



Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo 2002 • España

Alicia Coduras • Rachida Justo
Cátedra Najeti
Instituto de Empresa



Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo 2002 • España

www.ie.edu/gem

Depósito legal
M-13843-2003

ISSN
1695-9302

ÍNDICE

Najeti, patrocinador del Proyecto GEM en España	3
Introducción: La Creación de Empresas, un tema de actualidad en España	4
El Modelo Teórico GEM.....	6
Resumen Ejecutivo	7
1 La creación de empresas: una perspectiva internacional	10
1.1 Actividad emprendedora total en el entorno GEM	10
1.2 El desglose de la actividad emprendedora: negocios nacientes, negocios nuevos y business angel	14
1.3 Actividad empresarial y crecimiento económico	19
2 Tipos de comportamiento emprendedor	23
3 Perfil del emprendedor español	27
3.1 Estructura de edad de los emprendedores	27
3.2 ¿Cuál es el nivel socio-económico de los emprendedores?	29
3.3 ¿Cómo financian los emprendedores la creación de un negocio?	30
3.4 ¿Qué tipo de negocio crean los emprendedores españoles?.....	30
3.5 Número de propietarios implicados en la creación de una empresa	32
3.6 ¿Cuál es el potencial de crecimiento de las empresas de nueva creación?	33
3.7 ¿Qué tipo de persona invierte en la creación de una empresa ajena?	34
4 La mujer emprendedora	35
5 La existencia de oportunidades y la motivación para la creación de empresas.....	38
5.1 Percepción de oportunidades para la creación de empresas	38
5.2 Otras opiniones complementarias acerca de la existencia de oportunidades	40
5.3 Motivación para aprovechar las oportunidades existentes y convertir las ideas en nuevas empresas	42
5.4 Habilidades para la creación de empresas	43
6 Las condiciones específicas de entorno	46
6.1 Introducción	46
6.2 La falta de apoyo financiero	47
6.3 Las normas sociales y culturales	50
6.4 Las políticas gubernamentales.....	51
6.5 La transferencia tecnológica e I+D	52
6.6 La educación y formación	54
7 La creación de empresas en diversas zonas de España: análisis regional	57
7.1 Capacidad emprendedora en cinco grandes regiones.....	57
7.2 Inversión informal en nuevos negocios en cinco grandes regiones	59
7.3 Mortalidad de iniciativas empresariales privadas en cinco grandes regiones	60
7.4 Oportunidades para nuevas iniciativas empresariales	60
7.5 Motivación y capacidad de la población para crear nuevas iniciativas empresariales	61
7.6 Tipos de negocio a que dedicarían nuevas iniciativas empresariales si pudiesen emprenderlas	62
8 Conclusiones y recomendaciones.....	63
Anexo I.....	65
Anexo II	66

NAJETI, PATROCINADOR DEL PROYECTO GEM EN ESPAÑA

Es un gran placer para el Grupo Najeti presentar por tercer año consecutivo los resultados del Proyecto GEM para España elaborados por el Instituto de Empresa. Nuestra empresa tiene una reconocida trayectoria como entidad colaboradora en la realización de proyectos de investigación y de formación en el entorno emprendedor, por lo que resulta altamente satisfactorio el patrocinar un estudio de la envergadura e importancia del GEM, que tanto puede contribuir al conocimiento del fenómeno emprendedor.

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

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

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

como un termómetro de la capacidad emprendedora española.

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

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

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

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

INTRODUCCIÓN: LA CREACIÓN DE EMPRESAS, UN TEMA DE ACTUALIDAD EN ESPAÑA

La creación de empresas se ha convertido últimamente en un tema de moda en España: investigadores, empresarios, inversores y políticos de todas las tendencias siguen su evolución incluso teniendo presente que la burbuja de Internet, uno de los principales desencadenantes de ese interés, se ha desinflado considerablemente. Así, los medios de comunicación proporcionan casi a diario todo tipo de información relacionada con esta cuestión. Esto ha favorecido que se reconozca cada vez más la importancia de poner en marcha mecanismos de apoyo al proceso de creación de las nuevas empresas.

La trascendencia del tema de la actividad emprendedora se justifica principalmente por la incidencia positiva que tiene la misma tanto en la generación de nuevos puestos de trabajo como en el crecimiento económico. Además, varios expertos reconocidos vienen insistiendo en que hasta ahora se ha prestado mucha atención a la pequeña y mediana empresa y a la capacidad de innovación del país, pero no lo bastante al proceso de creación de ésta última y a la medida en que dicha innovación se llega a explotar y a comercializar. Finalmente, los análisis comunitarios han recalcado que la Unión Europea en general y España en particular, tienen un déficit de empresarios que debería ser cubierto con políticas y programas gubernamentales adecuados.

Ahora bien, todo apunta a que tanto en España como en el resto de la UE, se sigue echando en falta un entendimiento cabal de las causas y consecuencias de la actividad emprendedora. Por consiguiente, los responsables políticos carecen de las herramientas necesarias para diseñar estrategias apropiadas que fomenten eficazmente este fenómeno y contribuyan así al bienestar económico del país.

¿Cómo definir y medir la actividad emprendedora?

La explicación de esta carencia radica en primer lugar en que, pese a la multitud de estudios realizados hasta la fecha para evaluar y explicar el nivel de actividad emprendedora en un país, aún no existe una definición unificada de las nociones de "emprendedor" o "actividad emprendedora". En efecto, la actividad emprendedora es un concepto multidimensional, cuya definición depende en gran medida del enfoque de investigación elegido. Un emprendedor puede cumplir diferentes papeles tales como

la provisión de capital financiero, la innovación, la asignación de recursos y la toma de decisiones. Así, algunos economistas utilizan una definición que engloba a dichas funciones¹ mientras que otros proponen una definición alternativa que se centra en la percepción de nuevas oportunidades económicas y en la introducción de nuevas ideas en el mercado². Estas definiciones se encuentran en el ámbito económico y difieren de la de los investigadores en management que tienden a centrarse en la distinción entre un emprendedor y el gerente de una empresa³.

En segundo lugar, y como consecuencia de lo anteriormente expuesto, la tarea de medir y comparar el nivel de actividad emprendedora entre distintos países y períodos de tiempo se ve dificultada por la ausencia de un conjunto de indicadores universalmente reconocidos (OCDE, 1998⁴). Existen dos perspectivas a la hora de medir el nivel emprendedor en un país: la estática y la dinámica. Desde el punto de vista estático, se suele hablar de autoempleo o de propietarios de empresas⁵. En algunos países como Francia y Holanda, sólo la primera noción es considerada como actividad emprendedora, mientras que en otros países como España y Dinamarca, la segunda categoría también se incluye en las estadísticas sobre auto-empleo. Otro indicador estático de actividad emprendedora es el número de pequeñas y medianas empresas que existen en un país. Por otra parte, la perspectiva dinámica tiende a centrarse en las empresas "nacientes" (las denominadas start-ups en inglés), es decir, las empresas en proceso de creación, o en indicadores como la tasa de entrada neta de negocios y la tasa de turbulencia (el total de entradas y salidas).

EL GEM: una investigación conjunta a gran escala y sin precedente

El objetivo del GEM consiste justamente en ayudar a despejar las dudas sobre este tema, profundizando en la reflexión metodológica acerca de cuáles son las variables que permiten detectar a un emprendedor y ayudando a construir un indicador aceptado universalmente de la actividad emprendedora. Así, el GEM define la creación de empresas como "*cualquier intento de crear un nuevo negocio, tal como el autoempleo, una nueva empresa o la expansión de una empresa ya existente, proceso que puede ser puesto en marcha por una o varias personas, de forma independiente o con la ayuda de la empresa que lo(s) emplea*".

Esta definición es lo suficientemente amplia como para incluir a cualquier esfuerzo emprendedor que genere valor

añadido, excluyéndose no obstante aquellas organizaciones sin ánimo de lucro.

El aporte distintivo del GEM consiste además en que éste es el único estudio internacional que proporciona medidas directas y comparables de los procesos de creación de empresas actualmente en marcha. Este estudio representa un desarrollo revolucionario en la recolección de datos sobre el tema ya que no existe hasta ahora ninguna otra medida fiable que sirva de base para realizar comparaciones internacionales y hacer un seguimiento de las tendencias mundiales de actividad emprendedora.

En consecuencia, el proyecto GEM brinda la oportunidad de contribuir al desarrollo de políticas públicas que se

adecuen a las necesidades de los emprendedores y que incentiven procesos de creación de empresas en nuestro país, y a colaborar con entidades de la sociedad civil (tales como las asociaciones empresariales) con miras a que tengan un mayor conocimiento del contexto nacional e internacional en el que se desenvuelve el colectivo de los emprendedores en España.

Todo ello con la doble ventaja de, por una parte abaratar los costes de un proyecto de tal envergadura al ser el resultado del esfuerzo reunido de más de cuarenta equipos distintos y, por otro lado la de formar parte de un proyecto global que goza del respaldo de instituciones tan prestigiosas como las Naciones Unidas y la Unión Europea.

¹ Hébert, R.F. y Link, A.N. (1989), "In search of meaning of entrepreneurship", *Small Business Economics*, 1 (1), 39-49.

² Thurik, R. y Wennekers, S. (2001) "A note on entrepreneurship, Small Business and Economic Growth", ERIM Report Series Research in Management, ERIM-2001-60-STR, Octubre.

³ Sahlman, W.A. y Stevenson H.H. (Eds.), 1991, *The entrepreneurial venture*, Mc Graw-Hill, Boston.

⁴ OCDE, 1998a, *Fostering entrepreneurship, the OECD jobs strategy*, Paris.

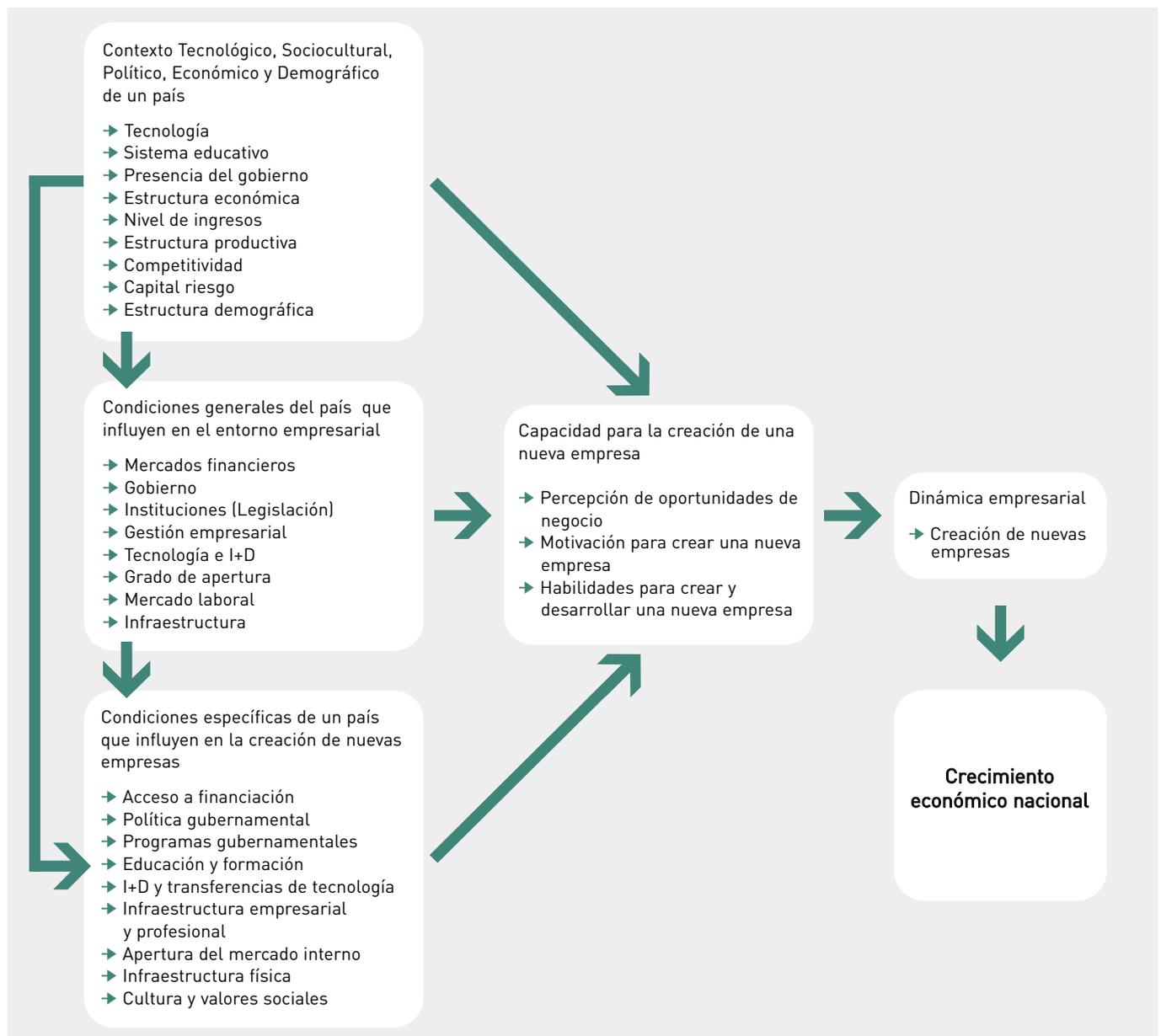
⁵ El término "autoempleo" se refiere a aquellas personas que prefieren trabajar por su propia cuenta en vez de buscar un empleo como asalariados, y utilizan los beneficios de la empresa para cubrir sus gastos personales. Los propietarios de empresas son aquellos que cobran una parte en los beneficios y reciben un salario de la empresa. Estos emprendedores corren un riesgo proporcional a su participación en el capital de la empresa.

EL MODELO TEÓRICO GEM

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

- Las variables que permiten describir el contexto socio-económico de un país.
- Las condiciones generales del país que se derivan del contexto nacional, a saber, los mercados financieros, el mercado laboral, el grado de apertura, etc.

- El entorno específico que influye en la creación de empresas (que se describen en detalle en el Anexo I).
- La capacidad emprendedora: el nivel de actividad emprendedora depende en gran parte de la existencia de oportunidades de negocio y de la habilidad y motivación del emprendedor para aprovecharlas.
- La dinámica empresarial: ésta engloba los nacimientos de nuevas empresas y las expansiones, reducciones o cierre de otras ya existentes. Se trata, en esencia, del proceso de "destrucción creadora" descrito por Schumpeter.
- El crecimiento económico nacional (en términos de variación del PIB y creación de empleos).



RESUMEN EJECUTIVO

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

El equipo español agradece al grupo Najeti el patrocinio de este estudio que ha hecho posible su realización desde el año 2000 en el marco de las actividades investigadoras del Instituto de Empresa.

El Proyecto GEM se inició en 1999 con 10 países y, en esta última edición ha contado con la participación de 37 logrando una dimensión internacional más que notable y con visos de continuidad y consolidación, como la iniciativa investigadora más relevante a nivel mundial en el entorno del fenómeno emprendedor. El programa de estudio diseñado original y conjuntamente por la London Business School en el Reino Unido y el Babson College en los Estados Unidos se ha implantado con gran éxito en estos 37 países y se va a ver incrementado en la edición 2003 en varios más.

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

Disminución general de la actividad emprendedora a nivel nacional e internacional. Los datos procedentes del Informe GEM revelan que a lo largo del año 2002 se ha producido una notable recesión económica que ha afectado al nivel emprendedor de casi todos los países que participan en el estudio. Así, salvo excepciones, se produce una caída de entre un 20 y un 30% en el índice de creación de empresas. En el caso español se estima que la caída es del 27% entre el 2001 y el 2002. Se trata de un fenómeno bastante generalizado cuya principal explicación radica en el efecto producido por los acontecimientos del 11 de septiembre pasado, la recesión económica general, las caídas del mercado bursátil, el freno en las iniciativas de empresas relacionadas con tecnologías de la comunicación y la menor inversión en negocios privados.

España sigue mostrando un nivel emprendedor discreto y en la misma línea que sus vecinos de la Unión Europea. En términos brutos, el índice de actividad emprendedora es del 4,6% (un millón ciento cincuenta mil emprendedores, aproximadamente). Los países GEM que presentan una situación más similar al nuestro son: Polonia, Finlandia, Holanda y Eslovenia. Francia y Bélgica quedan 1 punto por debajo y Alemania, el Reino Unido e Italia un punto por encima, aproximadamente. En cambio, Irlanda supera el índice de la UE en varios puntos con un TEA del 9,14% y, en esta edición, no hay datos para Portugal.

En nuestro país, el porcentaje de empresas nacientes (2,24%) es un poco inferior al de nuevas empresas (2,54%). Este dato, por sí mismo y comparado con las cifras del año anterior, revela que en el 2002 ha existido un cierto freno al desarrollo de nuevas iniciativas, mientras que se han mantenido más de la mitad de las puestas en marcha hace unos dos años.

La inversión informal o business angel ha sufrido un retroceso a lo largo del 2002. La caída afecta a la mayoría de países GEM, de forma que la media se sitúa en 3,05%. España se ajusta a esa media y, aunque su situación respecto del año 2001 es menos optimista, tampoco se aleja especialmente de la tónica general.

En España, el 75% de las nuevas empresas o negocios se han creado por oportunidad y un 22% por necesidad. Se trata de un dato optimista en el sentido de que nuestro país tiene capacidad de ofrecer parcelas de negocio por explotar o que aún admiten entrada de nuevos competidores, mientras que la creación de empresas no se lleva a cabo mayoritariamente como alternativa a la falta de empleo. Por tanto, presentamos la situación típica de los países desarrollados ya que, el índice de creación de empresas por necesidad suele superar al de oportunidad en países menos desarrollados.

La creación de empresas incide positivamente en el crecimiento económico de los países. El informe 2002 permite consolidar aún más que los anteriores esta evidencia acerca de la cual aún faltan muchos detalles por contrastar. La disponibilidad de series de datos más dilatadas en el tiempo (aunque algo cortas todavía) ha permitido constatar que hay un retardo de dos años en el impacto de la actividad emprendedora sobre los indicadores de crecimiento económico y que es, especialmente, la creación de empresas por necesidad la que más incidencia tiene en dicho impacto.

Un 12% de las empresas nacientes que se crean por oportunidad esperan crear alrededor de 20 puestos de trabajo y un 33% de 6 a 19 empleos en 5 años. En España existe una cierta contribución a la creación de nuevos puestos de trabajo procedente de la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales. Las cifras no son muy elevadas y, lo más remarcable es que proceden de creación de empresas por oportunidad y que son algo más elevadas que las del año 2001. Las iniciativas empresariales por necesidad y más de la mitad por oportunidad apenas contribuyen a la creación de empleo salvo para proporcionar trabajo al emprendedor propiamente dicho.

El envejecimiento progresivo de la población española afecta al perfil del emprendedor de nuestro país. Tal y

como se pudo apreciar en el informe 2001, el emprendedor español tiene una edad media elevada acompañada de un nivel de estudios tendente a universitario y disposición de recursos propios, que indica que los jóvenes que finalizan sus estudios no son precisamente los primeros en involucrarse en la puesta en marcha de un negocio propio.

Las mujeres emprenden más por necesidad que los hombres, provienen en mayor medida de situaciones de desempleo y se atreven a lanzar iniciativas empresariales incluso con niveles de formación bajos. En España, el papel de la mujer emprendedora viene siendo notable y con características diferenciales del de los hombres emprendedores. Así, se lanzan a este tipo de alternativa siendo más jóvenes y, también se retiran de este tipo de iniciativas más pronto. En muchas ocasiones se asocian con otras mujeres y afrontan conjuntamente el difícil tema de la financiación.

La financiación de nuevas iniciativas empresariales sigue siendo uno de los principales obstáculos al desarrollo de la capacidad emprendedora de los países. En España, al igual que en la mayoría de los países GEM, se sigue detectando un grave problema de acceso a financiación para la puesta en marcha de nuevas empresas: el emprendedor debe tener alta disponibilidad de recursos propios o de familiares, ya que existe un descenso de inversión informal, escaso desarrollo del capital riesgo y un difícil acceso a préstamos bancarios y fuentes similares de financiación.

Los emprendedores españoles siguen actuando en solitario. Más de la mitad de las nuevas iniciativas empresariales pertenecen a un solo propietario. Las dificultades que puede conllevar la multipropiedad y el afán de ver la empresa como un logro personal pueden ser algunos de los motivos que impiden asociarse a los españoles en el riesgo y el trabajo de puesta en marcha de un negocio.

Más de tres cuartas partes de las nuevas iniciativas empresariales se han concentrado en el sector de transformación y en el orientado al consumidor. Un elevado porcentaje de las nuevas empresas se enmarca en actividades comerciales, de restauración, hostelería, enseñanza, salud y servicios sociales. También destacan actividades de transformación: manufactura, transporte, construcción, venta al por mayor y comunicaciones.

La mayoría de los emprendedores españoles (72%) opera en mercados maduros y cerca del 16% asegura que no hay ninguna otra empresa que ofrezca el mismo producto o servicio en el país. La innovación referente a los productos o servicios ofrecidos por las nuevas iniciativas emprendedoras no es elevada pero tampoco desdeñable y afecta a un 20% de los nuevos empresarios españoles. En cambio, es mucho más preocupante el hecho de que menos de un 2% de las

empresas nacientes y que un 13,6% de las nuevas, introduzcan nuevas tecnologías en el desempeño de su actividad.

El inversor informal suele ser un miembro de la familia del emprendedor y en pocos casos un amigo o compañero de trabajo. La inversión media tipo business angel ronda los 30,000 euros por persona y empresa en España. Hombres y mujeres invierten por igual pero en distintos sectores y con distinta motivación.

Se estima que el año 2002 ha habido 0,39 mujeres emprendedoras por cada hombre emprendedor en España. El descenso del nivel emprendedor ha afectado sensiblemente a este colectivo en nuestro país ya que en ediciones anteriores del estudio presentaba una alta tasa de participación (0,86 y 0,71 para el 2000 y el 2001). Teniendo en cuenta que las mujeres españolas opinan que la mayor barrera para su potencial actividad emprendedora es la financiación, no hay duda de que la recesión económica detectada les afecta especialmente.

Se detecta un ligero descenso en el optimismo de la población y los expertos acerca de la percepción de oportunidades de negocio en España en los seis meses siguientes a la realización de la encuesta GEM. Sin embargo, en el entorno GEM, nuestro país está en el grupo de los que tienen notables expectativas de negocio para los emprendedores, por lo que a pesar de la recesión, la situación no es desalentadora. Otro tema es que la falta de información concreta acerca de estas oportunidades impida la captación de las mismas por parte de potenciales emprendedores. En ese sentido, los expertos coinciden en señalar que faltan canales de distribución adecuados para adecuar la oferta a la demanda de forma que, el acceso a las oportunidades existentes resulta precario.

En España, la motivación para emprender nuevos negocios sigue estancada y presentando un nivel medio o neutro. En este momento, aún no se aprecia la carrera de empresario como una salida profesional deseable aunque se reconoce que una buena parte de la población posee la capacidad y habilidad suficiente como para emprender y dirigir un pequeño negocio.

Existe un amplio consenso entre los expertos de los países GEM al identificar la falta de apoyo financiero, las normas sociales y culturales contrarias al espíritu emprendedor y la inadecuación o insuficiencia de las políticas gubernamentales, como los principales obstáculos al desarrollo de la actividad emprendedora. Los expertos españoles están alineados en torno a esta opinión generalizada si bien, en nuestro caso, detectan un giro positivo en la mentalidad de la sociedad hacia la aceptación

del empresario y en el desarrollo de medidas gubernamentales tendentes a favorecer la creación de empresas.

La falta de apoyo financiero afecta no sólo a las empresas nacientes, sino también a la consolidación de las nuevas.

Los expertos españoles siguen opinando que las entidades bancarias se arriesgan poco ante nuevos proyectos y que las nuevas ideas se ponen en marcha cuando el emprendedor tiene recursos propios o una fuente de financiación alternativa a la bancaria. No se esperan cambios en esta situación a corto o medio plazo.

Las Sociedades de Capital Riesgo y de Garantía Recíproca todavía son grandes desconocidas en el entorno emprendedor.

En España, sólo los emprendedores con un proyecto probadamente viable y seguro se adentra en la puesta en marcha de un negocio utilizando como canal este tipo de intermediación financiera que afecta, por consiguiente a una proporción muy reducida de estas iniciativas.

Los subsidios públicos y los programas gubernamentales constituyen una alternativa poco aprovechada.

Actualmente, son muchos los programas de ayuda gubernamental, pero su aprovechamiento es escaso y la razón puede estribar en el desconocimiento, en la falta de coincidencia de intereses entre la oferta y la demanda del emprendedor o en la efectividad temporal para la disponibilidad de los fondos.

La sociedad española no proporciona un buen respaldo a la actividad emprendedora.

Nuestras normas sociales y culturales tienden a hacer que se perciba al empresario de éxito como alguien "sospechoso" y al empresario que fracasa como un especulador. El miedo al fracaso y el no ver la carrera empresarial como una alternativa deseable, obstaculizan el desarrollo de nuevas iniciativas en nuestro país. Sin embargo, nuestros expertos afirman que, aunque lentamente, se está produciendo un cambio hacia positivo en la mentalidad de nuestra población acerca de este tema.

