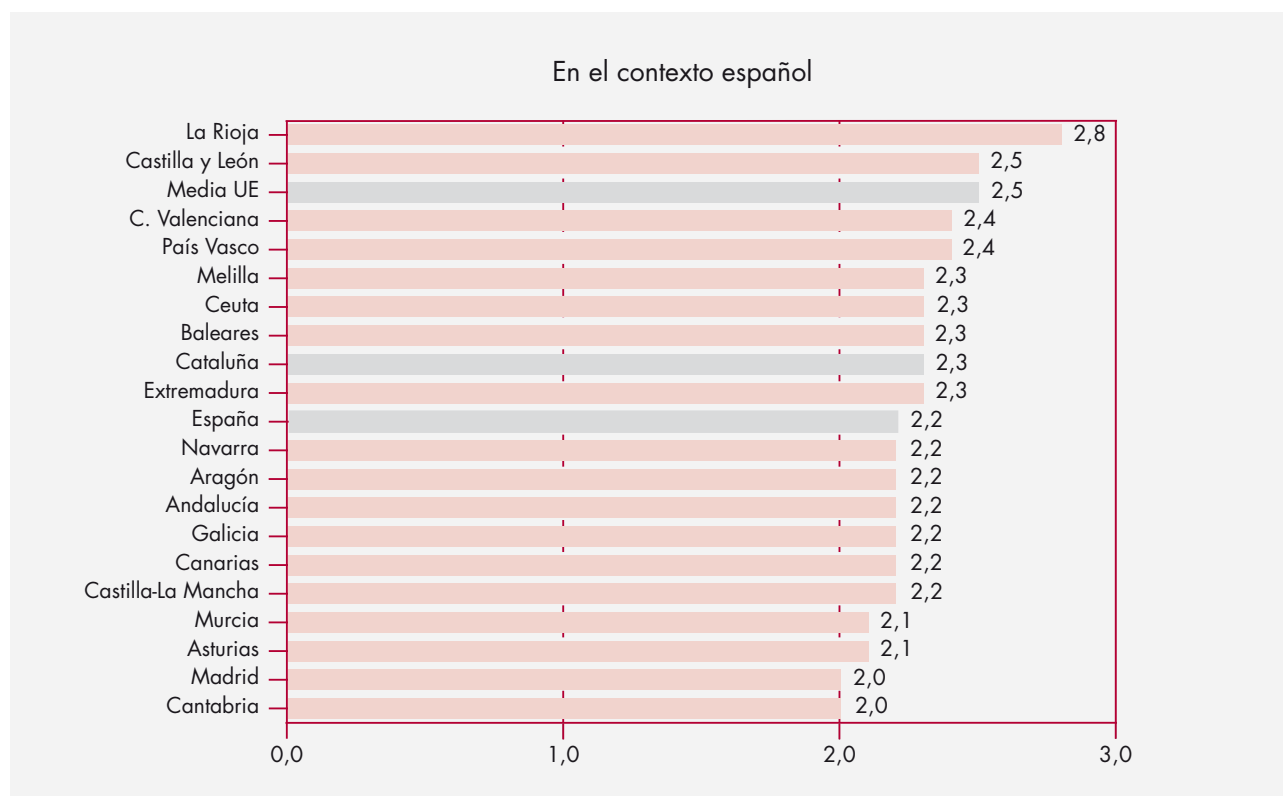
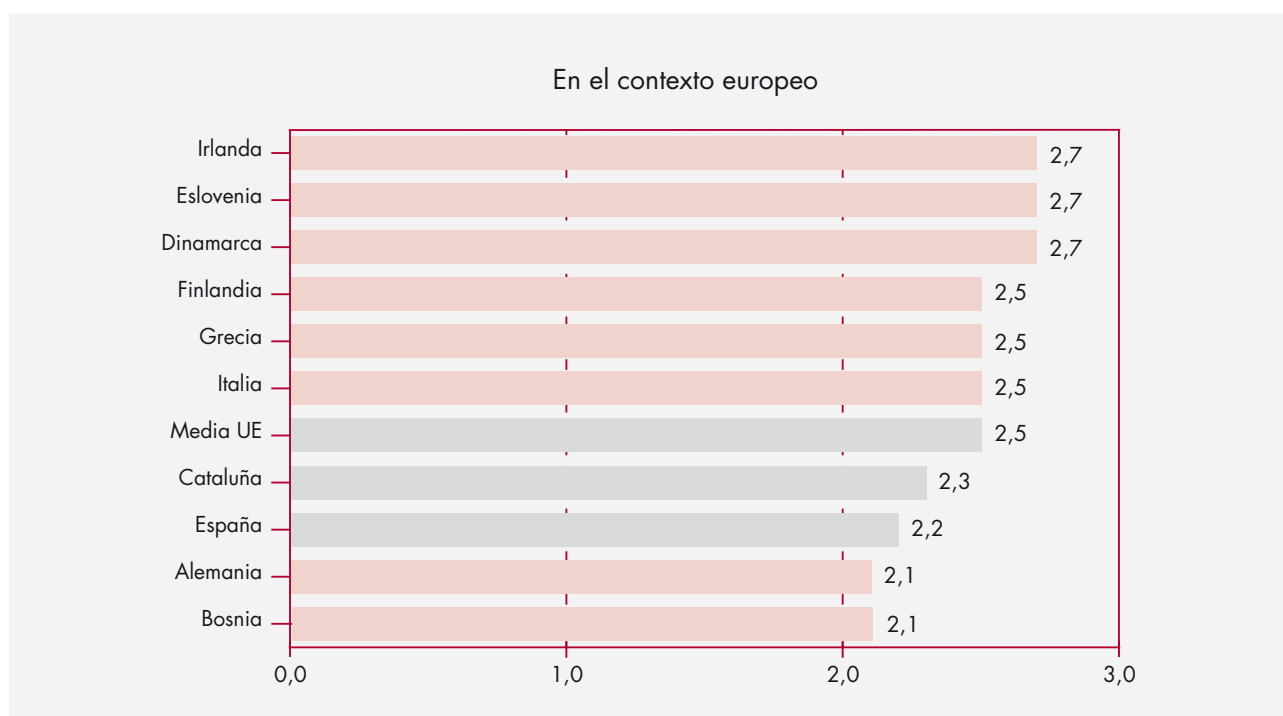
Así pues, según los expertos las capacidades de la población catalana para dirigir una pequeña empresa han disminuido respecto al año 2007. Mientras que en 2007 la valoración era de 3 puntos sobre 5, en 2008 esta valoración bajó a 2,5 puntos. De la misma manera los expertos creen en menor medida que en 2007 que haya gente que tenga experiencia en la creación de nuevas empresas, valoración que disminuye continuamente desde el año 2004. Mientras que la población adulta no se siente motivada para emprender y cree que hay menos oportunidades para emprender, a pesar que se considera con habilidades para ello, los expertos piensan, un año más, que sí que hay oportunidades, aunque menos que en años anteriores, pero no suficiente preparación.

Una vez más, el análisis denota que la población es más optimista que los expertos, aunque éstos no están del todo de acuerdo en que la gente tenga capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio o que esté capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa. La opinión de los expertos respecto a la capacidad de reacción y de organizar recursos de la población ha empeorado de manera importante respecto el año anterior (2,35 respecto a 2,59 y 2,45 respecto a 2,67 respectivamente). Esta opinión, sin embargo, puede ser fruto del entorno económico en el que nos encontramos: una situación de crisis económica frena, quizás, el proceso emprendedor de los más adversos al riesgo pero no el de los más valientes. Un fracaso en su actividad emprendedora puede interpretarse como una mala preparación de la persona emprendedora, aunque pudiera ser consecuencia de la coyuntura económica.

Tabla 35 Opinión de los expertos acerca de las habilidades y conocimientos que posee la población para emprender

	Cataluña	2008 España	UE	Cataluña	2007 España	UE
En mi país ...						
... mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento	1,92	1,86	2,07	2,19	2,32	2,29
... mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio	2,50	2,58	2,77	3,00	3,07	3,01
... mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios	2,05	2,10	2,44	2,44	2,48	2,60
... mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se le presentan	2,35	2,31	2,48	2,59	2,65	2,69
... mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño negocio	2,45	2,35	2,50	2,67	2,74	2,74
* Valoración media de 1 a 5						

Los expertos también opinan, un año más, que el nivel de *empresarialización* de nuestros empresarios es muy bajo. Es decir, existen personas emprendedoras que por oportunidad o necesidad crean muchas empresas. Ahora bien, estas personas carecen, en la mayoría de las ocasiones, de las competencias profesionales prototípicas de un empresario, tanto en lo que se refiere a conocimientos conceptuales, instrumentales (mercado, finanzas, organización, gerencia, etc.) como al desarrollo de determinados comportamientos y actitudes (persistencia, planificación, persuasión, búsqueda de oportunidades e innovación, etc.). Ello comporta que las verdaderas posibilidades de crecimiento y desarrollo de las nuevas empresas sean muy limitadas y que, por otro lado, la supervivencia también lo sea. A ello hay que añadir que tradicionalmente los programas públicos de apoyo a la creación de empresas no han centrado su atención en los aspectos referentes a la consolidación de las nuevas empresas y la *empresarialización* de las personas que las lideran. Este hecho, sin embargo, se ha corregido en los últimos años y ya son muchos los programas de apoyo a la actividad emprendedora que no se centran exclusivamente en las etapas iniciales del proceso, sino que también acompañan al emprendedor a lo largo de todo el recorrido hasta que la empresa se consolida en el mercado.

Figura 52 Valoración media de los expertos acerca de la posesión de habilidades y conocimientos para emprender por parte de sus respectivas poblaciones

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



8. CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL ENTORNO PARA EMPRENDER EN CATALUÑA EN 2008

- 8.1. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la creación de empresas
- 8.2. Aspectos favorables, desfavorables y recomendaciones: hablan los expertos
- 8.3. Posición catalana en los ámbitos internacional y español acerca del estado de las condiciones del entorno evaluadas por los expertos

La exhaustividad de las políticas de apoyo a la iniciativa emprendedora y a la innovación: el proyecto IPREG

Jaume Valls Pasola (Cátedra de Iniciativa Emprendedora Universitat de Barcelona)

8. CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL ENTORNO PARA EMPRENDER EN CATALUÑA EN 2008

Para que se desarrolle la creación de empresas en un país es necesario que existan emprendedores, personas con inquietudes e ideas innovadoras, capaces de asumir riesgos personales y con espíritu de sacrificio. Sin embargo, esto no basta para que se desarrolle una actividad emprendedora consolidada, ya que una buena parte de ella depende del entorno en el que se hallen los potenciales emprendedores. En este apartado se analizan las condiciones específicas del entorno en el que se desarrolla la creación de empresas. La literatura académica señala como factores que tienen mayor incidencia en la actividad emprendedora los siguientes:

- El apoyo financiero.
- Las políticas y programas gubernamentales.
- La educación y la formación.
- La transferencia de I+D.
- La estructura comercial y profesional.
- La apertura del mercado interno.
- El acceso a la infraestructura física.
- Las normas sociales y culturales.

La información que se utiliza en este apartado procede, de la misma manera que en el capítulo anterior, de las entrevistas realizadas a 40 expertos entre abril y junio de 2008 en Cataluña.

8.1. Análisis general del entorno en el que se desarrolla la creación de empresas

Los expertos consultados este año manifiestan claramente la necesidad de recibir ayuda externa en el momento de iniciar un proyecto empresarial. Con una valoración de más de cuatro puntos sobre 5, éste es el factor de entorno sobre el cual más expertos se han pronunciado. Por otro lado, este año aparece otro factor altamente valorado por los expertos como es la *innovación desde el punto de vista del consumidor*. Con una valoración de casi 3,6 puntos sobre 5, éste es seguramente el mayor activo del que dispone nuestro país a la hora de emprender según los expertos. Es decir, todos aquellos avances tecnológicos puestos a disposición del consumidor que hacen del proceso emprendedor un camino más sencillo, con mayor capacidad de alcance tanto por lo que se refiere al conjunto de personas susceptibles de iniciar algún proyecto empresarial como de éste en sí mismo. Así pues, hay que tener en cuenta todas las redes sociales puestas a disposición del consumidor vía internet, cómo pueden ser las redes de intercambio social (*Facebook, Twitter o Tuenti*) y las redes de intercambio profesional (*Opijobs, Linked In, Xingo o Viadeo*). Estas redes, que ya en sí son proyectos emprendedores de gran éxito y envergadura, seguramente posibilitan el intercambio de ideas, información o consejos que facilitan la toma de decisiones a la hora de emprender. Pero no sólo las redes sociales en Internet actúan como factor positivo para la actividad emprendedora, sino también otros avances tecnológicos básicamente desde el punto de vista de las telecomunicaciones.

Cabe destacar, sin embargo, que según los expertos en nuestro país aún nos falta dar un paso adelante para que el proceso innovador sea un factor clave, determinante y altamente positivo para el proceso emprendedor. Y es que en lo que se refiere a la *innovación desde el punto de vista de la empresa*, a pesar de que los expertos la valoran por encima de la media (2,74 puntos sobre 5) está lejos aún de los factores mejor valorados por los expertos. Así pues, nos falta innovar en el entorno empresarial y seguramente el problema principal recae en los procesos dentro de la empresa. Es decir, en nuestro país aún se siguen perdiendo muchas horas de trabajo por ineficiencias en el seno de las empresas, procesos mal diseñados, procesos que pertenecen a una cultura empresarial propia de otra época. Es cierto que las mejoras tecnológicas han ayudado a la modernización en algunos aspectos, pero en otros, más propios de los recursos humanos y no tanto de los recursos materiales o tecnológicos, aún nos queda campo que recorrer. Y es este factor, seguramente, uno de los causantes de la baja productividad de nuestra economía y que, en estos momentos, está en el punto de mira de todos los expertos ya que existe consenso absoluto que si queremos reconducir nuestro modelo productivo habrá que empezar a atacarlo por aquí.

Los expertos un año más valoran de manera muy negativa la educación primaria y secundaria, con una puntuación de 1,7 sobre 5 puntos, seguramente la más baja de todas las ediciones. Esta percepción de los expertos coincide con los primeros resultados obtenidos este año fruto de las pruebas realizadas a los estudiantes de sexto de primaria de todas las escuelas catalanas. Sin embargo, este factor no es ninguna novedad, y es cierto que las autoridades educativas de nuestro país trabajan desde hace tiempo para redefinir el modelo educativo con el objetivo de acercarnos a países de gran éxito escolar como puede ser Finlandia, ejemplo paradigmático tanto en lo que se refiere a los niveles alcanzados por su sistema educativo como por el hecho de constituirse como una sociedad altamente innovadora.

Sin embargo, cabe destacar que los expertos señalan, con una puntuación de 3,33 puntos sobre 5 una suficiente oferta de educación emprendedora. Es cierto que desde la Generalitat de Cataluña se ha realizado un gran esfuerzo para hacer llegar la materia de educación para el proceso emprendedor a todos los centros de formación profesional de Cataluña. En el curso 2007-2008 han sido casi 10.000 alumnos los que han podido cursar asignaturas relacionadas con el proceso emprendedor y para el curso 2008-2009 está previsto que más de 60.000 alumnos cursen estas asignaturas de forma obligatoria. Así pues, se ha realizado un primer esfuerzo en este aspecto, aunque poco a poco debería extenderse a otros niveles educativos como son la educación secundaria obligatoria y sobre todo la educación superior, puesto que ya se ha manifestado en otras ocasiones la necesidad de transferencia de conocimiento de la universidad al mundo empresarial. Transferencia que, obviamente, mejora con los conocimientos y las herramientas necesarias para el proceso emprendedor.

Por lo que se refiere a la valoración de otras condiciones de entorno y su comparación con años anteriores, parece que el clima de crisis económica y de pesimismo también ha calado en los expertos. No hay casi ninguna condición de entorno que sea mejor valorada que en el año 2007. Hay que recordar, una vez más, el periodo en el que se realizaron las encuestas, los meses de mayo y junio de 2008. Durante estos meses seguramente es cuando la situación de crisis económica y de desaceleración de nuestra economía empezó a hacerse evidente sin haber experimentado aún la repercusión que luego tendría sobre el mercado de trabajo.

Es posible, pues, que esta situación haya influido a la hora de valorar las condiciones de entorno. A pesar de ello, y con la excepción de la valoración de la educación primaria y secundaria que ya se ha comentado, todos los aspectos reciben una puntuación por encima de la mediana.

A pesar de todo, las valoraciones de los expertos parecen un poco contradictorias. Así, mientras parece haberse instaurado un cierto aire de desasosiego y pesimismo entre ellos, uno de los pocos factores que reciben mejor puntuación que en la edición del año anterior es la *dinámica del mercado interior*, aunque ello puede estar relacionado con el hecho que ya hemos mencionado con anterioridad de la repercusión sobre el mercado de trabajo de la crisis económica.

El impacto sobre el empleo de la actual crisis se ha demostrado mucho peor en nuestro país que en otros países similares al nuestro con, seguramente, peores comportamientos económicos. Este impacto negativo sobre el mercado de trabajo, además de ser mucho más profundo, ha sido también mucho más rápido. Así, los efectos sobre el consumo interno no se empezaron a notar hasta que el impacto sobre la ocupación era más que evidente. Puede ser, pues, que los propios expertos valoraran en ese momento, cuando ni la restricción al crédito ni el impacto sobre el mercado de trabajo eran tan evidentes, la dinámica del mercado interior de manera muy positiva respecto al año 2007.

Factores como el acceso a infraestructuras físicas o las normas sociales y culturales que tradicionalmente eran factores de los mejor valorados, han perdido peso respecto a años anteriores. Por lo que se refiere a las infraestructuras físicas, a pesar de las evidentes mejoras en el último año, como la consolidación del AVE, el cese de las interrupciones casi diarias en la red de Cercanías o la apertura de nuevas carreteras y autovías, los expertos las valoran con una puntuación muy por encima de la media (3,2 puntos sobre 5) pero casi 20 décimas por debajo de lo que lo hicieran el 2007. Deberíamos esperar, pues, que las infraestructuras físicas como activo para el proceso emprendedor siguieran siendo muy valoradas por los expertos en los años siguientes, y más ahora que el tren de alta velocidad ya ha llegado plenamente a Barcelona y la mejora que supone la apertura de la nueva terminal del aeropuerto del

Prat. En España y en el resto de Europa, los expertos evalúan también, aunque con puntuaciones ligeramente superiores a las catalanas, las infraestructuras físicas de las que dispone el territorio como el mejor activo para la creación de empresas.

Las normas sociales y culturales como factor para la creación de empresas era, en el año 2003 el factor más valorado en Cataluña. Sin embargo este activo para el proceso emprendedor ha ido perdiendo peso según los expertos para dar paso a otros como la necesidad de ayuda externa antes de empezar el proceso emprendedor, la necesidad de innovar en el proceso emprendedor o la existencia de suficiente información en materia de creación de empresas. Otros factores que en años anteriores se habían mostrado de importancia, como la protección de la propiedad intelectual, el apoyo a la mujer o el apoyo al crecimiento y desarrollo de los procesos emprendedores siguen siendo importantes pero pasan a un segundo plano.

Una vez más parece ser que es difícil disociar el entorno económico a la hora de valorar los aspectos relevantes en lo que se refiere a la creación de empresas. Como aspectos sociales y culturales los expertos señalan principalmente dos: la aversión al riesgo (como aspecto negativo) y el espíritu emprendedor de los catalanes (como aspecto positivo). Este último factor vuelve a ser mencionado con frecuencia, a pesar de que en los últimos años parecía perder importancia. Esta peor evaluación de los aspectos sociales y culturales en comparación con el año 2007 es difícil de interpretar, dado que tanto se puede valorar como que otros aspectos pasan a tener más importancia, como que realmente ciertas actitudes se vuelven un lastre para la creación de empresas en Cataluña.

Es importante destacar este año la mejora en la valoración que los expertos hacen de los programas y políticas gubernamentales así como del apoyo al impulso de empresas de alto crecimiento. Esta mejora de la valoración, aunque ligera, no debe interpretarse como que el trabajo ya está todo hecho. Además, habrá que esperar a las valoraciones que los expertos hagan de este factor el año que viene, en las que se reflejarán todas las medidas que las distintas administraciones habrán llevado a cabo de apoyo a la creación de empresas y a los trabajadores autónomos en el actual entorno de crisis económica. Aún así, sí que podemos afirmar que, un año más, se recogen los frutos del esfuerzo realizado desde las distintas administraciones en el proceso emprendedor.

Por último, el estudio refleja que los expertos evalúan también de manera positiva aspectos como el apoyo al crecimiento y el desarrollo de las empresas, aunque con valoraciones ligeramente inferiores a las del año 2007, hecho que es coherente con la disminución de la TEA en Cataluña. Cabe decir también que este último aspecto, junto con los programas y las políticas gubernamentales

Figura 53 Valoración mediana de las condiciones del entorno para emprender en Cataluña

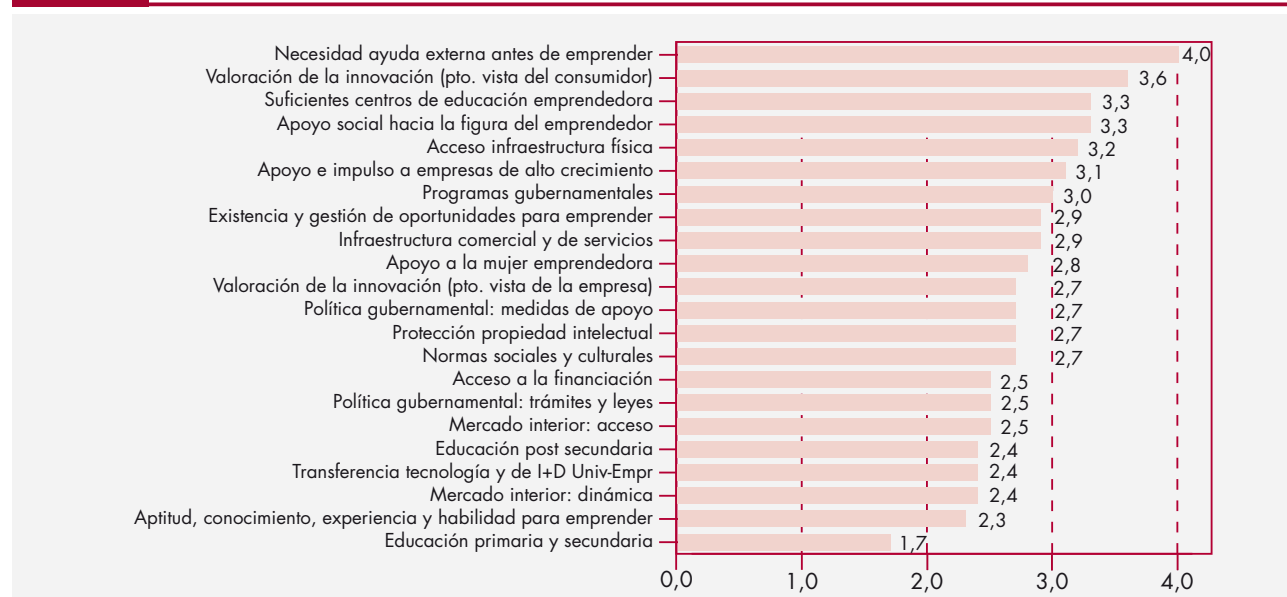


Tabla 36 Opinión de los expertos acerca de las condiciones del entorno

	2008			2007		
	Cataluña	España	Media UE	Cataluña	España	Media UE
Necesidad ayuda externa antes de emprender	4,03	4,34	3,98	.	.	.
Valoración de la innovación (punto de vista del consumidor)	3,58	3,51	3,40	.	.	.
Suficientes centros de educación emprendedora	3,33	3,25	3,23	.	.	.
Apoyo social hacia la figura del emprendedor	3,26	3,23	3,24	3,41	3,17	3,33
Acceso infraestructura física	3,20	3,53	3,60	3,43	3,56	3,73
Apoyo e impulso a empresas de alto crecimiento	3,09	3,06	3,09	3,05	3,04	3,27
Programas gubernamentales	2,95	3,11	2,81	3,05	3,13	2,92
Existencia y gestión de oportunidades para emprender	2,86	2,79	3,12	3,18	3,03	3,29
Infraestructura comercial y de servicios	2,85	3,01	3,11	3,32	3,23	3,38
Apoyo a la mujer emprendedora	2,83	3,16	3,29	3,36	3,30	3,41
Valoración de la innovación (punto de vista de la empresa)	2,74	3,03	3,09	.	.	.
Política gubernamental: medidas de apoyo	2,72	2,82	2,70	2,70	2,90	2,87
Protección propiedad intelectual	2,72	2,82	2,99	3,03	2,92	3,40
Normas sociales y culturales	2,65	2,74	2,65	3,00	2,74	2,73
Acceso a la financiación	2,52	2,57	2,71	2,78	2,67	2,94
Política gubernamental: trámites y leyes	2,49	2,70	2,50	2,65	2,80	2,60
Mercado interior: acceso	2,46	2,51	2,67	2,88	2,76	2,81
Educación post secundaria	2,43	2,83	2,69	2,52	2,82	2,86
Transferencia tecnología y de I+D Univ-Empr	2,36	2,52	2,48	2,50	2,53	2,64
Mercado interior: dinámica	2,36	2,41	2,79	2,10	2,09	2,63
Aptitud, conocimiento, experiencia y habilidad para emprender	2,26	2,25	2,45	2,57	2,65	2,67
Educación primaria y secundaria	1,70	1,93	2,15	1,97	2,00	2,22

* Valoración media de 1 a 5

son las únicas condiciones del entorno que los expertos evalúan mejor que en el año anterior. Aspectos como las infraestructuras comerciales y de servicios y la transferencia de tecnología e I+D o el apoyo a la mujer, que en años anteriores habían mejorado sustancialmente su valoración, este año vuelven a tener valoraciones incluso inferiores a las de 2006.