España ha mejorado en el entorno GEM en cuanto a que se evalúa algo más positivamente el apoyo de las instituciones gubernamentales a la creación de empresas así como el

tratamiento fiscal que afecta a dicho proceso. Por tanto, aunque los expertos siguen citando estos factores como obstáculos, también es cierto que perciben una evolución positiva en torno a los mismos: intervención de los organismos de la UE, agilización de temas burocráticos, revisiones y ajustes en la legislación y otras.

En opinión de nuestros expertos, España ha experimentado una mejora en cuanto al papel de la transferencia tecnológica e I+D en el proceso de creación de empresas.

Sin embargo, no se puede perder de vista que la realidad indica que sigue siendo un obstáculo importante debido a la escasa inversión que se realiza en investigación, a la deficiente transferencia de los resultados a la industria, a la inadecuada gestión de parte de los incentivos fiscales proporcionados por la UE, a que no siempre se contabilizan innovaciones procedentes de las PYMES en las estadísticas oficiales y a temas relacionados con las leyes de propiedad intelectual y patentes, entre otros motivos.

Nuestro país ocupa una posición intermedia en los temas relativos a la educación y la formación como instrumento impulsor de la iniciativa empresarial.

Así, aunque nuestro sistema de enseñanza primaria y secundaria no cuida el fomentar el espíritu emprendedor, se nota que en la enseñanza superior y, especialmente en el postgrado, este tema es objeto, cada vez, de mayor atención. Así, las escuelas de negocios se enfrentan al reto de formar potenciales emprendedores partiendo de una base educacional en la que no se ha fomentado este aspecto, pero consiguen abrir un mundo nuevo de posibilidades a un colectivo cada vez más amplio, lo cual, a medio plazo, debe redundar en todo el sistema educativo y más, si se tiene en cuenta que la UE va a intervenir en ese sentido.

Todavía no es posible proporcionar resultados regionales concretos acerca del fenómeno emprendedor español. No obstante, hasta donde lo permite la dimensión de la muestra, se detectan algunas tendencias para cinco grandes regiones agregadas, las cuales se ofrecen en el último apartado de este informe. Para el año 2003 se espera la oferta de resultados piloto para al menos cinco Comunidades Autónomas dentro de una iniciativa de ampliación del estudio GEM.

1. LA CREACIÓN DE EMPRESAS: UNA PERSPECTIVA INTERNACIONAL

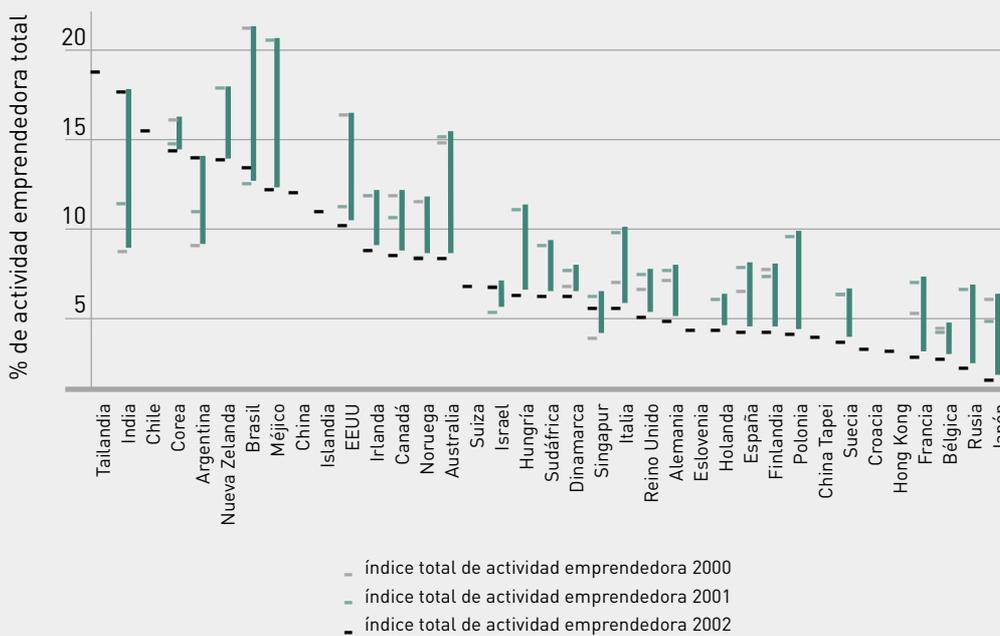
1.1. Actividad emprendedora total en el entorno GEM

Los datos procedentes de las encuestas de población adulta de todos los países participantes en el Proyecto GEM 2002, han permitido, al igual que en ediciones anteriores, establecer el nivel de creación de empresas en un contexto internacional cada vez más amplio. Actualmente son ya 37 los países participantes en el estudio y, el primer resultado que se ofrece es el descriptivo comparativo del porcentaje de

creación de empresas global obtenido en los tres últimos años (2000, 2001, 2002).

Lo primero que llama la atención es el acusado cambio a la baja que se ha producido en los niveles emprendedores totales entre el año 2001 y el 2002. Así, los resultados del GEM Global 2002 apuntan que salvo en el caso de la India, Argentina, Israel, Bélgica y Brasil, el resto de países GEM que ya habían participado en al menos una edición anterior, sufren un descenso en el índice de actividad emprendedora, que en algunos casos es incluso dramático y que sobrepasa los errores de muestreo con creces. La figura nº1 confirma en general esta apreciación, si bien en algunos casos, existen diferencias respecto a los resultados del GEM Global las cuáles, en realidad, no son estadísticamente significativas.

FIGURA Nº1. Evolución del TEA por año y por países



Entre los factores que pueden explicar esta disminución de la actividad emprendedora estimada en una cifra cercana al 30%, está evidentemente, el efecto producido por los atentados del 11 de septiembre pasado que, en el momento de finalizar la recogida de datos de la edición 2001, aún no habían tenido lugar. De ser así, la recesión producida por los mismos y el subsiguiente comportamiento de los mercados

bursátiles es verdaderamente notable y preocupante. Así, en 19 de 28 países participantes en las ediciones 2001 y 2002 se han hallado diferencias estadísticamente significativas a la baja en el índice de actividad emprendedora, en 2 de ellos se han detectado incrementos significativos y en 7 se estima que los cambios no son significativos permaneciendo por tanto estables. La cifras se muestran en la Tabla nº 1.

TABLA N°1.

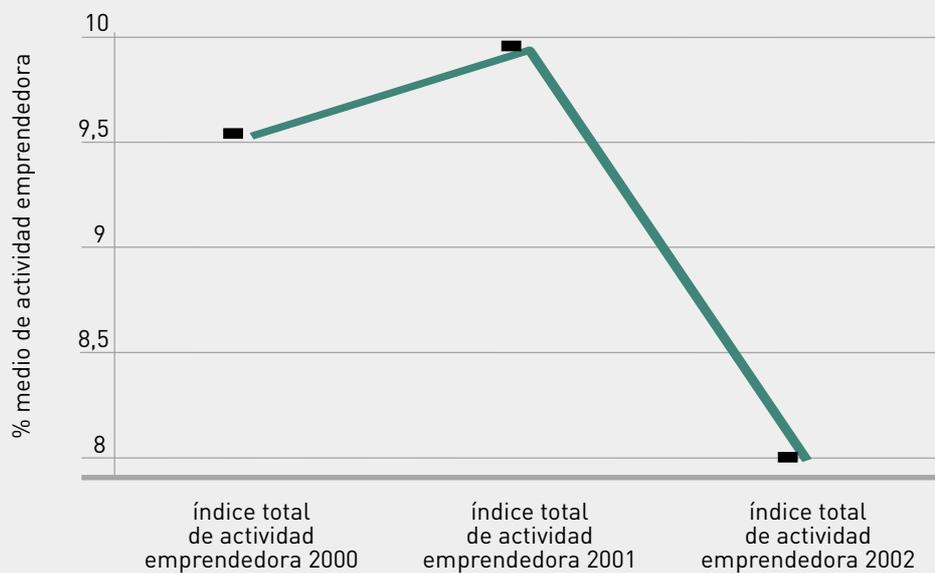
Índice total de actividad emprendedora para los países GEM: % de iniciativas emprendedoras y comparación respecto a los 2 años anteriores cuando el país ha participado en el proyecto

	País	Índice total de actividad emprendedora 2000	Índice total de actividad emprendedora 2001	Índice total de actividad emprendedora 2002
1	Japón	6,381	5,188	1,81
2	Rusia	,	6,932	2,52
3	Bélgica	4,803	4,538	2,99
4	Francia	5,617	7,373	3,20
5	Hong Kong	,	,	3,44
6	Croacia	,	,	3,62
7	Suecia	6,666	6,678	4,00
8	China Taipei	,	,	4,27
9	Polonia	,	9,973	4,44
10	Finlandia	8,119	7,660	4,56
11	España	6,852	8,165	4,59
12	Holanda	,	6,436	4,62
13	Eslovenia	,	,	4,63
14	Alemania	7,453	7,993	5,16
15	Reino Unido	6,914	7,802	5,37
16	Italia	7,328	10,158	5,90
17	Singapur	4,218	6,578	5,91
18	Dinamarca	7,167	8,012	6,53
19	Sudáfrica	,	9,446	6,54
20	Hungría	,	11,431	6,64
21	Israel	7,139	5,673	7,06
22	Suiza	,	,	7,13
23	Australia	15,184	15,504	8,68
24	Noruega	11,858	8,778	8,69
25	Canadá	12,225	10,982	8,82
26	Irlanda	1,880	12,231	9,14
27	EEUU	16,584	11,613	10,51
28	Islandia	,	,	11,32
29	China	,	,	12,34
30	Méjico	,	20,732	12,40
31	Brasil	21,437	12,744	13,53
32	Nueva Zelanda	,	18,066	14,01
33	Agentina	9,216	11,106	14,15
34	Corea	16,343	14,888	14,52
35	Chile	,	,	15,68
36	India	8,968	11,553	17,88
37	Tailandia	,	,	18,90
Total	N 37	20	28	37

La figura nº2 muestra el cambio en la media del índice de actividad emprendedora global de los años 2000, 2001 y 2002, siempre teniendo en cuenta que el número de países participantes en cada edición es distinto. Así, entre los dos primeros años, se observa un ligero cambio a la alza que, se puede deber a la incorporación de países muy emprendedores como Méjico y Nueva Zelanda, de forma que dicho cambio no es muy significativo desde el punto de vista estadístico. Sin

embargo, en la comparación entre el año 2001 y el 2002, el drástico giro a la baja no se puede deber a la simple incorporación de nuevos países, ya que la mayoría de los que aparecen tradicionalmente en el estudio sufren dicho cambio en su propio índice afectando considerablemente al global. La caída es de casi un 20% en términos de comparación de medias y, como ya se ha dicho anteriormente, se estima en torno a un 30% o más para unos 19 países.

FIGURA Nº2. Comparación de la media de los índices TEA para el período 200-2002



Los puntos / líneas muestran Medias

Como ha ocurrido en todas las ediciones del estudio GEM, la incorporación de nuevos países ha alterado la clasificación del año anterior. Méjico, el país más emprendedor en el entorno del 2001 se ve desplazado por Tailandia que pasa a encabezar la clasificación del 2002 con un índice muy próximo al 19%. España ocupa el lugar 27 de los 37 países analizados, tal y como se puede apreciar en la Figura nº 3, mientras que el año 2001 ocupaba la posición

16 de 28 países, como se puede observar en la Figura nº 4. Desde el punto de vista de la media de actividad emprendedora global del entorno GEM, España, en el año 2001, se aproximaba mucho a la media de 9,93% con un índice ajustado del 8,16%⁶. En cambio, el año 2002, a pesar de que dicha media ha disminuido, España se aleja proporcionalmente más con un índice estimado de actividad emprendedora del 4,6% frente al 7,98% global.

⁶ En el informe GEM de cada año, se trabaja con el índice TEA en "bruto" obtenido para ese año en cada país, independientemente de los restantes. Dicho índice se ajusta posteriormente y se proporciona a los equipos investigadores GEM con el propósito de establecer comparaciones más adecuadas en función de la muestra global generada por el conjunto de países. Es por eso que en el informe 2001, el TEA sin ajustar para España es un 6,3% y no el 8,16% que corresponde al ajuste. Sin embargo, como se trabaja con datos ajustados para todos los países, las comparaciones no se modifican sustancialmente.

TABLA N°2.

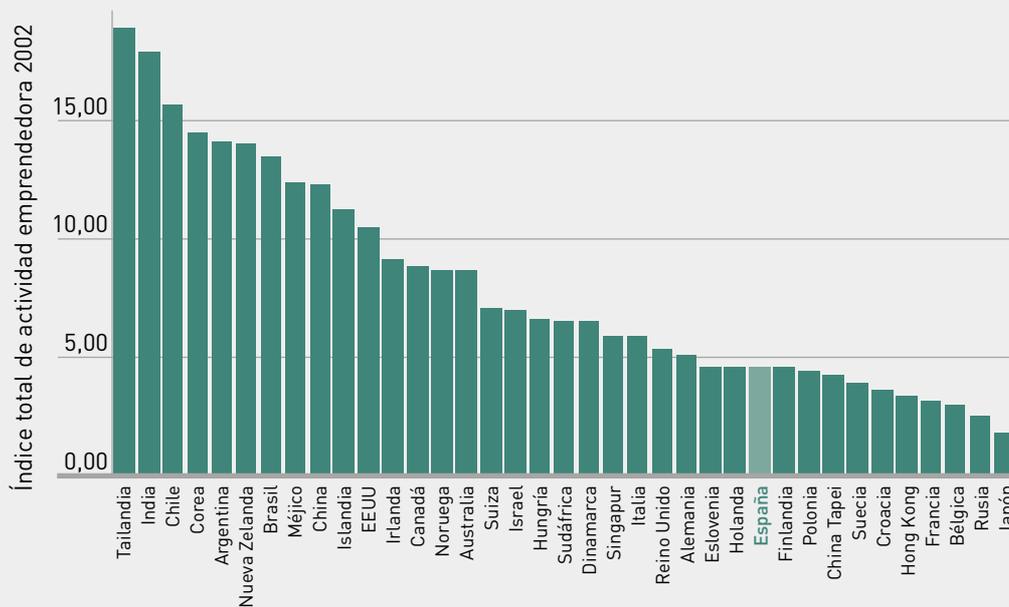
Estadísticos descriptivos del índice total de actividad emprendedora 2000, 2001 y 2002

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Índice total de actividad emprendedora 2000	20	4,218	21,437	9,52366	4,608123
Índice total de actividad emprendedora 2001	28	4,538	20,732	9,93689	3,863573
Índice total de actividad emprendedora 2002	37	1,81	18,90	7,9870	4,58712
N válido (según lista)	20				

En definitiva, a partir de estos datos, del ajuste que se calcula tras la edición del informe anual y los de la Tabla n° 2, se observa un retroceso notable de esta actividad en nuestro país (aproximadamente del 27% en términos brutos)⁷. Asimismo, en los datos de la Tabla n° 3 se ratifica la caída general

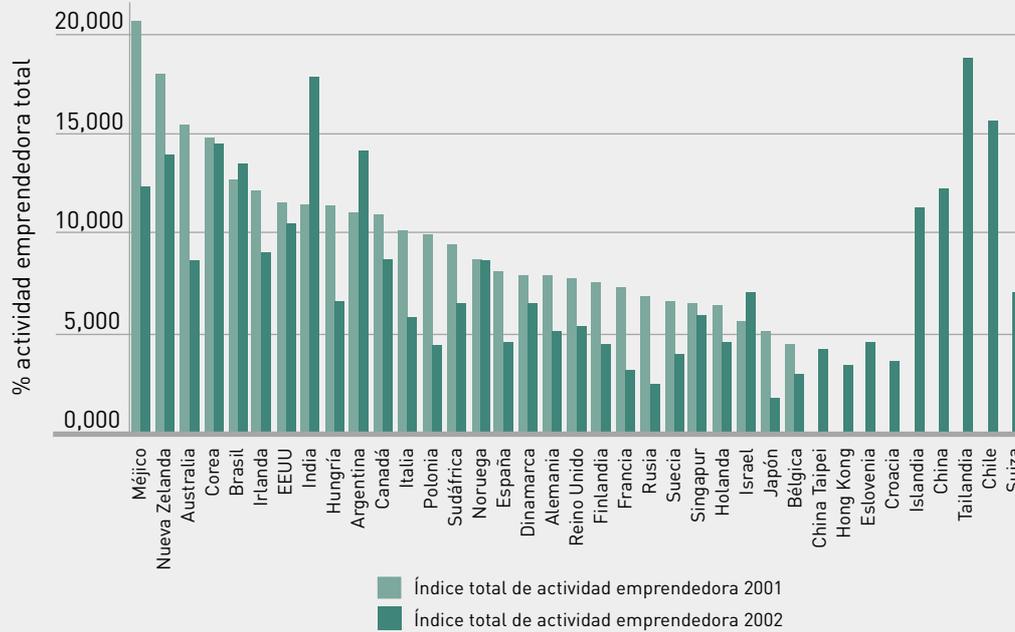
experimentada por los países del entorno GEM, ya que el índice máximo (correspondiente a Tailandia) es inferior al de las ediciones pasadas y, al tratarse de un país recién incorporado, eso indica que, cuando menos, el líder del año anterior a disminuido su actividad emprendedora notablemente.

FIGURA N°3. Índice total de actividad emprendedora 2002 por países



⁷ Trabajando con el índice "en bruto" del año anterior que era de un 6,3%, el retroceso se calcula como: $(4,6/6,3) * 100 - 100 = 27\%$ aproximadamente.

FIGURA N°4. Comparación de los índices TEA para el período 2001-2002



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

El índice de actividad emprendedora total o TEA, recoge todo tipo de iniciativa empresarial. Para analizar su composición, se acostumbra a fragmentar en índice de creación de empresas o negocios "nacientes", es decir,

aquellas iniciativas que aún no se pueden considerar como consolidadas; negocios "nuevos" o que aunque son de reciente creación llevan en marcha el suficiente tiempo como para considerarlos consolidados, e inversión informal o "business angel", inversión privada en nuevos negocios.

Los resultados medios (ver tabla n° 3) indican que, en el entorno GEM, la media de empresas nacientes se sitúa en un 4,7%, mientras que la de nuevas empresas se aproxima al 3,7%. La inversión informal ha disminuido si se la considera globalmente y, por término medio alcanza el 3,05%.

TABLA N°3.

Estadísticos descriptivos de empresas nacientes, empresas nuevas y business angels

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típica
% Empresas nacientes (no pagan salarios)	37	0,87	11,63	4,66	2,82
% Nuevas empresas (salarios >1998)	37	0,77	9,29	3,70	2,37
% Business Angels (inversor informal en 3 últimos años)	37	0,57	7,48	3,05	1,62
N válido de países	37				

La Tabla nº 4 muestra las cifras correspondientes al desglose en empresas nacientes, nuevas e inversión informal, para los países GEM.

España queda por debajo de la media en los dos primeros conceptos y ajustada a la media en inversión privada informal. En cuanto a posiciones, está en la 31 sobre 37 acerca de empresas nacientes, en la 22 de 37 acerca de nuevas

empresas y en la 19 de 37 en cuanto a inversión privada o business angels. La cifra de empresas nacientes ha disminuido respecto del año anterior en cerca de un 2%, el business angel se ha reducido en cerca de un 1% y, en cambio, ha aumentado casi en un punto el porcentaje de nuevas empresas, lo cual indica que se han frenado acusadamente las nuevas iniciativas, sin apreciarse un crecimiento en la mortalidad de las que se estaban consolidando.

TABLA Nº4.

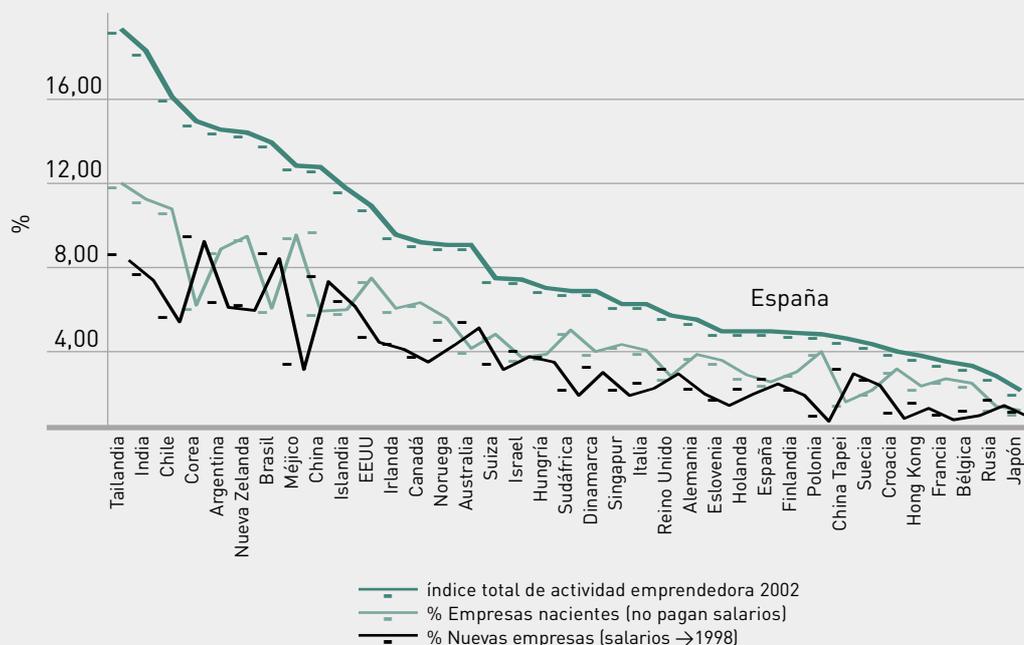
Porcentaje de empresas nacientes, nuevas y business angles por países

	País	% Empresas recientes (no pagan salarios)	% Nuevas empresas (salarios >1998)	% Business Angel inversor informal 3 últimos años	Ranking TEA 02
1	Tailandia	11,63	8,40	5,28	1
2	India	10,89	7,45	2,89	2
3	Chile	10,40	5,49	4,02	3
4	Méjico	9,18	3,22	6,15	8
5	N. Zelanda	9,13	6,06	4,46	6
6	Argentina	8,52	6,20	2,05	5
7	EEUU	7,09	4,57	4,93	11
8	Canadá	5,94	3,58	3,17	13
9	Corea	5,85	9,29	5,02	4
10	Brasil	5,69	8,46	,62	7
11	Irlanda	5,66	4,20	3,25	12
12	Islandia	5,65	6,23	7,48	10
13	China	5,54	7,41	4,99	9
14	Noruega	5,23	4,40	5,09	14
15	Sudáfrica	4,71	2,00	3,19	19
16	Suiza	4,44	3,26	3,83	16
17	Singapur	4,03	2,03	3,61	21
18	Australia	3,76	5,22	1,81	15
19	Italia	3,74	2,35	1,43	22
20	Polonia	3,67	,77	,57	29
21	Dinamarca	3,63	3,12	3,37	20
22	Alemania	3,51	2,07	3,36	24
23	Hungría	3,49	3,62	2,20	18
24	Israel	3,36	3,88	1,51	17
25	Eslovenia	3,28	1,53	2,53	25
26	Croacia	2,81	,94	1,41	32
27	Finlandia	2,68	2,06	2,99	28
28	Holanda	2,57	2,09	1,83	26
29	Reino Unido	2,49	3,05	1,69	23
30	Francia	2,40	,86	1,23	34
31	España	2,24	2,54	3,11	27
32	Bélgica	2,13	1,08	1,73	35
33	Hong Kong	2,04	1,40	3,42	33
34	Suecia	1,80	2,51	2,84	31
35	China Taipei	1,28	3,08	3,74	30
36	Rusia	1,09	1,54	1,42	36
37	Japón	,87	1,04	,63	37
	Total N	37	37	37	37

En la Figura nº 5 puede apreciarse la situación de los distintos países en cuanto al desglose del índice de actividad emprendedora. La secuencia presenta diversas irregularidades si se la compara con la del año anterior en que salvo Israel, Holanda y Rusia, todos los países tenían tasas de empresas nacientes superiores a las de nuevas empresas. Este año, la tasa se ha invertido, además, para Corea, Brasil, el Reino Unido y España. En general, se han acortado las distancias entre ambas tasas para una gran parte de los países que ya formaban parte del GEM, de forma que la recesión ha afectado notablemente a las nuevas iniciativas emprendedoras. En definitiva, entre los factores

tradicionales que afectan al desarrollo del fenómeno emprendedor (falta de formación, falta de adecuación de políticas públicas, inversión, financiación y otras) no hay duda de que destaca el relativo a la situación económica internacional y en sentido negativo. Finalmente, también hay que considerar que en los años inmediatamente anteriores se ha vivido la gran expansión de nuevas empresas basadas en nuevas tecnologías, expansión que se ha visto frenada de forma drástica en muchos países por falta de infraestructura suficiente para sustentar las expectativas creadas y que ha supuesto, sin duda, una reducción de iniciativas empresariales en algún porcentaje.

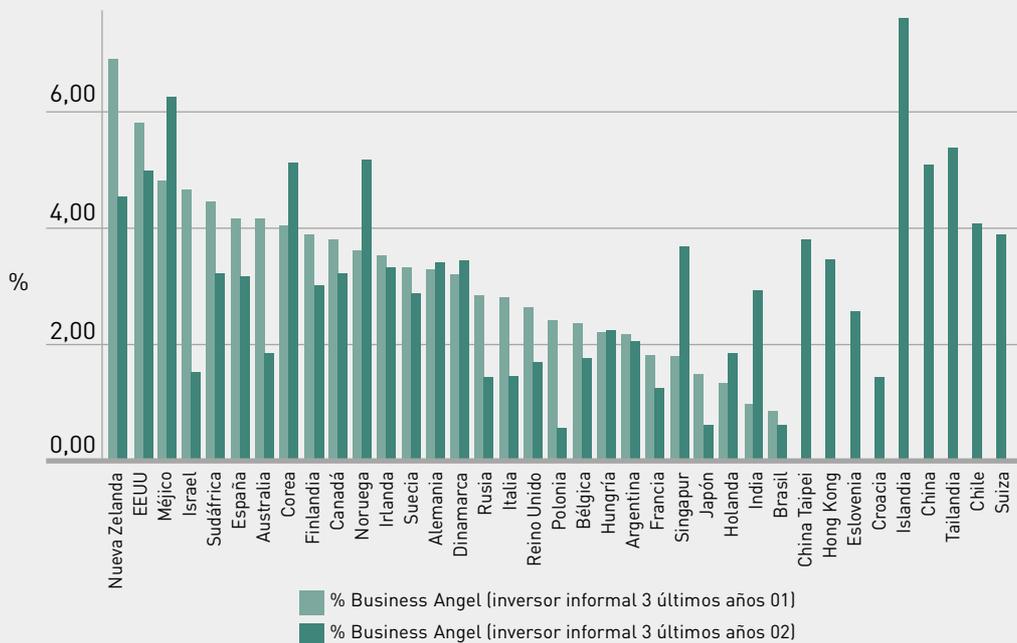
FIGURA N°5. Comparación internacional de varias tasas de actividad emprendedora



La inversión informal o business angel permite calibrar, de forma indirecta la actividad emprendedora. La figura nº 6 muestra el notable descenso que ha tenido lugar este año en torno a este indicador en muchos países, ya que España ocupaba la sexta posición del ranking GEM en el 2001 con un porcentaje del 4% aproximadamente, mientras que en el 2002 desciende a un 3,5% y se sitúa, un poco por encima de la media GEM (3,05%) y lejos de Islandia, que este año encabeza la clasificación con un porcentaje cercano al 8%.

En definitiva, la caída de la inversión tipo business angel se trata de un fenómeno generalizado que ha afectado a muchos países del entorno GEM y que es acorde con el menor nivel de actividad emprendedora globalmente registrado. Finalmente, cabe señalar que existe una correlación positiva estadísticamente significativa ($r = 0,52$; $p = 0,001$) entre la inversión tipo business angel y el índice de creación de empresas que indica que a mayor inversión de este tipo, mayor nivel emprendedor.

FIGURA N.º. Evolución de la proporción de Business angels por países



Los factores demográficos

El estudio GEM siempre ha puesto de manifiesto la relación existente entre los tamaños poblacionales y la actividad emprendedora de los países. Así, en general, existe una correlación positiva significativa entre las cifras de población adulta en edad de emprender un negocio (20-64 años, aproximadamente) y la tasa de creación de empresas. En la edición de este año, la correlación lineal es ($r = 0,359$, $p = 0,029$), indicando que, en general, a mayor número de población de 20 a 64 años, mayor índice de actividad emprendedora.

La tabla n.º 5 proporciona cifras estimadas del número de emprendedores por país participante, así como la media del entorno GEM. De izquierda a derecha se lee la posición que ocupa el país en cuanto a nivel emprendedor, el nombre del país, el índice global de creación de empresas, el de creación de empresas por necesidad y por oportunidad, la población de 20 a 64 años, la estimación del número de emprendedores de cada país, la estimación de

emprendedores por necesidad y por oportunidad y el porcentaje de emprendedores por necesidad y por oportunidad respecto del total.

En España se estima que en el año 2002 ha habido cerca de un millón ciento cincuenta mil emprendedores de los cuales, aproximadamente el 75% ha creado un negocio por oportunidad, mientras que cerca de un 22% lo ha hecho por necesidad y el 3% restante no lo ha especificado. Esta situación en que la oportunidad supera ampliamente a la necesidad en el proceso de creación de empresas es bastante típica en los países desarrollados, siendo en cambio más habitual en los países GEM menos desarrollados que, el porcentaje de creación por oportunidad sea más cercano al de necesidad. Sin embargo, observando los datos se pueden localizar algunas paradojas, como la de Italia, que no se debe a otra cosa que a falta de especificación de los entrevistados en la población adulta acerca de si la empresa se creó por un motivo u otro. Por tanto, en países para los que los dos últimos porcentajes no se acerquen a sumar 100%, hay que interpretar los datos con cautela.

TABLA N°5.

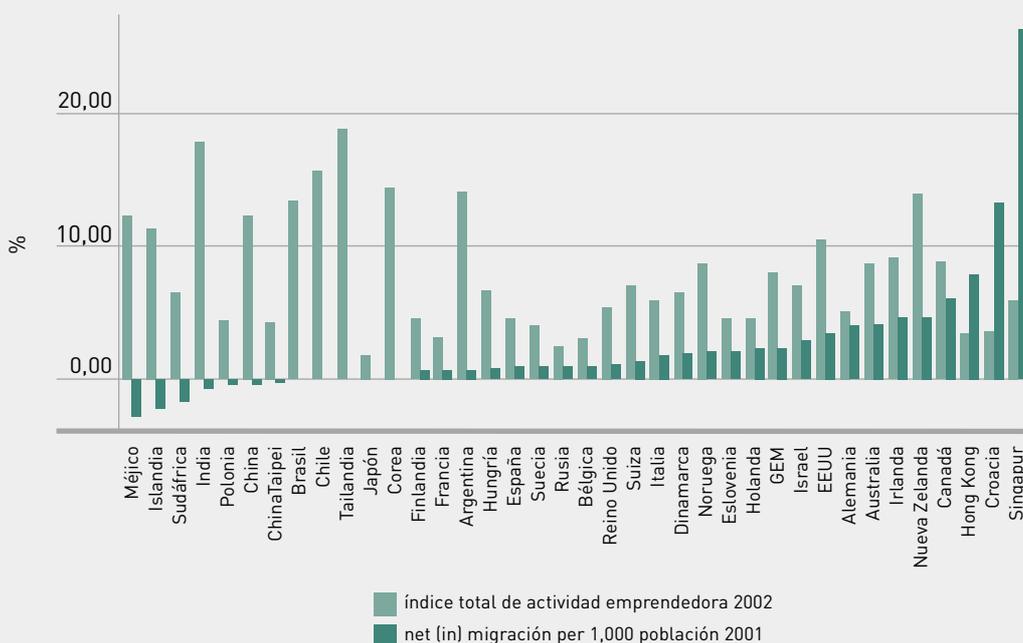
Estimación del número de emprendedores por país

RK	PAÍS	TEA 2002	NEC 02	OPO 02	POP 2064_02	EMP _02	EMPN _02	EMPO _02	NE/TOT	OP/TOT
1	Tailandia	18,90	3,35	15,31	38350307	7.247.287	1.285.475	5.872.144	17,74	81,03
2	India	17,88	5,04	12,42	5,49E+08	98.144.443	27.659.153	68.160.415	28,18	69,45
3	Chile	15,68	6,74	8,53	8865210	1.390.479	597.462	756.072	42,97	54,37
4	Corea	14,52	4,12	8,55	30665042	4.451.655	1.264.427	2.622.535	28,40	58,91
5	Argentina	14,15	7,13	6,77	20713569	2.931.634	1.477.465	1.401.632	50,40	47,81
6	N. Zelanda	14,01	2,25	11,57	2326705	325.948	52.338	269.188	16,06	82,59
7	Brasil	13,53	7,50	5,78	99510475	13.459.093	7.461.240	5.753.390	55,44	42,75
8	Méjico	12,40	2,70	8,28	54026649	6.698.780	1.457.152	4.474.821	21,75	66,80
9	China	12,34	6,97	5,61	7,72E+08	95.287.755	53.818.501	43.301.834	56,48	45,44
10	Islandia	11,32	0,92	8,62	164947,9	18.680	1.516	14.221	8,12	76,13
11	EEUU	10,51	1,15	9,11	1,66E+08	17.451.035	1.903.926	15.118.988	10,91	86,64
12	Irlanda	9,14	1,38	7,77	2164940	197.889	29.908	168.209	15,11	85,00
13	Canadá	8,82	1,10	7,36	19720485	1.738.905	216.973	1.452.071	12,48	83,50
14	Noruega	8,69	0,37	7,42	2674344	232.491	9.795	198.444	4,21	85,36
15	Australia	8,68	1,53	6,69	11728494	1.017.493	179.493	784.539	17,64	77,11
16	Suiza	7,13	0,87	6,03	4529965	322.898	39.197	273.297	12,14	84,64
17	Israel	7,06	1,40	5,22	3279668	231.624	45.888	171.303	19,81	73,96
18	Hungría	6,64	2,11	4,00	6306719	418.554	133.222	252.233	31,83	60,26
19	Sudáfrica	6,54	2,38	3,30	23027605	1.506.607	547.477	759.605	36,34	50,42
20	Dinamarca	6,53	0,43	5,90	3284680	214.597	13.989	193.635	6,52	90,23
21	Singapur	5,91	0,86	4,94	3082959	182.080	26.487	152.352	14,55	83,67
22	Italia	5,90	0,53	3,34	35952896	2.120.677	189.896	1.199.234	8,95	56,55
23	Reino Unido	5,37	0,69	4,38	35424846	1.903.780	245.318	1.550.882	12,89	81,46
24	Alemania	5,16	1,15	3,92	51558088	2.661.756	590.771	2.021.910	22,19	75,96
25	Eslovenia	4,63	1,37	3,26	1226095	56.727	16.775	39.952	29,57	70,43
26	Holanda	4,62	0,50	4,03	9973475	460.548	50.114	401.968	10,88	87,28
27	España	4,59	1,02	3,42	24951929	1.145.067	253.849	854.105	22,17	74,59
28	Finlandia	4,56	0,33	3,88	3144533	143.410	10.333	122.132	7,21	85,16
29	Polonia	4,44	1,27	2,84	23594038	1.048.678	298.823	670.585	28,50	63,95
30	China Taipei	4,27	0,71	3,33	13990294	597.420	98.891	466.545	16,55	78,09
31	Suecia	4,00	0,67	3,33	5224258	208.915	34.782	174.133	16,65	83,35
32	Croacia	3,62	0,85	2,18	2625718	95.159	22.237	57.290	23,37	60,20
33	Hong Kong	3,44	1,19	2,25	4773332	164.379	56.952	107.428	34,65	65,35
34	Francia	3,20	0,09	2,84	35148359	1.125.818	33.013	997.172	2,93	88,57
35	Bélgica	2,99	0,27	1,99	6137260	183.793	16.857	121.879	9,17	66,31
36	Rusia	2,52	0,56	1,90	89397419	2.256.524	504.797	1.694.206	22,37	75,08
37	Japón	1,81	0,51	1,24	78423654	1.416.472	402.603	968.686	28,42	68,39
38	GEM	7,99	1,95	5,60	60620783	7.271.866	2.731.002	4.421.596	21,72	72,08

Por otro lado, la relación que existe entre los movimientos migratorios y la creación de empresas en el entorno GEM es nula, es decir, indica que dicho nivel no se ve afectado significativamente por este factor demográfico. Así, no es posible afirmar, por ejemplo, que, en los países en que emigran más personas, hay menos iniciativa emprendedora, como podría suponerse, ni tampoco que una corriente de entrada masiva de emigrantes en un país suponga un aumento de creación de negocios. La correlación lineal entre

los movimientos migratorios del 2001 y el índice global de creación de empresas del 2002 es ($r = -0,216$, $p = 0,199$). Ni siquiera extrayendo de la muestra los países atípicos o estandarizando las variables para evitar efectos de escala, se visualiza una relación lineal. En la Figura nº 7 se puede apreciar claramente la falta de la relación apuntada, ya que el índice de creación empresarial global no sigue una pauta de comportamiento acorde con el de los movimientos migratorios ordenados en forma creciente.

FIGURA N°7. Índice de actividad emprendedora y movimientos migratorios



1.3. Actividad empresarial y crecimiento económico

Tras la ampliación de la muestra de países GEM, se sigue trabajando en el análisis de la influencia de la actividad emprendedora en su capacidad para generar riqueza en los países. Tal y como se ha expuesto en ediciones anteriores del estudio, existe un debate todavía no resuelto acerca del impacto de la actividad emprendedora en el crecimiento de las economías nacionales, aunque se haya venido demostrando que existe correlación lineal significativa entre el índice de creación de empresas y determinados indicadores de crecimiento económico.

Esta idea de que la actividad emprendedora y el crecimiento económico de una nación están relacionadas proviene de los trabajos de Joseph Schumpeter realizados hace más de cien años. Así, "al introducir nuevas ideas, nuevos procesos, nuevos productos y servicios ... los emprendedores schumpeterianos afectan y finalmente renuevan las actividades económicas: no sólo las actividades de las empresas e industrias, sino también las de la región en que se sitúan. Cuando estas iniciativas emprendedoras son agregadas y evaluadas en términos de impacto económico a un nivel territorial, podrían traducirse en crecimiento económico"⁸. Desde entonces, el supuesto de que la creación de empresas afecta al crecimiento económico ha sido tomado por la mayoría de los analistas como un hecho dado⁹. Sin embargo, existen diversas teorías acerca de la forma

⁸ Dejardin, M. (2000), "Entrepreneurship and Economic Growth: an obvious conjunction?", *Refléts et perspectives de la vie économique*, 4, p.5.

⁹ Carree M.A., Ven Stel A., Thurik A.R. y Wennekers A.R. (2001) "Economic development and business ownership: an analysis using data of 23 modern economies in the period 1976-1996", *Small Business Economics*, 2002.

en que se estructura dicha relación y, hasta el momento, resulta muy difícil mostrar el tipo de la misma y, especialmente su dirección.

Sin embargo, el hecho de que el estudio GEM comience a permitir el análisis de la evolución temporal de las variables en juego (ya se disponen de datos para 3 años), ha permitido un pequeño avance acerca de la resolución de este debate. Así, tras el análisis realizado por diversos equipos nacionales, se concluye que existe una correlación retardada en el tiempo entre la actividad empresarial y su impacto en el crecimiento económico. Por el momento, se ha detectado, a falta de más datos, que el impacto de la actividad emprendedora en el PIB se percibe dos años después. Es decir, si se toma el TEA del 2001, se observa una correlación positiva y estadísticamente significativa con la proyección del crecimiento del PIB (entre el 2002 y el 2003) realizada por el Fondo Monetario Internacional, siempre y cuando, se eliminen del análisis Hong Kong y

Singapur por la distorsión que provocan sus datos del PIB (ya que su volumen de importaciones y exportaciones es varias veces su PIB).

La tabla nº 6 muestra la correlación lineal entre el índice de creación de empresas del 2001 y la proyección del crecimiento del PIB entre el 2002 y el 2003, como indicador de crecimiento económico. Esta proyección, proporcionada, como se ha dicho, por el FMI, se actualiza tres veces al año y se ajusta respecto de la inflación y las diferencias del poder adquisitivo en cada país y, corresponde a abril de 2002. En la tabla se puede apreciar, además, que la parte de creación de empresas más relacionada con el crecimiento económico es la relativa a las empresas creadas por necesidad, mientras que la relación de las creadas por oportunidad es, independientemente considerada, nula. Por tanto, serán necesarios más análisis a medida que los datos GEM se dilaten en el tiempo, para perfilar la explicación de esta parte de la relación, si la hay.

TABLA N°6.

Correlación entre el TEA y el crecimiento económico

		FMI Proyección del Crecimiento del PIB 2002-2003 abril
% Índice total de actividad emprendedora 2001	Correlación de Pearson, Sig. (bilateral) N	454 017 27
Índice de actividad emprendedora por oportunidad 2001	Correlación de Pearson, Sig. (bilateral) N	271 172 27
Índice de actividad emprendedora por necesidad 2001	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	443 021 27

Evidentemente, hasta este punto hemos considerado como dirección de la causalidad el impacto de la creación de empresas en el PIB, pero no hay que olvidar el estudio de la relación inversa, es decir, el impacto del crecimiento económico en la creación de empresas. Es decir, que varios autores, entre los que se halla Marcus Dejardin, ponen de manifiesto que esta relación no se da siempre de forma

sistemática y no es necesariamente unidireccional. Dejardin (2000) descompone el concepto de "oferta emprendedora" para explicar cómo el impacto económico de dicha actividad difiere sustancialmente en función del arbitraje del emprendedor entre proyectos socialmente productivos o improductivos. Además, el autor profundiza en el tema argumentando que la interacción entre creación de

¹⁰ Verheul I., Wennekers S., Audretsch D., y Thurik R. (2000) "An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture", comunicación presentada en el RENT XIV Conference, Praga.

¹¹ Thurik, R. y Wennekers, S. (2001) "A note on entrepreneurship, Small Business and Economic Growth", ERIM Report Series Research in Management, ERIM-2001-60-STR, Octubre.

empresas y crecimiento no es forzosamente positiva sino que es una relación bilateral que puede actuar tanto en sentido positivo como en sentido negativo. En efecto, un mayor crecimiento puede significar, por un lado, un aumento de las oportunidades de negocio para los potenciales emprendedores. Pero también puede conducir a una presión inflacionista de los salarios que puede incitar a los emprendedores potenciales a preferir trabajar como empleados en una empresa en lugar de correr el riesgo de lanzar un negocio. Varios estudios sostienen que el desarrollo económico está acompañado por una disminución de la tasa de autoempleo¹⁰. Thurik y Wennekers (2001)¹¹ van en esa misma línea y afirman que unas bajas tasas de

crecimiento económico provocan, a través del desempleo, un aumento de la creación de negocios propios.

En ese sentido, la correlación lineal entre el PIB de 1999, 2000, 2001 y 2002 y el índice global de creación de empresas del 2002 (siempre sin Hong Kong y Singapur) es significativa y de signo negativo, lo que parece indicar que, en este entorno, a mayor crecimiento, menor actividad emprendedora, especialmente, por necesidad viéndose que el impacto del crecimiento en dicha actividad no se produce con un retraso en particular sino que se sostiene en el tiempo (todas las relaciones son significativas desde 1999 a la proyección del PIB del 2002).

TABLA N°7.

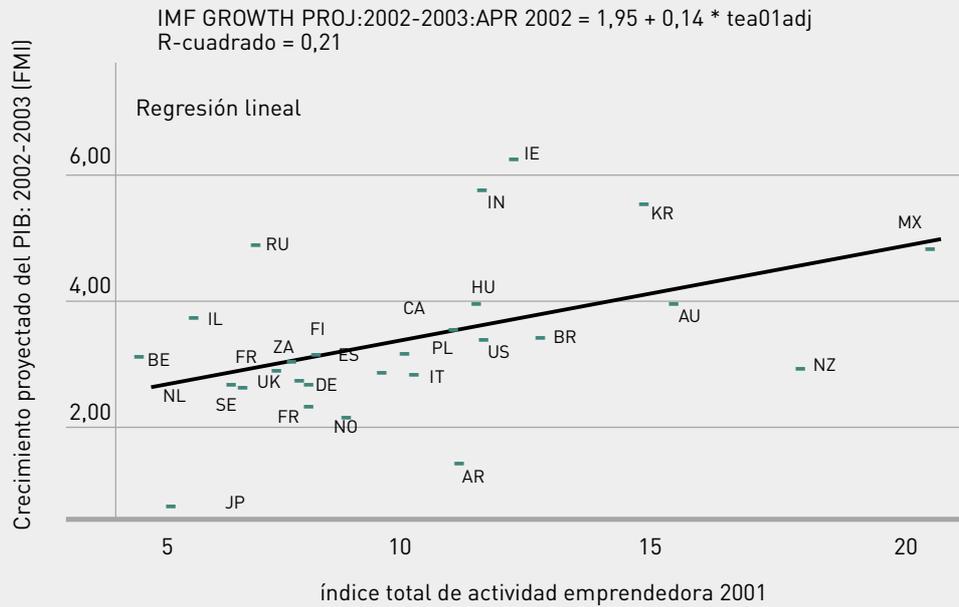
Correlación entre TEA y PIB per capita para varios años

		PIB per capita 99, precios corrientes, US\$	PIB per capita 00, precios corrientes, US\$	PIB per capita 01, precios corrientes, US\$	PIB per capita 02, precios corrientes, US\$
Índice total de actividad emprendedora 2002	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,399 ,018 35	-,378 ,025 35	-,428 ,012 34	-,429 ,011 34
Índice de actividad emprendedora por necesidad 2002	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,627 ,000 35	-,614 ,000 35	-,656 ,000 34	-,659 ,000 34
Índice de actividad emprendedora por oportunidad 2002	Correlación de Pearson Sig. (bilateral) N	-,154 ,377 35	-,134 ,442 35	-,172 ,331 34	-,172 ,331 34

En definitiva, los resultados anteriores se traducen, en términos de análisis de la regresión, en poder estimar que el nivel de creación de empresas del 2001 puede explicar un 21% del crecimiento proyectado del PIB entre el 2002 y el 2003, con una significación estadística inferior a 0,05.

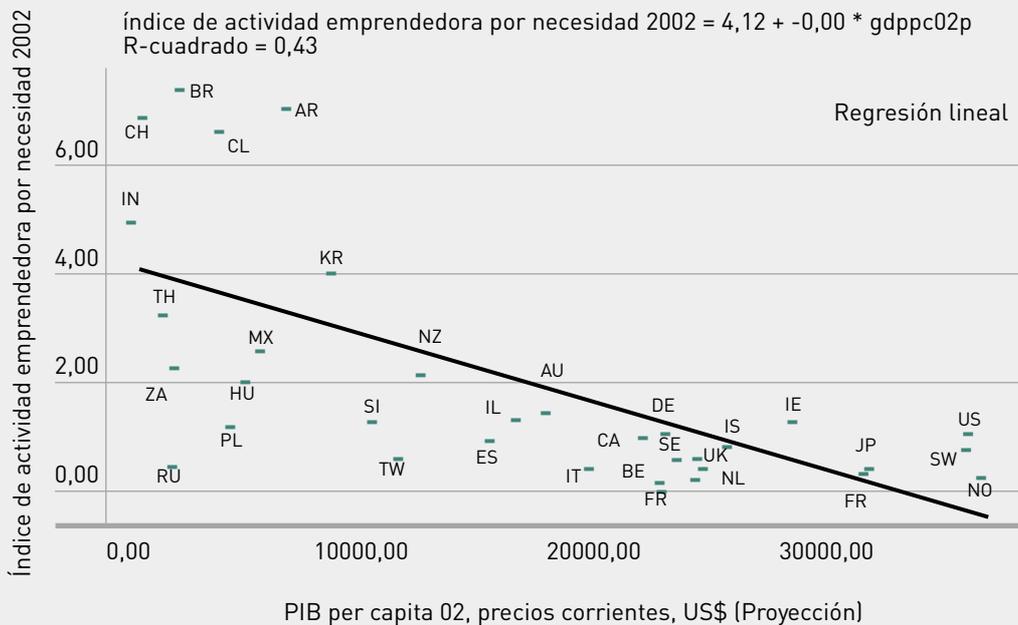
Ello, a su vez, conduce a estimar, por ejemplo, un crecimiento en el PIB del 0,14% por término medio, cuando la actividad emprendedora aumenta un 1% en un país del entorno GEM (siempre descontando a Hong Kong y Singapur).

FIGURA N°8 Y 9. Regresión entre el TEA y varios indicadores de crecimiento económico



Y, por otro lado, la proyección del PIB del 2002 explica en un 43% el nivel de creación de empresas por necesidad,

alcanzando sólo el 18% de capacidad explicativa del índice de creación de empresas global.



Para completar este apartado, comentar que los análisis de la regresión anteriores, ponen de manifiesto algo sabido: que la actividad emprendedora puede explicar una parte del crecimiento económico y, dado que en su composición inciden otros muchos factores, no cabe esperar capacidades

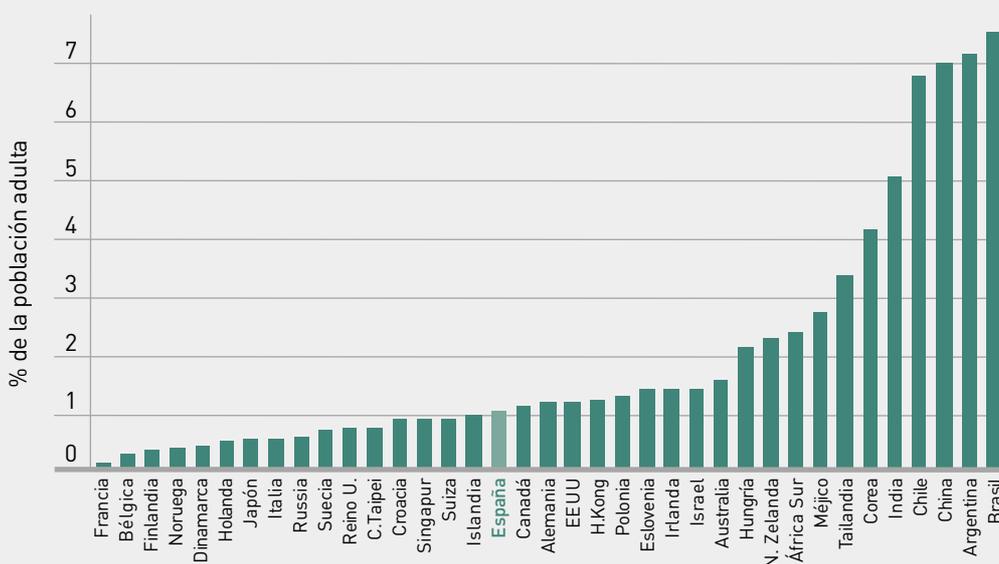
explicativas elevadas para esta variable. Por tanto, es necesario profundizar mucho más en este análisis implicando además, a otras variables aparte del índice TEA y para ello hay que esperar a disponer de series temporales más largas.

2. TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

El estudio GEM distingue entre la actividad emprendedora de oportunidad, es decir aquella creación de empresa elegida como una opción de carrera profesional y motivada por el

deseo de aprovechar una oportunidad de negocio y la actividad emprendedora de necesidad, es decir la que se deriva de la falta de otra alternativa laboral más satisfactoria. En España, alrededor del 75% de los emprendedores son emprendedores de oportunidad y el 22% emprendedores de necesidad, proporciones muy parecidas a la media de los países GEM (respectivamente el 72% y el 21%).

FIGURA N°10. Actividad emprendedora de necesidad por países

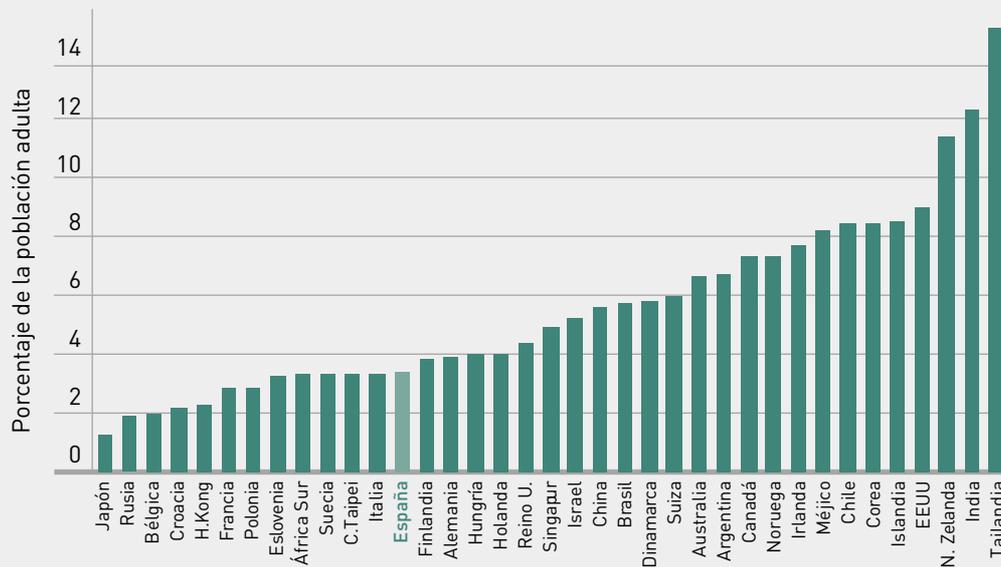


En la figura nº10, podemos observar que en el caso de la actividad emprendedora motivada por la necesidad, las diferencias entre las tasas de la muestra del GEM son muy marcadas: el porcentaje de emprendedores por necesidad en Brasil es 80 veces superior al de Francia (7,5 contra 0,09%). Como es de esperar, la mayor parte de los países con cifras elevadas para este indicador, corresponden a países en vías de desarrollo mientras que en el extremo izquierdo del gráfico, que indica bajos porcentajes de necesidad, se concentran países industrializados, y especialmente los países escandinavos, todos ellos con un porcentaje inferior al 1%.

Por el contrario, las pautas de comportamiento respecto a la actividad emprendedora de oportunidad no parecen responder a un patrón tan claro como para el indicador de

necesidad, y el gráfico nº11 no indica una distribución específica por tipo de país. Parece lógico, en efecto, que un país en vías de desarrollo, con altas tasas de TEA de necesidad también ostente tasas elevadas de TEA de oportunidad ya que el propio proceso de desarrollo en el que está sumergido el país abre las puertas a infinitas oportunidades de negocios. El corolario de este supuesto es que en los países industrializados prevalega la percepción de un cierto agotamiento de las oportunidades (en términos de productos o nichos de mercados nuevos), aunque el entorno socio-institucional de estos países también permite un mejor aprovechamiento de las mismas. España ocupa unos ranking más favorables para la actividad de necesidad (posición nº21) y de oportunidad (nº25) que para el TEA total (27 entre 37 países del GEM).

FIGURA N°11. Actividad emprendedora de oportunidad por países



El interés por la distinción que opera el GEM entre actividad de oportunidad y de necesidad radica en el supuesto de que representan dos tipos diferenciados de actividad emprendedora y que responden a mecanismos causales distintos, pero sobre todo porque se estima que pueden tener un impacto muy diferente sobre la economía del país. Concretamente, se plantea la hipótesis de que los emprendedores de necesidad contribuyen en menor medida a la economía que los emprendedores de oportunidad ya que los primeros se asocian con empresas pequeñas, poco innovadoras y con escasas perspectivas de crecimiento, mientras que se atribuyen a los segundos unas empresas innovadoras, dinámicas y con más futuro.

Si bien es todavía pronto para responder a una pregunta tan relevante, el proyecto GEM permite adentrarse en este tema explorando por ejemplo, en qué medida los tipos de empresas creadas difieren según la motivación que impulsó al emprendedor a crearlas. En la tabla siguiente, se pueden detectar algunas relaciones entre las dos motivaciones

citadas y varios indicadores de dinamismo económico, a saber, el sector de actividad, las perspectivas de crecimiento (en términos de número de empleos creados), o el grado de innovación y nivel de competitividad (la intención de crear nuevos nichos de mercado).

La tabla nº 8 parece indicar que las empresas creadas en España responden a un perfil distinto según el motivo de su creación. Los emprendedores por necesidad parecen ser los únicos en ocupar los sectores extractivos y muestran una clara inclinación hacia el sector de hostelería, restauración y venta al detalle mientras que los emprendedores por oportunidad tienen la exclusividad de los servicios comerciales y a profesionales. Las diferencias entre los dos tipos de emprendedores podrían reflejar una tendencia de los emprendedores que actúan por necesidad en concentrarse en aquellos sectores más asequibles en términos de complejidad, de inversión necesaria y de mercados. Por el contrario, el sector de la transformación refleja en su conjunto, una distribución más bien equitativa.

TABLA N°8.

Variación del tipo de empresa creada en función del motivo de creación

	Oportunidad	Necesidad	Total
Número de casos (en millares)	853	255	1.108
Porcentajes	74,59%	22,17%	96,76%
Mujeres (TEA)	1,96	0,52	2,58
Hombres (TEA)	4,88	1,51	6,59

Sector de actividad	% de empresas por motivo de creación		
	Oportunidad	Necesidad	Ambos u otros
Extractivo: agropecuario, caza, pesca y minero	--	20%	3%
De transformación: manufactura, transportes, construcción, venta al por mayor y comunicaciones	36%	40%	37%
Servicios comerciales: intermediación financiera, consultoría, y actividades inmobiliarias, servicios a profesionales.	12%	--	10%
Sectores orientados al consumidor: Venta al detalle, restauración, hostelería, Servicios al consumidor, enseñanza, salud y servicios sociales	52% 4% 48%	40% 20% 20%	50%
Total	100%	100%	100%

Perspectivas de creación de empleos	% de empresas		
	Oportunidad	Necesidad	Ambos u otros
Ningún empleo	3%	--	--
De 1 a 5 empleos	52%	88%	--
De 6 a 19 empleos	33%	12%	--
20 empleos o más	12%	--	--
Total	100%	100%	--

Intención de crear nuevos nichos de mercado	% de empresas		
	Oportunidad	Necesidad	Ambos
No hay creación de nichos de mercado	71%	88%	74%
Poca creación de nichos de mercado	26%	12%	24%
Máxima creación de nichos de mercado	3%	--	2%
Total	100%	100%	100%

Las perspectivas de crecimiento de las empresas nacientes también varían sustancialmente en función del motivo de creación de las mismas. Alrededor del 90% de las empresas creadas por falta de otras alternativas de empleo inciden poco en la creación de empleo, mientras que en el caso de las empresas creadas para aprovechar una oportunidad esta situación apenas rebasa la mitad de los casos (un 52%). El porcentaje restante de actividad de oportunidad se reparte en empresas de crecimiento medio (el 33% crearán entre 6 y 19 empleos) y de alto crecimiento (el 12% prevé la creación de 20 empleos o más).

La intención de crear nuevos nichos de mercado es un indicador que resume las respuestas a tres tipos de preguntas relativas a (a) si los clientes potenciales están familiarizados con el producto o servicio que propone el emprendedor; (b) el grado de competición ya existente en el mercado; y (c) si la nueva empresa utiliza una tecnología innovadora. El objetivo es determinar en qué medida la creación del negocio implica el desarrollo de un nuevo nicho de mercado o la creación de un nuevo sector económico. Los resultados indican que el escaso porcentaje de emprendedores cuya actividad implica el abrir un nuevo nicho de mercado se corresponde

exclusivamente con los emprendedores de oportunidad. Los emprendedores por necesidad tienden en mayoría (88%) a replicar una actividad empresarial ya existente¹², y el 12% restante hablan de algunos cambios moderados (o bien el producto / el servicio es conocido por pocos clientes, o tiene poca competencia o usa una tecnología relativamente desconocida hace un año).

Aunque estos resultados parecen confirmar el supuesto de que la actividad emprendedora de oportunidad tiene una contribución más significativa en la economía que la actividad de necesidad, insistimos nuevamente en que todavía existe poco consenso entre los expertos sobre este particular. Hay que recordar que, en definitiva, todo tipo de creación de empresas contribuye a la vitalidad económica y a la creación de empleos (aunque sea una empresa uni-personal). Además, la creación de empresas motivada por la necesidad no impide que el emprendedor en cuestión se vea expuesto, en el transcurso de su vida empresarial, a aprovechar una oportunidad interesante relacionada con su negocio. Finalmente recordar que el tratamiento econométrico de los datos del GEM 2002 indica una mayor incidencia de la actividad por necesidad en las proyecciones de crecimiento económico¹³.

¹² La nueva empresa creada puede ser una réplica de otras que ya existen pero en un lugar nuevo, usando nuevos procesos de producción o una estructura de precios distintas. Lo importante es que su creación no implica un cambio radical respecto a lo que ya ofrecen las otras empresas.

¹³ Cf. Apartado 1.3. y la tabla n°7 correspondiente.

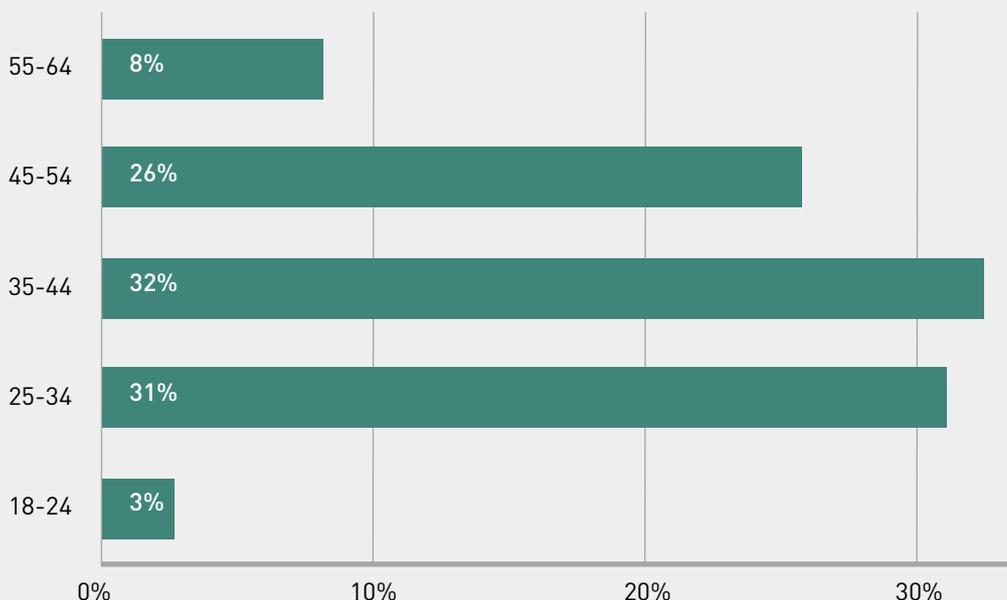
3. PERFIL DEL EMPRENDEDOR ESPAÑOL

El informe GEM-España para el año 2001 nos ha permitido esbozar un “retrato robot” del emprendedor español. Profundizando en esta línea, se procede en este apartado a confirmar o matizar los rasgos típicos del emprendedor y se añaden nuevos elementos de información acerca del mismo así como sobre el tipo de empresas que se está creando, su nivel de competitividad, sus perspectivas de crecimiento, etc. De esta manera, entendemos que se podría facilitar la labor de los responsables gubernamentales interesados en incrementar la “oferta emprendedora” ya que dispondrían de información sobre quién es más propenso a convertirse en emprendedor y qué tipo de empresa tiende a crear. En particular, los emprendedores potenciales se distinguen del resto de la población por factores personales y sociales (la edad, el nivel educativo, el género, etc.) factores que se describen a continuación. Además se describen algunas características básicas relativas a las propias empresas.

3.1. Estructura de edad de los emprendedores

La estructura de edad de los emprendedores españoles para el año 2002 refleja unos rasgos generales similares a los del total de la muestra GEM para el año 2001, en el sentido de una preponderancia del grupo de edad entre 22 y 44 años. No obstante, España tiene algunas características específicas, propias de un país en vías de envejecimiento, y que consisten en una baja participación de los más jóvenes (sólo 3% de los emprendedores españoles tienen entre 18 y 24 años) y un progresivo aumento de la proporción de aquellos emprendedores de 45 años o más (en el 2001 representaban el 27% del total y en el 2002 el 34%). El hecho de que el emprendedor español tiene una edad media de 40 años (la mediana y la moda son respectivamente de 39,5 y 32 años) nos aleja de la imagen generalizada del emprendedor joven y recién diplomado y apunta a la necesidad de fomentar la involucración de los jóvenes en la creación de negocios. Asimismo, las políticas públicas deberán prestar mayor atención a los mayores de 54 años para poder aprovechar el potencial creciente que representa este colectivo.

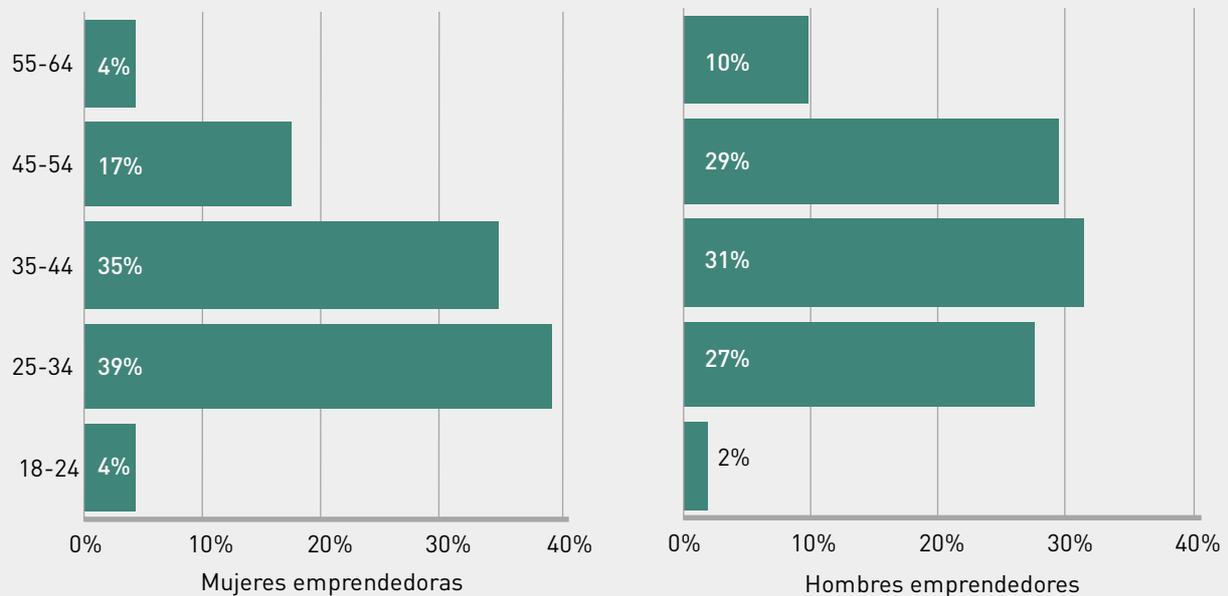
FIGURA Nº12. Emprendedores españoles por edad



Ahora bien, la edad del emprendedor español responde a un patrón distinto según estemos hablando de un hombre o de una mujer. Como se puede observar en la figura siguiente, la edad de los varones emprendedores está repartida de una forma bastante homogénea entre las tres franjas de edad que van desde los 25 hasta los 54 años (una tasa media del 29%), mientras que en el caso de las mujeres, casi el 40% de

las emprendedoras tienen entre 24 y 34 años y el porcentaje de emprendedoras mayores de los 44 años es muy inferior al de los hombres. ¿Qué explica que las españolas abandonen la opción empresarial como alternativa de empleo a medida que se hacen mayores? ¿Serán las crecientes cargas familiares que las desalientan a emprender el arriesgado y absorbente camino de lanzar un negocio?

FIGURA N°13. Actividad emprendedora por edad y género



La distribución de la población emprendedora española en tres categorías de edad (joven de 18-34; adulto de 35-54 y mayor de 55) permite también realizar observaciones muy interesantes acerca de los diferentes tipos de actividad emprendedora: actividad emprendedora autónoma, como parte de un empleo asalariado (denominado en inglés "intrapreneurship") o como propietario y gerente de la empresa creada. La tabla n°9 muestra que en los dos primeros casos de creación de empresas, es decir la creación de forma autónoma y el intrapreneurship, las probabilidades de que el emprendedor sea joven son las más altas. En el caso de los propietarios-gerentes predomina el grupo de adultos seguido por el de

emprendedores mayores de 55 años. Estas pautas se repiten en algunos países del GEM¹⁴ y encuentran su explicación en el hecho de que el tipo de energía y audacia necesaria para lanzar una idea innovadora es un rasgo común entre la población joven, mientras que los adultos son más aptos a tener la experiencia y los recursos requeridos para llevar a cabo actividades de gestión, implementar estrategias y participar en el capital social. La implicación más inmediata radica en que las políticas de innovación deben prestar especial atención al colectivo de los jóvenes a fin de sacar provecho de su capacidad para romper con las prácticas convencionales e idear nuevas oportunidades de mercado.

TABLA N°9.

Actividad emprendedora por categoría de edad y tipo de actividad

Tipo de actividad emprendedora	Joven	Adulto	Mayor	Total nacional
Emprendedor autónomo	5,6%	3,9%	1,1%	3,6%
Emprendedor como parte de su trabajo	3,3%	2,4%	1,8%	2,5%
Propietario-gerente de nueva empresa	8,2%	12,9%	8,5%	10,4%

¹⁴ Ver Informe GEM para India 2001

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

Otra de las características interesantes respecto al emprendedor español radica en el nivel educativo del mismo, su estatus laboral y su nivel de ingresos. En términos generales podemos decir que la relación entre el nivel de estudios y la creación de empresas en España observa una curva ascendente. Si comparamos la situación de España

con la del resto del mundo podemos notar algunas peculiaridades. Según el GEM global para el año 2001, los emprendedores de la muestra de los 24 países del GEM parecían concentrarse esencialmente en la franja de la población con un nivel de educación secundaria o menos (concretamente el 62%), y el porcentaje de emprendedores universitarios era del 35%. En el caso de España para el año 2002, la tasa los emprendedores con un nivel de estudios universitarios es ligeramente más elevada (un 40,5%) lo que podría reflejar una mayor implicación de la población educada en la actividad emprendedora que la media de la población mundial.

TABLA N°10.

Actividad emprendedora por género y nivel de estudios

Nivel de Educación	Hombre	Mujer	Total
Primaria	--	8,7%	2,7%
Algunos estudios de secundaria	21,6%	17,4%	20,3%
Diploma de secundaria	35,3%	39,1%	36,5%
Diploma universitario o equivalente	43,1%	34,8%	40,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Situación laboral	Hombre	Mujer	Total
Trabaja a tiempo completo / parcial	90,7%	68,8%	84,7%
Desempleado	2,3%	31,3%	10,2%
Jubilado o Estudiante	7,0%	--	5,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Nivel de ingresos	Hombre	Mujer	Total
Menos de 600 euros	4,8%	2,1%	2,9%
Entre 600 y 1200 euros	38,1%	19,1%	25,0%
Entre 1200 y 1800 euros	33,3%	38,3%	36,8%
Entre 1800 y 2400 euros	4,8%	27,7%	20,6%
Más de 2400 euros	9,5%	10,6%	10,3%
No contesta	9,5%	2,1%	4,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

En cuanto a la distribución por género, hay que destacar dos puntos interesantes: en primer lugar, entre la población española sin ninguna formación secundaria, sólo las mujeres se atreven a lanzar un negocio. En segundo

lugar subrayar que aunque la participación femenina crece gradualmente con el nivel de estudios, se observa un ligero descenso del porcentaje de mujeres emprendedoras a partir del grado universitario. Estas dos observaciones se

pueden relacionar con el hecho de que las mujeres tienden, en mayor medida que los hombres, a involucrarse en una actividad emprendedora por necesidad, lo que explicaría que lancen un negocio pese a no tener un nivel de conocimientos suficiente, y que eviten la opción empresarial en caso de tener la titulación necesaria para conseguir un trabajo estable como asalariadas.

Esta misma interpretación surge cuando observamos la distribución de los emprendedores por género y situación laboral. Existe en efecto una mayor proporción de desempleados entre las mujeres emprendedoras o, lo que es lo mismo, por cada 10 mujeres que lanzaron un nuevo negocio, 3 no tenían empleo mientras que éste era el caso de sólo 0,2 hombres de cada 10. No obstante, la distribución de los emprendedores por niveles de ingresos arroja unos resultados más mitigados. Si bien la mayor parte de los emprendedores (61,8%) se sitúan en una franja de ingresos entre 600 y 1800 Euros, los hombres se concentran en mayor medida en este intervalo reducido, mientras que las mujeres emprendedoras se distribuyen de forma más homogénea, y el 38,3% de las mismas recibe un sueldo superior a los 1800 Euros (el 14,3% de los hombres).

3.3. ¿Cómo financian los emprendedores la creación de un negocio?

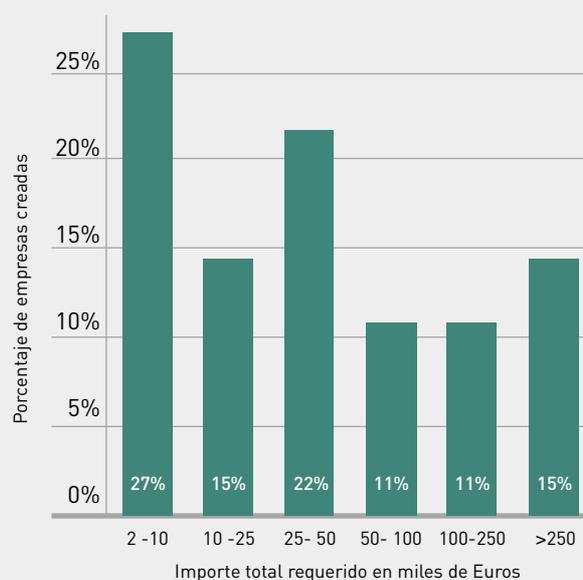
El problema de la financiación es un tema recurrente cuando hablamos de creación de empresas. El informe GEM 2001 había demostrado que la mayor parte de los emprendedores se veían obligados a recurrir a sus ahorros para financiar un nuevo negocio. Otra alternativa, en caso de no poder acceder a los préstamos de las entidades financieras, y ante la escasez de capital-riesgo, consiste en acudir a los familiares.

En el 2002, el importe medio invertido para crear una empresa ha sido aproximadamente de 52.000 Euros, aunque la mayor parte de los emprendedores invirtieron una suma inferior a los 10.000, seguidos por un 22% de los casos que requirieron entre 25.000 y 30.000 Euros (la moda =6.000 y la mediana =30.000). El resultado es que en contra de la tendencia observada en muchos países del GEM, la proporción de empresas creadas en España no disminuye a medida que aumenta el coste de inversión total requerido (Fig.14) y arroja una distribución mucho más heterogénea.

En cuanto a la parte abonada por el propio emprendedor, ésta representa en la mitad de los casos más del 75% del importe total requerido. Por otra parte, resulta sorprendente que del total de los emprendedores

españoles identificados, sólo 6 declararon haber recibido fondos familiares como ayuda para montar el negocio. Esto contrarresta los indicios que, como veremos más adelante, sugieren que la mayoría de los inversores privados (o business angels) invierten en negocios familiares.