Además, un análisis más detallado y relativo a todos los factores y las condiciones del entorno, como el que se hace en el apartado 8.4 de este capítulo, muestra la peor valoración, en términos generales, que hacen los expertos catalanes respecto de los europeos y los españoles. Puede, pues, que cierto pesimismo se haya instalado en el entorno de expertos en Cataluña, donde la situación de crisis económica está resultando ser ligeramente peor que en otras comunidades autónomas.

8.2. Aspectos favorables, desfavorables y recomendaciones: hablan los expertos

Los factores principales, según los expertos, que limitan la actividad emprendedora en Cataluña son, por este orden, la falta de apoyo financiero, los programas y políticas gubernamentales y la educación y formación. A pesar que estos son también los factores que mencionan los expertos españoles y europeos, es importante destacar que son muchos más los expertos que señalan la falta de financiación como el principal obstáculo en Cataluña de los que lo señalan en el resto de España y la UE. Mientras que en Cataluña 7 de cada 10 expertos consultados considera la falta de apoyo financiero como el principal obstáculo, en España sólo lo citan 4 cada 10 expertos, un porcentaje parecido al de la UE.

Además, tanto en España como en la UE, el segundo factor que se cita como obstáculo son las normas sociales y culturales, factor que en Cataluña, a diferencia de otros años, no aparece hasta el quinto puesto.

Sin embargo, un año más, el factor más preocupante es el hecho de que los expertos valoren la educación y la formación como un obstáculo para la creación empresarial, aunque son menos los expertos que este año citan este factor como obstáculo (3 de cada 10 frente a los casi 4 de cada 10 en el año 2007).

Los expertos que mencionan el contexto político, social e intelectual como obstáculo a la creación de empresas constituyen un porcentaje ligeramente superior al del año anterior, aunque lejos de los niveles a los que se llegó en 2006 cuando el 34% de los expertos citaban este factor como un obstáculo. En España y la UE, a pesar de ser menos los expertos que mencionan el contexto político como freno para la actividad emprendedora respecto al año pasado, aún siguen siendo porcentajes ligeramente más altos que en Cataluña.

Por lo que se refiere al apoyo financiero, sigue siendo un año más el mayor obstáculo. Además, el porcentaje de expertos que menciona la falta de apoyo financiero como un obstáculo es diez puntos más alto que en el año 2007. Así pues, como ya se ha dicho y contrariamente a lo que sucedió, por ejemplo, en el año 2006, son muchos más los expertos que lo nombran como un obstáculo en comparación con los expertos españoles o los europeos. Así, parece que el apoyo financiero a la creación de empresas se encuentra en una situación peor en Cataluña que en España o la Unión Europea.

La crisis financiera internacional iniciada en Estados Unidos con la crisis inmobiliaria y que en los meses en los que se realizó la encuesta ya había afectado plenamente al mercado español puede ser la causa de esta percepción de falta de financiación por parte de los expertos catalanes. Como ya anunciaron en el año 2007, algunas organizaciones empresariales e industriales, la crisis del sector inmobiliario y de la construcción ha afectado de manera directa a la capacidad financiera de las empresas constructoras y promotoras. Esta crisis, junto con la crisis del sistema financiero mundial, ha provocado una reducción drástica del crédito a empresas del sector de la construcción y, a su vez, para evitar riesgos, también las entidades financieras han limitado la financiación a otros sectores y especialmente a las pequeñas empresas. Así pues, los expertos catalanes ya anticiparon en el año 2007 la actual situación financiera, y en el año 2008 no hicieron más que constatarla.

A diferencia de otros años, pero por segundo año consecutivo, y como ya habíamos mencionado más arriba, la formación aparece claramente como un obstáculo o freno a la actividad emprendedora según los expertos. Nuestra población no está ni suficientemente formada para iniciar cualquier proceso emprendedor, ni los programas educativos (a todos los niveles de enseñanza) dan suficiente importancia a las habilidades y capacidades emprendedoras.

Por último, este año también son muchos los expertos que mencionan los programas y políticas gubernamentales como un obstáculo. Cabe detenerse, sin embargo, en este aspecto. Por un lado se hace necesario distinguir entre los programas y políticas gubernamentales y los procesos burocráticos que, a menudo, pueden confundirse. Puede ser, pues, que cuando los expertos mencionan los programas y políticas gubernamentales como un obstáculo para la creación de empresas se refieran a la falta de estas políticas y no tanto a que estas políticas y programas estén mal diseñados. Es más, son muchos los expertos que mencionan el esfuerzo reali-

zado en los últimos años por las administraciones para el apoyo al emprendedor, aunque también hay algunos expertos que se quejan del hecho que algunas de estas políticas son de *escaparate*, es decir, mucha visibilidad pero con objetivos poco o mal definidos.

Además, el proceso burocrático sigue nombrándose, año tras año, como un obstáculo. En este sentido hay que resaltar el esfuerzo realizado por algunas administraciones como la Generalitat de Cataluña con la creación de la Oficina de Gestión Empresarial y con el reglamento para la eliminación de trabas burocráticas que, hasta la fecha, han dado buenos resultados.

En lo que se refiere a la financiación, son muchos los expertos que señalan la dificultad de conseguir financiación ajena o inversores en las etapas iniciales que acompañen a la empresa. Según los expertos, no existen suficientes herramientas financieras de apoyo a aquellos proyectos que presentan un riesgo elevado. En numerosas ocasiones, promotores de ideas innovadoras y/o generadoras de empleo no obtienen el apoyo que necesitan y se ven obligados a acudir a financiación ordinaria, sin poder beneficiarse de ningún tipo de ventaja. La poca disponibilidad de recursos existentes para invertir en la creación de empresas provoca que muchas personas con perfil emprendedor no dispongan de una situación financiera solvente que les permita realizar inversiones viables, con el consecuente freno a la actividad emprendedora de nuestro país.

Además, la falta de capital privado de tipo business angels que invierta en nuevas ideas sigue siendo latente no sólo en Cataluña, sino también en España. A pesar de haber mejorado en los últimos años, existe una insuficiencia de capital riesgo dirigido a una franja situada entre 1 y 3 millones de euros, cantidades necesarias para impulsar segundas y terceras etapas del crecimiento de empresas de, por ejemplo, base tecnológica. Así, los expertos siguen señalando, un año más, que el apoyo financiero existente presenta un sesgo muy importante en contra de aquellas ideas de negocio más innovadoras y creativas, lo que impide el acceso a fuentes de financiación para aquellos emprendedores y emprendedoras que inician una actividad empresarial por primera vez.

Según los expertos los programas de apoyo financiero necesitan ser más flexibles y estar dispuestos a asumir mayor riesgo. Pero, además, aún existiendo recursos financieros, las entidades no ofrecen la oportunidad de desarrollar pequeños proyectos a nivel de *training* que estimulen las habilidades empresariales y el espíritu innovador.

La abundancia o no de medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento no es, según los expertos, el mayor problema para aquellos que pretenden empezar un nuevo proyecto. Es más, según ellos y ellas, a pesar de que existen muchos recursos financieros disponibles con respecto a los créditos bancarios, los requerimientos para la obtención del crédito son muy altos, especialmente para emprendedores, que no tienen suficiente capacidad financiera para encontrar avalistas. Así pues, aún existe un gap en el mercado financiero que hace difícil para los nuevos emprendedores encontrar la inversión necesaria a un coste razonable. Cabe esperar que estas dificultades seguirán siendo mayores en el futuro, dada la actual crisis financiera internacional, y dado que, según los expertos, los mercados financieros todavía no confían en los proyectos emprendedores.

Algunas de las observaciones realizadas hasta ahora podrían ser fruto de la coyuntura internacional, pero hay una, que muchos expertos mencionan, que es consecuencia del alto crecimiento del sector inmobiliario en España en el último lustro y que puede ser que acabe pasando factura, no sólo a la actividad emprendedora, sino también a la economía en general. Las hasta hace poco buenas condiciones del mercado inmobiliario han absorbido todos los recursos para invertir dinero en las nuevas empresas y desarrollar proyectos, con el consecuente freno al crecimiento emprendedor de nuestro país.

A pesar de ello, algunos expertos señalan que no es la falta de apoyo financiero lo que limita la actividad emprendedora, sino la escasez de gestores de alto nivel que puedan impulsar empresas de alto crecimiento, y esto es consecuencia de la escasa formación y la falta de cultura empresarial en las escuelas y universidades catalanas.

Según los expertos, existe una formación insuficiente y un miedo al fracaso entre los potenciales emprendedores que hace que éstos continúen presentando importantes debilidades formativas que se traducen en fracaso empresarial. Además, la cultura social del fracaso impide que muchos potenciales emprendedores se animen a dar el paso.

La formación a potenciales emprendedores es inadecuada. Existe un desconocimiento sobre el proceso de creación de empresas, como, por ejemplo, modelos de financiación, de gestión, de mercado, etc., lo que genera una barrera de entrada difícil de sortear. Según los expertos es necesario incorporar en la formación reglada las actitudes y las habilidades emprendedoras. Es necesario, sobre todo en el ámbito universitario, que los alumnos tengan la posibilidad de tener conocimientos en gestión empresarial, así como recursos a los que puedan acceder para crear su propia empresa. Así pues, hay que fomentar el espíritu emprendedor en aquellos ámbitos más susceptibles de generar iniciativas innovadoras y con alto valor añadido.

Pero esta paulatina introducción de materias relacionadas con el proceso emprendedor en los planes docentes no debe quedarse, según los expertos, en el ámbito universitario, debe llegar también a los niveles iniciales del ciclo educativo de nuestros jóvenes. Según los expertos, el sistema educativo no promueve suficientemente la actitud y las capacidades emprendedoras (iniciativa personal, independencia, creatividad). En definitiva, el sistema educativo no promociona el hecho de emprender como una carrera viable y legítima. Tanto la formación profesional como la educación superior, siempre según los expertos, están formando gente para ser asalariados, hecho que va claramente en contra de la promoción de las habilidades emprendedoras. Además, en muchas partes de Cataluña la falta de trabajadores cualificados es un obstáculo significativo para que los negocios y la capacidad de emprender crezcan. En este sentido, sin embargo, hay que señalar que en Cataluña ya se están haciendo las primeras pruebas piloto para la introducción de asignaturas de creación de empresas en los currículos de la formación profesional. Así, para el curso 2009-2010 está previsto que más de 60.000 alumnos reciban formación en el ámbito de la creación de empresas en todos los centros de FP catalanes.

Por último, los expertos también señalan la escasez de programas de formación gratuitos, o no, para nuevos empresarios con la consecuente escasa profesionalización en gestión empresarial. Además, la formación en el mundo de los negocios se centra mucho en la orientación de producto y, en cambio, no lo suficiente en la orientación del mercado, lo que hace que algunas iniciativas consigan desarrollarse en una primera etapa por innovadoras, pero que fracasen al poco tiempo por una falta de visión del entorno en el que deben desarrollarse.

En referencia a la actitud de la población, la aversión al riesgo de la población catalana sigue apareciendo como el primer obstáculo que los expertos mencionan a la hora de iniciar cualquier proyecto empresarial. Además, según los expertos existe una falta de cultura emprendedora e innovadora en general, debido al traspaso de una sociedad industrial a una economía del conocimiento, con las incertidumbres que este hecho genera.

Según los expertos también existe una actitud conservadora y una rigidez de pensamiento en la sociedad catalana: tenemos tendencia a hacer aquellas cosas que han funcionado «toda la vida», es decir, todavía existe poca cultura innovadora, con lo que difícilmente tendremos un número adecuado de emprendedores.

El hecho más preocupante desde el punto de vista de la actitud de los catalanes es la falta de espíritu emprendedor, especialmente entre la población joven, y siguen instalados en el imaginario colectivo los casos excepcionales para los que se requiere la condición de genio para llevar a cabo cualquier proyecto empresarial.

La aún existente estigmatización del fracaso empresarial en nuestra cultura sigue siendo un freno importante de la actividad emprendedora, lo que hace que los catalanes, a menudo, carezcan de la autoconfianza necesaria para empezar nuevos negocios.

La excesiva burocracia para crear un negocio aparece, un año más, como un obstáculo para la creación de empresas. El año pasado eran muchos los expertos que se quejaban de que no se avanzaba de manera significativa en la simplificación de la tramitación para la creación de una empresa, resultando un coste temporal desmesurado e inexplicable para la empresa. Este año, sin embargo, son muchos menos los que mencionan este hecho. Puede ser, y como ya se ha mencionado, que las medidas puestas en marcha desde la Generalitat para la simplificación administrativa hayan empezado a surgir sus efectos. Sin embargo, el proceso no será rápido y es por ello que algunos señalan que la simplificación de los trámites no es una realidad.

Otro hecho que mencionan los expertos, al que no habían hecho referencia hasta este año, es que la regulación del mercado de trabajo crea muchos obstáculos para los emprendedores, sobre todo para aquellos autoocupados que no tienen beneficios del desempleo o cobertura en bajas por enfermedad.

De forma resumida, según los expertos existe una complejidad excesiva de los procesos burocráticos asociados a la formalización de un nuevo negocio. El nuevo emprendedor está "agobiado" con todas las licencias y permisos que tiene que obtener, que, en conjunto, tienen un efecto disuasivo sobre la actividad emprendedora en Cataluña.

A diferencia de otros años, son pocos los expertos que señalan la falta de apoyo institucional como un obstáculo para el proceso emprendedor. El mayor problema desde el punto del comportamiento de las diferentes administraciones que dan apoyo al proceso emprendedor (Ayuntamientos, Diputaciones, Generalitat y Administración Central) no es una falta de interés, ni una escasez de recursos dedicados a ello, sino una descoordinación entre administraciones públicas para facilitar la tramitación (lentitud en la implantación de las ventanillas únicas) y la generación de información útil (falta de transparencia en los mercados). Sin embargo, algunos señalan que, a menudo, es difícil encajar en los requisitos necesarios para acceder a las ayudas públicas y que éstas, a veces, están mal canalizadas, ya que existen programas que no llegan correctamente a su público objetivo.

Tabla 37 Obstáculos a la creación empresarial, según la opinión de los expertos catalanes

	Cataluña		España	
	Recuento	% de casos	Recuento	% de casos
Apoyo financiero	29	72,5%	290	47,6%
Programas gubernamentales	19	47,5%	133	21,8%
Educación y formación	12	30,0%	167	27,4%
Normas sociales y culturales	11	27,5%	185	30,4%
Clima económico	11	27,5%	136	22,3%
Políticas gubernamentales	10	25,0%	190	31,2%
Infraestructura física	8	20,0%	117	19,2%
Infraestructura comercial y profesional	4	10,0%	66	10,8%
Contexto político, social e intelectual	3	7,5%	63	10,3%
Transferencia I+D	3	7,5%	28	4,6%
Capacidad emprendedora	2	5,0%	103	16,9%
Composición de la población	2	5,0%	21	3,4%
Mercado laboral	1	2,5%	56	9,2%
Apertura del mercado	0	0,0%	81	13,3%
Total	40		609	

Por último, los expertos mencionan otros factores no clasificables entre los tres grandes grupos antes mencionados, como son la necesidad de más y mejores infraestructuras para ubicar a las nuevas empresas; la escasez de suelo industrial; la poca capacidad de absorción de nuevas tecnologías y nuevos procedimientos por parte de las empresas ya existentes, especialmente en los sectores llamados "tradicionales" o "maduros"; y la falta de ideas que generen valor añadido (se han dedicado muchos recursos en los últimos años al sector de la construcción y del comercio y pocos a la industria y a los servicios no comerciales).

La falta de un discurso intelectual propicio a asumir riesgos en nuevas actividades compartidas, junto con la falta de estímulo para animar a la conversión de ideas y proyectos generados en las universidades a negocios, hacen que en Cataluña el fenómeno de las *spin-off* universitarias sea más una idea que una realidad.

Por último, la hasta hace poco buena salud de nuestra economía había hecho que los jóvenes optaran por el trabajo asalariado. Así, una buena situación económica, con una creación constante de empleo, puede resultar paradójicamente un freno a la actividad emprendedora. Podríamos esperar, pues, dado el actual contexto de crisis económica hubiera un aumento de la actividad emprendedora en los próximos meses o años.

Paradójicamente casi los mismos factores que se señalan como freno para la actividad emprendedora también se señalan como apoyos. Obviamente, este año los expertos no nombran las buenas condiciones económicas en general de Cataluña como un apoyo al proceso emprendedor. A pesar de ello, uno de cada diez sí ha mencionado este factor que, como ya se argumentó el año anterior permitió más capacidad de inversión y dio una estabilidad relativa del entorno económico y financiero en la última década y, en consecuencia, unas condiciones propicias para la actividad emprendedora. Según los expertos la bonanza económica despertó en su momento el interés de potenciales emprendedores hacia la creación de nuevas empresas. El coste de oportunidad en caso de fracaso era menor pues existían mayores posibilidades de reincorporarse en el mundo laboral. Además, un entorno de tipos de interés bajos hizo que, aquellos que podían acceder a la financiación, lo hicieran en unas condiciones muy favorables. Sin embargo, estos factores hoy han desaparecido casi por completo, ni hay capacidad de inversión, ni hay acceso al crédito ni hay condiciones favorables para el mercado de trabajo.

Así pues, no debe sorprendernos que los expertos señalen, junto con los programas y las políticas gubernamentales, aspectos de tipo cultural, como las normas sociales o la capacidad emprendedora de nuestra sociedad, como factores de apoyo a la actividad emprendedora.

Tabla 38 Apoyos a la creación empresarial, según la opinión de los expertos catalanes

	Cataluña		España	
	Recuento	% de casos	Recuento	% de casos
Programas gubernamentales	14	37,8%	262	45,0%
Capacidad emprendedora	14	37,8%	88	15,1%
Educación y formación	12	32,4%	159	27,3%
Normas sociales y culturales	12	32,4%	109	18,7%
Políticas gubernamentales	8	21,6%	195	33,5%
Transferencia I+D	7	18,9%	98	16,8%
Contexto político, social e intelectual	6	16,2%	71	12,2%
Apertura del mercado	6	16,2%	66	11,3%
Composición de la población	6	16,2%	31	5,3%
Apoyo financiero	5	13,5%	129	22,2%
Clima económico	4	10,8%	69	11,9%
Mercado laboral	4	10,8%	67	11,5%
Infraestructura física	2	5,4%	90	15,5%
Infraestructura comercial y profesional	1	2,7%	62	10,7%
Total	37		582	

Además, un mejor, creciente y más fácil acceso a los mercados ha abierto nuevas oportunidades para potenciales emprendedores. La expansión global de los mercados abre posibilidades de nuevos mercados, nuevos productos y nuevos procesos. Pero también abre las puertas a futuros competidores en el extranjero. Así pues, la reciente reestructuración de la economía global ha dado a aquellos individuos con más capacidades la posibilidad de desarrollar sus propios proyectos emprendedores.

A pesar del elevado dinamismo y crecimiento económico que se ha dado en Cataluña en la última década, algunos expertos no quieren pasar por alto el hecho de que este crecimiento se ha dirigido a sectores tradicionales y no tanto a empresas de intensidad tecnológica media o alta, que son las que crean más valor añadido y, en definitiva, dejan un poso una vez pasado el periodo de bonanza.

De la misma manera que algunos expertos señalaban las políticas gubernamentales como factores que obstaculizaban la actividad emprendedora, éstas también aparecen, como ya se ha dicho, como factores que la favorecen. Se señala la existencia de una cantidad importante de ayudas públicas para la creación de empresas, en especial en la Administración local.

En los últimos años, los expertos consideran que ha habido un cambio en las actitudes de los políticos y de las administraciones públicas hacia la importancia de los emprendedores en la sociedad. El esfuerzo realizado por las administraciones en relación con la promoción de la actividad emprendedora ha hecho que la población sea cada vez más consciente de la importancia de la función empresarial y de las pymes en nuestra sociedad.

Así pues, un año más los expertos señalan como factores positivos para la actividad emprendedora el acompañamiento de las empresas por parte de políticas gubernamentales de asesoramiento y ayuda, así como el apoyo gubernamental, a pesar de la queja de que, un año más, los sectores tecnológicos y relacionados con la tecnología gozan de mayores ayudas financieras de la administración frente a otros sectores. La innovación sigue siendo –y así debe ser– un eje estratégico fundamental para la administración, por lo que es relativamente más fácil, según los entrevistados, obtener ayudas, ya sea financiación como mejores condiciones o directamente subvenciones, para el desarrollo de estas actividades, tanto en empresas nuevas como en empresas en funcionamiento.

Según los expertos, el marco institucional de apoyo a la capacidad de emprender y, especialmente, la no gubernamental está haciendo una contribución especial al desarrollo emprendedor. El apoyo público a la emprender ha mejorado en los últimos años tanto desde el punto cuantitativo como cualitativo. Los expertos resaltan, pues, el amplio abanico de apoyo público para desarrollar actividades emprendedoras existente en la actualidad.

Por otro lado, algunas medidas fiscales ventajosas recientemente adoptadas para nuevos negocios que adopten una estructura legal específica están ayudando a estas empresas a asumir la carga de iniciar un negocio y están haciendo de la emprendeduría una carrera más atractiva.

Desde el punto de vista del acompañamiento de la actividad investigadora hacia realidades empresariales los expertos señalan que, aún encontrándose en un estadio muy incipiente, la asistencia y apoyo ofrecido por los centros tecnológicos y las universidades técnicas a los nuevos negocios no es despreciable. La actividad de apoyo a la creación de empresas de base tecnológica que se realiza por parte de universidades y centros de investigación con el apoyo de ACCIÓ es cada vez más importante y fructífera. Además, la implementación de políticas de clusters en algunas zonas de Cataluña es también decisiva para el desarrollo de la actividad emprendedora ya que genera *spill-overs* sobre el conjunto de la economía.

Los gobiernos locales son, según los expertos, cada vez más conscientes de la importancia de la emprendeduría y, en consecuencia, están creando climas adecuados e instrumentos para la creación de nuevos negocios. Sin ir más lejos, algunos expertos han señalado las iniciativas de apoyo a la emprendeduría llevadas a cabo en la región metropolitana de Barcelona como generadoras de un impacto positivo en la actividad emprendedora catalana. Además, cabe destacar no sólo la cada vez más abundante existencia de programas públicos de apoyo a los emprendedores, sino también, y sobretudo, la buena dirección en el enfoque de las

políticas públicas de apoyo a la creación de empresas y a la innovación que, según los expertos, han tomado las distintas administraciones que tienen incidencia en Cataluña.