FIGURA N°14. Fondos requeridos para crear una empresa



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

La clasificación de las empresas creadas en el 2002 según el código ISIC refleja una concentración del grueso de las mismas (más de tres cuartas partes) en los sectores de transformación y aquellos orientados al consumidor. El resto de las empresas se reparte entre el sector de los servicios comerciales (el 18%) y las actividades de extracción (6,6%). Las pautas son similares tanto para las empresas nuevas (entre 12 y 42 meses) como para las empresas nacientes (con menos de 12 meses de existencia) aunque para estas últimas, la proporción de casos detectados en el sector orientado al consumidor es superior a la media del sector (52,8% contra un 37,7% del TEA). Esta diferencia se debe a un ritmo de creación de empresas muy elevado, en la fecha del 2002, en el sector de la enseñanza, de la salud y de los servicios sociales (el 25% de las empresas nacientes contra sólo el 6,2% de las nuevas).

TABLA N°11.

Actividad emprendedora por sectores y % de ventas a la exportación

Clasificación sectorial ISIC	% de empresas creadas		
	Empresas Nacientes	Empresas Nuevas	TEA
Sectores orientados al consumidor:	52,8%	36,9%	37,7%
- Venta al detalle, restauración, hostelería, servicios al consumidor,	[27,8%]	[28,7%]	
- Enseñanza, salud y servicios sociales	[25%]	[6,2%]	
De transformación: manufactura, transportes, construcción, venta al por mayor y comunicaciones.	33,3%	36,4%	37,7%
Servicios comerciales: intermediación financiera, consultoría, y actividades inmobiliarias, servicios a profesionales.	11,1%	19,0%	18,0%
Extractivo: agropecuario, caza, pesca y minero.	2,8%	7,7%	6,6%
Total	100%	100%	100%

Proporción de ventas a la exportación	Empresas Nacientes	Empresas Nuevas	TEA
Ninguna	43,4%	59,2%	50%
El 1%-25% de las ventas	43,4%	26,7%	36,1%
El 26%-50% de las ventas	5,7%	4,4%	4,2%
El 51%-100% de las ventas	7,5%	9,7%	9,7%
Total	100%	100%	100%

En cuanto al tipo de mercado afectado, la tabla indica que la mitad de los emprendedores implicados en una actividad emprendedora en el año 2002 pretenden abastecer el mercado doméstico. El resto se reparte en un tercio del TEA que dedica entre el 1 y el 25% de las ventas al extranjero, y poco más de una décima parte que destina más del 25% a la exportación. La reducida proporción de empresas nacientes y nuevas que se dedican a vender fuera de España explica probablemente el considerable énfasis por parte del gobierno en promover las exportaciones nacionales. De hecho algunos expertos se quejaron al respecto alegando que "hay un exceso de programas gubernamentales encaminados hacia la internacionalización de las empresas, lo que no sería negativo si no causara una cierta descompensación respecto a medidas de apoyo destinadas a mejorar la competitividad de las empresas orientadas al mercado doméstico".

Con el fin de ahondar en el conocimiento acerca de las características de la actividad emprendedora en España, el proyecto GEM introduce en el año 2002 nuevas variables relativas al nivel de competitividad de las empresas creadas, su nivel tecnológico, la estructura del mercado en cuestión, etc. Los resultados para España se recogen en la tabla siguiente, de la que se desprende, en primer lugar, que alrededor del 20% de los emprendedores españoles son innovadores, en el sentido de que crearon un producto o servicio nuevo, o bien lo introdujeron en un nicho de mercado en el que hasta ahora era desconocido¹⁵. Ello no impide que en más del 72% de los casos, el emprendedor esté operando en un mercado nacional maduro y espere enfrentarse a un nivel de competencia elevado. Sólo el 11% de los españoles involucrados en empresas nacientes y el 5% de los que gestionan o poseen una empresa nueva, aseguran que no hay ninguna otra empresa que ofrezca el mismo producto o servicio en el país.

¹⁵ Por ejemplo, ser el pionero en introducir en España un producto que ya existe en EEUU pero que es totalmente desconocido en nuestro país.

TABLA N°12.

Actividad emprendedora e indicadores de competitividad

Novedad del producto / servicio ^(a)	% de empresas creadas	
	Empresas Nacientes	Empresas Nuevas
Nadie lo considera nuevo o desconocido	43,6%	50,7%
Algunos clientes	36,4%	32,9%
Todos los clientes	20%	16,4%
Total	100%	100%

Nivel de competencia esperado ^(b)	Empresas Nacientes		Empresas Nuevas	
Muchos competidores	72,7%		73,7%	
Pocos competidores	16,4%		21,6%	
Ningún competidor	10,9%		4,7%	
Total	100%		100%	

Disponibilidad de la tecnología utilizada ^(c)	Empresas Nacientes		Empresas Nuevas	
Disponible hace más de un año	98,2%		86,4%	
No disponible hace más de un año	1,8%		13,6%	
Total	100%		100%	

(a) Calculado a partir de las respuestas a la pregunta "¿Cuántos de sus clientes potenciales diría usted que van a considerar su producto o servicio novedoso y poco conocido?"

(b) "En este momento, ¿hay muchos, pocos o ningún negocio que ofrece los mismos servicios y / o productos a sus clientes potenciales?"

(c) "¿Diría usted que hace más de un año era posible acceder a las tecnologías necesarias para producir o realizar el producto o servicio que ofrece el negocio?"

Otro dato interesante es la innovación tecnológica inducida por la actividad emprendedora. En el año 2002, sólo una ínfima parte de las empresas nacientes (1,8%) han requerido la introducción de una nueva tecnología inexistente en el país hace un año, lo cual parece consecuente con el reducido nivel tecnológico que en España aqueja al sector empresarial en general, y la lentitud del proceso de transferencia tecnológica que señalamos en el apartado 6.5 de este informe. Las empresas nuevas ostentan un porcentaje algo más elevado (el 13,6%), probablemente debido a que han sido creadas en el transcurso del año 2001, esto es, justo antes del estancamiento sufrido por el sector de las nuevas tecnologías de la información, el cuál había sido hasta la fecha el más innovador y vanguardista.

3.5. Número de propietarios implicados en la creación de una empresa

Si consideramos el hecho de que uno de los mayores obstáculos a la creación de empresas consiste en la

escasez de capital inicial, parece razonable suponer que existe una elevada tendencia por parte de los emprendedores españoles a asociarse para lanzar un negocio. Sin embargo, los resultados del GEM para España apuntan hacia todo lo contrario: más de la mitad de las empresas que en el 2002 estaban en proceso de creación, o que llevaban menos de 42 meses de actividad, pertenecen a un solo propietario. Los casos en que más de 2 emprendedores juntan sus esfuerzos para crear una empresa a penas rondan el 20% de las empresas nacientes y nuevas. Esta situación replica la diagnosticada durante el año 2001 para las empresas nuevas¹⁶ e indica una mayor propensión de las empresas nacientes del año 2002 a ser uni-personales. Hace falta indagar más en detalle acerca de este tema, pero todo parece indicar que existen dos motivos esenciales que empujan el emprendedor español a lanzar un negocio por sí mismo: primero la percepción de que la empresa es ante todo un logro individual y propio, y en segundo lugar el temor a las complicaciones que puede conllevar la multipropiedad y la consiguiente pérdida de control sobre las decisiones importantes del negocio.

¹⁶ Ver GEM-España 2001, p.21.

TABLA N°13.

Número de propietarios por empresa creada

	Un propietario	Dos propietarios	3-5 propietarios	6+ propietarios	Total
Empresas nacientes	56%	23%	19%	2%	100%
Empresas nuevas	54%	29%	12%	5%	100%

3.6. ¿Cuál es el potencial de crecimiento de las empresas de nueva creación?

Una de las maneras de medir el impacto de la actividad emprendedora sobre la economía consiste en calcular el

número de empleos generados por dicha actividad. Así, no basta con saber cuántas empresas nuevas han sido creadas en el transcurso del año anterior, sino también cuántos puestos de trabajo se han derivado de las mismas, y sobre todo, cuántos puestos se prevé que necesitarán dentro de los próximos cinco años.

TABLA N°14.

Previsión de la creación de empleos dentro de 5 años

Empleos creados	% de empresas nacientes		% de empresas nuevas		TEA 5 años
	Empleos actuales	Empleos dentro de 5 años	Empleos actuales	Empleos dentro de 5 años	
Ningún empleo creado	10%	6%	24%	18%	10%
1 a 5 empleos	53%	58%	49%	45%	49%
6 a 19 empleos	30%	25%	15%	15%	26%
20 empleos o más	7%	11%	12%	22%	15%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

En la tabla n°14 podemos notar que la mayoría de los emprendedores españoles que iniciaron su andadura empresarial en el año 2002, lo hicieron creando micro-empresas o pequeñas empresas: el 63% de las empresas creadas emplean entre 0 y 5 personas y el 30% emplean entre 6 y 19 personas. Estos emprendedores declararon tener unas perspectivas de crecimiento por lo general moderadas, ya que éstas se sitúan en el 58% de los casos entre uno y 5 nuevos puestos de trabajo y en el 25% de los casos entre 6 y 19 puestos. Para el año 2002, la proporción de empresas de alto crecimiento (empresas que prevén crear más de 20 empleos) se han elevado al 11%.

Las empresas nuevas (que llevan entre 12 y 42 meses de actividad) muestran una repartición parecida aunque con una proporción más elevada de empresas uni-personales (el 24% de los emprendedores no han creado ningún empleo) y de las empresas de tamaño mediano (el 12% emplean 20

personas o más). Esta distribución se repite también en proporciones equivalentes cuando hablamos de las perspectivas de crecimiento en un período de 5 años.

Ahora bien, es importante destacar que los datos de la encuesta de la población adulta para España muestran que existe una correlación positiva y significativa de 0,898 entre el número de puestos actuales en una empresa naciente y las perspectivas de crecimiento de las mismas. En el caso de las empresas nuevas, esta correlación es también significativa y asciende a 0,649. Desde el punto de vista de las políticas públicas estos resultados son importantes ya que indican que a mayor tamaño inicial de las empresas que crean los emprendedores españoles, mayores son las perspectivas de creación de empleos. No obstante, las empresas que pertenecen a la categoría de "Life-style firms"¹⁷ no dejan de tener un papel importante ya que si bien crean pocos empleos nuevos, no hay que olvidar que

éstas representan la mayoría abrumadora del tejido empresarial español. A ello hay que añadir que, como hemos visto en el capítulo anterior, las perspectivas de crecimiento de una empresa recién creada también varían en función del motivo de creación de la misma.

3.7. ¿Qué tipo de persona invierte en la creación de una empresa ajena?

El inversor privado español invirtió en el 2002 un importe medio de 27.699 Euros por persona y empresa (la moda, de 30.339, indica que la tendencia general está un poco por encima de los 30.000 Euros). Aunque en términos generales, hombres y mujeres han invertido sumas similares, lo han hecho en sectores distintos: en el de los

servicios orientados al consumidor en el caso de 54% de los inversores varones y más bien en los sectores de transformación en el caso del 44% de las mujeres. En cuanto al emprendedor receptor de dicha inversión, éste ha sido en el 42% de los casos un familiar cercano del inversor (sobre todo si el inversor era mujer) o bien un amigo o vecino (si el inversor era varón). Estos resultados son consistentes con los del año pasado¹⁸ y reflejan una pauta de comportamiento estable.

Asimismo, los datos confirman que las mujeres tienden generalmente a invertir en una empresa con el ánimo de ayudar a un familiar y no tanto para aprovechar una oportunidad, como lo demuestra su nula participación en negocios de desconocidos con buenas ideas. Para ambos sexos, los casos en los que un inversor ayuda a un compañero de trabajo a montar su empresa han sido más bien escasos (el 5,3% de los inversores).

TABLA N°15.

Relación entre inversor privado, emprendedor y tipo de empresa

Relación con el emprendedor receptor de la inversión	% de inversores privados		
	Hombre	Mujer	Total
Familia directa (esposa, hijos, hermanos, nietos...)	26,7%	59,3%	42,1%
Amigo o vecino	36,7%	11,1%	24,6%
Otro familiar (primos, sobrinos, parientes)	20,0%	11,1%	15,8%
Sin respuesta	6,7%	14,8%	10,5%
Compañero de trabajo	6,7%	3,7%	5,3%
Desconocido con buena idea	3,3%	--	1,8%
Total	100%	100%	100%

Tipo de empresa en la que invirtió el "Business Angel"	% de inversores privados		
	Hombre	Mujer	Total
Servicios orientados al consumidor	53,8%	37,0%	45,3%
De transformación	19,2%	44,4%	32,1%
Servicios comerciales	19,2%	7,4%	13,2%
Extractivo	7,7%	11,1%	9,4%
Total	100%	100%	100%

¹⁷ Este término anglosajón, que se podría traducir por "Empresas de Estilo de Vida" sirve para indicar aquellas pequeñas firmas en las que el emprendedor se siente satisfecho con su nivel de ingresos y no piensa aprovechar las oportunidades de expansión porque implicarían aumentar riesgos y esfuerzos.

¹⁸ Ver GEM-España 2001, p.19.

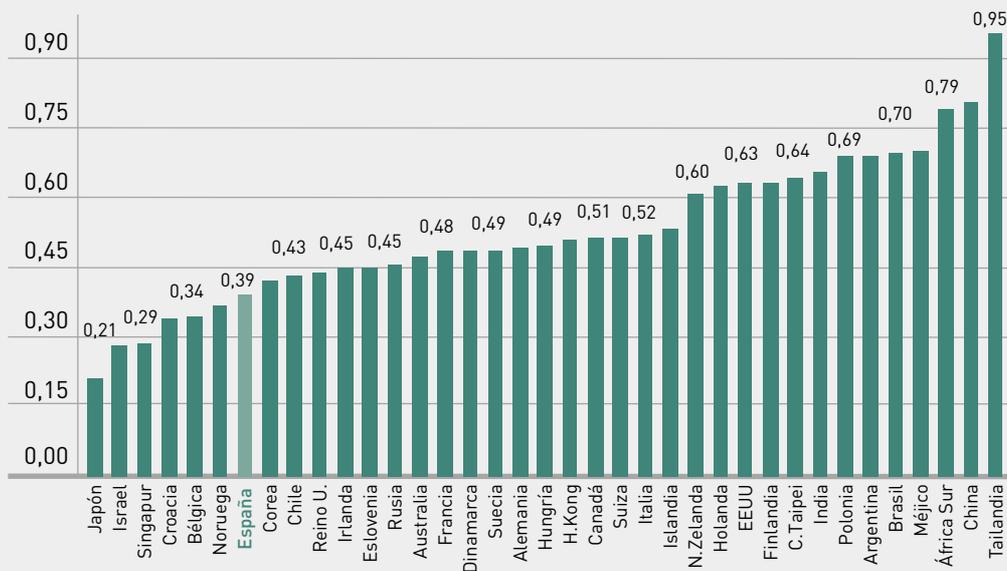
4. LA MUJER EMPRENDEDORA

No cabe duda de que el análisis en términos de género sigue teniendo una gran relevancia y así lo confirma el estudio GEM para el 2001, que indica la existencia de una fuerte correlación positiva entre el índice de participación femenina en la actividad emprendedora y el TEA¹⁹. Esto significa que un país con una elevada tasa de mujeres emprendedoras tiende en general a tener un alto nivel de creación de empresas. Más aún, un reciente estudio realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) sobre la actividad empresarial de la mujer en América Latina afirma que el fomento de la actividad emprendedora de la mujer podría resultar una estrategia de desarrollo sumamente fructífera. En efecto, su análisis indica que “la mujer podría hacer contribuciones económicas más

significativas conforme pasa del sector laboral a las filas de las propietarias de empresa”²⁰.

En España, aunque cada vez son más las mujeres que deciden emprender un negocio por sí mismas, gran parte del potencial femenino sigue estando desaprovechado en cuanto a actividad emprendedora se refiere. Así, para el año 2002 sólo el 28% de los emprendedores identificados por el GEM eran mujeres, lo que representa el 2,58% del total de la población adulta femenina (aproximadamente 321284 emprendedoras)²¹. En términos relativos, el papel de la mujer en la actividad emprendedora en España se revela en esta edición sustancialmente inferior al lugar que ocupa en otros países del GEM. En efecto, la figura nº15, que recoge el ratio mujer / hombre para el TEA 2002, sitúa a España en la posición 31 de los 37 países del GEM, con un escaso ratio de 0,39 mujer por cada emprendedor varón.

FIGURA Nº15. Ratio mujer/hombre para la actividad emprendedora total



Las variaciones entre países respecto a la participación femenina en la actividad emprendedora se atribuyen a diversos factores que van desde el nivel de desarrollo económico hasta las diferencias en el entorno cultural e institucional del país. Resulta por tanto difícil hacer inferencias respecto a las desigualdades que existen entre

los países de la muestra GEM y justificar la posición actual desfavorable de España.

Dicho esto, es importante recalcar que en España la participación femenina en la actividad emprendedora ha sufrido en el 2002 una caída drástica respecto a los años

¹⁹ De Castro, J., Pistruí, J., Coduras, A., Cohen, B., y Justo, R. (2001): Proyecto GEM, *Informe Ejecutivo España-2001*, Instituto de Empresa, p.13.

²⁰ Weeks, Julie y Séller Danielle (2001): *Actividad empresarial de la mujer en América Latina*, Serie de informes técnicos del Departamento de Desarrollo Sostenible, Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, D.C.

²¹ El 72% restante de emprendedores españoles representan un 6,59% de la población adulta masculina, es decir un total de 823687 hombres)

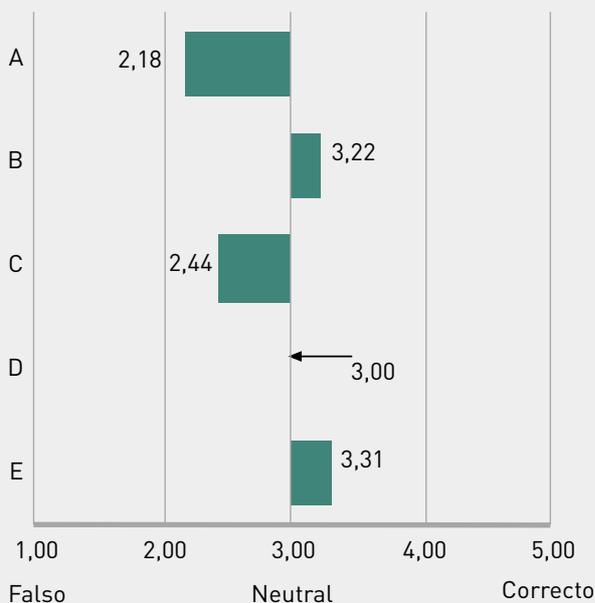
2001 y 2000 en los que las cifras eran respectivamente de 0,71 y 0,86 mujer por cada varón, mientras que los datos de la mayoría de los otros países se mantuvieron a un nivel estable. Esta disminución se puede achacar al descenso generalizado del ritmo de creación de empresas (recordamos que el TEA para España ha acusado un cambio a la baja del 27%²²), si bien, en el caso español, esta situación parece haber afectado muy especialmente al colectivo femenino. Así, entre el año 2001 y el 2002 el TEA de las mujeres se redujo en un 55%²³ mientras que el descenso correspondiente para los hombres fue de un 36%. Otra posible causa de esta elevada variación anual del ratio mujer / hombre podría ser una sobrevaloración del papel de la mujer en las ediciones anteriores del GEM debido a un reparto algo desproporcionado de la muestra en algunas regiones de España. Por ende, la valoración de la situación de la mujer emprendedora en España sigue necesitando de una perspectiva a largo plazo para poder invalidar o confirmar las suposiciones hechas en este apartado.

A este punto cabe preguntarse ¿cuáles son los obstáculos que frenan la plena incorporación de la mujer al ámbito emprendedor? De entrada, la primera razón que surge al

hablar de género es la percepción generalizada de que la iniciativa de lanzar un negocio requiere de facultades eminentemente “masculinas”, y que la mentalidad supuestamente más intuitiva de la mujer representa un impedimento a la hora de liderar la gestión de una empresa. Este tópico no parece coincidir con la percepción que las mujeres tienen de sí mismas: a la pregunta de si tienen los conocimientos y habilidades necesarias para fundar una empresa, el 48% de las encuestadas en la población adulta española ofreció una respuesta positiva²⁴.

Nuestros expertos también nos propician información interesante respecto a la mujer emprendedora (Figura nº16). Éstos consideran mas bien cierto que las mujeres disponen de la capacidad y la motivación necesaria para crear una empresa y que aunque la sociedad todavía no las alienta a ser autoempleadas, se empieza a aceptar esta opción laboral como una carrera adecuada para las mismas. No obstante, el contexto al que un mujer se enfrenta para llevar a cabo sus iniciativas es visto como desfavorable. Sobre todo se echa en falta servicios sociales suficientes para que las mujeres puedan seguir trabajando después de haber fundado una familia (horarios inadecuados de las escuelas infantiles, insuficiente número de guarderías...).

FIGURA Nº16. Evaluación del apoyo a la mujer emprendedora



En mi país...

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

²² Cf. apartado 1.1., página 13 de este documento.

²³ En el caso de las mujeres, se pasó de un TEA del 5,76% en el 2001 a uno del 2,58% en el 2002 y en el de los hombres las cifras fueron respectivamente 10,36% y 6,59%.

²⁴ Ésta proporción de respuestas positivas es además muy similar a la de los hombres que fue del 51%

Resulta sorprendente observar que pese a los obstáculos detectados por los expertos, pocas son las mujeres que consideran que es difícil ser emprendedora en España (el 35,9% de las encuestadas), y el 56% de las españolas que han participado en la encuesta a la población adulta tenían una opinión neutral al respecto (no es ni fácil ni difícil). En cuanto a los obstáculos a los que tienen que enfrentarse las emprendedoras, más del 71% de las encuestadas se decantó por el tema financiero, seguidas por problemas de burocracia (4,2%) y familiares (3,9%), y siendo el machismo un problema citado en un escaso 1,5% de los casos²⁵. En consecuencia, todo parece indicar que si bien existe una desproporción irrefutable entre mujeres emprendedoras y hombres emprendedores en España, esta desigualdad se debe menos a aquellos obstáculos culturales que tradicionalmente iban claramente dirigidos hacia las mujeres y más a la falta de estructuras institucionales de apoyo que las alienten a lanzarse en una carrera emprendedora. Sobre todo, hay que insistir en la escasa

penetración de las mujeres en los círculos de poder económico y financiero, lo que merma su acceso a las ayudas financieras a la hora de crear una empresa. Ahondando en este tema, y en línea con los resultados de nuestra encuesta, podemos citar a la presidenta para España del Banco Mundial de la Mujer, que afirma que en España los bancos conceden sólo un 6% de sus préstamos a mujeres²⁶.

Afortunadamente, en España son cada vez más las asociaciones y organismos que intentan facilitar a la mujer la creación de nuevos negocios. Sus labores van desde la asesoría y la formación hasta la concesión de créditos blandos. Entre los más relevantes podemos citar Omega (Organización de Mujeres Empresarias y Gerencia Activa), Aseme (Asociación Española de Mujeres Empresarias de Madrid) Fidem (Fundación Internacional de la Mujer Emprendedora), El Instituto de la Mujer, y el Fedepe (Federación Española de Mujeres Directivas, Ejecutivas, Profesionales y Empresarias)²⁷.

TABLA N°16.

Los obstáculos para la mujer emprendedora

¿Hasta qué punto piensa que es difícil para una mujer crear su propia empresa?	Porcentaje de respuestas
Muy difícil	3,8%
Difícil	32,1%
Ni mucho ni poco	55,6%
Bastante fácil	3,8%
Muy fácil	4,7%
Total	100%

Como mujer, ¿cuál sería el principal obstáculo con que tendría que enfrentarse si decide crear su propia empresa?	Porcentaje de respuestas
Financiero	71,1%
Otros (La competencia, la falta de experiencia, la edad,,,))	19,3%
Papeleo	4,2%
La familia	3,9%
Ser mujer/ machismo	1,5%
Total	100%

²⁵ También resulta interesante destacar que las respuestas de las españolas encuestadas varían muy poco según estén o no involucradas en una actividad emprendedora.

²⁶ Expansión, 14/01/2003, p.12.

²⁷ Para más información acerca de estos organismos consultar el artículo "La mujer reta al empresario tradicional" parecido en Expansión, el 14 de Enero de 2003.

5. LA EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES Y LA MOTIVACIÓN PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

En este apartado se analizan los principales factores que afectan a la capacidad para la creación y desarrollo de una nueva empresa o negocio exitoso. Las herramientas de recogida de información del GEM indagan en aspectos como la percepción de oportunidades, la motivación que pueden tener los potenciales emprendedores para traducir su idea en un negocio y el desarrollo actual de las habilidades directivas y empresariales necesarias para llevar a cabo tales iniciativas.

5.1. Percepción de oportunidades para la creación de empresas

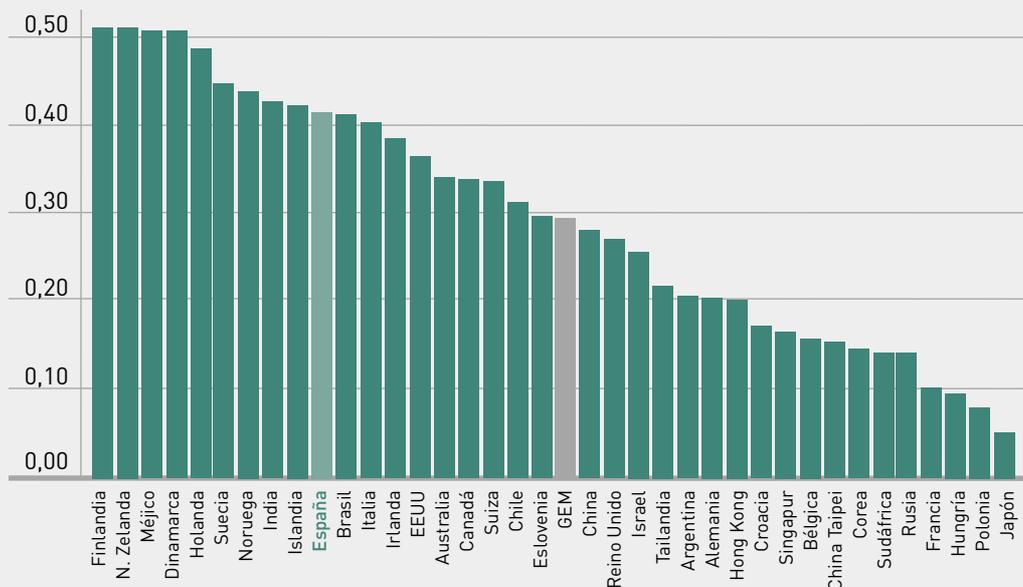
La información relativa a la percepción de oportunidades procede de dos fuentes: la encuesta a la población adulta y las entrevistas a expertos. Por tanto, un primer punto a tener en cuenta es la coincidencia o no de las respuestas de estos dos

colectivos acerca de la percepción de oportunidades para poner en marcha un negocio en los próximos 6 meses en un país.

En el caso de España, los resultados indican que los expertos son mucho más optimistas que la población adulta en cuanto a la percepción de oportunidades para crear nuevos negocios en los próximos seis meses (a partir de junio de 2002, aproximadamente). Así, el 88% de ellos opinaron que, efectivamente, existían buenas oportunidades para ese período, mientras que en la población, el porcentaje asciende a un 42%. Esta diferencia, ya detectada en ediciones anteriores, puede deberse al mayor nivel de información acerca de la actividad económica, general y particular de que disponen los expertos frente a la de la población, de forma que es un factor a tener en cuenta en las medidas a tomar para crear motivación entre los emprendedores potenciales.

En la Figura nº 17, se puede ver que la población adulta española figura entre las de los 10 países más optimistas en cuanto a la percepción de oportunidades, quedando por encima de la media GEM que está en torno al 30%. La clasificación la encabeza Finlandia junto a Nueva Zelanda, Méjico y Dinamarca, países en que algo más del 50% de la población percibe buenas oportunidades.

FIGURA Nº17. Porcentaje de la población que percibe buenas oportunidades para los próximos 6 meses en su país[5/02]



En cuanto a la comparación de esta cifra con la del año anterior, se observa un descenso del 6%, ya que en el 2001, el 48% de la población española opinó que existían buenas oportunidades. Por tanto, ese resultado junto al de los expertos, que también sufre una disminución (el año 2001, el 91,18% dijo que existían buenas oportunidades frente al 88% actual), indica que se percibe el clima de recesión al que apuntan todos los datos analizados.

En definitiva, desde el punto de vista de motivación de los emprendedores potenciales, a pesar de existir una cierta recesión, España se encuentra en un buen momento para la búsqueda de oportunidades de negocio, tanto en opinión de los expertos entrevistados, como en función de la percepción de la población. Para que este factor redunde en una motivación efectiva, es necesario que los canales de información proporcionen visibilidad a esas oportunidades, un problema crónico y de difícil solución ya que, no basta con animar a los emprendedores con programas de ayuda, sino que es preciso indicarles en qué sectores de actividad se pueden introducir para tener éxito. Sin embargo, una campaña de ese tipo es muy costosa y arriesgada porque no se puede desligar de la existencia e influencia de otras muchas variables que impiden el aprovechamiento de oportunidades y que están relacionadas con el entorno global que rodea el fenómeno emprendedor: formación, situación económica, infraestructura, apertura del mercado y un largo etcétera que condiciona todo lo anterior. Por consiguiente, a pesar de que se difunden los resultados de estudios que detectan sectores emergentes y aprovechables por iniciativas emprendedoras, el resultado efectivo de creación de negocios en ellos es un proceso largo y costoso

relacionado con el desarrollo de los países y en el que, inevitablemente, se tienen que perder muchas oportunidades.

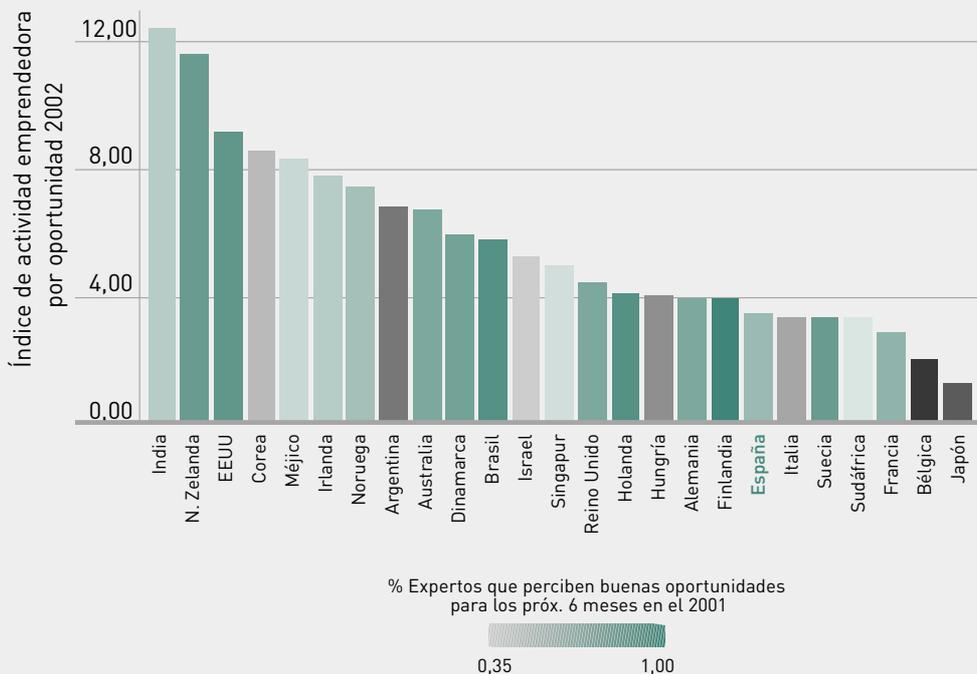
Para sustentar las anteriores afirmaciones, en la tabla nº 17 se ofrece la correlación entre el índice de actividad emprendedora por oportunidad del 2002 y los porcentajes de población y expertos de cada país GEM que opinaron que existen buenas oportunidades en los próximos 6 meses en el 2001. Ambos resultados, ponen de manifiesto que no existe relación lineal entre la opinión de la población y de los expertos de los países y el resultado en creación de empresas por oportunidad o, visto de otra forma, que no hay concordancia entre la información de que disponen la población y estos especialistas y el resultado emprendedor debido a aprovechamiento de oportunidades. Existen países con un nivel emprendedor por oportunidad bajo en que los expertos están opinando que la zona ofrece muchas posibilidades (Francia, España y otros), existen países con un nivel emprendedor por oportunidad elevado, donde los expertos están opinando que la zona no ofrece excesivas posibilidades (Corea) y, existen países donde la información concuerda: expertos opinando que hay oportunidades y alto nivel de creación empresarial por oportunidad (EEUU, Nueva Zelanda) y expertos opinando que hay pocas oportunidades y con bajo nivel de creación empresarial por oportunidad (Japón). Por ese motivo, la realidad no se ajusta a las percepciones de los entrevistados, incluso aunque sean expertos, ya que su información "privilegiada" no siempre puede reflejar lo que está sucediendo en realidad, sino lo que idealmente podría suceder si no se tuviesen en cuenta todos los factores de entorno que inciden en la iniciativa empresarial por oportunidad.

TABLA N°17.

Correlaciones entre TEA de oportunidad y percepción de oportunidades

Índice de actividad emprendedora por oportunidad 2002	% Población percibe oportunidades 6 próx. meses 2001	% Expertos que perciben buenas oportunidades para los próx. 6 meses en el 2001
Correlación de Pearson	,313	,052
Sig. (bilateral)	,105	,803
N	28	25

FIGURA N°18. Distribución de países por Tea de oportunidad y percepción de oportunidades



Desde el punto de vista de medidas que favorezcan la percepción de oportunidades y, por tanto la motivación de los emprendedores, sería interesante profundizar en el análisis de estos desajustes en países en que la opinión de los expertos no concuerda con el nivel de creación empresarial por oportunidad. Es posible que dicha investigación proporcionase datos acerca de las pérdidas de información que redundan en un menor aprovechamiento de actividades emergentes o nichos de negocio y, por supuesto de las variables que más inciden en que se produzca ese menor aprovechamiento de iniciativas por oportunidad.

5.2 Otras opiniones complementarias acerca de la existencia de oportunidades

Los expertos españoles han proporcionado su opinión acerca de otros temas que el cuestionario del estudio GEM propone y que también se refieren al tema de la existencia de oportunidades. Sus opiniones ponen de manifiesto que, aunque ellos perciben la existencia de muchas oportunidades de creación de empresas en España, y que éstas han aumentando en los últimos 5 años, también creen que la gente, en general, no es capaz de percibir las y que no es fácil acceder a la información sobre oportunidades de negocio, lo que les lleva a opinar que en nuestro país es

bastante cierto que hay más oportunidades que personas capaces de aprovecharlas. Tampoco piensan que en el país existen muchas oportunidades de crear negocios de rápido crecimiento y desarrollo. Por tanto, en concordancia con el apartado anterior, es lógico que el 42% de la población perciba la existencia de oportunidades frente al 88% de los expertos y también es coherente que el índice de creación de empresas por oportunidad sea bajo.

Finalmente, la posición de España en el ranking de países GEM en cuanto a la percepción de oportunidades para el 2002, desde el punto de vista de los expertos queda por debajo de la media y es comparable a la de Alemania, quedando, en cambio, por debajo de la de otros vecinos inmediatos de la UE. La clasificación está encabezada por EEUU, Canadá y Nueva Zelanda y el país más desfavorecido para esta edición es Argentina, si bien, su actual situación debe propiciar un incremento de creación empresarial tanto por necesidad como por oportunidad en algunos sectores que, posiblemente se comience a reflejar en los datos del 2003. En la comparación de estos datos con los del año anterior se aprecia una ligera caída de este índice para EEUU (que también encabezaba la clasificación) y también para el resto de países, si bien, al mismo tiempo se puede ver una estabilidad en las cifras que descarta grandes movimientos o irregularidades. Por tanto, en definitiva, los expertos han captado la recesión acusada por los demás indicadores, pero mantienen las expectativas de creación de negocio sólo un poco por debajo de lo que lo hicieron el año pasado.

FIGURA N°19. Evaluación de la percepción de las oportunidades de negocio

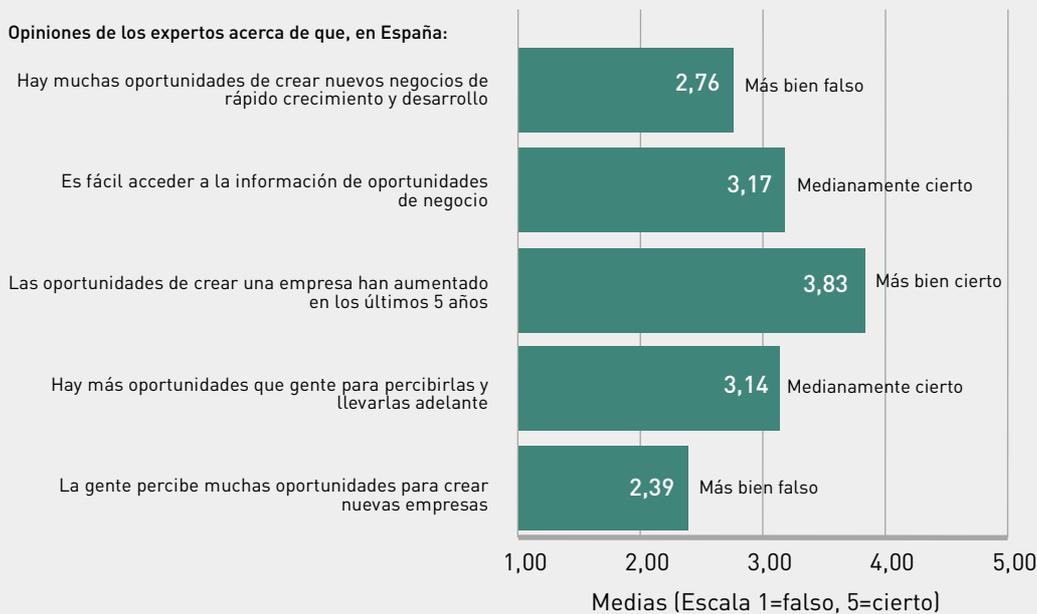
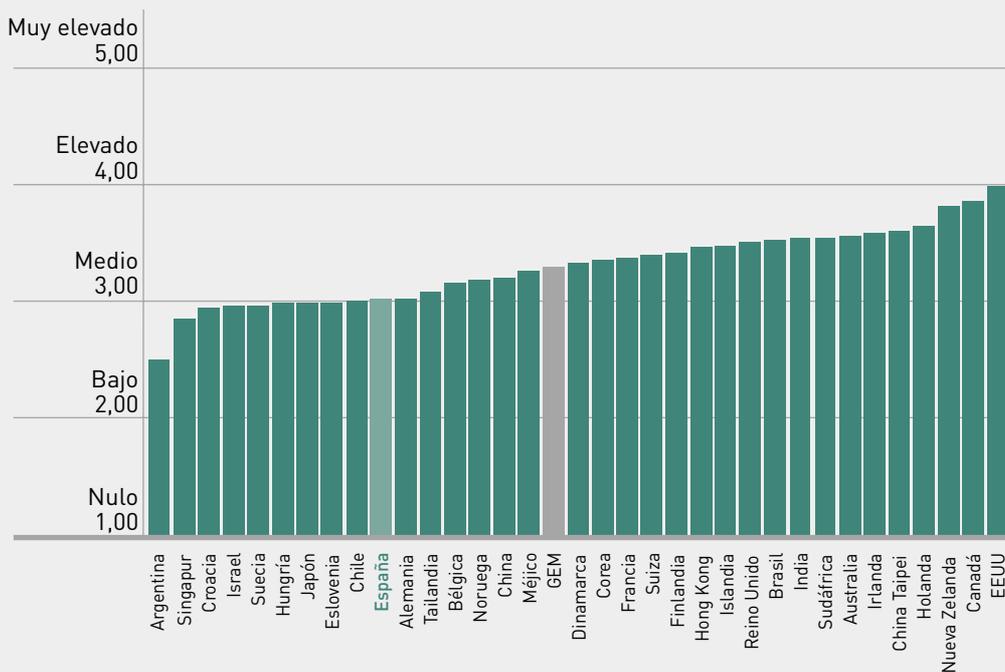


FIGURA N°20. Índice de acceso a oportunidades para creación de nuevas empresas por países

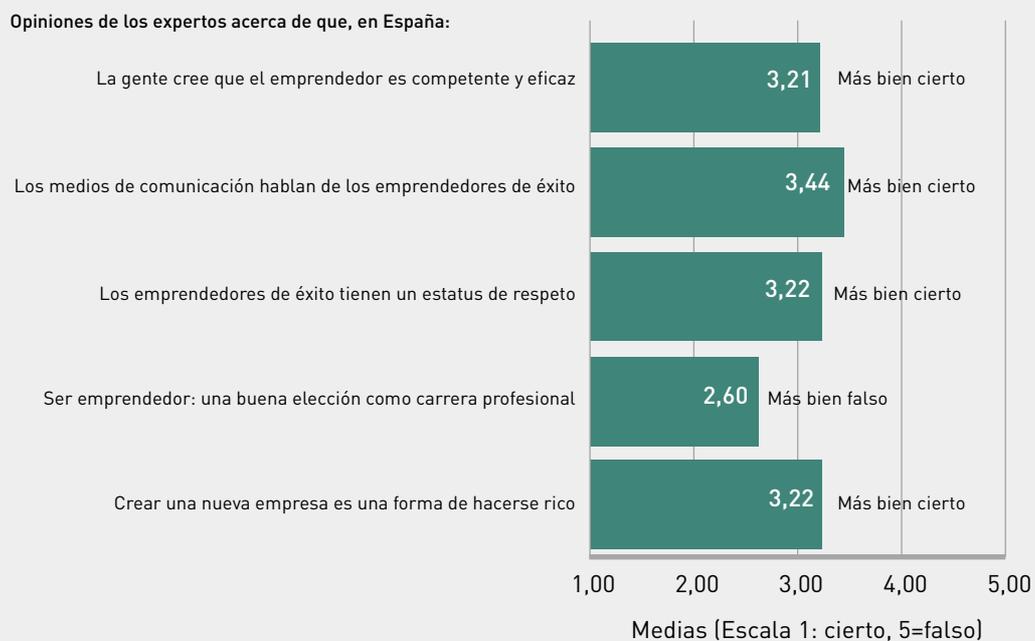


5.3. Motivación para aprovechar las oportunidades existentes y convertir las ideas en nuevas empresas

Trabajando también con información procedente de entrevistas a expertos se obtiene que, en España no ha variado la consideración hacia el emprendedor. Así, los expertos piensan, igual que en ediciones anteriores, que la

gente aprecia, en alguna medida, que los emprendedores son personas decididas, competentes y eficaces, personas que, si tienen éxito, son respetadas y admiradas y acerca de las cuales, los medios de comunicación difunden historias y noticias. También creen que es más bien cierto que la gente piensa que crear una nueva empresa es una forma de enriquecerse. Sin embargo, al igual que en pasadas ediciones, la de emprendedor no se percibe como una buena elección de carrera profesional, lo cual nos relega en el índice general de motivación por debajo de otros países en que la formación y el sistema educacional ya han logrado mejores resultados en ese apartado.

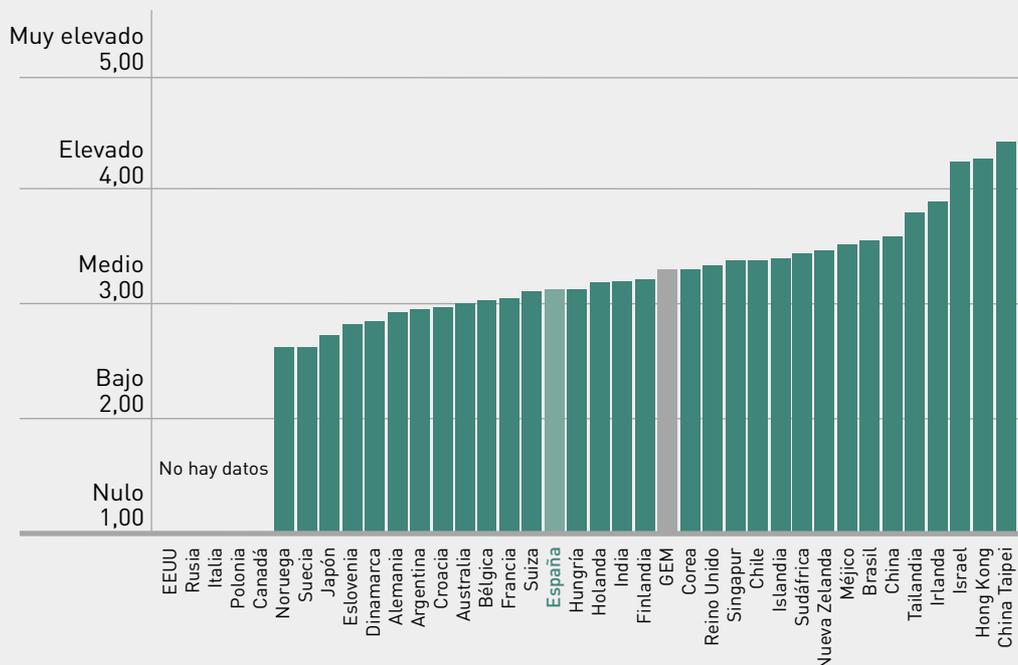
FIGURA Nº21. Evaluación de las habilidades para crear empresas



En la clasificación de los países GEM para los cuales se ha recopilado información sobre este tema, España ocupa una posición por debajo de la media equiparándose a Suiza y Hungría y superando a Francia y Bélgica dentro de la UE. Como se puede apreciar, son varios los países orientales que

encabezan la clasificación, por lo que se pone de manifiesto que su cultura aprecia notablemente la figura del emprendedor. No obstante, la falta de datos para naciones como EEUU, Rusia y Canadá seguro que distorsiona en algún grado esta ordenación.

FIGURA N°22. Índice de la motivación para crear nuevas empresas por países



En definitiva, poco se puede añadir a lo expuesto en el informe del 2001: la motivación es un tema algo estancado en nuestro país de forma que las medidas que se toman para su impulso (programas de ayuda al emprendedor, introducción de las asignaturas sobre creación de empresas en formación, jornadas y congresos sobre emprendedores, investigación, creación de asociaciones y otras muchas), todavía no proporcionan un impacto tangible en la sociedad. De todos los factores, el que mayor resistencia ofrece es la de asimilación de que la creación de un nuevo negocio puede considerarse una buena elección como carrera profesional, por lo que, de nuevo se llama la atención sobre el mismo y sobre la necesidad de reflexión acerca de las medidas que se pueden tomar para cambiar ese parámetro.

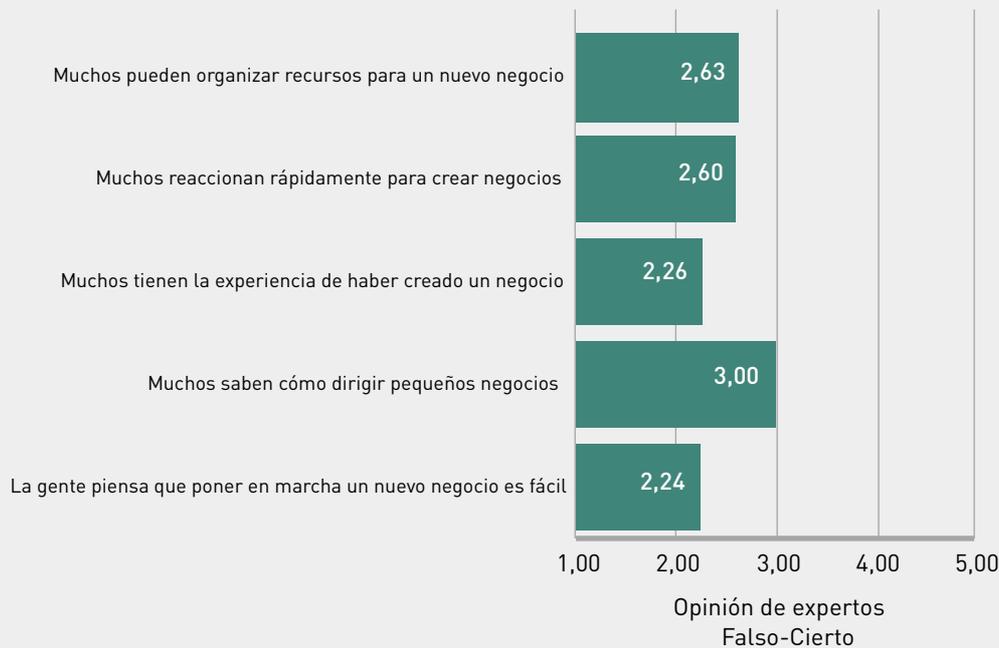
5.4. Habilidades para la creación de empresas

Al opinar acerca de la posesión de habilidades para la creación de empresas en la población española, los expertos

siguen proporcionando respuestas moderadas que reflejan el discreto impulso a la actividad emprendedora de nuestro país en comparación con otros. En este sentido, y siempre en opinión de dichos expertos, la situación se percibe como muy parecida a lo largo de las tres ediciones del GEM y pone de manifiesto que, en general, en España, no somos muy hábiles para poner en marcha nuevas iniciativas, ya sea debido a los condicionantes formativos, a los de entorno u otros.

Concretamente, de las valoraciones realizadas por este colectivo para el 2002, se desprende que, en general, se piensa que poner en marcha un nuevo negocio en España es algo difícil, que pocos saben organizar los recursos necesarios para ello, que hay poca capacidad de reacción ante nuevas oportunidades y que también pocas personas tienen la experiencia de haber desarrollado una nueva idea empresarial. Sin embargo, el aspecto más optimista es el relativo a la posesión de conocimientos para dirigir pequeños negocios que, los expertos, califican de media en nuestro país.