Así pues, se ha consolidado en Cataluña una amplia red en los ámbitos municipal y comarcal de servicios de apoyo a la creación de empresas, compuesta por técnicos con una dilatada experiencia, la cual permite un asesoramiento especializado a aquellos que tienen un proyecto empresarial y quieren ponerlo en marcha. Esto junto con la acción coordinada entre las administraciones locales y supralocales encaminada al establecimiento de objetivos comunes, dinamismo económico e innovación ha hecho que su papel sea fundamental al eliminar, sobre todo, la barrera del desconocimiento del emprendedor.

A pesar de que la enseñanza superior está aún lejos de un nivel satisfactorio por lo que se refiere a la creación de empresas, los expertos también creen que los mayores niveles superiores de formación y la existencia de cada vez más titulados universitarios con inquietudes emprendedoras (aunque todavía ligeramente atendidas) es un factor clave en la generación de ideas y proyectos. Además, en este sentido, los expertos son también unánimes en señalar la oportunidad que se nos ofrece del hecho de tener en Barcelona dos de las mejores escuelas de negocios a nivel mundial (IESE, ESADE). El papel de estas escuelas en la generación de nuevas iniciativas empresariales es fundamental.

Finalmente, el empresariado catalán empieza a ser realmente consciente de la necesidad de innovar para no perder el negocio. Aunque para muchos sectores es demasiado tarde, últimamente esa conciencia empuja proyectos y propuestas. La relación universidad-empresa empieza a ser buena y el reciente cambio en la política de transferencia de I+D en las universidades catalanas y los centros de investigación está permitiendo que iniciativas privadas puedan centrifugar el conocimiento generado de manera institucional. Además, las asociaciones empresariales, especialmente las de jóvenes empresarios, a través de su trabajo en red están impulsando nuevos proyectos empresariales de mayor valor añadido.

Los expertos opinan que para mejorar la actividad emprendedora en Cataluña hay que actuar, principalmente, desde las administraciones públicas. Una vez más aparece la necesidad de incidir en el sistema educativo y de formación como una medida para mejorar la actividad emprendedora. Son muchos de nuevo los expertos que proponen la introducción de asignaturas que promuevan la cultura emprendedora en los programas educativos. Así, sería bueno introducir nuevas materias en los programas escolares, como creatividad, toma de decisiones, presentaciones en público, etc.

Por último, y de manera más concreta, los expertos mencionan las siguientes medidas como favorecedoras de la actividad emprendedora. Muchas de ellas se repiten año tras año, con lo que no sólo las administraciones sino la sociedad en general debería tomar nota de ellas con el fin de orientar, en los próximos años, tanto los recursos públicos como los privados hacia aquellas medidas que los expertos proponen.

Desde el punto de vista del sector público:

1. Impulsar la gestión coordinada entre las diferentes instituciones y niveles de gobierno para la creación de nuevas empresas con el fin de evitar solapamientos y ofrecer una asistencia más completa y organizada a los emprendedores.
2. Asignar más y mejores recursos públicos a las actividades y programas de apoyo a la emprendeduría
3. Promover y acompañar en mayor medida a las nuevas empresas hacia oportunidades que se ofrecen a la cada vez más importante apertura de los mercados.
4. Ofrecer un mayor seguimiento a las empresas de nueva creación, que incluya la formación, tutorización y apoyo en general, con especial énfasis en la empresarialización del autoempleo.
5. Adoptar políticas orientadas a reducir los riesgos personales de los emprendedores en el momento de crear un negocio.
6. Continuar construyendo el éxito de los centros de negocio existentes y las incubadoras para dar mejor respuesta a la creciente demanda de los servicios que ofrecen las instituciones.
7. Profundizar en la reestructuración del apoyo público a la creación de negocios (visión integrada, un solo programa, coordinación y *networking*).

8. Crear líneas de subvención más generales, para así ampliar el perfil de los emprendedores que pueden acceder a ayudas a la creación de empresas.
9. Apoyar a los centros tecnológicos que generen iniciativas empresariales para explotar resultados de su I+D y crear un verdadero fenómeno de *spin-offs*.
10. Fortalecer la relación entre el mundo de la empresa, las universidades y las administraciones públicas en base al desarrollo de proyectos concretos.

Desde el punto de vista de la burocracia, la legislación y la fiscalidad:

1. Implantar definitivamente las ventanillas únicas, para evitar que algunos emprendedores se queden en el camino por temor o pereza a la hora de tramitar el proceso de puesta en marcha.
2. Modificar el sistema de impuestos para los nuevos empresarios de manera que sea de imposición gradual y permita que las nuevas empresas se beneficien de mayores exenciones fiscales, que irán desapareciendo con el tiempo.
3. Cambiar la regulación del mercado laboral para la emprendeduría y el autoempleo.
4. Reformar la legislación laboral para permitir mayor flexibilidad a las pymes.
5. Mejorar la legislación del capital-riesgo.

Desde el punto de vista de la educación y el ámbito universitario:

1. Mejorar la educación, especialmente en lo referente a la introducción de la cultura emprendedora en la formación profesional y los niveles universitarios.
2. Introducir la obligatoriedad de desarrollar prácticas en empresas durante el período de formación (tanto en secundaria como en educación superior).
3. Cambiar los actuales métodos de enseñanza en el sistema escolar, con procesos más participativos e interactivos entre alumnos, profesores y mundo empresarial.
4. Incluir la educación en materia de emprendeduría en todos los niveles del sistema educativo.
5. Reforzar la imagen de la actividad emprendedora y los emprendedores en la sociedad, especialmente entre los jóvenes, a través de esfuerzos especiales en las escuelas.
6. Dirigir la formación profesional hacia actividades que aporten valor añadido y de tecnologías de la información.
7. Poner en marcha mecanismos que favorezcan la interacción entre titulados y doctores universitarios con las escuelas de negocios y sus titulados, para así favorecer la creación de equipos mixtos dirigidos al lanzamiento de nuevas empresas innovadoras. Además, promocionar espacios de relación entre nuevos emprendedores para el intercambio de experiencias y generación de relaciones y de complicidad sobre la base de proyectos.
8. Apoyar de forma directa a los recién licenciados para que creen empresas como una salida real al mundo laboral.

Desde el punto de vista de la actitud y el comportamiento de la población y de la financiación, las medidas propuestas son prácticamente las mismas que en años anteriores. Así pues, es quizás en este aspecto donde más deberíamos incidir.

1. Sensibilizar en la iniciativa emprendedora a todos los colectivos educativos, para facilitar el conocimiento y fomentar el emprendimiento desde la base educadora. Actuar a nivel transversal con el resto de agentes económicos y sociales implicados, a efectos de delimitar políticas transversales que ayuden al fomento del emprendimiento.
2. Favorecer el acompañamiento a emprendedores durante los primeros años de vida de la empresa a través de técnicos cercanos. Es decir, invertir en los técnicos próximos a los emprendedores para facilitar el acompañamiento.
3. Promover la generación de oportunidades tecnológicas, principalmente a partir de la promoción de la investigación pública de base. Las oportunidades diferenciales existen en un entorno de conocimiento.
4. Desarrollar instrumentos financieros para todos los sectores y territorios, no sólo los de base tecnológica o territorios en declive, que faciliten el acceso a la financiación de todo tipo de proyectos con perspectivas de viabilidad, sustentadas en un análisis serio y riguroso de forma que se amortigüe el riesgo personal de los emprendedores. De esta forma se extenderá la cultura de emprender, que es la base del desarrollo económico y social.
5. Favorecer el uso de las TIC y dar soporte a medidas formativas que ayuden a mejorar la competitividad de las pymes.

6. Promover y establecer fuertes vínculos y redes entre los potenciales emprendedores, aquellos que tienen los conocimientos y aquellos que tienen el capital.
7. Orientar la promoción de la emprendeduría hacia colectivos específicos con perfiles que ofrecen mayor potencial emprendedor.
8. Promocionar el *networking* y los contactos entre los potenciales emprendedores y aquellos que han tenido éxito.
9. Mejorar la inversión en infraestructuras de I+D que desarrollen modelos de transferencia de tecnología parecidos a los ya existentes en los países escandinavos.

Tabla 39 Temas tratados por los expertos catalanes en las recomendaciones que hacen de políticas públicas para mejorar el entorno de la creación empresarial

	Cataluña		España	
	Recuento	% de casos	Recuento	% de casos
Educación y Formación	26	66,7%	288	48,2%
Apoyo financiero	21	53,8%	279	46,7%
Programas gubernamentales	16	41,0%	243	40,7%
Políticas gubernamentales	12	30,8%	254	42,5%
Transferencia I+D	12	30,8%	87	14,6%
Infraestructura comercial y profesional	5	12,8%	56	9,4%
Contexto político, social e intelectual	5	12,8%	49	8,2%
Capacidad emprendedora	5	12,8%	38	6,4%
Normas sociales y culturales	4	10,3%	89	14,9%
Infraestructura física	1	2,6%	69	11,6%
Apertura del mercado	1	2,6%	48	8,0%
Mercado laboral	1	2,6%	31	5,2%
Clima económico	1	2,6%	8	1,3%
Composición de la población	1	2,6%	6	1,0%
Total	39		597	

8.3. La posición catalana en los ámbitos internacional y español acerca del estado de las condiciones del entorno evaluadas por los expertos

Los siguientes gráficos muestran la posición relativa de Cataluña, tanto en el entorno internacional GEM como en el español, acerca de las condiciones evaluadas por los expertos. Las conclusiones que se extraen de su análisis se resumen a continuación:

Cataluña sigue ocupando una posición similar a la media europea por lo que se refiere al apoyo financiero a la creación de empresas. Aun así, los expertos catalanes, a diferencia de otros años, lo valoran por debajo de la media española, sólo por delante de la Comunidad Valenciana, Islas Baleares y Canarias. (v. figura 54).

Por lo que se refiere a las políticas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas en Cataluña, los expertos las valoran ligeramente por debajo de la media española y a la par con la media europea (2,7 puntos sobre 5 para Cataluña, 2,8 y 2,7 para España y la Unión Europea, respectivamente). Además, en su posición relativa, los expertos catalanes son los que menos valoran las medidas de apoyo en las políticas gubernamentales, sólo por delante de Canarias, Islas Baleares, La Rioja y Galicia. Hay que añadir también que los expertos catalanes evalúan los trámites y las leyes derivadas de las políticas gubernamentales de manera positiva (2,5 sobre 5), por encima de la media europea aunque, por segundo año consecutivo, con una valoración una décima por debajo de la del año anterior. En el ámbito español, la opinión de los expertos catalanes pierde posiciones y se sitúa, un año más, por detrás de la media española. Así pues, la evaluación global de Cataluña en programas gubernamentales se sitúa por encima de la media europea y por debajo de la española, con una evaluación de 2,96 puntos sobre 5, una valoración similar a la del año anterior.

La educación y la formación obtienen una evaluación por debajo de la media europea, lo que sitúa a Cataluña en la cola de los países europeos (v. figura 58). Esta evaluación es coherente con el debate sobre el modelo educativo de Cataluña y con el Informe Pisa, que sitúa a España y a Cataluña en los últimos puestos por lo que se refiere a los conocimientos y habilidades de los jóvenes. Sin embargo, el mencionado informe situaba a Finlandia a la cabeza de los países europeos en cuestiones de educación y formación, pero, en cambio, en 2008 los expertos finlandeses no son los que valoran con una nota más alta la educación primaria y secundaria como factor de apoyo a la creación de empresas en su país, sino que son los irlandeses (2,99 puntos sobre 5, frente al 1,88 de España y el 1,7 de Cataluña). Es preocupante también el hecho de que la evaluación de los expertos acerca de la educación primaria y secundaria haya empeorado respecto a años anteriores.

En el año 2008 hay que añadir a la mala valoración de la educación primaria y secundaria la pobre valoración que los expertos hacen de la educación postsecundaria en Cataluña en comparación con el resto de países europeos (v. figura 59). La sitúan por debajo de la media europea, con una diferencia de 20 décimas, aunque en el año 2007 esta diferencia era de casi medio punto. La comparación con el resto de comunidades autónomas españolas la ubica en la cola de España, una posición relativa muy inferior a la del año 2006, cuando Cataluña tenía por detrás comunidades autónomas como Madrid o la Comunidad Valenciana. Además, como ya se ha señalado, los expertos también mencionan el hecho de que en Cataluña existan las mejores escuelas de negocios de España y, sin embargo, sea el lugar donde peor se valora la educación postsecundaria.

Esta valoración de los expertos es coherente con las voces que se han alzado en Cataluña desde las universidades sobre la falta de recursos y la necesidad de un nuevo plan de inversiones en universidades. Una mejora en la financiación del sistema universitario catalán, así como en la transferencia de conocimiento, podría favorecer, a juicio de los expertos, la actividad emprendedora en Cataluña.

A diferencia del año pasado, cuando la transferencia de tecnología e I+D empezaba a ser esperanzadora (2,5), se estabilizaba respecto al año 2006 dentro de un discreto panorama internacional (2,36 puntos sobre 5). En el ámbito español, los expertos catalanes dan una peor valoración que la media de los expertos españoles y Aragón, junto con Navarra, por tercer año consecutivo, encabeza la lista (v. figura 62).

Cataluña posee, según los expertos entrevistados, unas infraestructuras comerciales y de servicios favorables para la creación de empresas, aunque las valoran peor que en el año 2007 (2,86 frente los 3,3 puntos sobre 5 del año 2007). Además, Cataluña pierde posiciones tanto en el ámbito español como a nivel europeo. Este año es La Rioja la comunidad autónoma que obtiene una mejor valoración a casi medio punto de distancia de Cataluña, justo por delante de la Comunidad Valenciana y Aragón. Seguramente el crecimiento del puerto de Valencia para acercarse al nivel de actividad del de Barcelona y la ZAL de Zaragoza siguen contribuyendo enormemente a esta evaluación por el importante papel que desempeñan ambas infraestructuras en la Comunidad Valenciana y Aragón, respectivamente (v. figura 63).

Por lo que se refiere al acceso a las infraestructuras físicas, Cataluña vuelve a situaciones preocupantes como las del 2006, situándose en las últimas posiciones. Sin embargo, a pesar de su empeoramiento relativo, la evaluación de las infraestructuras físicas sigue siendo parecida a la de años anteriores: 3,3 puntos sobre 5, mientras que en años anteriores era de 3,4. Esta evaluación puede estar basada en el déficit de inversión en infraestructuras que Cataluña viene padeciendo en los últimos años y el retraso de algunos proyectos. Además, es coherente con la opinión de los expertos: sólo un 5,4% de ellos mencionaron las infraestructuras físicas como un apoyo a la creación de empresas en Cataluña (v. figura 64).

Llama también la atención la evaluación que los expertos otorgan a la capacidad de reacción de los catalanes ante la apertura de mercados internos. Así como en años anteriores los expertos evaluaban de manera positiva, y por encima de las medias española y europea, la supresión de barreras en el mercado interno como factor favorecedor de la actividad emprendedora, este año las valoraciones están por debajo de las medias española y europea. Cabe decir, también, que todas las comunidades autónomas se sitúan en niveles inferiores a los europeos (v. figura 65 i 66).

Por último, la evaluación de las normas sociales y culturales en Cataluña como factor positivo para la actividad emprendedora está por debajo de la media española y a la par con la europea, hecho que no había ocurrido en ninguna otra ocasión (2,65 frente al 2,74 y el 2,65 de España y la Unión Europea, respectivamente), además de más de 3 décimas por debajo de la valoración que hicieron los expertos en el año 2007 (v. figura 67).

A diferencia del año pasado, las nuevas políticas de apoyo a la mujer, aun considerándose un estímulo para la creación de empresas, según los expertos catalanes, obtienen una valoración muy por debajo de la del año pasado. Estas políticas han sido valoradas de manera positiva por los expertos catalanes, pero en menor medida que en 2007. Mientras que la valoración que obtenían en el año anterior era de 3,4 puntos, en el año 2008 esta valoración ha sido de 2,86 puntos y se sitúa por debajo de las medias europea y española. Así pues, cabe decir que las nuevas políticas de apoyo a la mujer implementadas en Cataluña, a pesar de estar empezando a dar sus frutos, no están tan bien valoradas como en años anteriores. Un año más, los países escandinavos son los que muestran unas mejores evaluaciones en este sentido; en el ámbito español, destacan las comunidades de La Rioja, Baleares, Asturias y Aragón (v. figura 68).

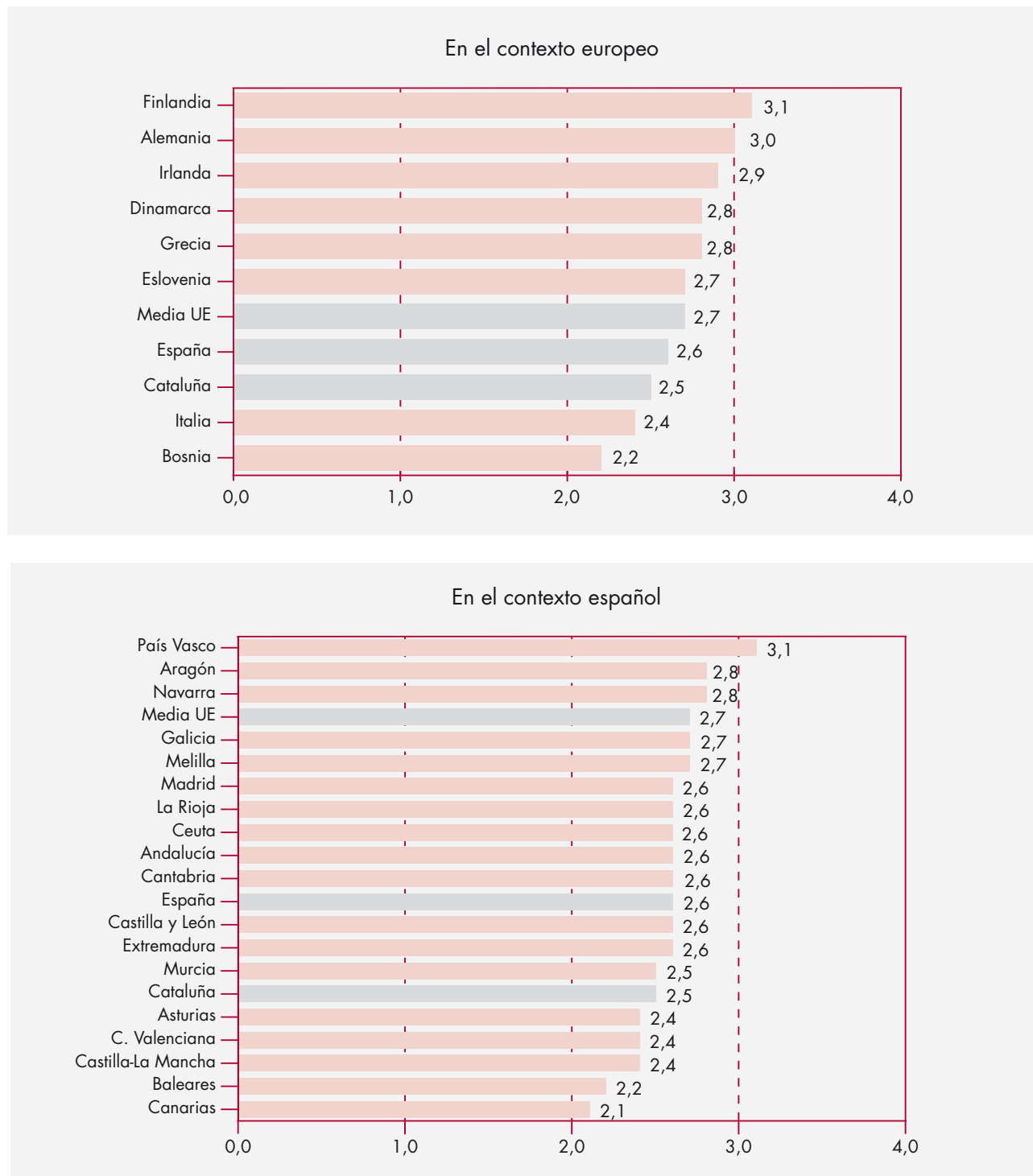
Figura 54 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Apoyo financiero

Figura 55 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Medidas de apoyo en las políticas gubernamentales



Figura 56 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Trámites y leyes derivadas de las políticas gubernamentales

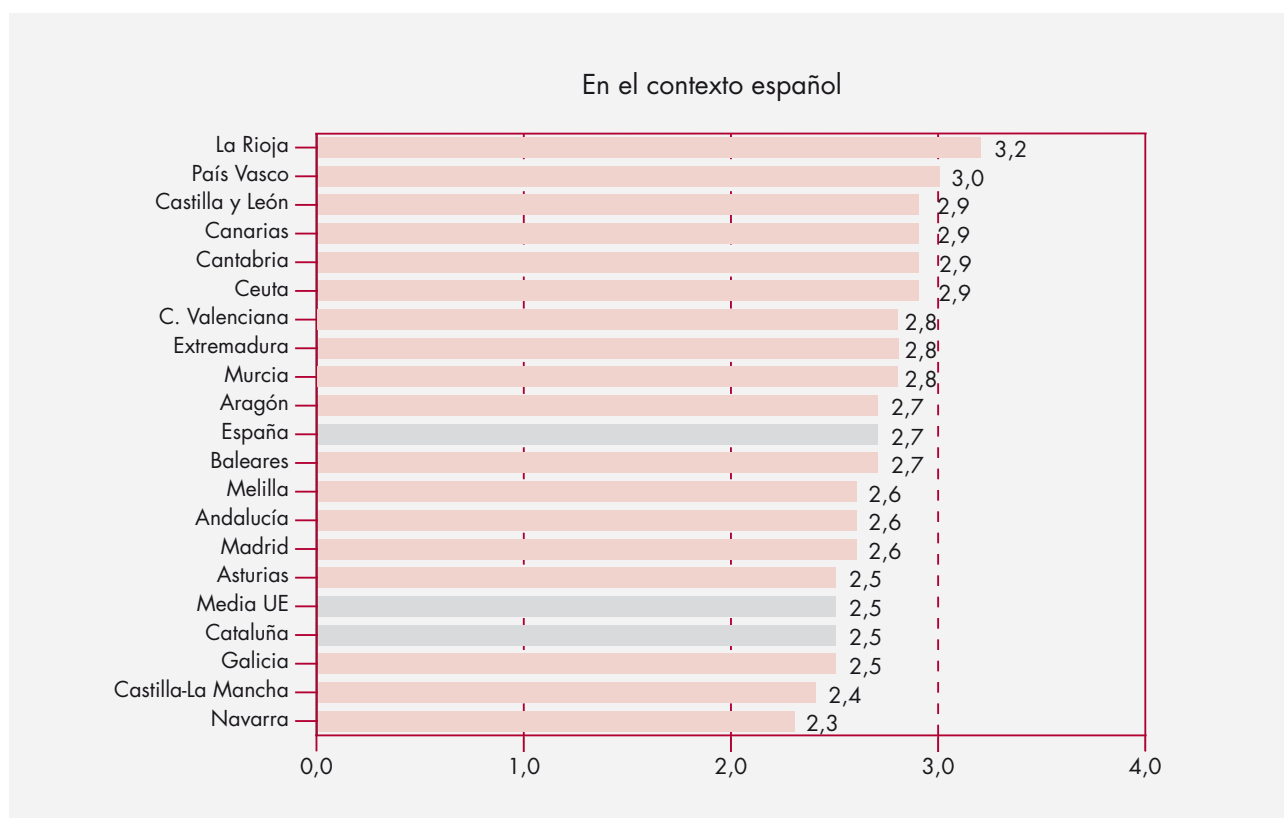
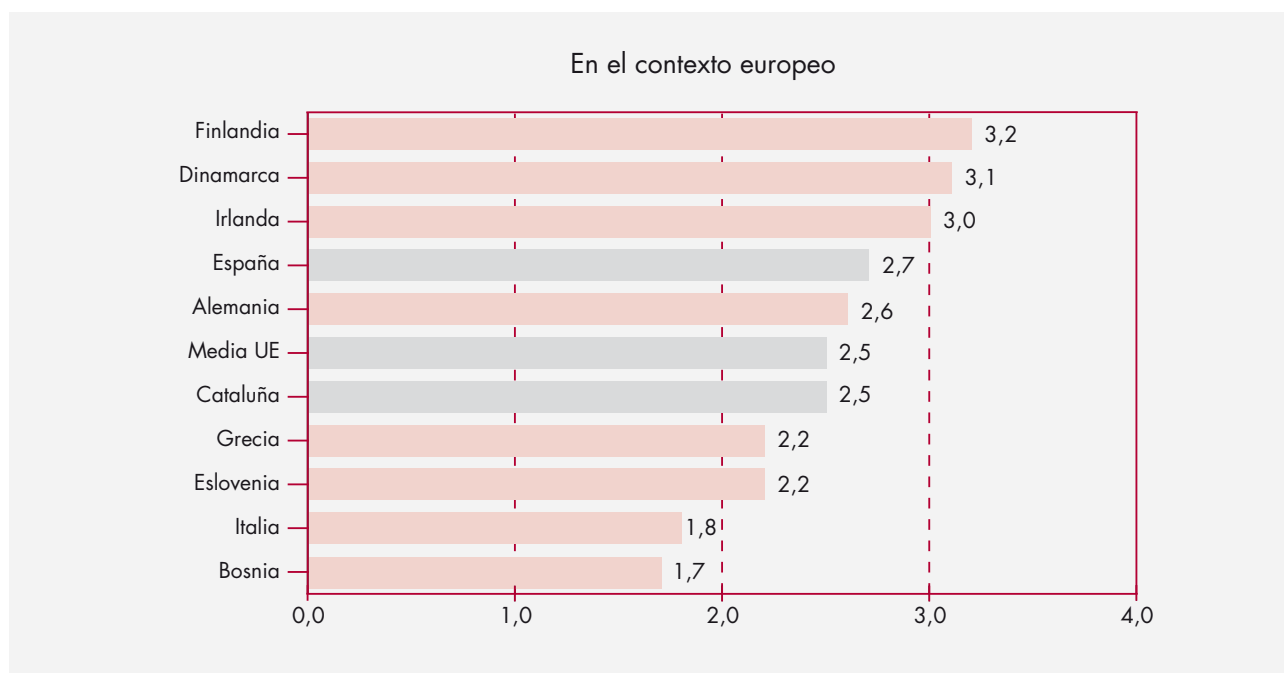