FIGURA N°23. Evaluación de la habilidad de la población para emprender en España



Desde la perspectiva internacional, España no se diferencia mucho del resto de países y ocupa una posición cercana a la media GEM en cuanto a la habilidad emprendedora de la población, quedando por encima de ella de forma más notable en el tema de la posesión de conocimientos para dirigir pequeños negocios. La situación del resto de países GEM muestra que no hay ningún país que proporcione resultados espectaculares acerca de la habilidad emprendedora de la población.

En la clasificación de los países para los cuales se dispone de datos, los que tienen poblaciones que piensan que emprender es relativamente fácil son: Finlandia, Islandia, Corea, EEUU y China Taipei. Los países en que se cree que hay bastantes personas con conocimientos para dirigir pequeños negocios son: Hong Kong, Finlandia, China Taipei, Holanda, EEUU y España. Los países en que se piensa que la población ha acumulado más experiencia emprendedora son China Taipei, Canadá, EEUU, Hong Kong, Islandia y Nueva Zelanda.

Aquellos en que se percibe a la población como más capaz de reaccionar ante nuevas oportunidades son Hong Kong, EEUU, Islandia, China Taipei, Canadá y Argentina y, finalmente, los países en que parte de la población es más capaz de organizar recursos para la puesta en marcha de negocios son EEUU, Hong Kong, Canadá, Islandia y Argentina.

Por tanto, Hong Kong, EEUU, Islandia, China Taipei y Canadá destacan en el entorno GEM como los países con mayores habilidades en la población para afrontar nuevas empresas, si bien, esa habilidad está sólo un poco por encima de la media lo que significa que la situación global es aún muy mejorable en todos los países.

Finalmente, el porcentaje de expertos que han opinado sobre este tema, que tiene los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para crear nuevos negocios es del 100%, cifra que garantiza la calidad de las respuestas y la información obtenida mediante las mismas.

TABLA N°18.

Comparación entre países de las habilidades para la creación de empresas

	País	La gente piensa que poner en marcha un nuevo negocio es fácil	Muchos saben cómo dirigir pequeños negocios	Muchos tienen la experiencia de haber creado un negocio	Muchos reaccionan rápidamente para crear negocios	Muchos pueden organizar recursos para un nuevo negocio
1	Finlandia	3,71	3,31	2,44	2,82	2,96
2	Islandia	3,39	2,83	3,23	3,50	3,12
3	Corea	3,39	2,69	2,58	2,81	2,69
4	EEUU	3,08	3,04	3,35	3,65	3,54
5	China Taipei	3,06	3,19	3,36	3,36	2,89
6	Hong Kong	3,03	3,33	3,33	3,90	3,47
7	Canadá	2,93	2,93	3,36	3,57	3,21
8	Croacia	2,89	2,11	2,31	2,50	2,47
9	Brasil	2,82	1,93	2,09	2,49	1,95
10	N. Zelanda	2,73	2,94	3,03	3,30	2,97
11	Méjico	2,71	2,66	2,60	2,80	2,57
12	Sudáfrica	2,71	1,80	1,81	2,21	2,09
13	Noruega	2,57	2,43	2,33	2,56	2,45
14	China	2,51	2,00	2,00	2,44	2,53
15	GEM	2,50	2,48	2,38	2,68	2,55
16	Holanda	2,46	3,04	2,33	2,46	2,60
17	Alemania	2,44	1,88	1,90	1,96	2,18
18	Tailandia	2,43	2,41	2,24	2,84	2,28
19	Australia	2,34	2,35	2,54	2,52	2,44
20	Irlanda	2,32	2,75	2,47	2,79	2,81
21	India	2,29	2,71	2,50	2,76	2,47
22	Eslovenia	2,29	2,27	2,57	2,62	2,56
23	España	2,24	3,00	2,26	2,60	2,63
24	Israel	2,20	2,29	2,50	2,94	2,50
25	Suiza	2,19	2,00	1,64	1,89	2,11
26	Suecia	2,18	1,92	1,78	2,02	2,22
27	Bélgica	2,17	2,92	2,08	2,54	2,31
28	Dinamarca	2,13	1,91	1,77	2,03	2,44
29	Chile	2,11	2,71	2,35	2,82	2,71
30	Hungría	2,08	2,33	2,33	2,53	2,06
31	Japón	2,08	1,92	1,24	1,65	1,73
32	Reino Unido	1,97	1,82	1,95	2,29	2,38
33	Argentina	1,92	2,87	2,76	3,08	3,06
34	Francia	1,86	1,64	2,00	2,64	1,79
35	Singapur	1,85	2,45	1,88	2,37	2,62
36	Rusia	,	,	,	,	,
37	Italia	,	,	,	,	,
38	Polonia	,	,	,	,	,
Total	N 38	35	35	35	35	35

6. LAS CONDICIONES ESPECÍFICAS DE ENTORNO

6.1. Introducción

El nivel de la actividad emprendedora en un país depende de varios factores. En las secciones anteriores, nos hemos centrado en las características individuales que influyen en la decisión de crear una empresa, así como en el entorno directo del emprendedor. En este capítulo, tomaremos una perspectiva más amplia para analizar las condiciones del entorno español, que también determinan el nivel de actividad emprendedora pero sobre las que el emprendedor no tiene ningún control. El proyecto GEM identifica nueve condiciones específicas de entorno²⁸, que se exponen a continuación (Ver Anexo 1):

- El apoyo financiero,
- Las políticas gubernamentales,
- Los programas gubernamentales,

- La educación y formación,
- La transferencia tecnológica e I+D,
- La infraestructura comercial y profesional,
- La apertura del mercado interno,
- El acceso a la infraestructura física,
- Las normas sociales y culturales.

Para evaluar la situación del país respecto a estas condiciones del entorno, la metodología del GEM consiste en realizar entrevistas personalizadas a 36 expertos nacionales en estas dimensiones (4 expertos por dimensión). Durante la entrevista, se pide al experto que identifique cuáles son las tres principales fortalezas y los tres principales obstáculos del entorno emprendedor. Las respuestas, que se recogen en la Tabla nº19, muestran que los tres factores citados como principales obstáculos a la actividad emprendedora en España coinciden con los que han sido identificados por la mayoría de expertos de otros países GEM, a saber, la falta de apoyo financiero, unas normas sociales y culturales contrarias al espíritu emprendedor y la inadecuación o insuficiencia de las políticas gubernamentales.

TABLA Nº19.

Clasificación de las condiciones de entorno en principales fortalezas/ obstáculos (% de expertos que han elegido esta condición)

Condiciones específicas de entorno	Elegidas entre los 3 principales obstáculos		Elegidas entre las 3 principales fortalezas	
	España	Media GEM	España	Media GEM
El apoyo financiero	25	18	6	7
Las normas sociales y culturales	24	19	17	25
Las políticas gubernamentales	20	20	13	13
La educación y formación	15	16	9	13
Los programas gubernamentales	7	5	10	8
La apertura del mercado interno	2	6	19	9
La transferencia tecnológica e I+D	2	3	1	3
El acceso a la infraestructura física	2	3	6	7
La infraestructura comercial y profesional	0	4	0	6
Otras	3	6	19	11
Total	100%	100%	100%	100%

²⁸ Ocho de estas condiciones de entorno replican las utilizadas por el World Competitiveness Yearbook para determinar el nivel de competitividad de un país.

El patrón de España respecto a los aspectos favorables a la actividad emprendedora es también parecido al de la media de los países GEM aunque con algunas particularidades. Así, las tres principales fortalezas que han sido citadas con más frecuencia por los expertos españoles son: la apertura y flexibilidad del mercado interno, algunos cambios positivos en la mentalidad y en las normas sociales y algunas mejoras en las políticas del gobierno. En el resto de los países GEM, se tiende a citar más a menudo las normas sociales y culturales, seguidas por las políticas gubernamentales y la educación y formación.

En un principio, puede resultar paradójico que algunas dimensiones del entorno hayan sido consideradas a la vez como fortaleza y obstáculo del empuje emprendedor. En el caso de España, esto sucede para la variable relativa a las normas sociales y culturales e indica, en realidad, que algunos aspectos de la mentalidad española constituyen un

freno a la actividad emprendedora, si bien los cambios socio-culturales actualmente en marcha favorecen cada vez más la creación de empresa.

La metodología del GEM también permite subsanar este tipo de interrogante gracias a una batería de preguntas cerradas hecha a los expertos. Estas preguntas (cinco o seis preguntas por condición) recogen la opinión de los expertos sobre las condición específica del entorno español y nos permite entender más en detalle qué encubren cada una de éstas. En este apartado, nos centraremos en analizar en profundidad aquellos aspectos más trascendentales para la actividad emprendedora en España. Pero, antes de proceder a un análisis detallado de dichos factores, hemos seleccionado en la siguiente tabla, y a partir de las respuestas de los expertos, las principales verdades y mentiras que perciben acerca de la actividad emprendedora en España.

TABLA N°20.

Principales verdades y mentiras sobre la actividad emprendedora en España*

Verdades		Mentiras	
Las empresas de nueva creación o en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad).	4,14	La educación primaria y secundaria proveen adecuada atención al espíritu emprendedor.	1,83
Una empresa nueva o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos en un mes.	3,88	La educación primaria y secundaria estimulan la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	1,83
Han aparecido muchas oportunidades para crear empresas en los últimos cinco años.	3,83	Las salidas a bolsa son una importante fuente de financiación para la creación y desarrollo de una nueva empresa.	1,89
No es excesivamente caro para una empresa de reciente creación acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.).	3,64	La mayoría de las empresas de nueva creación pueden realizar los trámites administrativos y legales para comenzar a operar en una semana.	1,97
Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para la creación de nuevas empresas y soportar el crecimiento.	3,53	Escuelas y universidades poseen suficientes programas sobre creación de empresas	2,06

* Los expertos evalúan si la afirmación es correcta o no mediante una escala que va desde el 1= completamente falso al 5 =completamente cierto. La tabla muestra las afirmaciones que han recibido las mejores y las peores evaluaciones (media de las puntuaciones hechas por los 36 expertos).

6.2. La falta de apoyo financiero

La falta de apoyo financiero es una dificultad que no sólo afecta a los emprendedores que empiezan su andadura en el mundo de los negocios, sino también a aquellos que

intentan consolidar su nueva empresa. En consecuencia, el emprendedor español suele partir de la base de que la primera fuente de financiación son sus recursos propios, lo que explica en gran parte la edad media relativamente elevada del emprendedor español²⁹. Una vez agotada la opción de recurrir a ahorros propios, el emprendedor trata

²⁹ Cf. Apartado 3.1 de este informe, p.18.

entonces de buscar fuentes complementarias en su entorno.

En el proyecto GEM, la disponibilidad de recursos financieros en el entorno emprendedor se analiza a través de dos índices: un índice de financiación por deuda y acciones y otro

de financiación por inversión privada y capital riesgo. Como se puede apreciar en las siguientes figuras, la situación de España es, comparada con gran parte de los países GEM, claramente desfavorable ya que se sitúa para el primer índice en la vigésimo primera posición y para el segundo índice en la vigésimo séptima.

FIGURA Nº24. Evaluación del apoyo financiero 1 (deuda y acciones)

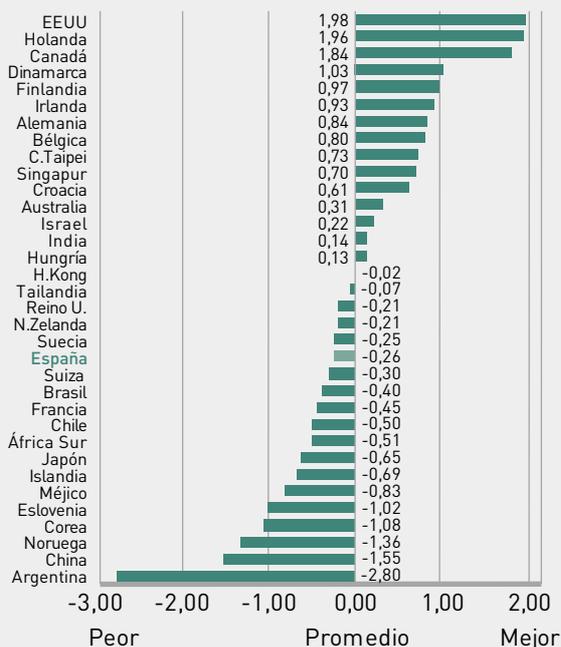
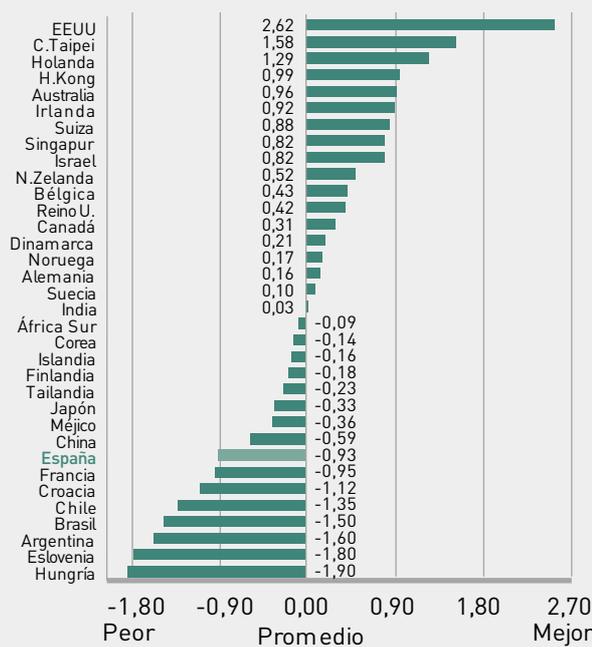


FIGURA Nº25. Evaluación del apoyo financiero 2 (capital-riesgo)



La tabulación de las respuestas de expertos que se recoge en la figura nº34 del Recuadro 1, nos permite adentrarnos más en detalle en las características del entorno financiero español. Procedemos a continuación a estudiar cada una de ellas:

• **La dificultad de acceso al crédito bancario**

Al igual que en las ediciones anteriores del GEM, los expertos se quejaron de la falta de recursos bancarios que se ajusten a las necesidades de los emprendedores y la poca asunción de riesgo por parte de las instituciones que prestan dinero. En general la banca, al querer maximizar sus márgenes, tiende o bien a descartar los proyectos pequeños o nuevos³⁰, o bien a realizar el llamado “racionamiento de créditos” lo que significa que se penaliza mucho a la PYME en el momento de su

creación (en términos de períodos de maduración de los préstamos, de intereses exigidos, de necesidad de avales...). Si bien las instituciones públicas intentan domesticar a las bancas y a las cajas de ahorros y sensibilizarlas acerca de la necesidad de apoyar en mayor medida al sector de las pequeñas empresas³¹, todo apunta a que esta situación va a perdurar en el futuro; a juzgar por un informe recientemente elaborado por la Fundación Carlos III, el sector bancario español está experimentando un proceso de transformación que incita a los bancos “a centrarse más en actividades que generan comisiones que en el préstamo”³².

En consecuencia, sería preferible, como aseguran algunos especialistas, reconocer que las instituciones bancarias en realidad sólo tienen un papel secundario en la financiación de los emprendedores y que habría que fomentar la intervención

³⁰ Algunos especialistas en el tema hablan de que “los bancos no apuestan por proyectos sino por realidades”

³¹ A nivel europeo por ejemplo, países como España, Alemania y Suecia tienen implantadas medidas que incitan las instituciones financieras a otorgar microcréditos a los emprendedores.

³² Cf. Dossier “Dinero para financiar tu empresa” en *Emprendedores*, diciembre 2002.

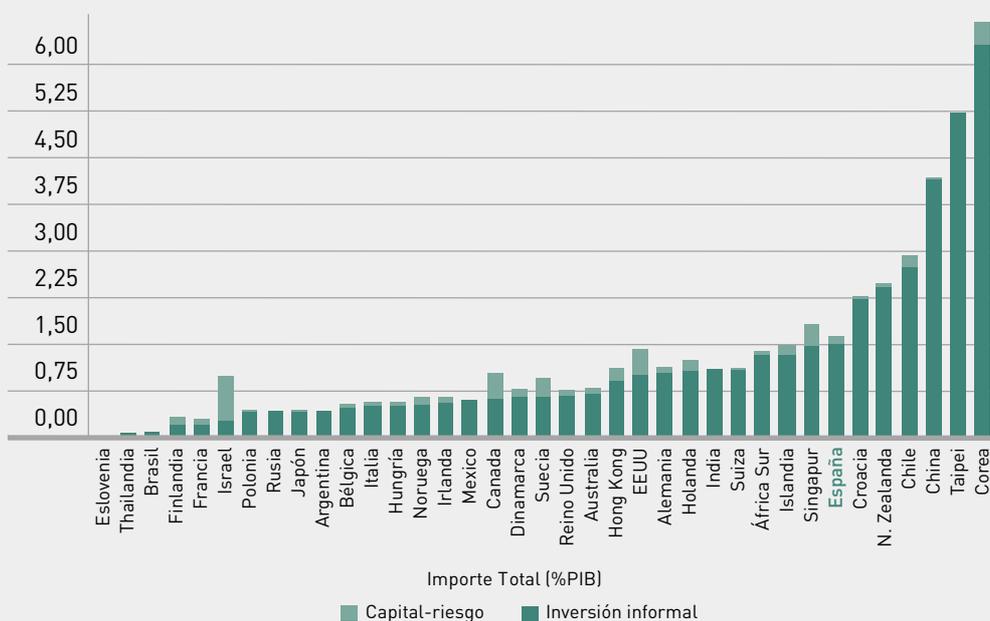
de otro tipo de actores más apropiados para este tipo de inversión, como son los inversores informales, las sociedades de capital riesgo, o las sociedades de garantía recíproca.

• Los intermediarios financieros : ¿los grandes incomprendidos del sistema financiero español?

Los intermediarios financieros (las Sociedades de Capital-Riesgo –SCR- y las Sociedades de Garantía Recíproca

–SGR-) son según uno de nuestros expertos “los grandes desconocidos de tanto la banca como los emprendedores”. La misión de las Sociedades de Garantía Recíproca es de tratar de mejorar las condiciones generales de acceso a la financiación de las PYMEs, en particular sus condiciones de costo, plazo y garantías, a través de la prestación de avales ante bancos y cajas. El capital riesgo, por su parte, no es un simple préstamo, sino una apuesta de la Sociedad de Capital Riesgo por la valorización de la empresa, ya que consiste en una toma de participación temporal en el capital de empresa.

FIGURA N°26. Inversión informal y en capital-riesgo (en % del PIB)



Pese a su importante rol como alternativas al sistema bancario, nuestro experto afirma que en España, sólo un 2% de los emprendedores se adentra en los negocios a través de los intermediarios financieros y a su vez los bancos no siempre aceptan a estos últimos como garantes de un nuevo negocio. Si bien no disponemos de datos concretos acerca de las SGR, podemos contrastar la afirmación de nuestro experto acerca de la insuficiencia del capital-riesgo. La figura n°26, que recoge para año 2001 el peso de la inversión informal y de capital-riesgo en la economía de los países GEM, nos permite realizar dos observaciones. En primer lugar, recalcar la notable desproporción entre el importante papel desempeñado por los inversores informales y la débil contribución de las instituciones de capital riesgo. En segundo lugar,

mencionar que España pertenece además a aquellos países cuyo importe de capital-riesgo en proporción del PIB es, si cabe, aún más reducida (inferior al 0,5%).

La razón de la reticencia de los emprendedores a elegir estas estrategias de financiación radica por una parte, en la falta de información sobre este tipo de soluciones. Por otra parte, la ayuda de las SCR presenta una contrapartida a veces problemática para el emprendedor, a saber, el hecho de que ésta entra a formar parte del capital y el temor del emprendedor a perder el control directo sobre su negocio. Otros emprendedores alegan que “recurrir a sociedades de capital riesgo es, casi siempre, inútil en pequeñas empresas que están empezando³³”, quizá por los requisitos estrictos en términos de viabilidad del proyecto y del plan de negocios.

³³ Expansión, 22 de octubre de 2002, p.16.

No hay que olvidar además que este sector vive momentos de dificultad debido a la incertidumbre y el pesimismo acarreados por los acontecimientos del 11-S y los escándalos financieros de las grandes compañías.

En todos casos, la utilización de éstas formas alternativas de financiación está destinada a aumentar gradualmente conforme la banca se vaya centrando cada vez más en otro tipo de actividades cuyos riesgos sean menos elevados.

• **Subsidios públicos y programas gubernamentales: ¿son realmente eficaces?**

Existe en España una oferta variada de medidas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas, si bien un reciente estudio calcula que hasta un 80% de las ayudas que se convocan se quedan sin adjudicar por falta de solicitantes³⁴. Un problema importante es la falta de conocimiento por parte de los emprendedores del tipo de ayudas existentes y de los conceptos que son susceptibles de ser subvencionados. La causa la tiene en parte la dispersión de las distintas instituciones que convocan dichas ayudas, esto es, los ministerios, las comunidades autónomas, las entidades locales de desarrollo, etc. Por otra parte, y aunque las subvenciones constituyen a veces una importante fuente de financiación, hay que saber que éstas suelen tardar al menos un año en llegar a manos de su destinatario. Es, por

tanto, poco aconsejable condicionar el lanzamiento de un negocio a la consecución de este tipo de ayudas.

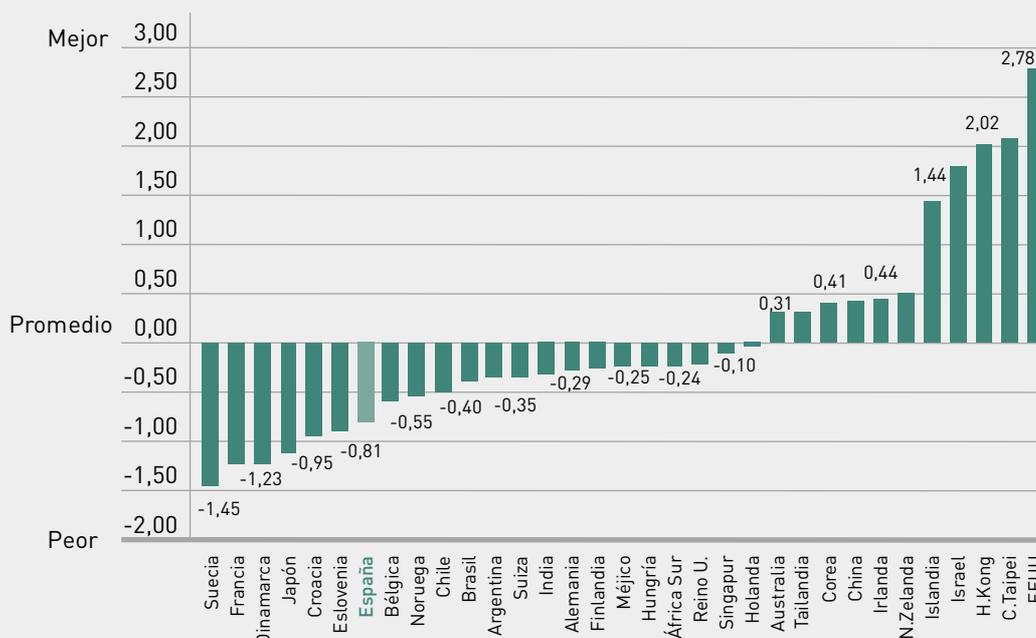
• **La Bolsa: un instrumento prácticamente vetado a las empresas en creación...**

También quedan otras fuentes de capital para completar la totalidad requerida para lanzar un negocio, como la capitalización en Bolsa pero la mayoría de los expertos concuerdan en que sólo las grandes empresas tienen la posibilidad de acudir al mercado de capitales, cosa que no pueden hacer las PYMEs, y mucho menos a la hora de despegar. Por tanto, las ofertas públicas iniciales raras veces son elegidas como una opción de financiación por el emprendedor español.

6.3. Las normas sociales y culturales

La importancia de las normas sociales y culturales en el empuje emprendedor de un país es un hecho indiscutible. En España la incidencia de este factor es principalmente negativa, tal y como se refleja de la evaluación hecha por los expertos nacionales que nos sitúa en la vigésimo séptima posición internacional respecto a este factor (ver figura nº27).

FIGURA Nº27. Evaluación de las normas sociales y culturales



³⁴ Op. Cit. *Emprendedores*, diciembre 2002.

Además, podemos observar en tabla nº19 que el 24% de los españoles situaron este factor entre los tres principales obstáculos a los que se enfrenta el emprendedor en el país. Las razones esgrimidas suelen, en general, relacionarse con la falta de respaldo de la sociedad al emprendedor. Así, el empresario exitoso es a menudo percibido como un sospechoso y si éste fracasa, se le considera como un especulador. Esto explica que, por un lado, el miedo al fracaso sea un importante impedimento que desalienta a varias personas con buenas ideas y que por otro, la creación de empresas no sea considerada como una carrera respetable. Es por tanto necesario tomar medidas encaminadas a lograr el apoyo de la sociedad para los empresarios y emprendedores y al reconocimiento de dicha opción profesional como una carrera normalizada y con futuro, y no como la última posibilidad a elegir si no hay otra alternativa.