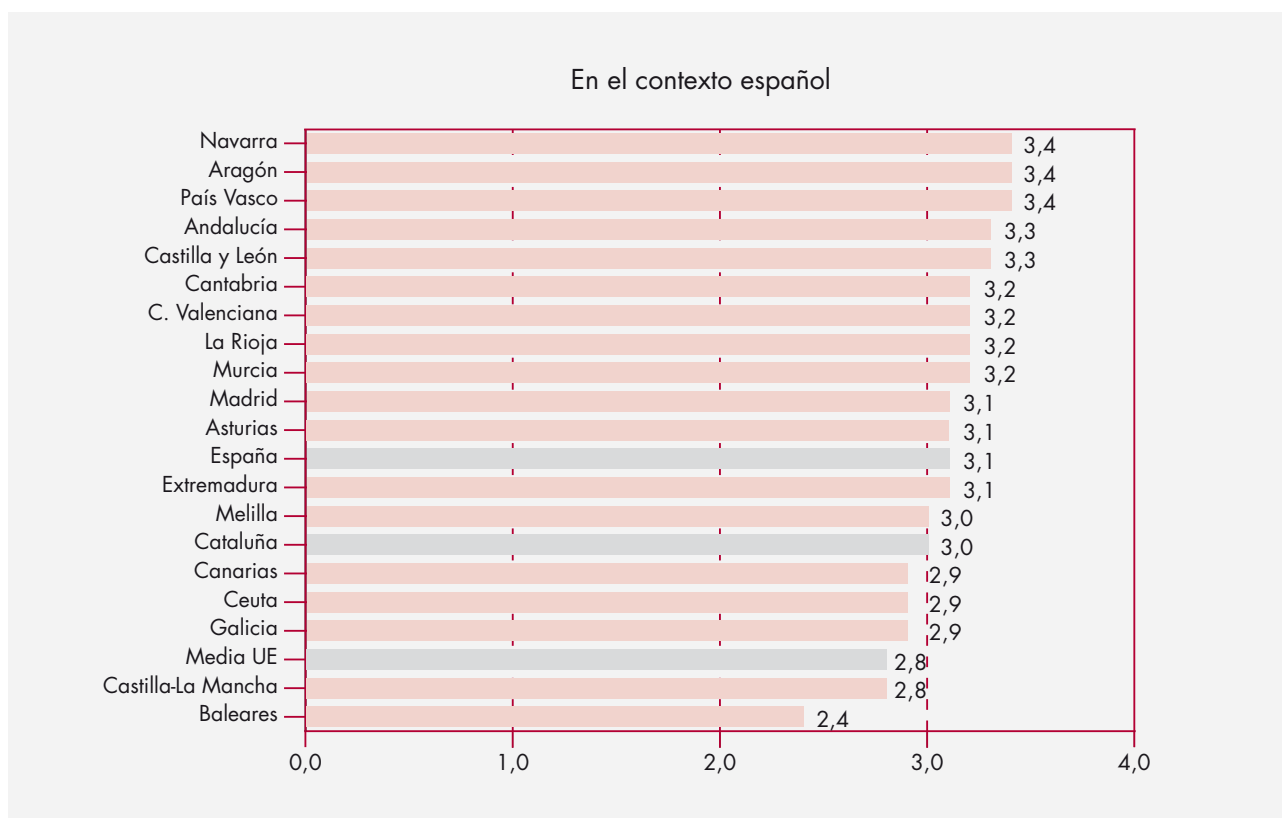
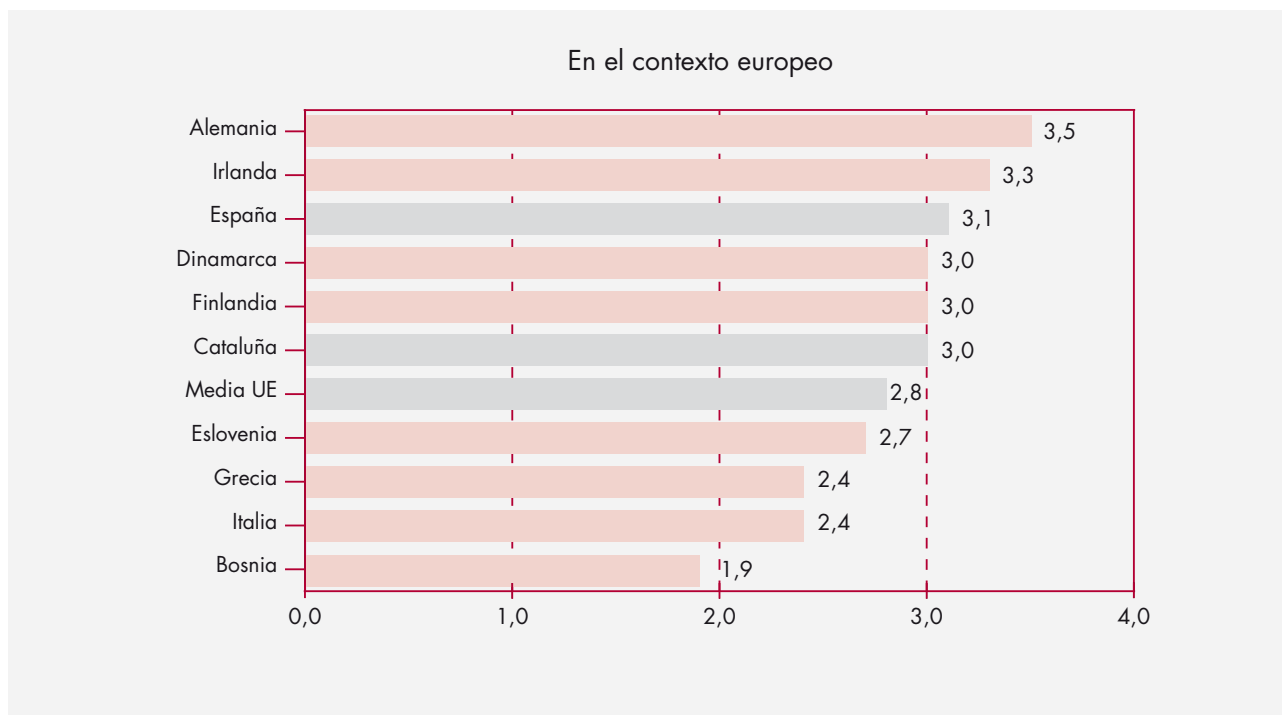
Figura 57 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Políticas gubernamentales en global

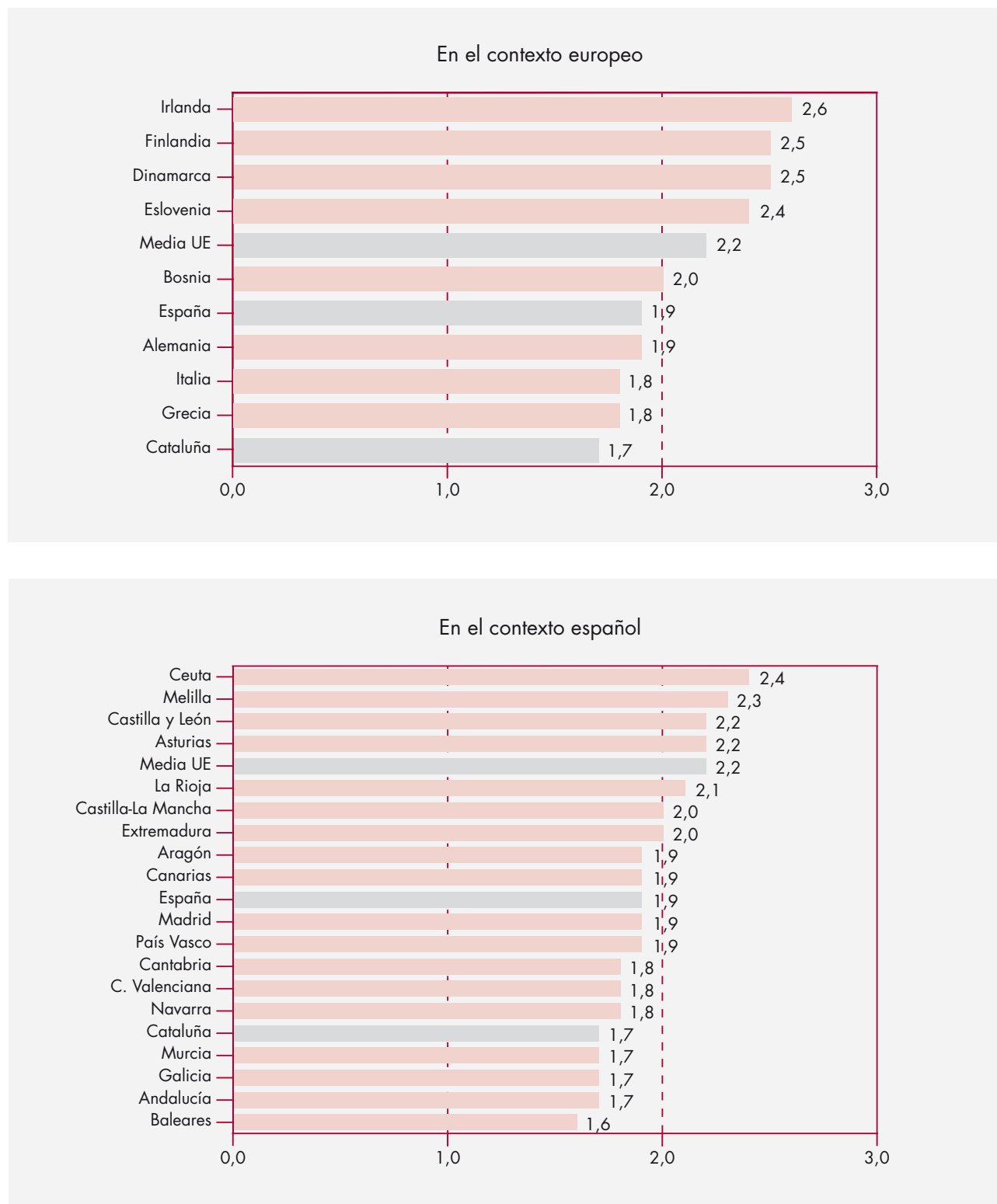
Figura 58 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Educación primaria y secundaria

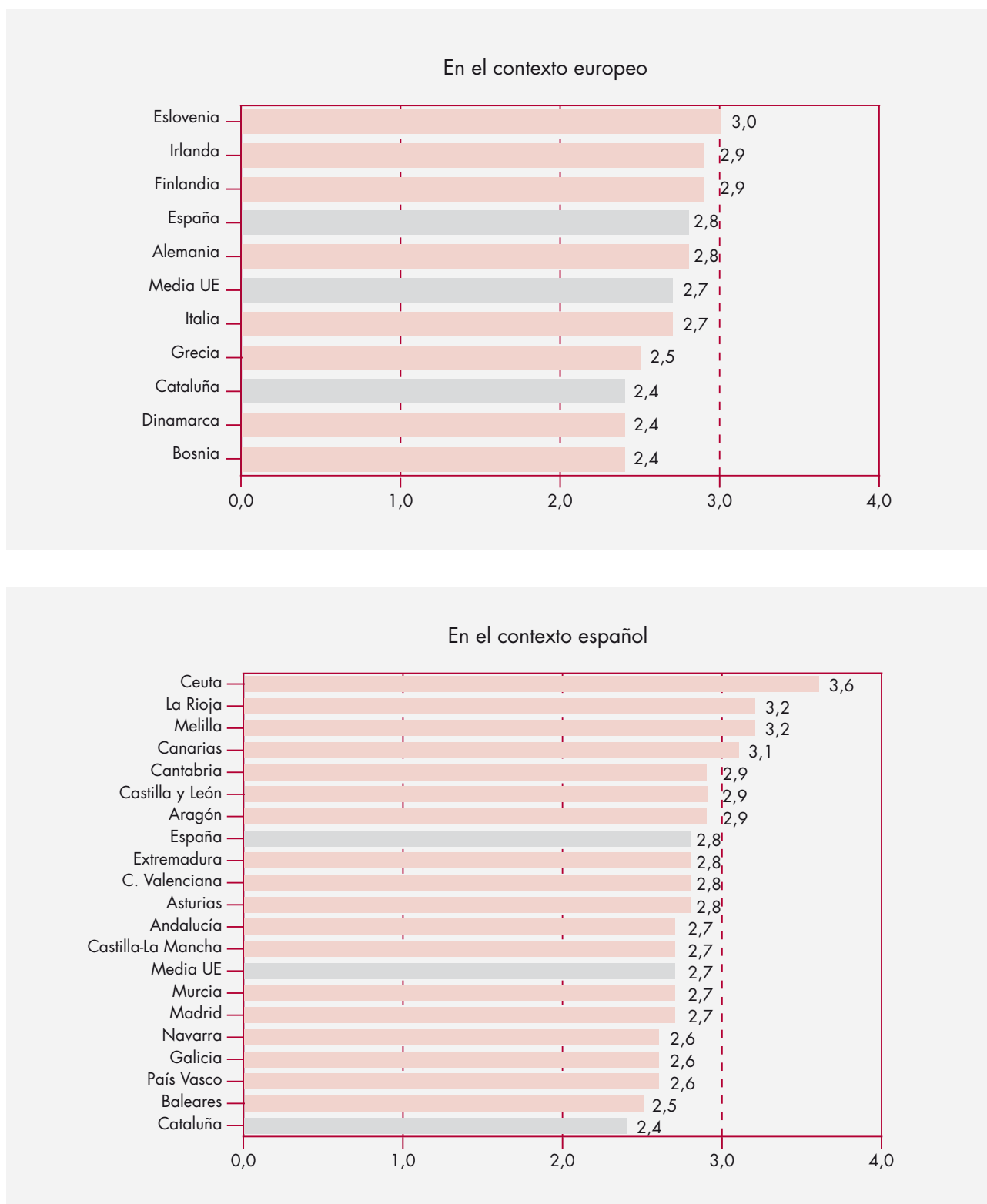
Figura 59 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Educación postsecundaria

Figura 60 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Necesidad de asesoramiento externo por parte de los emprendedores para realizar sus planes de negocio y trámites propios de la puesta en marcha de un nuevo negocio

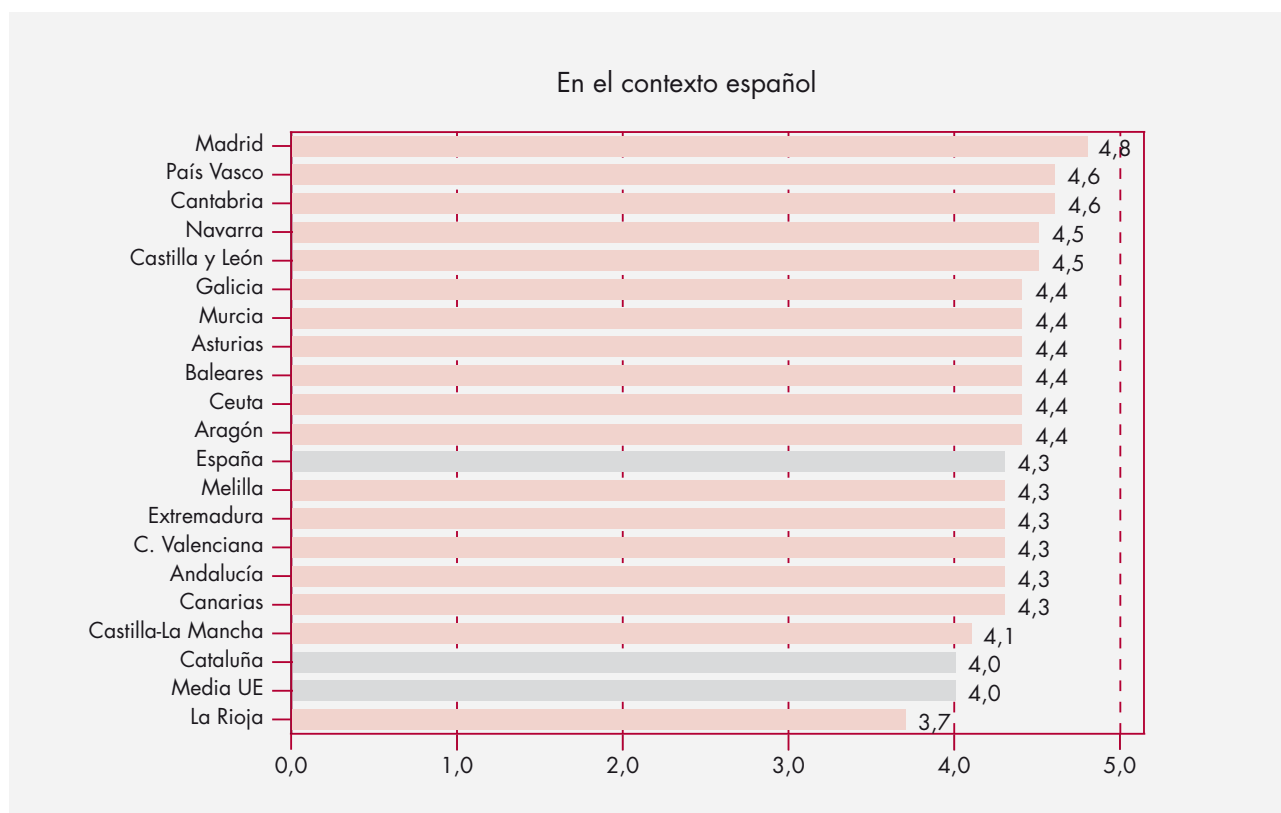
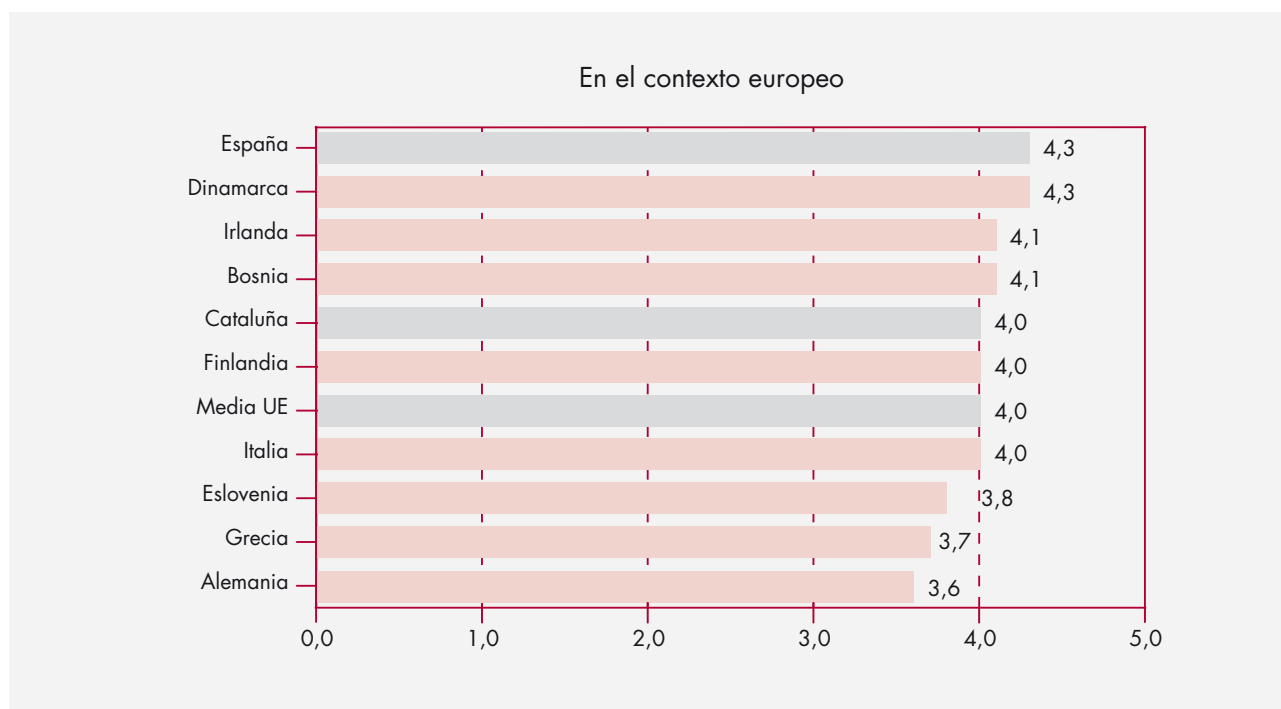


Figura 61 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Existencia de suficientes centros o agencias públicos o privados que proporcionan formación emprendedora adecuada independientemente del sistema educacional oficial

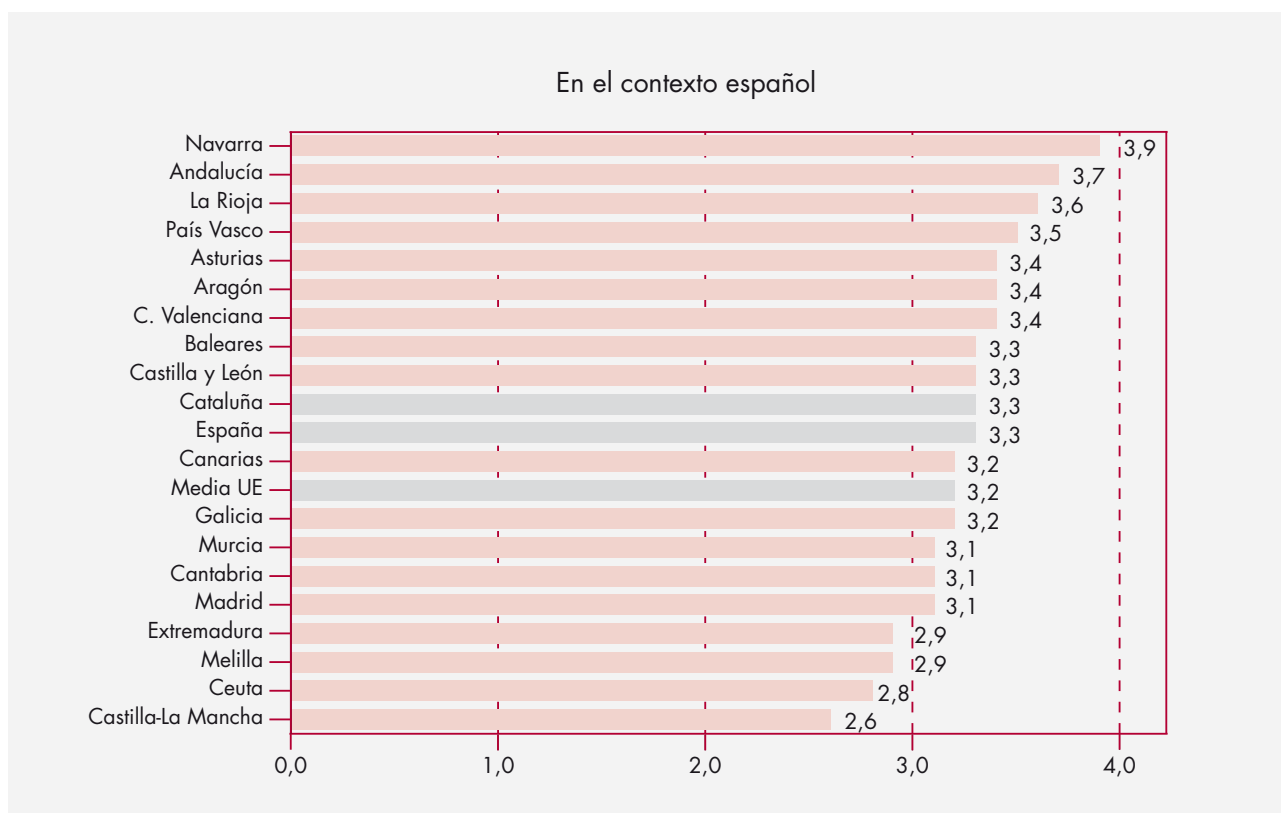
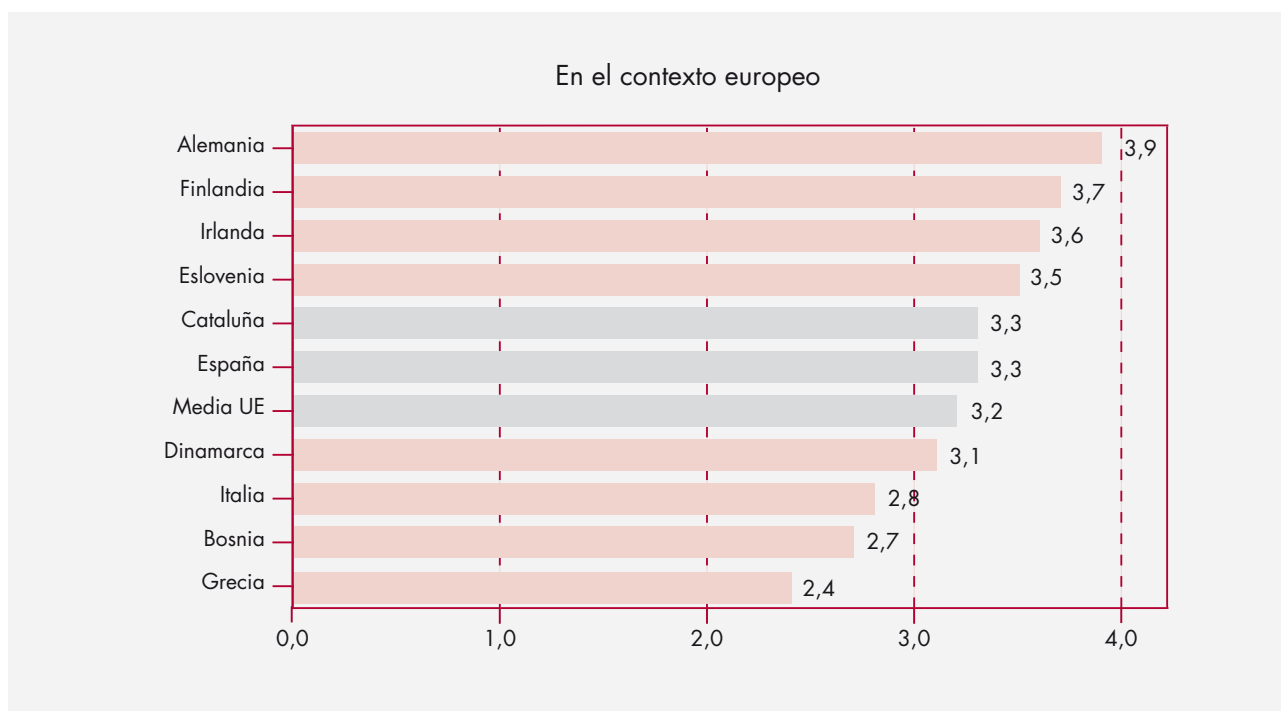


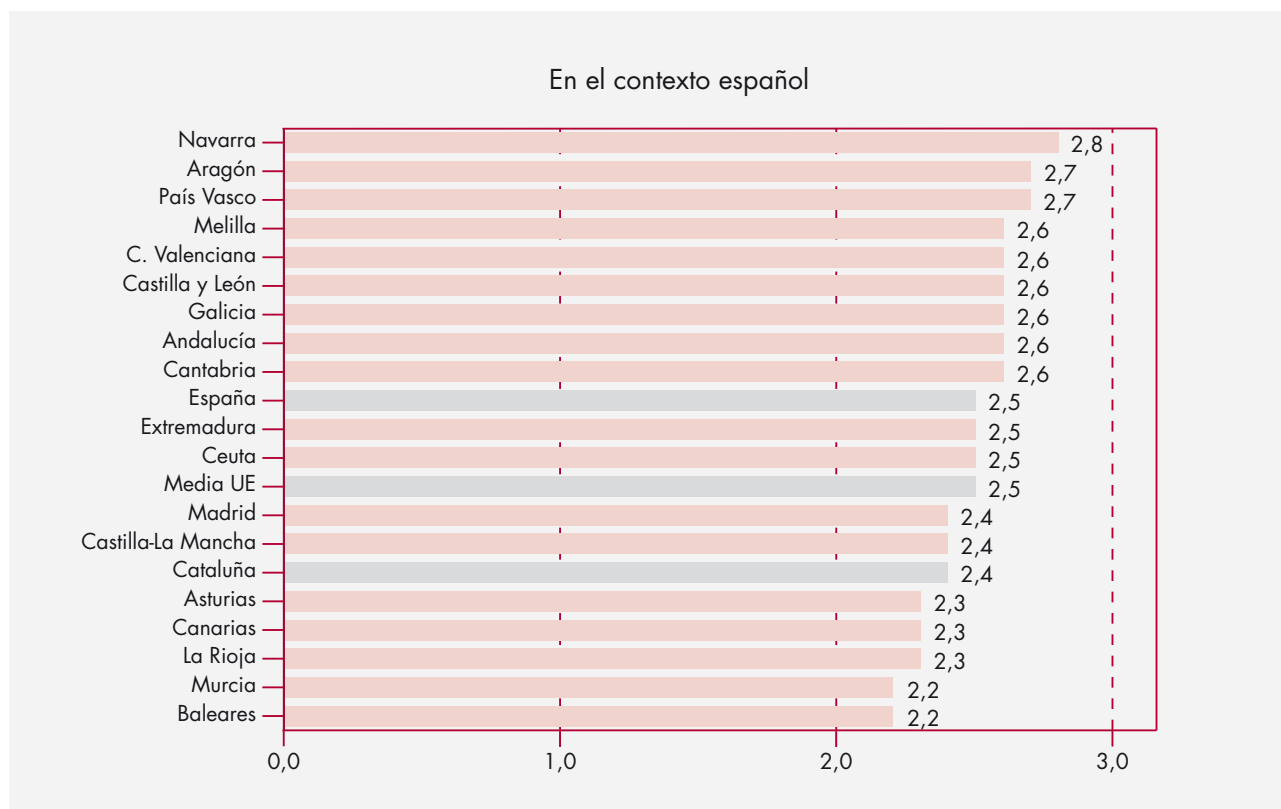
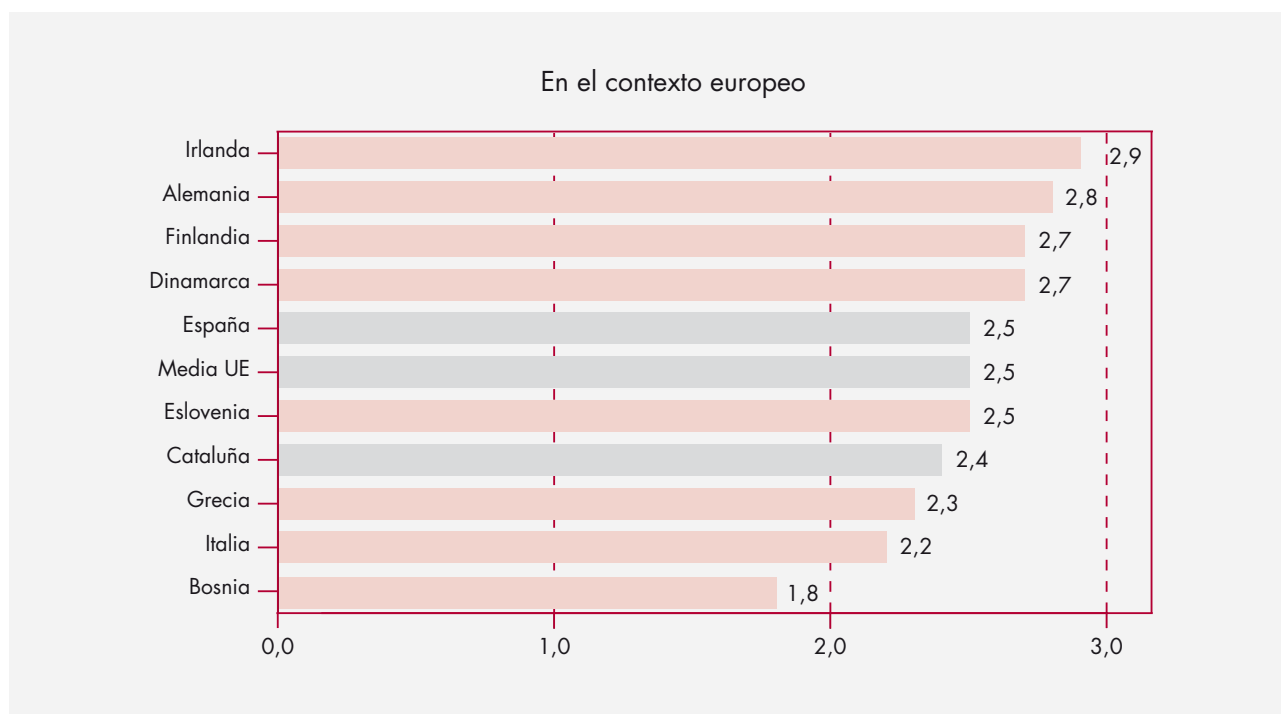
Figura 62 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Transferencia de tecnología e I+D

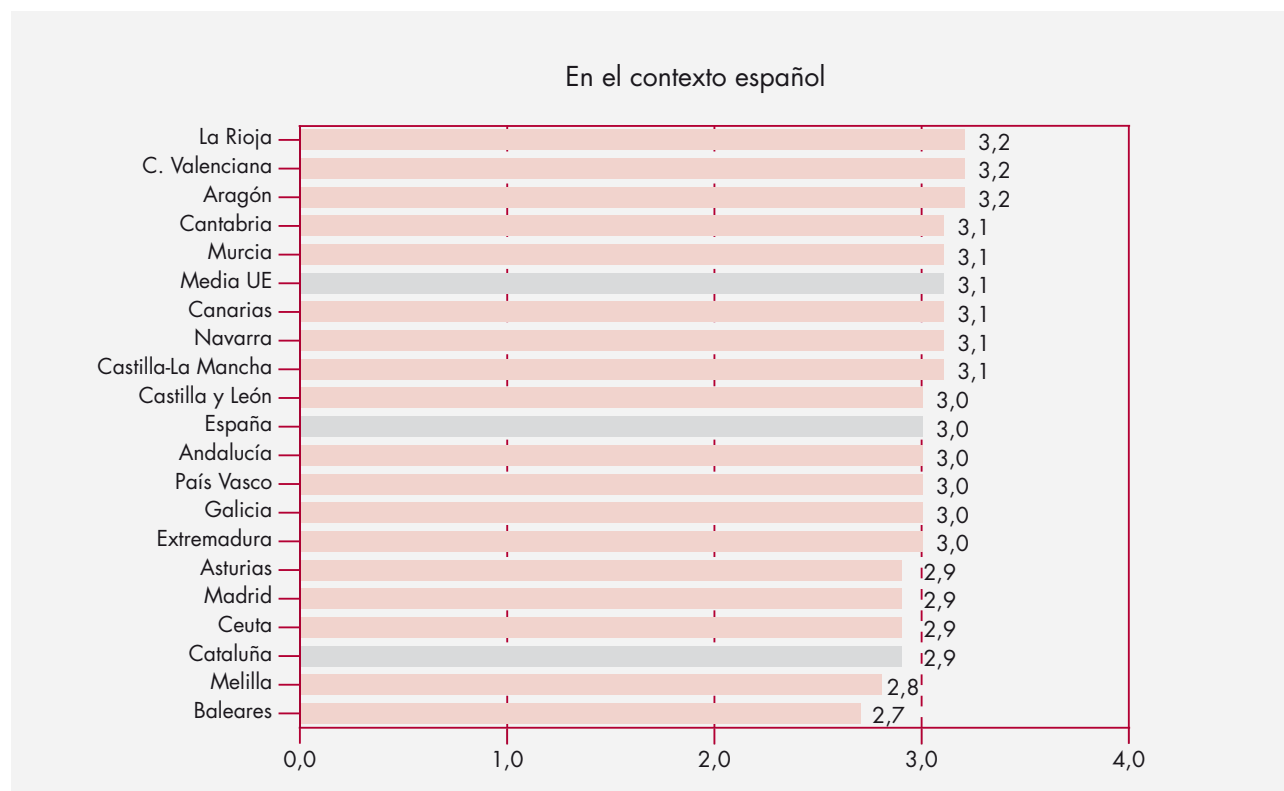
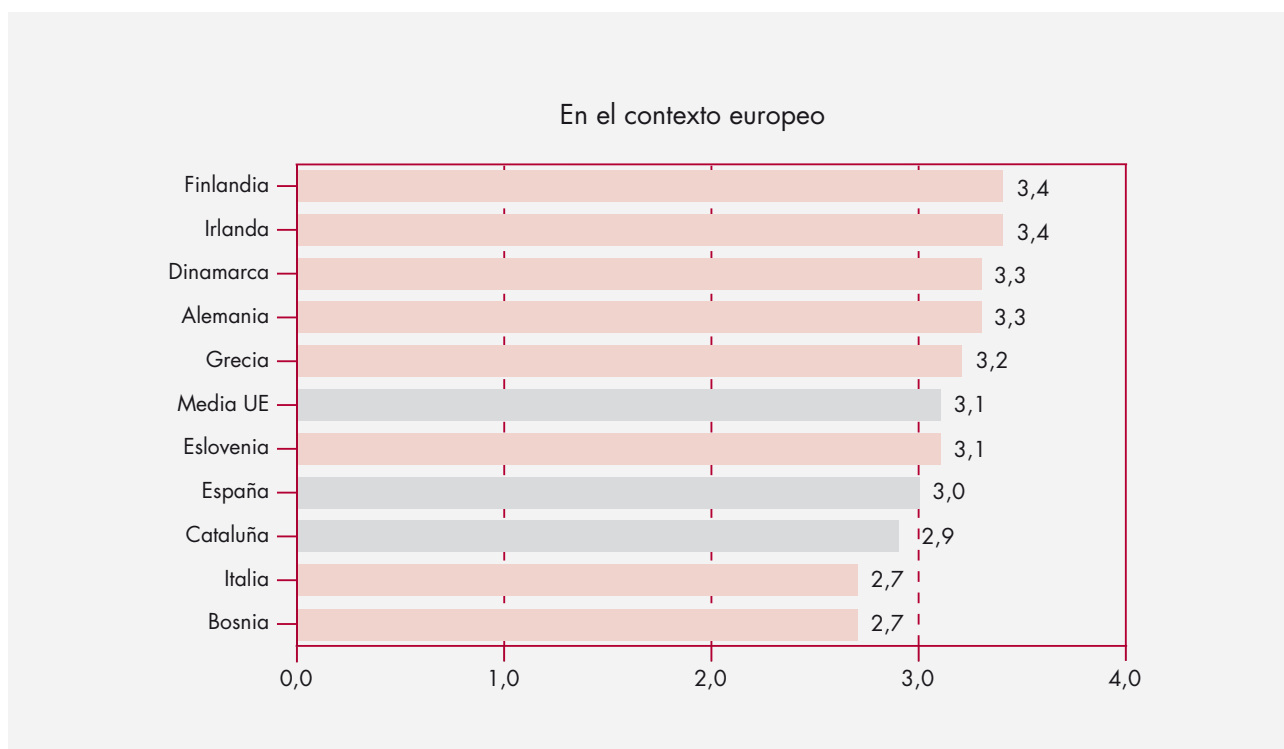
Figura 63 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Infraestructuras comerciales y servicios

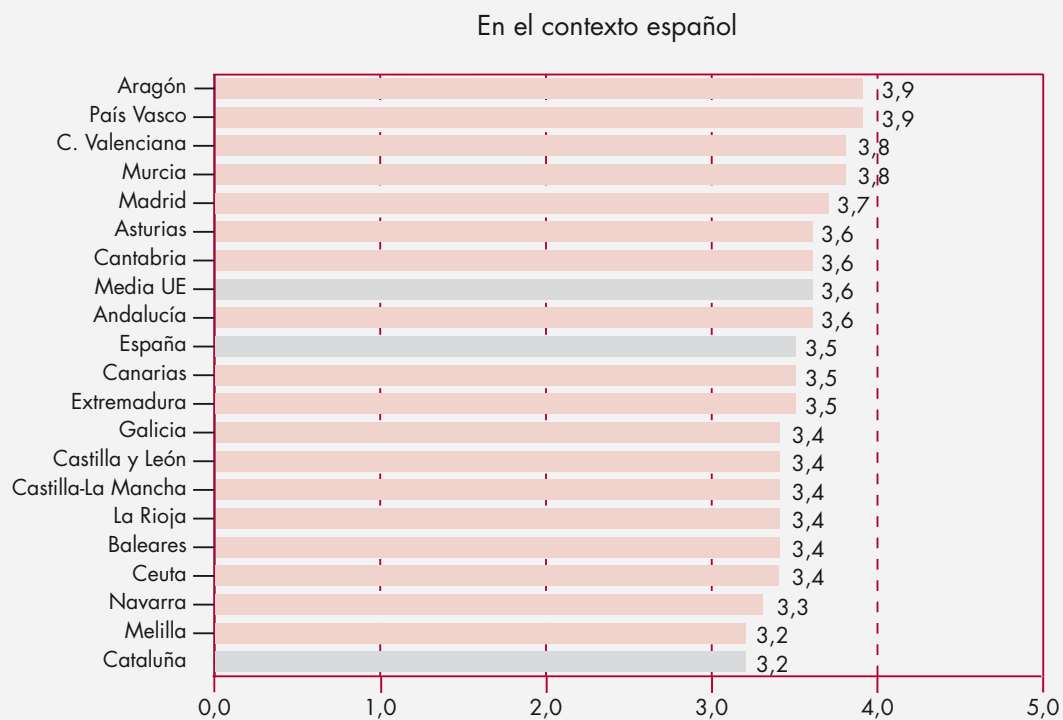
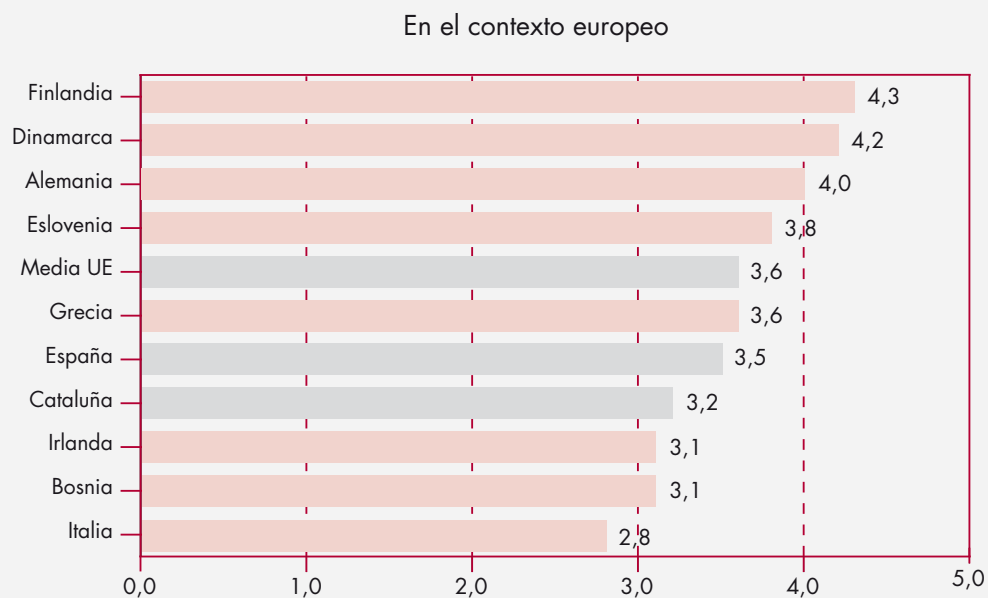
Figura 64 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Acceso a infraestructuras físicas

Figura 65 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Capacidad de reacción ante la apertura de mercados internos

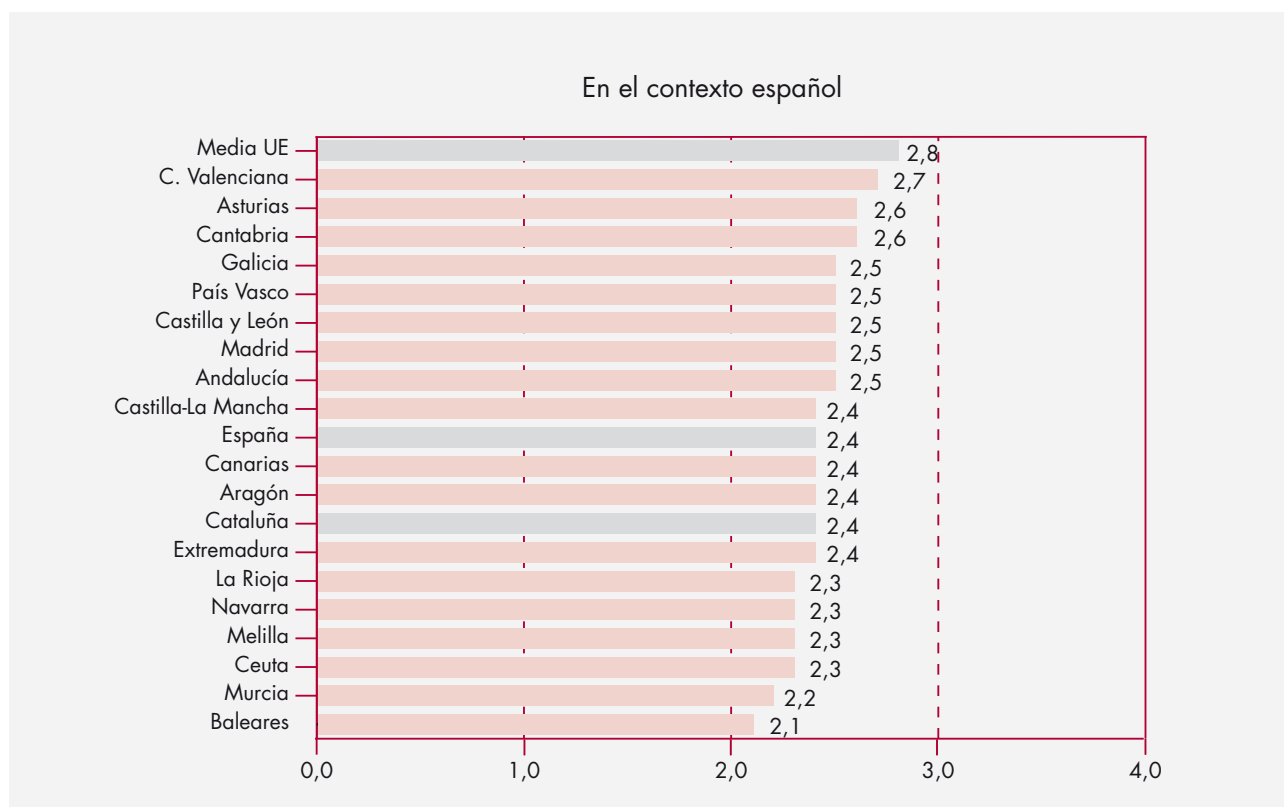
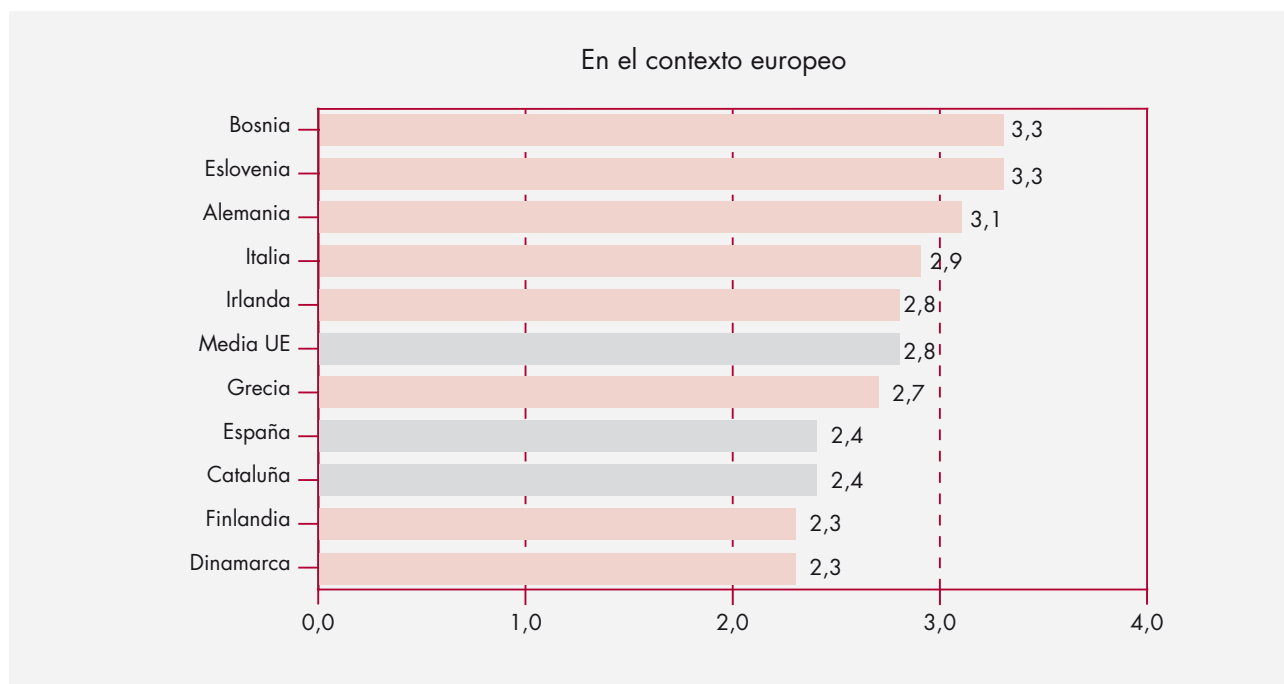


Figura 66 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Eliminación de barreras para la apertura del mercado

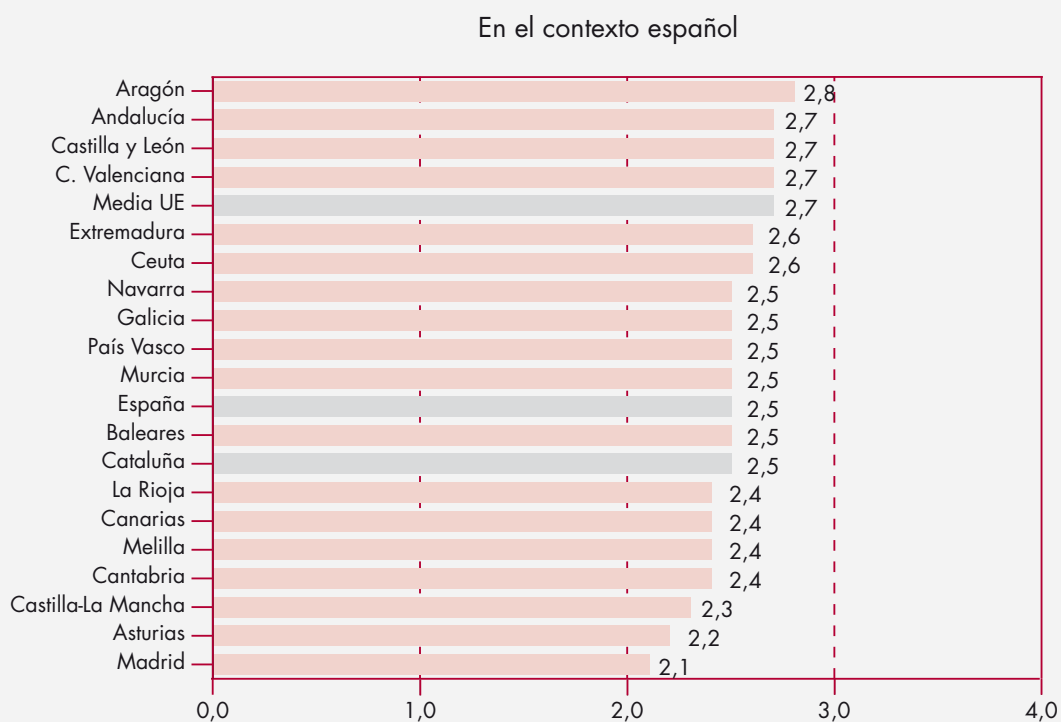
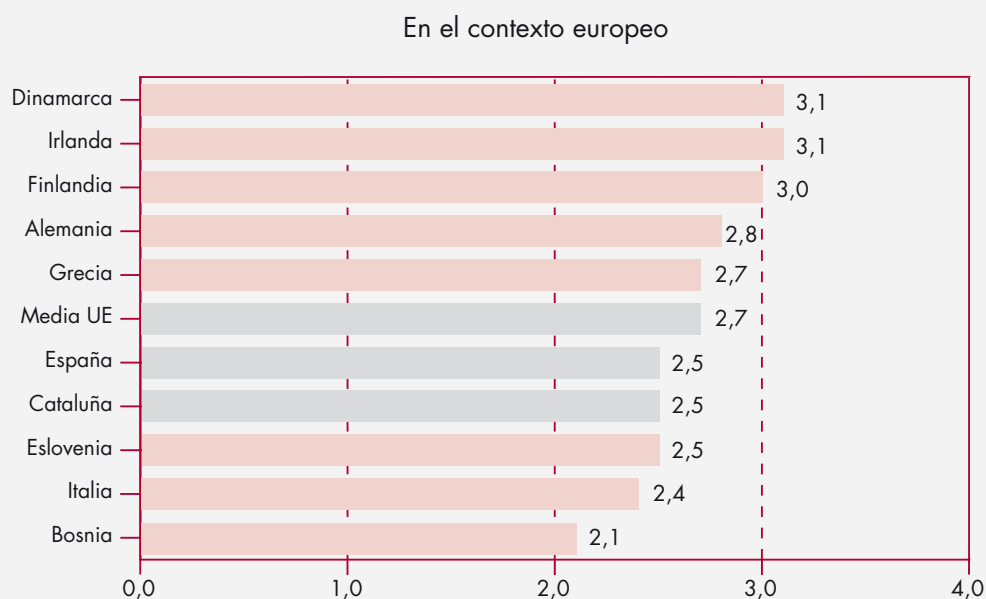


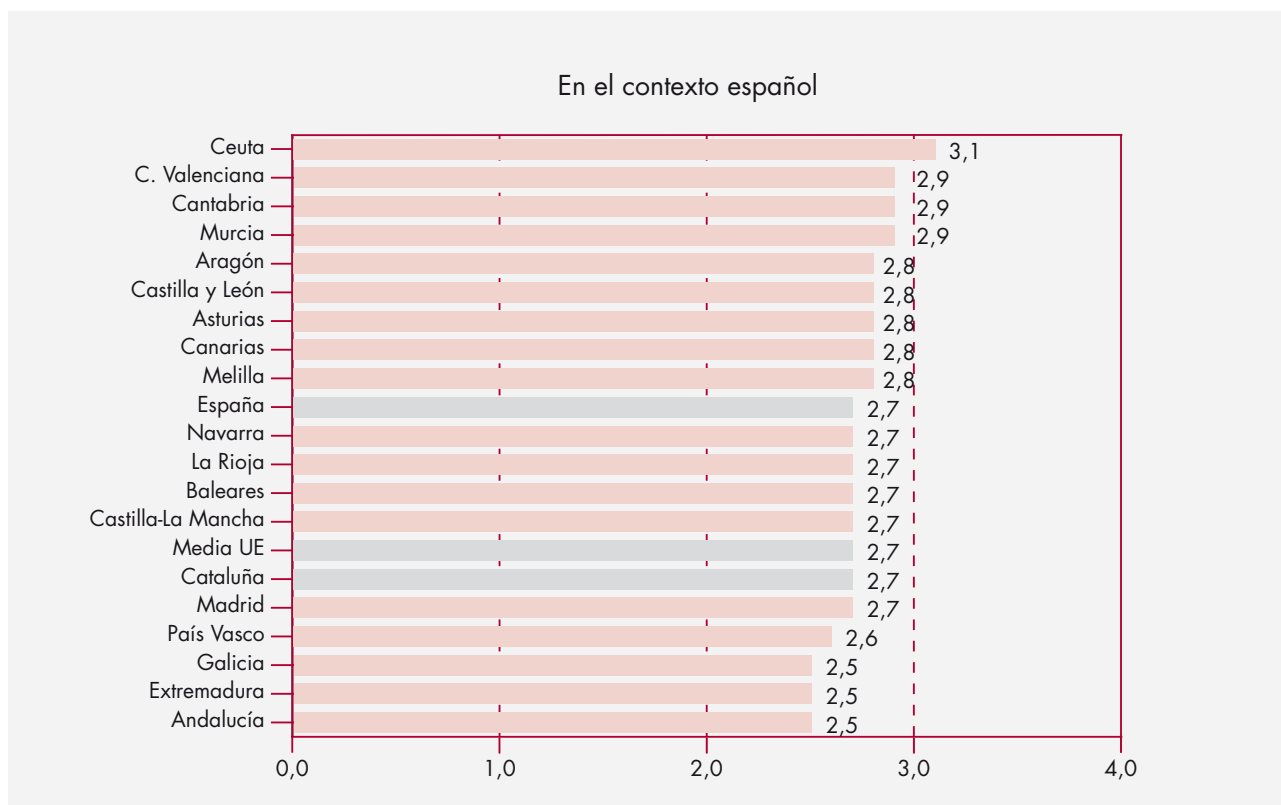
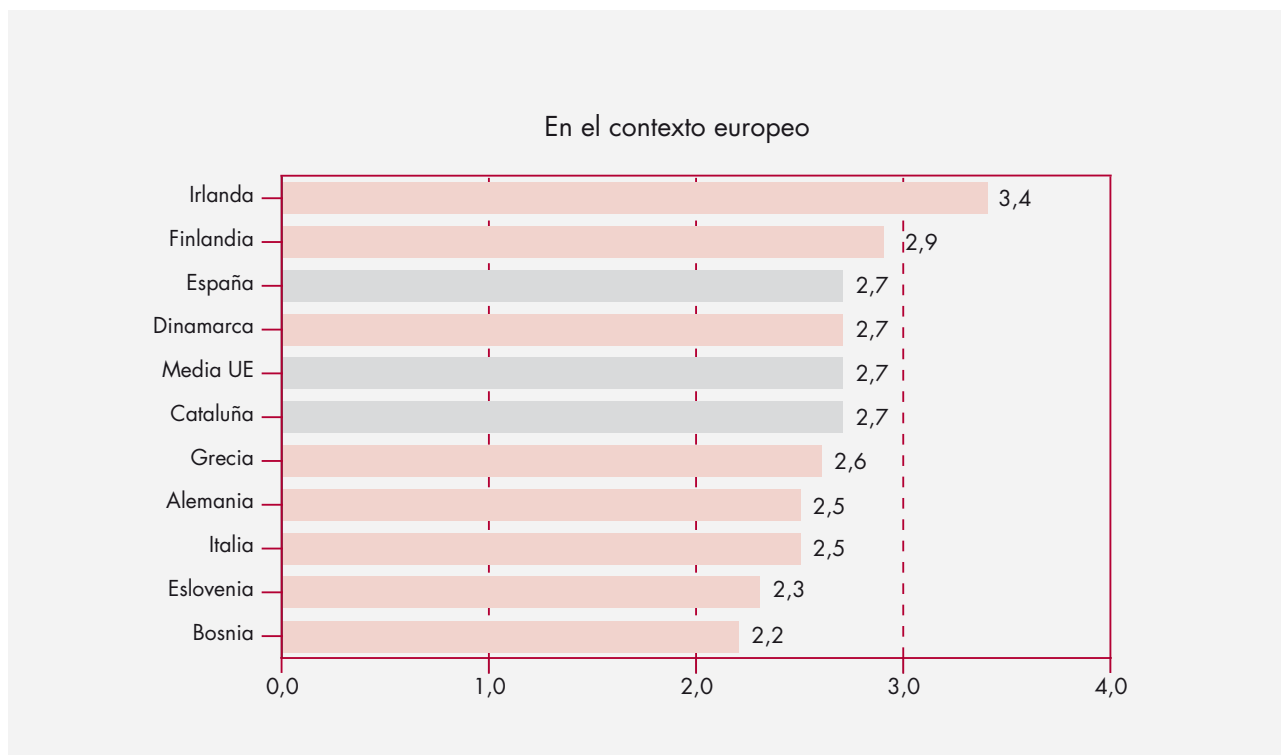
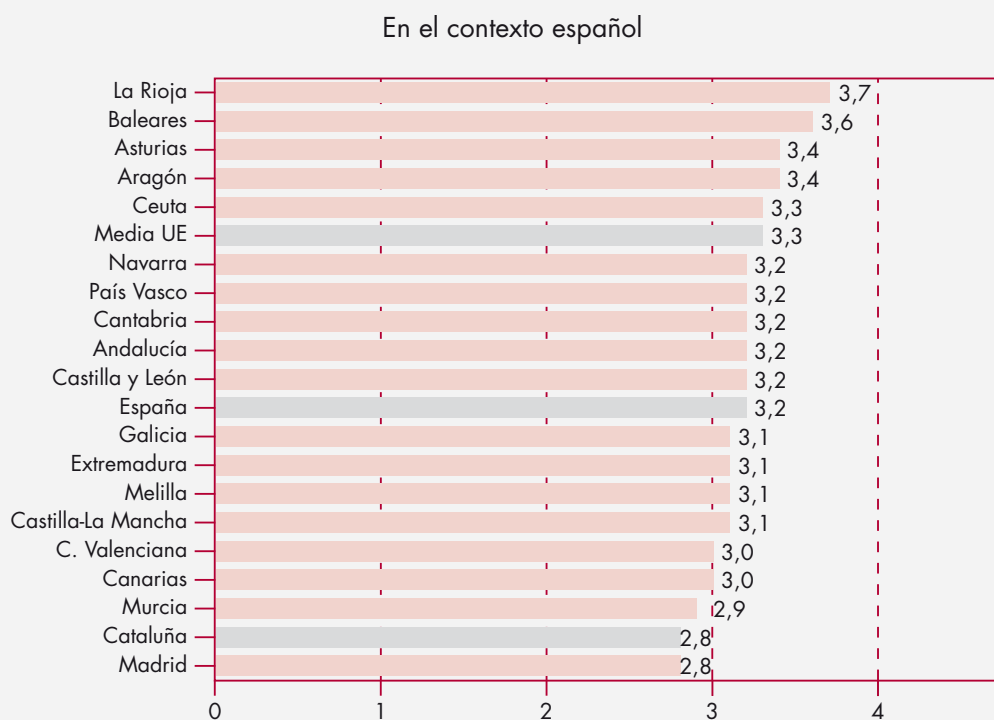
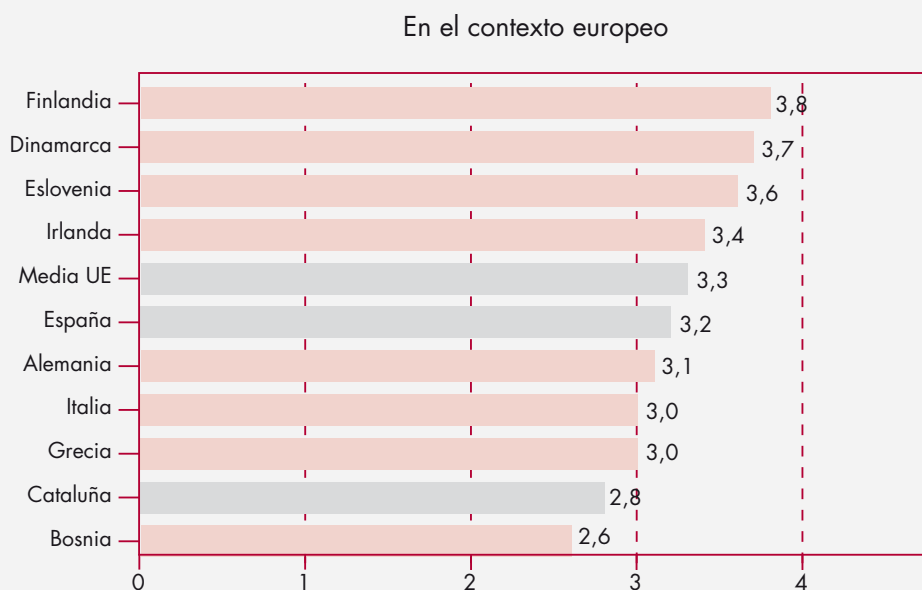
Figura 67 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Normas sociales y culturales

Figura 68 Valoración media de los expertos acerca del entorno. Apoyo a la mujer emprendedora

LA EXHAUSTIVIDAD DE LAS POLÍTICAS DE APOYO A LA INICIATIVA EMPRENDEDORA Y A LA INNOVACIÓN: EL PROYECTO IPREG

Jaume Valls Pasola (Cátedra de Iniciativa Emprendedora Universidad de Barcelona)

El proyecto IPREG: comparación de la completitud¹ de las políticas

La red IPREG (Innovative Policy Research for Economic Growth)² fue promovida en 2006 por la Swedish Foundation for Small Business Research (FSF). Se trata de una red internacional en la que participan investigadores y gestores de políticas públicas de catorce estados europeos. Las actividades de la red IPREG tienen su punto de partida en la constatación de que en el ámbito europeo la interacción entre las políticas de innovación y las políticas de apoyo a la iniciativa emprendedora es una cuestión clave para lograr un retorno óptimo de las nuevas inversiones en I+D. En este contexto el objetivo es analizar las políticas de innovación y emprendeduría, identificando de forma sistemática las medidas utilizadas por los gobiernos nacionales y los grados de integración entre las distintas políticas.

Durante el año 2007 esta red llevó a cabo un análisis comparativo de las políticas nacionales de apoyo de la iniciativa emprendedora y de innovación adoptadas en once de los países miembros de la red. El objetivo del proyecto de investigación de IPREG era proporcionar un cuadro comparativo de la situación actual de cada país participante en relación con el enfoque general de sus políticas de apoyo a estas dos áreas. Se trataba, en primer lugar, de identificar de forma sistemática los objetivos y las medidas que los distintos gobiernos incluyen en su concepto de políticas de innovación e iniciativa emprendedora y, en segundo lugar, identificar solapamientos y carencias en las distintas políticas. A continuación presentamos de manera sintética la metodología y algunos resultados del estudio del caso de España que fue realizado dentro de las actividades de la red con el apoyo de la DGPYME³.

Las dos áreas de política pretenden conseguir el mismo objetivo general: el crecimiento económico y una mayor competitividad. En España, como en otros países, ambas políticas están íntimamente relacionadas con las políticas regionales. Además, las políticas de emprendedores e innovación constituyen parte del mismo marco general de políticas para mejorar el desarrollo y la competitividad, especialmente en el caso de la innovación. Por ejemplo, las ayudas estatales dirigidas a hacer más competitivas las pymes se centran en las empresas existentes y en las nuevas empresas emergentes y, al mismo tiempo, las principales actuaciones se dirigen a promover la innovación como elemento clave que puede hacer de palanca para aumentar la competitividad. A pesar de estos condicionantes se consideró de interés analizar el caso de España en el contexto de la comparación internacional. Se presenta a continuación una descripción del enfoque metodológico y una breve síntesis de resultados.

Metodología

La metodología utilizada parte del trabajo de Lundström y Stevenson (2005) sobre políticas de emprendeduría y lo amplía a la innovación (Lundström et al., 2008). Su objetivo es medir la "completitud" o exhaustividad de las medidas establecidas por las políticas de apoyo a la iniciativa emprendedora y a la innovación en cada país. Se partía de la hipótesis de que este índice de cobertura diferiría en cada país según el tiempo durante el cual se han aplicado este tipo de políticas, y

1. El término completitud (o exhaustividad) es el que han adoptado los autores para traducir el término inglés comprehensiveness.

2. En www.ipreg.org está disponible información de las actividades de la red coordinada por el profesor sueco Anders Lundström.

3. El informe está disponible en la web de la DGPYME (<http://www.ipyme.org/IPYME/es-ES/Publicaciones/estudios/>) y en la web de IPREG. Sus autores fueron los profesores Jaume Valls y Jose García Quevedo de la Universidad de Barcelona y el profesor Javier Sánchez Asín de la Universidad de Zaragoza.

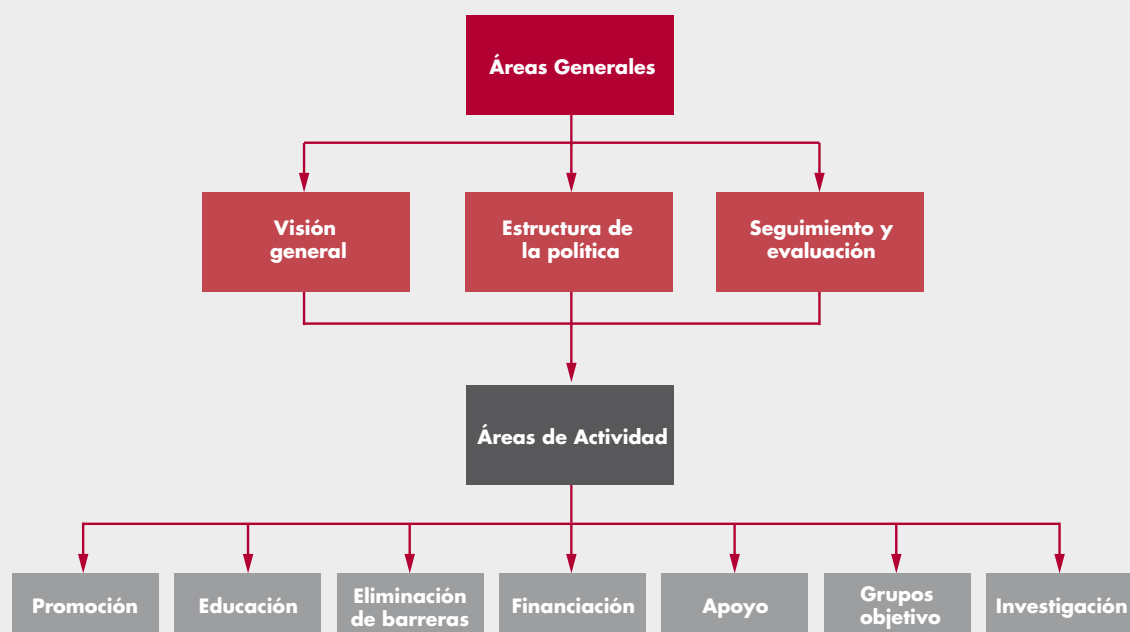
también según las estructuras introducidas para el desarrollo de estas políticas, los acuerdos institucionales para su implementación y el alcance de sus medidas. Los datos específicos sobre el contexto y la política nacional se ilustraron también en contextos regionales.

La metodología IPREG se estructura en tres partes: (i) las variables de contexto, (ii) la identificación de los agentes de las políticas y documentos estratégicos y (iii) la elaboración de los indicadores del índice de completitud. La figura 1 esquematiza los niveles de análisis (i) y (iii).

Las variables de contexto se clasifican en tres grupos: a) enfoque general de la política; b) estructura de la política, y c) seguimiento y evaluación. La segunda parte, de identificación, tiene como objetivo principal ilustrar la estructura organizativa del desarrollo e implementación de las políticas, así como sus objetivos. Los índices de completitud, se obtienen teniendo en cuenta siete subáreas de actividad dentro de las políticas: Promoción, Educación, Eliminación de barreras, Financiación, Apoyo empresarial, Grupos objetivo e Investigación.

El grupo Promoción incluye temas como los eventos de promoción, los premios, los métodos de comunicación o los esfuerzos de difusión. Las actividades relativas a educación se refieren al grado de introducción de los temas relativos a emprendimiento e innovación en el sistema educativo. La eliminación de barreras se ocupa de analizar los esfuerzos realizados en el tema; por ejemplo, la simplificación de trámites o los planes para la creación de nuevas iniciativas. El grupo Financiación examina el grado de exhaustividad de las iniciativas existentes (capital riesgo, *business angels*, avales, microcréditos, etc.). En Apoyo empresarial se incluyen todo tipo de acciones para la puesta en marcha y desarrollo de iniciativas emprendedoras o innovadoras, tales como información, consultoría, ayudas a la formación, a las *spin-offs*, etc. El apartado de grupos objetivo se ocupa de la existencia o no de un amplio abanico de programas de apoyo específicos para determinados colectivos. Finalmente los ítems relativos a investigación registran la existencia, o no, de distintos tipos de acciones y programas de investigación relacionados con el emprendimiento o la innovación en el marco de las políticas.

Figura 1 Políticas de emprendeduría e innovación. Áreas de análisis de la metodología IPREG



La metodología tiene un carácter marcadamente cualitativo y fundamenta los índices de completitud en un exhaustivo *check-list* de medidas (ítems) para evaluar la existencia de las mismas dentro de la política y, en algunos casos, su mayor o menor grado de desarrollo.

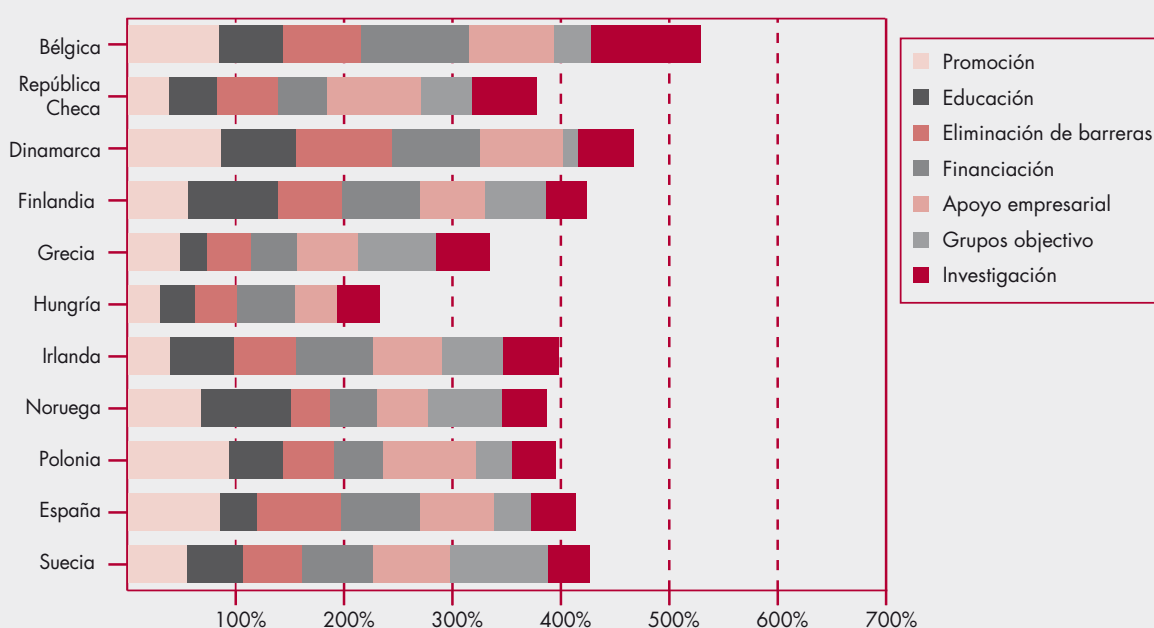
Los índices de completitud se construyen a partir de la cantidad de ítems acerca de los cuales se encuentra evidencia en la política analizada (se valora con un 1 si se encuentran evidencias de que existe el ítem y con 0 en caso contrario). Su medición se realiza en porcentaje, indicando así la cantidad de ítems presentes en la política, con respecto a los que ésta podría involucrar según la metodología. Los índices reflejan la existencia y el grado de completitud de las políticas pero no permiten profundizar en la intensidad con la que se están aplicando determinados instrumentos.

Para evaluar la completitud dentro de cada área de una política se trabaja con una extensa lista de preguntas a modo de *check list*. En resumen, una política se puede considerar "exhaustiva" si cubre todos los elementos de la lista. Sin embargo, no describe hasta qué punto cada país está trabajando en cada área. Por ejemplo, aunque un país pueda estar implementando medidas políticas para fomentar la iniciativa emprendedora en la educación, la inversión en términos de asignación de recursos puede variar enormemente. Desgraciadamente, resultó imposible obtener una buena representación de los recursos invertidos en cada área y uno de los motivos de ello es la falta de definiciones comunes.

Comparación de subáreas de políticas de *entrepreneurship* de once países

La figura 2 muestra el resultado de una de las comparaciones realizadas en el estudio relativa a las subáreas de las políticas de apoyo al *entrepreneurship*. Bélgica y Hungría se sitúan en los dos extremos de mayor y menor completitud respectivamente. Las puntuaciones totales del resto de los países son relativamente parecidas lo que cambia es la distribución interna: el mayor o menor énfasis en las distintas subáreas.

Figura 2 Grado de completitud de las subáreas de las políticas de apoyo (*entrepreneurship*)

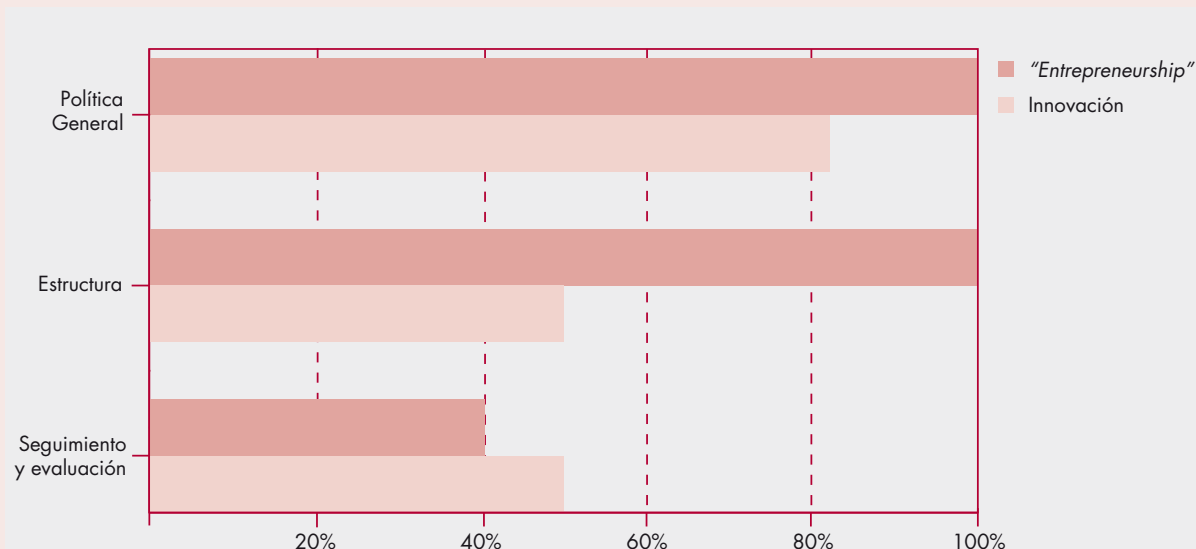


Fuente: Lundström, A.; Almerud, M., et al. (2008) [Adaptación y traducción del original]

Complejidad de las políticas de innovación y apoyo a la iniciativa emprendedora en España

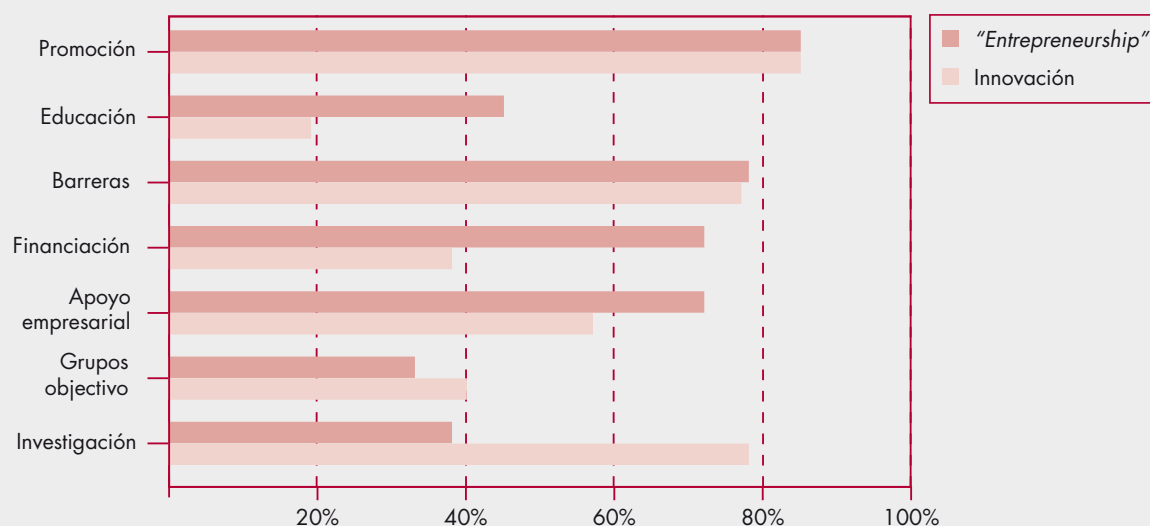
Las figuras 3 y 4 comparan las áreas de política a partir de los índices de completitud obtenidos para el caso de España. Los resultados muestran que en términos de política general, el seguimiento y la evaluación de resultados es quizás el campo en el que se requiere progresar de forma más urgente. La educación y los grupos objetivo siguen siendo las subáreas en las que, de acuerdo con esta metodología, se ha avanzado menos y, aunque se han realizado esfuerzos muy significativos en ambas áreas, son necesarias mejoras. La adaptación al EEES (Espacio Europeo de Educación Superior) supondrá una oportunidad única para introducir temas específicos relacionados con la innovación (y la iniciativa emprendedora) en el diseño de los currículos y los perfiles académicos universitarios.

Figura 3 Comparación de las políticas de ámbito general



Fuente: García Quevedo, Sánchez Asín y Valls Pasola, J. (2007).

Figura 4 Comparación del grado de completitud de los grupos de actividad de las políticas



Fuente: García Quevedo, Sánchez Asín y Valls Pasola, J. (2007).

El análisis evidencia que se han realizado esfuerzos importantes en los últimos años para hacer avanzar al país hasta una posición que puede considerarse equiparable a la de otros países. En cualquier caso, los índices de completitud obtenidos parecen evidenciar que la política de apoyo a la iniciativa emprendedora es más “completa” que la de innovación.

En el caso concreto de la innovación, diversos indicadores evidencian el importante esfuerzo de los distintos gobiernos para mejorar la situación. Los principales logros pueden resumirse del siguiente modo: el importante papel de los programas públicos de apoyo a la innovación y la I+D, los cambios que actualmente se están llevando a cabo en el sistema educativo, la existencia de importantes incentivos fiscales para la I+D, el papel de los gobiernos de las Comunidades Autónomas y el número cada vez mayor de agentes en el mundo de la innovación.

En el caso de la política para emprendedores, se han implementado muchas medidas, ya que se está promoviendo mucho la iniciativa emprendedora a todos los niveles. Por parte del Gobierno central, esta política se combina con la política de pymes y está altamente relacionada con las políticas de innovación tecnológica y con las medidas de desarrollo autonómicas y locales. Este hecho no debe suponer un obstáculo, pero requiere esfuerzos importantes para coordinar las diferentes iniciativas así como para evaluar y medir su impacto real. Las actuaciones dirigidas a promover el espíritu emprendedor, mejorar la calidad en la educación, eliminar barreras y dificultades que entorpezcan la dinámica empresarial, mejorar la financiación y los servicios de valor añadido y ofrecer iniciativas de distintos tipos para el fomento de la iniciativa emprendedora, requieren una meticulosa gestión global para poder conseguir los objetivos de competitividad deseados.

Bibliografia

- García Quevedo, J.; Sánchez Asín, J.; Valls Pasola, J. (2007). *Políticas de apoyo a la innovación y a la iniciativa emprendedora. El caso de España*. Red IPREG. Madrid: DGPYME, 2007.
- Lundström, A.; Stevenson, L. (2005). *Entrepreneurship Policy: Theory and Practice*, New York: Springer Science+Business Media, Inc., 2005.
- Ludström A.; Almerud, M., et al. (2008). IPREG Final Report: “*Entrepreneurship and innovation Policies. Analysing measures in European countries*”. Stockholm: Swedish Foundation for Small Business Research, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



9. PROCESO EMPRENDEDOR A ESCALA TERRITORIAL

- 9.1. Proceso emprendedor y dinámica empresarial por provincias
- 9.2. Características del proceso emprendedor y perfil del empresario
- 9.3. Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor por provincias
- 9.4. Factores psicosociales en el proceso emprendedor por provincias

9. PROCESO EMPRENDEDOR A ESCALA TERRITORIAL

En los capítulos anteriores se ha realizado un análisis agregado del proceso emprendedor. A continuación se proporcionan los datos básicos de comparación de las principales variables que caracterizan el proceso emprendedor en las cuatro provincias de Cataluña.

9.1. Proceso emprendedor y dinámica empresarial por provincias

La actividad emprendedora presenta algunas diferencias entre provincias, tal y como puede apreciarse en la tabla 40. En 2008 Lérida es la provincia con los porcentajes de emprendedores iniciales (TEA) y de emprendedores consolidados más elevados. Le sigue Barcelona, donde para ambos tipos de emprendedores, la tasa de actividad es similar a la media de Cataluña. En cambio, Tarragona y Gerona son las dos provincias con las tasas de emprendeduría más bajas y ambas se sitúan por debajo de la media.

Tabla 40 Actividad emprendedora catalana según provincias (% sobre la población adulta catalana de cada provincia)

	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Total
Emprendedores en fase inicial	7,5%	6,0%	8,8%	6,7%	7,3%
Emprendedores nacientes	3,9%	2,9%	4,9%	3,8%	3,9%
Emprendedores nuevos	3,5%	3,0%	3,9%	2,9%	3,4%
Emprendedores consolidados	9,1%	7,0%	12,1%	8,4%	9,1%
Emprendedores que han abandonado	0,6%	2,3%	0,8%	0,6%	1,0%
Emprendedores potenciales	8,1%	7,8%	9,9%	7,0%	8,2%
Tamaño muestral	800	400	400	400	2.000
Error Muestral	3,46%	4,90%	4,90%	4,90%	2,19%

Error muestral al 95% de confianza, suponiendo la máxima indeterminación $p=q=0,5$
(% sobre la población adulta catalana de cada provincia)

Desde una perspectiva de género, tradicionalmente, los hombres presentan una TEA superior a la de las mujeres en todas las provincias. Sin embargo, la menor presencia de mujeres emprendedoras es más acentuada en Lérida que en las demás provincias (tabla 41).

Tabla 41 Actividad emprendedora catalana según género y provincia

	Barcelona		Girona		Lleida		Tarragona	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Emprendedores en fase inicial	6,9%	8,0%	5,9%	6,0%	6,6%	10,7%	6,5%	6,9%
Emprendedores nacientes	4,3%	3,6%	2,9%	2,9%	4,2%	5,5%	3,9%	3,7%
Emprendedores nuevos	2,6%	4,4%	3,1%	3,0%	2,5%	5,2%	2,6%	3,3%
Emprendedores consolidados	8,5%	9,6%	5,7%	8,5%	9,8%	14,2%	5,4%	11,2%
Emprendedores que han abandonado	0,9%	0,2%	3,6%	0,8%	0,4%	1,2%	0,8%	0,5%
Emprendedores potenciales	8,4%	7,8%	6,9%	8,7%	8,2%	11,5%	5,1%	8,8%

9.2. Características del proceso emprendedor y perfil del empresario

Como ya se ha comentado en el capítulo 3, los principales motivos para que un emprendedor decida crear una empresa son la oportunidad y la necesidad. Como es habitual en todas las provincias, el principal comportamiento emprendedor es el aprovechamiento de una oportunidad. En Lérida y sobre todo en Tarragona se detectan los valores más elevados, muy por encima de la media de Cataluña (tabla 42).

Tradicionalmente, la principal motivación subyacente de la emprendeduría por oportunidad había sido la independencia laboral, pero en 2008 se ha roto esta tendencia. Para las provincias de Barcelona y Gerona actualmente es más importante aumentar los ingresos. En cambio, para Lérida y Tarragona ganar independencia laboral continúa siendo lo primordial.

Tabla 42 Algunas comparaciones del TEA por provincias

	Barcelona	Gerona	Lleida	Tarragona	Total
Tipo de comportamiento emprendedor					
Oportunidad pura	59,0%	46,6%	50,7%	66,5%	56,3%
Oportunidad en parte	20,8%	20,8%	37,6%	26,8%	26,0%
Subtotal Oportunidad	79,8%	67,4%	88,3%	93,3%	82,3%
Necesidad	14,8%	28,7%	5,4%	6,7%	13,3%
Otros motivos o no sabe	5,4%	3,9%	6,4%	0,0%	4,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Motivación en el aprovechamiento de oportunidades para emprender					
Ganar independencia	41,9%	29,4%	51,6%	45,2%	43,0%
Aumentar ingresos	45,2%	56,3%	44,1%	38,7%	45,1%
Mantener ingresos actuales	12,8%	14,3%	4,2%	16,1%	11,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Respecto al perfil de los emprendedores en **fase inicial**, destaca lo siguiente:

- En todas las provincias, aproximadamente la mitad de los emprendedores son hombres, y la otra mitad son mujeres. La única excepción es Lérida, donde los hombres representan dos tercios del total.
- La edad de los emprendedores de Barcelona y Gerona se sitúa mayoritariamente entre los 25 y los 34 años, mientras que en Lérida y Tarragona lo hace entre los 35 y los 44 años.
- Entre el 50 y el 60% de los emprendedores tienen como máximo estudios secundarios en las provincias de Gerona, Tarragona y Lérida. Barcelona y Lérida destacan por tener un tercio de emprendedores con estudios superiores.
- La mayoría de los emprendedores disponen de rentas medias (de 20.001 a 40.000 euros anuales). En Tarragona se concentra el mayor porcentaje de emprendedores con rentas bajas (inferiores a 20.000 euros anuales), mientras que en Gerona y Lérida un tercio de los emprendedores tienen rentas altas (superiores a 40.000 euros anuales).
- La mayoría de los emprendedores viven en zonas urbanas, con la excepción de Lérida y Tarragona, donde predominan los emprendedores ubicados en zonas rurales.

Respecto al perfil de los emprendedores **consolidados**, destaca lo siguiente:

- En todas las provincias hay más hombres emprendedores que mujeres emprendedoras, sobre todo en Tarragona, donde los hombres representan casi el 70% del total.
- La edad de los emprendedores consolidados de Barcelona y Gerona se sitúa mayoritariamente entre los 25 y los 34 años (como los emprendedores en fase inicial). Sin embargo, en el caso de Lérida y Tarragona predominan los de 45 a 55 años.

- En las provincias de Barcelona, Lérida y Tarragona entre el 40 y el 50% de los emprendedores tienen como máximo estudios primarios. En cambio, en Gerona predominan los emprendedores con estudios secundarios.
- Del mismo modo que en el caso de los emprendedores en fase inicial, la mayoría de los emprendedores consolidados tienen rentas medias (de 20.0001 a 40.000 euros anuales). Sin embargo, en Barcelona se concentra el mayor porcentaje de emprendedores con rentas altas (superiores a 40.000 euros anuales).
- En todas las provincias predominan los emprendedores que viven en zonas urbanas.

Tabla 43 Perfil del emprendedor catalán en función de la provincia

		Emprendedores que han abandonado				Emprendedores potenciales			
		Barcelona	Gerona	Lleida	Tarragona	Barcelona	Gerona	Lleida	Tarragona
Género	Mujer	45%	52%	36%	47%	45%	42%	39%	31%
	Hombre	55%	48%	64%	53%	55%	58%	61%	69%
Edad	18-24 años	3%	13%	12%	9%	4%	11%	7%	2%
	25-34 años	40%	31%	28%	27%	28%	31%	18%	17%
	35-44 años	26%	24%	36%	33%	28%	17%	24%	23%
	45-54 años	17%	24%	17%	22%	16%	26%	33%	32%
	55-64 años	14%	7%	8%	10%	23%	15%	19%	25%
Educación	Media	39,3	37,5	37,8	39,2	42,3	39,8	44,1	46,1
	Desv. típica	11,8	11,1	10,7	11,1	12,4	12,9	11,5	10,9
	Sin estudios	6%	4%	0%	0%	0%	3%	3%	8%
	Primaria	26%	32%	19%	28%	41%	15%	43%	43%
	Secundaria	15%	25%	38%	25%	15%	27%	23%	23%
Renta anual del hogar	Estudios medios	18%	24%	18%	12%	18%	37%	18%	14%
	Estudios superiores	35%	16%	25%	36%	27%	19%	12%	12%
	Hasta 20.000 €	10%	13%	5%	25%	15%	9%	20%	19%
	20.001 — 40.000 €	68%	52%	58%	61%	44%	53%	44%	51%
Tipo de zona	Más de 40.000 €	23%	34%	34%	9%	38%	35%	33%	30%
	Ns/Nc	0%	0%	3%	5%	2%	3%	3%	0%
	Zona urbana	95%	71%	43%	46%	94%	64%	62%	67%
	Zona rural	5%	29%	57%	54%	6%	36%	38%	33%

Tabla 44 Perfil del emprendedor catalán potencial y el que ha abandonado en función de la provincia

		Emprendedores que han abandonado				Emprendedores potenciales			
		Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona
Género	Mujer	79%	82%	25%	63%	51%	46%	39%	35%
	Hombre	21%	18%	75%	37%	49%	54%	61%	65%
Edad	18-24 años	0%	8%	0%	30%	11%	13%	12%	6%
	25-34 años	0%	35%	0%	0%	37%	23%	29%	31%
	35-44 años	42%	11%	0%	37%	21%	15%	24%	21%
	45-54 años	37%	37%	50%	33%	17%	32%	21%	30%
	55-64 años	21%	9%	50%	0%	13%	17%	13%	13%
	Media	50,2	40,4	54,7	35,4	38,3	42,4	39,1	41,3
	Desv. típica	8,3	13,8	5,1	8,7	12,1	13,3	12,7	12,1
Educación	Sin estudios	0%	9%	0%	0%	4%	5%	0%	0%
	Primaria	39%	27%	75%	0%	18%	42%	32%	22%
	Secundaria	61%	9%	25%	37%	32%	11%	21%	21%
	Estudios medios	0%	37%	0%	30%	12%	20%	20%	36%
	Estudios superiores	0%	18%	0%	33%	33%	22%	27%	21%
Renta anual del hogar	Hasta 20.000 €	60%	38%	50%	67%	27%	24%	15%	29%
	20.001 — 40.000 €	19%	36%	25%	0%	43%	47%	51%	32%
	Más de 40.000 €	0%	9%	25%	33%	25%	29%	32%	32%
	Ns/Nc	22%	18%	0%	0%	5%	0%	2%	8%
Tipo de zona	Zona urbana	100%	44%	25%	63%	95%	61%	55%	58%
	Zona rural	0%	56%	75%	37%	5%	39%	45%	42%

9.3. Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor por provincias

Como ya se ha comentado en el capítulo 5, desconocemos el número de empleados de más de la mitad de los emprendedores en fase inicial; en cambio, el porcentaje de no respuesta de los emprendedores consolidados se reduce hasta el 5,2%. Así pues, no se pueden establecer comparaciones entre ambas tipologías de emprendedores. Ahora bien, al mismo tiempo cabe tener en cuenta que el elevado porcentaje de no respuesta de los emprendedores en fase inicial se mantiene a lo largo del tiempo, un hecho que refleja cierta consistencia de los resultados y que permite realizar comparaciones temporales.

En 2008 los resultados de la tabla 45 indican que la mayoría de las empresas en fase inicial en las distintas provincias catalanas son microempresas (menos de 10 trabajadores), tal y como había sucedido en otros años. Sin embargo, por primera vez no predominan las iniciativas que proporcionan trabajo únicamente al mismo emprendedor, sino que destacan las que tienen entre 1 y 5 empleados. La provincia de Girona representa la excepción, ya que las empresas sin trabajadores presentan un porcentaje más elevado.

Para los emprendedores consolidados, la dimensión de las empresas por provincias presenta valores más parecidos a los del 2007. Predominan las iniciativas que proporcionan trabajo sólo al mismo emprendedor, sobre todo en la provincia de Girona.

Tabla 45 Tamaño promedio de la plantilla actual en las actividades emprendedoras catalanas, en función de la provincia

	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Total
Emprendedores en fase inicial					
Sin empleados	15,8%	20,3%	12,5%	9,5%	14,6%
1 - 5 empleados	25,1%	18,3%	24,0%	24,6%	23,6%
6 - 19 empleados	3,0%	12,4%	7,9%	6,6%	6,4%
20 o más empleados	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	0,6%
Ns/Nc	56,1%	48,9%	55,6%	56,1%	54,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Emprendedores consolidados					
Sin empleados	43,7%	62,1%	44,8%	51,2%	48,3%
1 - 5 empleados	35,4%	23,8%	34,6%	23,1%	31,1%
6 - 19 empleados	12,8%	8,3%	17,1%	13,0%	13,3%
20 o más empleados	1,9%	0,0%	0,0%	7,3%	2,1%
Ns/Nc	6,2%	5,8%	3,4%	5,3%	5,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Las expectativas de ocupación a los cinco años de haber puesto en marcha el negocio son parecidas entre los emprendedores en fase inicial y los consolidados (tabla 46). Para ambos grupos aumentaría el porcentaje de emprendedores que tienen entre 6 y 19 trabajadores en todas las provincias menos en Tarragona, donde disminuiría ligeramente. Además, el porcentaje de emprendedores consolidados que tienen entre 1 y 5 trabajadores crecería en todas las provincias menos en Lérida.

Tabla 46 Tamaño promedio de la plantilla esperada para dentro de 5 años en las actividades emprendedoras catalanas, en función de la provincia

	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Total
Emprendedores en fase inicial					
Sin empleados	22,2%	12,4%	26,1%	30,4%	23,0%
1 - 5 empleados	51,4%	49,9%	44,1%	46,1%	48,4%
6 - 19 empleados	14,5%	27,6%	24,8%	13,7%	19,1%
20 o más empleados	4,8%	0,0%	2,1%	6,7%	3,7%
Ns/Nc	7,2%	10,1%	2,8%	3,1%	5,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Emprendedores consolidats					
Sin empleados	33,8%	29,2%	40,9%	37,7%	35,7%
1 - 5 empleados	34,3%	51,2%	24,8%	32,5%	34,1%
6 - 19 empleados	16,7%	10,4%	16,7%	10,6%	14,6%
20 o más empleados	3,0%	0,0%	1,7%	7,3%	3,0%
Ns/Nc	12,2%	9,2%	15,9%	11,9%	12,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

En el capítulo 5 se ha comentado lo preocupante que es para la economía catalana el elevado porcentaje de emprendedores que no son innovadores. En 2008 este porcentaje es especialmente relevante en los emprendedores consolidados en todas las provincias de Cataluña. En cambio, el porcentaje de nuevos emprendedores completamente innovadores es superior al de los emprendedores consolidados, sobre todo en Barcelona, Girona y Lérida (tabla 47).

Tabla 47 Empresas innovadoras en Cataluña en función de la provincia

	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Total
Emprendedores nacientes					
Completamente Innovadora	14,3%	8,0%	5,1%	12,9%	10,7%
Algo Innovadora	29,0%	29,7%	36,6%	28,1%	30,8%
No innovadora	56,7%	62,4%	58,4%	59,0%	58,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Emprendedores nuevos					
Completamente Innovadora	35,2%	41,3%	21,3%	8,0%	28,3%
Algo Innovadora	16,3%	19,2%	10,9%	21,4%	16,5%
No innovadora	48,5%	39,5%	67,9%	70,6%	55,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Emprendedores consolidados					
Completamente Innovadora	2,5%	11,6%	10,6%	7,9%	7,1%
Algo Innovadora	30,7%	18,2%	21,2%	10,4%	22,4%
No innovadora	66,9%	70,2%	68,2%	81,7%	70,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 48 Uso de nuevas tecnologías en la empresa catalana en función de la provincia

	Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	Total
Emprendedores nacientes					
Tecnología nueva (menos de 1 año)	0,0%	7,2%	4,2%	0,0%	2,2%
Tecnología reciente (1-5 años)	17,4%	0,0%	9,2%	6,3%	10,5%
Tecnología antigua (más de 5 años)	82,6%	92,8%	86,6%	93,7%	87,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Emprendedores nuevos					
Tecnología nueva (menos de 1 año)	0,0%	0,0%	6,4%	0,0%	1,5%
Tecnología reciente (1-5 años)	21,6%	13,7%	11,3%	7,3%	15,3%
Tecnología antigua (más de 5 años)	78,4%	86,3%	82,4%	92,7%	83,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Emprendedores consolidados					
Tecnología nueva (menos de 1 año)	2,4%	0,0%	0,0%	2,5%	1,4%
Tecnología reciente (1-5 años)	23,0%	33,3%	28,2%	30,0%	27,3%
Tecnología antigua (más de 5 años)	74,6%	66,7%	71,8%	67,4%	71,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La empresa catalana se caracteriza por la escasa utilización de las nuevas tecnologías y sobre todo por un predominio de las tecnologías maduras. En este sentido los datos recogidos en el GEM muestran que los emprendedores nacientes y los nuevos emprendedores utilizan las tecnologías antiguas (de más de 5 años) de un modo muy significativo y en un porcentaje superior al de los emprendedores consolidados sobre todo en Gerona y Tarragona.

9.4. Factores psicosociales en el proceso emprendedor por provincias

En el capítulo 7 hemos visto el proceso de decisión para crear una empresa y los factores que influyen en él. En este apartado proporcionamos los resultados provinciales de los aspectos más relacionados con las actitudes, las percepciones y los aspectos psicosociales, que se obtienen a partir de una serie de preguntas recogidas en el proyecto GEM.

Los factores psicosociales de la población catalana son bastante parecidos entre provincias, aunque presentan algunas diferencias en aspectos puntuales (tabla 49). En términos generales, cabe destacar que la mayoría de la población catalana no percibe oportunidades empresariales ni ahora ni en los 6 meses posteriores a la realización de la encuesta, que casi 3 de cada 4 encuestados consideran que poner en marcha un negocio está bien considerado, y que el miedo al fracaso (más presente en Gerona y Tarragona que en Barcelona o Lérida) es un freno en el momento de tomar la decisión de crear una empresa. Finalmente, continúa siendo preocupante que un porcentaje elevado de la población no haya conocido a ningún emprendedor en los últimos 2 años.

Tabla 49 Factores psicosociales para emprender entre la población catalana, en función de la provincia

		Barcelona	Gerona	Lleida	Tarragona	Total
Percibe oportunidades empresariales	Sí	35,1%	34,3%	32,1%	37,3%	34,7%
	No	64,9%	65,7%	67,9%	62,7%	65,3%
Ve buenas oportunidades para crear una empresa en los próximos 6 meses	Sí	33,9%	31,7%	30,5%	34,0%	32,8%
	No	66,1%	68,3%	69,5%	66,0%	67,2%
Tiene habilidades para la creación de empresas	Sí	53,7 %	53,0%	53,1%	47,3%	52,2%
	No	46,3%	47,0%	46,9%	52,7%	47,8%
El temor al fracaso le frena a crear una empresa	Sí	49,0%	51,7%	46,4%	50,3%	49,3%
	No	51,0%	48,3%	53,6%	49,7%	50,7%
A la gente le gusta que todo el mundo tenga un nivel de vida similar	Sí	64,0%	63,9%	59,6%	66,7%	63,7%
	No	36,0%	36,1%	40,4%	33,3%	36,3%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección	Sí	70,1%	69,8%	71,1%	72,6%	70,7%
	No	29,9%	30,2%	28,9%	27,4%	29,3%
El éxito en un nuevo negocio supone mejorar el prestigio	Sí	56,6%	58,8%	56,6%	55,8%	56,9%
	No	43,4%	41,2%	43,4%	44,2%	43,1%
En los medios de comunicación aparecen noticias sobre negocios exitosos	Sí	46,0%	45,0%	42,8%	47,2%	45,4%
	No	54,0%	55,0%	57,2%	52,8%	54,6%
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	Sí	40,5%	35,4%	41,9%	41,4%	39,9%
	No	59,5%	64,6%	58,1%	58,6%	60,1%

Quienes ya son emprendedores (tabla 50) destacan por tener una percepción más alta de las oportunidades empresariales en comparación con la población catalana. Conviene mencionar el caso de Lérida, donde tanto la población en general como los em-

prendedores no perciben demasiadas oportunidades empresariales. Los emprendedores catalanes creen tener habilidades para la creación de empresas y el miedo al fracaso no los detiene en el momento de poner en marcha un negocio. Finalmente, la mayoría de ellos han conocido personalmente a un emprendedor en los últimos dos años, con la excepción, nuevamente, de Lérida.

Tabla 50 Factores psicosociales en función de la provincia, para los que son emprendedores en fase inicial

		Emprendedores en fase inicial				Total
		Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona	
Percibe oportunidades empresariales	Sí	50,2%	61,3%	39,8%	55,4%	50,2%
	No	49,8%	38,7%	60,2%	44,6%	49,8%
Ve buenas oportunidades para crear una empresa en los próximos 6 meses	Sí	44,6%	62,2%	42,0%	63,6%	48,8%
	No	55,4%	37,8%	58,0%	36,4%	51,2%
Tiene habilidades para la creación de empresas	Sí	89,1%	100,0%	88,3%	96,6%	92,1%
	No	10,9%		11,7%	3,4%	7,9%
El temor al fracaso le frena a crear una empresa	Sí	29,1%	20,6%	27,3%	34,1%	28,2%
	No	70,9%	79,4%	72,7%	65,9%	71,8%
A la gente le gusta que todo el mundo tenga un nivel de vida similar	Sí	69,0%	66,3%	40,4%	57,7%	58,7%
	No	31,0%	33,7%	59,6%	42,3%	41,3%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección	Sí	70,2%	75,5%	55,1%	77,9%	68,8%
	No	29,8%	24,5%	44,9%	22,1%	31,2%
El éxito en un nuevo negocio supone mejorar el prestigio	Sí	63,9%	63,2%	59,0%	66,6%	63,2%
	No	36,1%	36,8%	41,0%	33,4%	36,8%
En los medios de comunicación aparecen noticias sobre negocios exitosos	Sí	57,9%	66,1%	44,7%	58,0%	56,0%
	No	42,1%	33,9%	55,3%	42,0%	44,0%
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	Sí	57,3%	68,0%	47,7%	64,5%	58,0%
	No	42,7%	32,0%	52,3%	35,5%	42,0%

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bates, T. (1989): "Entrepreneur human capital endowments and minority business viability". *Journal of Human Resources*, vol. 20, pp. 540-554.
- ESBAN, Red Española de Business Angels (2006): "Los Business Angels en España, una nueva vía de financiación para la PYME". *Dirección General de Política de la PYME, Ministerio de Industria Turismo y Comercio*.
- Gimeno, J.; Folta, T.; Cooper, A.; Woo, C. (1997): "Survival of the fittest? Entrepreneurial human capital and the persistence of underperforming forms". *Administrative Science Quarterly*, vol. 42, pp. 750-783.
- Gnyawali, D. R. y Fogel, D. S. (1994): "Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications". *Entrepreneurship Theory and Practice*, junio, pp. 43-62.
- Julien, P. A. (2000): "High growth SMEs: explanatory factors", *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 15, pp. 39-56.
- OECD (2004): "Women's Entrepreneurship: Issues and Policies". 2nd OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium-sized Enterprises (SMEs). Estambul, Turquía, 2004.
- Reynolds, P., Bosma, N. y Autio, E. et al. (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003". *Small Business Economics*, vol. 24, núm. 3, abril de 2005.
- Storey, D. J. (1994): *Understanding the Small Business Sector*. Londres: Routledge.
- Vaillant, Y. (2005): "La creación de empresas en zonas rurales". *IERMB y Departamento de Economía de la Empresa de la UAB*.
- Viladomiu, L., Rosell, J. y Vaillant, Y. (2004): "Empresas y empresarios en las comarcas rurales de Cataluña". *Centro de Economía Industrial. Fundación Empresa y Ciencia. Barcelona*.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Ficha técnica de la encuesta a la población adulta catalana	11
Tabla 2.	Indicadores de la tasa de actividad emprendedora (TEA). Diversos desgloses	13
Tabla 3.	Otros datos de interés acerca de los emprendedores y sus iniciativas	15
Tabla 4.	Actividad emprendedora en fase inicial en la población adulta catalana	19
Tabla 5.	Abandono de iniciativas en la población adulta catalana	26
Tabla 6.	Tipo de comportamiento emprendedor en la población adulta catalana	41
Tabla 7.	Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender	44
Tabla 8.	Perfil del emprendedor catalán	49
Tabla 9.	Evolución de la actividad emprendedora según género (en % de la población adulta)	59
Tabla 10.	Perfil del emprendedor catalán en función del género	60
Tabla 11.	Algunas comparaciones entre la TEA femenina y la TEA masculina de la población adulta catalana	60
Tabla 12.	Evolución de los factores psicosociales en función del género	61
Tabla 13.	Factores psicosociales en función del género y del emprendedor	62
Tabla 14.	Actividad emprendedora en fase inicial de los inmigrantes en Cataluña	63
Tabla 15.	Clasificación de los emprendedores catalanes por grandes sectores de actividad	67
Tabla 16.	Número de propietarios de las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas	68
Tabla 17.	Dimensión de las actividades emprendedoras catalanas según el número de empleados actual	68
Tabla 18.	Dimensión de las actividades emprendedoras catalanas según el número esperado de empleados después de cinco años	69
Tabla 19.	Estimación de la variación total en ocupación generada por el proceso emprendedor en Cataluña	69
Tabla 20.	Empresas innovadoras en Cataluña	72
Tabla 21.	Uso de nuevas tecnologías en la empresa catalana	73
Tabla 22.	Nivel tecnológico del sector en el que actúa la empresa catalana	74
Tabla 23.	Grado de expansión del mercado en las empresas catalanas	75
Tabla 24.	Nivel de competencia esperado por las empresas catalanas	76
Tabla 25.	Actividad exportadora en las empresas catalanas	77
Tabla 26.	Capital semilla necesario para empezar y aportación media del emprendedor naciente	113
Tabla 27.	Perfil del inversor informal catalán de tipo business angel	118
Tabla 28.	Actividad emprendedora del inversor informal catalán de tipo business angel	119
Tabla 29.	Opiniones del inversor informal catalán de tipo business angel	119
Tabla 30.	Capital aportado por el inversor informal en los últimos 3 años (en euros)	120
Tabla 31.	Ámbito de influencia de los expertos entrevistados en Cataluña	127
Tabla 32.	Percepción de oportunidades desde el punto de vista de los expertos catalanes	127
Tabla 33.	Motivación para emprender en la población adulta catalana	130
Tabla 34.	Evaluación de los expertos sobre factores que influyen en la motivación para emprender	131
Tabla 35.	Opinión de los expertos acerca de las habilidades y conocimientos que posee la población para emprender	135
Tabla 36.	Opinión de los expertos acerca de las condiciones del entorno	142
Tabla 37.	Obstáculos a la creación empresarial, según la opinión de los expertos catalanes	146
Tabla 38.	Apoyos a la creación empresarial, según la opinión de los expertos catalanes	147
Tabla 39.	Temas tratados por los expertos catalanes en las recomendaciones que hacen de políticas públicas para mejorar el entorno de la creación empresarial	151
Tabla 40.	Actividad emprendedora catalana según provincias	177
Tabla 41.	Actividad emprendedora catalana según género y provincia	177
Tabla 42.	Algunas comparaciones de la TEA por provincias	178

Tabla 43.	Perfil del emprendedor catalán en función de la provincia	179
Tabla 44.	Perfil del emprendedor catalán potencial y el que ha abandonado en función de la provincia	180
Tabla 45.	Dimensión de la plantilla actual en las actividades emprendedoras catalanas en función de la provincia . .	181
Tabla 46.	Dimensión de la plantilla esperada dentro de 5 años en las actividades emprendedoras catalanas en función de la provincia	181
Tabla 47.	Empresas innovadoras en Cataluña en función de la provincia	182
Tabla 48.	Uso de las nuevas tecnologías en la empresa catalana en función de la provincia	182
Tabla 49.	Factores psicosociales para emprender entre la población catalana, en función de la provincia	183
Tabla 50.	Factores psicosociales para emprender, entre los que ya son emprendedores, en función de la provincia .	184

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Modelo conceptual del proyecto GEM	9
Figura 2.	Proceso emprendedor: definiciones operacionales del proyecto GEM	10
Figura 3.	Actividad emprendedora en fase inicial en Cataluña: actividades nacientes y nuevas	20
Figura 4.	Comparativa del número absoluto estimado de iniciativas de hasta 42 meses de vida en las comunidades y ciudades autónomas españolas en 2008	21
Figura 5.	Evolución de la actividad emprendedora catalana	21
Figura 6.	Actividad emprendedora de los países de la OCDE que participan en el GEM 2008	22
Figura 7.	Actividad emprendedora en los demás países participantes en el GEM 2008	23
Figura 8.	Relación de dependencia de la TEA respecto del nivel de desarrollo de los países GEM 2008 como conjunto total	24
Figura 9.	Empresas consolidadas en Cataluña	25
Figura 10.	Evolución de los emprendedores consolidados catalanes	26
Figura 11.	Principal motivo de abandono	27
Figura 12.	Abandonos de actividades emprendedoras en Cataluña	27
Figura 13.	Evolución de abandono de actividades catalanas	28
Figura 14.	Emprendedores potenciales en Cataluña	30
Figura 15.	Evolución de los emprendedores potenciales catalanes	31
Figura 16.	Actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad en Cataluña	42
Figura 17.	Evolución de la actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad	43
Figura 18.	Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender en Cataluña	44
Figura 19.	Distribución por género	50
Figura 20.	Distribución por edad	51
Figura 21.	Distribución por nivel de estudios	52
Figura 22.	Distribución por renta anual del hogar	53
Figura 23.	Distribución por tipos de zona	54
Figura 24.	Distribución por tipos de ocupación	54
Figura 25.	TEA mujer y TEA hombre en Cataluña	55
Figura 26.	Evolución de la actividad emprendedora de la mujer catalana	57
Figura 27.	Ratio TEA mujer / TEA hombre en Cataluña	57
Figura 28.	Evolución de la actividad emprendedora catalana: mujer vs. hombre	58
Figura 29.	Evolución de la actividad emprendedora catalana: ratio mujer/hombre	59
Figura 30.	Inmigrantes según la encuesta del proyecto GEM en Cataluña	70
Figura 31.	Evolución de los emprendedores catalanes con un alto potencial de crecimiento en ocupación	71
Figura 32.	Evolución del grado de innovación en las empresas catalanas	73
Figura 33.	Evolución del uso de nuevas tecnologías en las empresas catalanas	74
Figura 34.	Evolución del sector tecnológico en el que actúan las empresas catalanas	75
Figura 35.	Evolución del nivel de competencia esperado por las empresas catalanas	76
Figura 36.	Evolución de la actividad exportadora en las empresas catalanas	77
Figura 37.	Empresas catalanas con un nivel de exportación alto (más del 50% de las ventas)	78
Figura 38.	Evolución de las empresas catalanas con un nivel de exportación alto (más del 50% de las ventas)	79
Figura 39.	Distribución de los nuevos emprendedores según el porcentaje de capital semilla aportado	114
Figura 40.	Distribución de los emprendedores nacientes según la cantidad que esperan como retorno de la inversión	114
Figura 41.	Porcentaje de capital semilla aportado por el emprendedor en función de la cantidad que espera como retorno	115
Figura 42.	Porcentaje de población adulta catalana que actúa como business angel informal	116

Figura 43.	Relación entre la actividad emprendedora y los business angels en Cataluña	117
Figura 44.	Cantidad que espera obtener de retorno el business angel catalán	120
Figura 45.	Factores que inciden en la decisión de crear una empresa	123
Figura 46.	Porcentaje de la población adulta catalana que ve buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses	124
Figura 47.	Evolución del % de la población adulta catalana que ve oportunidades para emprender y su relación con la TEA	126
Figura 48.	Valoración media de los expertos sobre la percepción de oportunidades para emprender en sus respectivos países	128
Figura 49.	Valoración media de los expertos acerca de la motivación de la población para emprender en sus respectivos países	131
Figura 50.	Porcentaje de la población adulta catalana que cree tener habilidades y conocimientos para emprender	133
Figura 51.	Evolución de la población adulta catalana que cree tener habilidades para emprender	134
Figura 52.	Valoración media de los expertos acerca de la posesión de habilidades y conocimientos para emprender por parte de sus respectivas poblaciones	136
Figura 53.	Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en Cataluña	141
Figura 54.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Apoyo financiero	154
Figura 55.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Medidas de apoyo en las políticas gubernamentales	155
Figura 56.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Trámites y leyes derivadas de las políticas gubernamentales	156
Figura 57.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Políticas gubernamentales en global	157
Figura 58.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Educación primaria y secundaria	158
Figura 59.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Educación postsecundaria	159
Figura 60.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Necesidad de asesoramiento externo por parte de los emprendedores para realizar sus planes de negocio y trámites propios de la puesta en marcha de un nuevo negocio	160
Figura 61.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Existencia de suficientes centros o agencias públicos o privados que proporcionan formación emprendedora adecuada independientemente del sistema educacional oficial	161
Figura 62.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Transferencia de tecnología e I+D	162
Figura 63.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Infraestructuras comerciales y servicios	163
Figura 64.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Acceso a infraestructuras físicas	164
Figura 65.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Capacidad de reacción ante la apertura de mercados internos	165
Figura 66.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Eliminación de barreras para la apertura del mercado	166
Figura 67.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Normas sociales y culturales	167
Figura 68.	Valoración media de los expertos acerca del entorno. Apoyo a la mujer emprendedora	168