No obstante, hay que matizar esta apreciación por el hecho de que como ya hemos mencionado, el 17% de los expertos también afirman que el progresivo cambio de mentalidades constituye una de las principales fortalezas para el futuro. De hecho, algunos especialistas reconocen que empieza a haber cambios de actitud en las universidades y escuelas y que éstas se están planteando cómo fomentar la creación de empresas si bien esto todavía no se ha traducido en hechos

concretos. Otros estiman que el auge de las empresas de Internet hace algunos años ha dejado una huella positiva en la cultura española, propiciando una mentalidad más atrevida, o sostienen que “se está dando un cambio social respecto a cómo se perciben los emprendedores debido, entre otras cosas, a la influencia de la cultura norteamericana que empieza a calar entre los jóvenes”. En definitiva, podemos deducir que los expertos realizan un diagnóstico negativo pero que son optimistas en cuanto a las posibilidades de progreso de la sociedad en el futuro.

6.4. Las políticas gubernamentales

Por tercer año consecutivo, los expertos españoles citaron esta condición de entorno entre los tres principales problemas a los que se enfrenta el emprendedor. Las entrevistas a expertos permiten construir dos índices: el primero, índice de apoyo político a la creación de empresas, coloca a España algo por encima de la media GEM (nº14), lo mismo que el segundo índice que refleja en qué medida las tasas e impuestos representan o no un freno a la creación de empresas (posición nº12).

FIGURA Nº28. Evaluación de las políticas gubernamentales 1 (Apoyo)

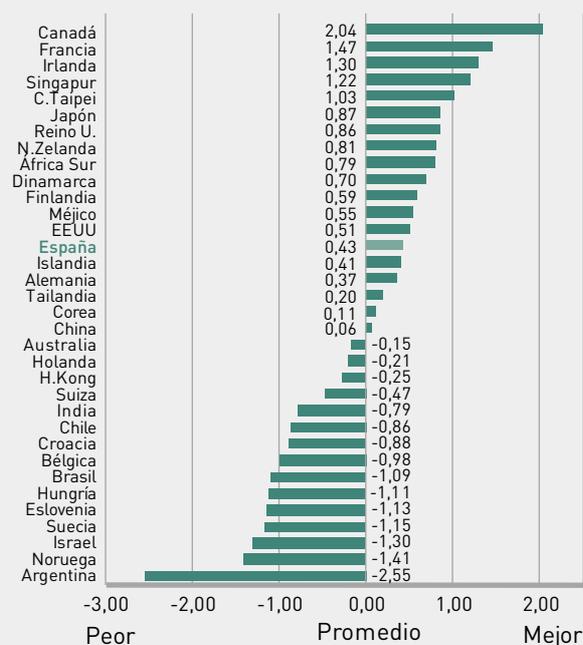
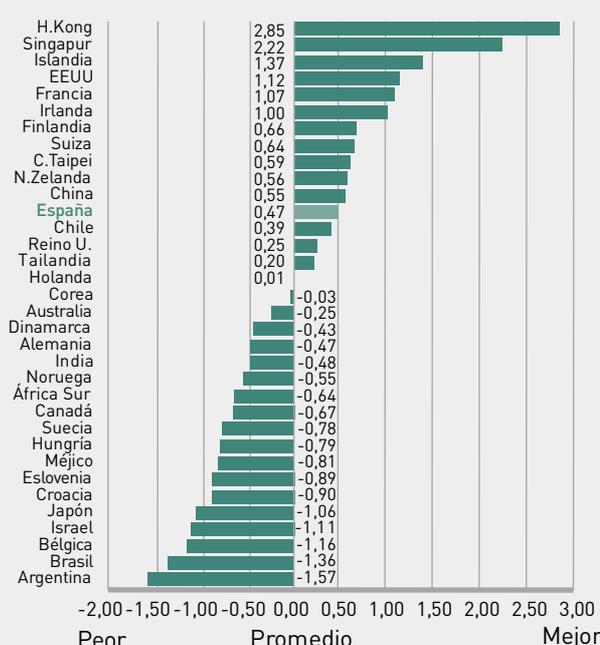


FIGURA Nº29. Evaluación de las políticas gubernamentales 2 (Regulaciones)



Estas evaluaciones indican una cierta mejoría respecto a las recogidas en la edición anterior del GEM (en el caso del primer

índice), lo que podría interpretarse como un indicio de una mayor conciencia en el mundo político de la importancia de la

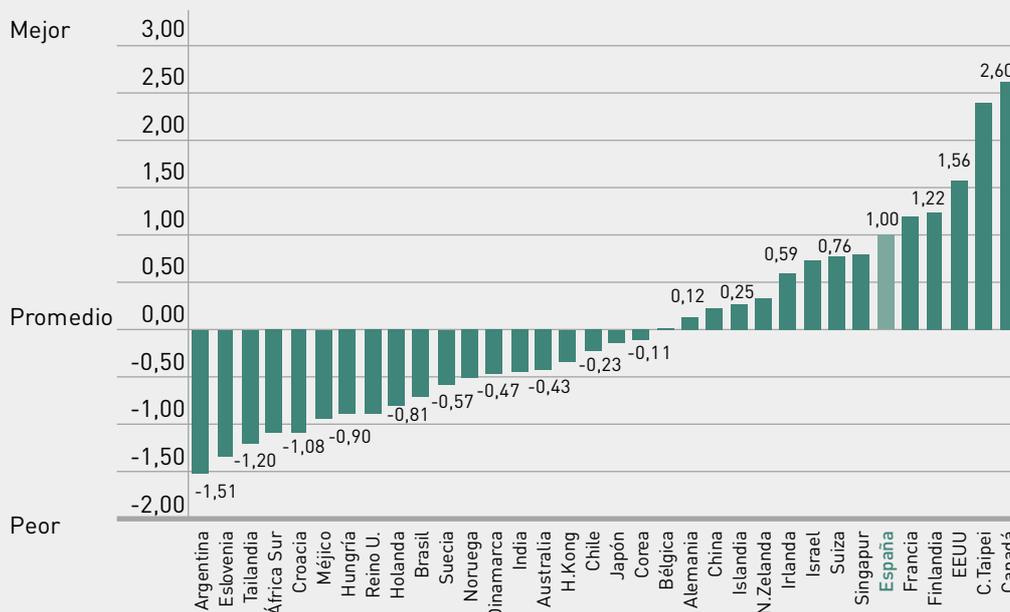
actividad emprendedora para la economía del país. Eso sí, los expertos sostienen que este tema todavía no figura entre las prioridades del gobierno (Ver pregunta B de la figura nº36). En todos casos, cabe mencionar que a nivel comunitario, se espera la aprobación de un paquete de iniciativas por parte de Bruselas, destinadas a crear un ambiente propicio al espíritu emprendedor, y que afecta a dimensiones tan variadas como las barreras administrativas, la financiación, la reforma de la legislación laboral, la educación y formación y el colectivo femenino³⁵. También hay que destacar los avances realizados en cuanto a trabas burocráticas, y la necesidad de suavizar la legislación que afecta a los empresarios en bancarota con el fin del minimizar el miedo al fracaso entre los emprendedores potenciales.

6.5. La transferencia tecnológica e I+D

Si comparamos los resultados del proyecto GEM 2002 con los obtenidos durante el año anterior, notamos que

España ha experimentado una notable mejoría en cuanto a la percepción del nivel de transferencia tecnológica y la medida en que ésta favorece la creación de empresas. Esto es por lo menos lo que se refleja de la figura nº30, en la que España supera con 1 punto el nivel de evaluación promedio, situándose en sexta posición y sorprendentemente cerca de países tradicionalmente conocidos por su alto nivel tecnológico de sus empresas, como son Estados Unidos, Canadá o Francia. Obviamente, esto es posible porque el gráfico no mide el nivel de transferencia tecnológica propiamente dicho sino más bien la percepción de los expertos del país en cuanto a la adecuación de ese nivel a las necesidades de los emprendedores. Esto quiere decir que si bien la opinión de los expertos españoles es relativamente mejor a la de la mayor de los países del GEM, ésta no deja de ser una opinión que se puede calificar en el mejor de los casos de neutral (el índice de evaluación de la transferencia tecnológica para España es de 2,86 y recordemos que la escala de evaluación va del 1 al 5, es decir de negativo a positivo).

FIGURA Nº30. Evaluación de la transferencia tecnológica



El problema de la innovación tecnológica y la I+D ha sido desde siempre el talón de Aquiles de la economía española y ello, no sólo por la escasa inversión pública y privada en investigación³⁶, sino sobre todo por la deficiente transferencia

de los resultados a la industria. Hay que reconocer que este último aspecto es una dificultad que ha afectado a la mayoría de los países europeos, hasta tal punto que el IV Programa Marco de investigación europea, elaborado en 1999, se

³⁵ Ver *El País* del 20 de Enero de 2003, p.63.

³⁶ Los últimos datos disponibles (Anuario de Competitividad Mundial, WCY, 2001) señalan a España entre los 4 países del GEM que menos dinero han invertido en I+D (en el caso de España, el 1% del PIB).

centraba esencialmente en el enfoque utilitario de la actividad científica. Actualmente, aunque este problema haya dejado de ser el más acuciante, y los españoles “ya no son los malos de la película”³⁷, se sigue planteando la necesidad de reforzar este aspecto. Para el año 2003, el VI Programa Marco contempla dentro de sus áreas prioritarias el esforzarse por conseguir que las PYMEs europeas se vuelquen en la investigación.

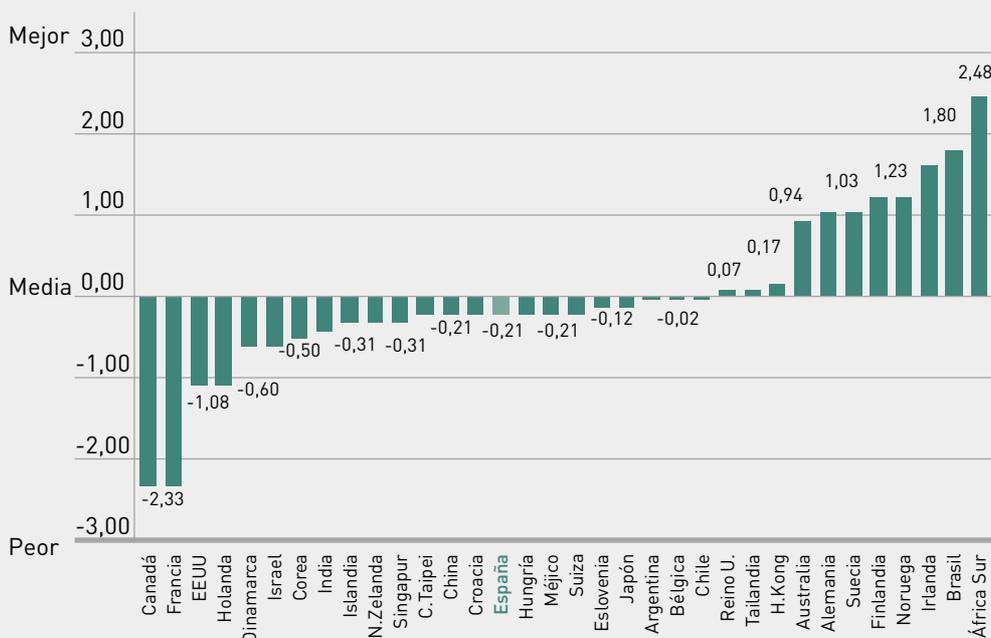
Retomando el caso concreto de España, los obstáculos a la transferencia tecnológica se pueden entender más en profundidad si observamos la opinión de los expertos recogida en la figura nº37 del Recuadro 1. En el gráfico podemos observar ante todo, que el acceso de los emprendedores a las nuevas tecnologías es fácil y barato (evaluación relativamente positiva de las afirmaciones B, C y D). De hecho, según algunos expertos “España ostenta los más bajos costes de acceso a las tecnologías de la UE”. De ello se puede deducir que la menor penetración de las nuevas tecnologías tiene otras explicaciones, como una divulgación insuficiente de la existencia de estas tecnologías y una falta de concienciación de los emprendedores sobre las posibilidades que brindan y el retorno sobre inversión que generan.

Esto parece entrar en contradicción con el hecho de que, dentro de la UE, España cuenta con los mayores incentivos

fiscales a la investigación, el desarrollo y la innovación. La ineficacia de este instrumento es de hecho recalçada por varios expertos que advierten que las típicas medidas de fomento de I+D (subvenciones y medidas fiscales) aplicadas en el país son inadecuadas. En primer lugar, algunos estiman que actualmente, el grueso de las ayudas van a la producción militar. En segundo lugar, gran parte de las empresas que se denominan de I+D son al parecer empresas de servicios de software que acaparan las subvenciones por el simple hecho de registrarse como empresas de alta tecnología³⁸. Por tanto, si bien se considera adecuado atribuir una fiscalidad especial a las empresas de I+D, es precisa una mayor supervisión y control de las mismas ya que la actitud general de los empresarios hace ineficientes dichas medidas. Otra posible explicación de la ineficiencia de los incentivos al I+D está en la desconfianza de los emprendedores respecto de Hacienda.

En cuanto a la falta de conexión entre universidad y empresa, los expertos proponen medidas muy variadas como por ejemplo proporcionar a los investigadores españoles la posibilidad de salir del sistema educativo para lanzar proyectos y de volver a ella en caso de fracaso de sus iniciativas, lo que a su juicio no sólo fomentaría la creación de negocios innovadores sino además disminuiría una masa pletórica de científicos en la universidad.

FIGURA Nº31. Evaluación de la protección de los derechos de propiedad intelectual



³⁷ Cf. El País, 13 de noviembre de 2002, p.28.

³⁸ Algunos expertos aducen que un 90% de estas PYMEs pertenecen a las denominadas “box-movers”, es decir que son por ejemplo empresas revendedoras de hardware o de PC y pero que en realidad no crean valor añadido desde el punto de vista tecnológico.

Otro de los frenos a la transferencia tecnológica consiste en el incumplimiento y/o la inadecuación de la legislación sobre la propiedad intelectual. En España, la evaluación de este tema por parte de los expertos ha mejorado ligeramente respecto al año anterior, aunque el país sigue arrojando cifras inferiores a la media GEM (Ver figura nº31), lo que indica una desconfianza por parte del emprendedor (y probablemente del científico) en cuanto al respeto de sus patentes, marcas registradas o copyright. Queda por averiguar si el problema radica en el contenido de la legislación en vigor o la falta de aplicación de la misma.

En definitiva, y aunque es indispensable esforzarse por mejorar esta situación, resulta interesante recalcar la existencia de varios indicios que reflejan avances en la investigación e innovación por parte de los pequeños emprendedores y empresarios. Así se empieza a hablar en España de "I+D sumergida" para dar cuenta de que existe un esfuerzo realmente innovador en las PYMEs, pero que éste no se refleja en las estadísticas gubernamentales, las cuales sólo contabilizan la I+D sistemática. Así, un especialista opinaba recientemente que "existen muchas empresas en España que no dedican una partida estructural a I+D sino que hacen desarrollos puntuales que les permiten ser muy competitivas durante dos o tres años y luego vuelven a empezar"³⁹.

6.6. La educación y formación

A menudo se alega que los bajos niveles de actividad emprendedora en España se deben a la falta de formación, es decir que la gente no sabe cómo sacar provecho de sus conocimientos para crear una empresa. Otros atribuyen la falta de emprendedores a los mensajes que transmite el sistema educativo, el cual está encaminado a otro tipo de enfoque de la vida laboral que el de lanzar un negocio.

Esta situación es una constante en la mayoría de los países europeos. De hecho, un reciente informe de la Comisión Europea, al resaltar la carencia de empresarios en la zona comunitaria, urgía a sus países miembros a fomentar el espíritu emprendedor desde la escuela primaria y secundaria. El caso de España respecto a la dimensión educativa del entorno emprendedor, se encuentra en una posición más bien intermedia, como se desprende de las figuras nº 32 y 33. Evidentemente, dentro de esta dimensión existen partidas específicas en las que España está mejor o peor situada, tal y como podemos observar del detalle de la evaluación de los expertos, que se expone en la figura nº38 del Recuadro 1.

FIGURA Nº32. Evaluación de la educación 1 (primaria y secundaria)

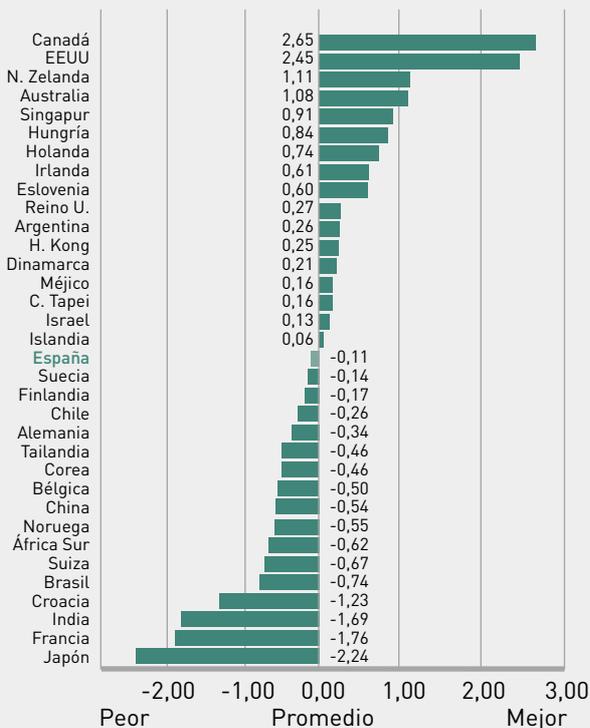
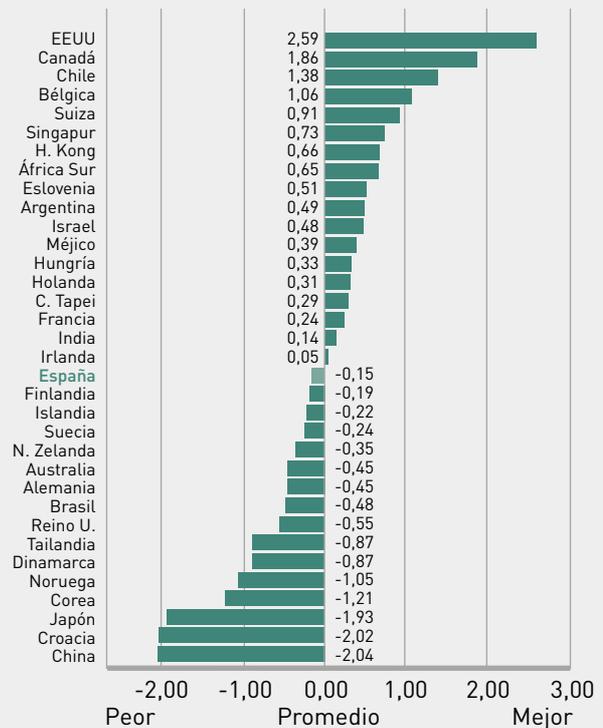


FIGURA Nº33. Evaluación de la educación y formación 2 (post-secundaria)



³⁹ Cf. "La I+D sumergida", en *Expansión*, 14 de Enero 2003, p.3.

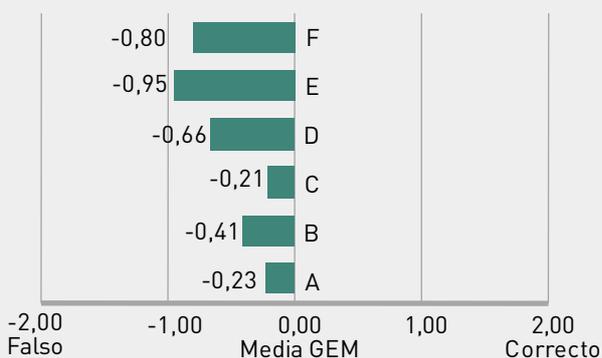
Las escuelas de negocio son una excepción en el sistema educativo español. El cambio de mentalidad que se produce allí es importante ya que la mayoría de los alumnos acuden a ellas para formarse en cómo gestionar una empresa pero carecen en primera instancia de espíritu emprendedor. Por esta razón, está preocupando a las escuelas de negocio el no formar a los alumnos simplemente para trabajar en grandes empresas sino también para crear su propio negocio. No obstante, éstas instituciones educativas en creación de empresas son minoritarias y actúan a nivel de postgrado, cuando en otros países europeos (como por ejemplo Holanda y Suecia) abundan las instituciones de pre-grado en que se enseña a ser emprendedor desde muy joven.

En cambio, la educación universitaria en España todavía no ha conseguido cumplir el papel de inculcar una actitud emprendedora al alumno. Esta realidad se desprende de la

evaluación negativa hecha por los expertos respecto a la pregunta D (figura nº38) si bien, como ya hemos apuntado en otro apartado⁴⁰, algunos reconocen que hay un movimiento dentro de la administración pública encaminado hacia la reforma del sistema universitario. Conscientes de que el colectivo estudiantil es un buen yacimiento de emprendedores, las propias universidades han empezado a tomar la iniciativa, estableciendo programas docentes, líneas de investigación y cátedras sobre Creación de Empresas. Por otra parte, varias facultades españolas han creado servicios específicos para orientar y hacer un seguimiento de los universitarios con una buena iniciativa empresarial⁴¹. No obstante, la promoción del espíritu innovador y emprendedor en una universidad, entidad tradicionalmente conocida por ser burocrática y conservadora, es un trabajo lento que requiere un importante cambio cultural tanto por parte de los alumnos, como de los profesores y del personal administrativo.

RECUADRO Nº 1. Evaluación en detalle de los factores de entorno más relevantes para la actividad emprendedora en España

FIGURA Nº34. Evaluación en detalle de la financiación de las empresas nuevas



- En mi país...**
- A.** No hay suficientes fondos de capital disponibles para empresas nuevas.
 - B.** No hay suficientes fondos de deuda para empresas nuevas.
 - C.** Los subsidios públicos promueven la creación de firmas.
 - D.** Los inversores privados son una importante fuente de financiación para nuevas firmas.
 - E.** Los inversores en capitales de riesgo son una importante fuente de apoyo para firmas nuevas.
 - F.** Las ofertas públicas iniciales (IPOs) son una importante fuente de capital para firmas nuevas.

FIGURA Nº35. Evaluación en detalle de las normas sociales y culturales



- En mi país, la cultura nacional ...**
- A.** Proporciona mucho apoyo al éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.
 - B.** Enfatiza la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal.
 - C.** Fomenta la toma de riesgos emprendedores.
 - D.** Fomenta la creatividad y la innovación.
 - E.** Enfatiza que los individuos sean responsables de gestionar su propia vida en lugar de estar influenciados por la comunidad.

⁴⁰ Cf. Las normas sociales y culturales, p.51

⁴¹ Por ejemplo, el Ciade (Centro de Iniciativas Empresariales y de desarrollo del Autoempleo) de la Universidad Autónoma de Madrid, el programa Innova de la Universidad Politécnica de Cataluña y el PEU (Programa de Emprendedores Universitarios) de la Universidad alicantina Miguel Hernández.

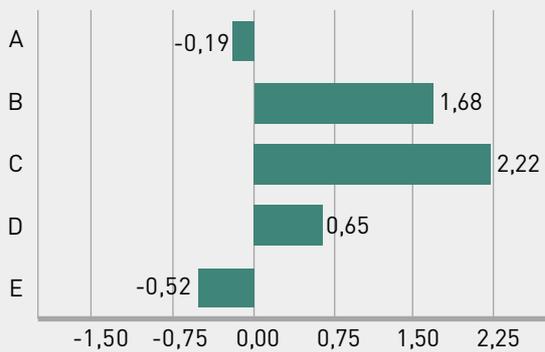
RECUADRO Nº 1. Evaluación en detalle de los factores de entorno más relevantes para la actividad emprendedora en España (continuación)

FIGURA Nº36. Evaluación en detalle de las políticas gubernamentales



- En mi país...**
- A.** Las políticas gubernamentales favorecen a las nuevas empresas.
 - B.** El apoyo a firmas nuevas es una prioridad para el gobierno nacional.
 - C.** El apoyo a firmas nuevas es una prioridad para el gobierno local.
 - D.** Las nuevas empresas pueden obtener los permisos requeridos en una semana.
 - E.** Los impuestos no son una carga para las firmas nuevas.
 - F.** Las regulaciones gubernamentales son predecibles y consistentes.

FIGURA Nº37. Evaluación en detalle de la transferencia tecnológica



- En mi país...**
- A.** Las nuevas tecnologías (NT), la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación a las nuevas empresas y empresas en crecimiento.
 - B.** Las empresas de nueva creación tienen el mismo acceso que las establecidas a información y NT.
 - C.** La adquisición de NT es demasiado costosa para las empresas de reciente creación.
 - D.** Los subsidios y ayudas a empresas de nueva creación para adquirir NT son suficientes.
 - E.** La disponibilidad de recursos tecnológicos permite la creación de empresas tecnológicamente competitivas a nivel global.

FIGURA Nº38. Evaluación en detalle del sistema educativo y de formación



- En mi país...**
- A.** La educación primaria y secundaria proveen adecuada instrucción sobre los principios económicos.
 - B.** La educación primaria y secundaria proveen adecuada atención al espíritu emprendedor.
 - C.** La educación primaria y secundaria estimulan la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.
 - D.** Las universidades tienen suficientes cursos y programas sobre la creación de empresas.
 - E.** La educación en dirección y negocios está al nivel mundial.

7. LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN DIVERSAS ZONAS DE ESPAÑA: ANÁLISIS REGIONAL

7.1. Capacidad emprendedora en cinco grandes regiones

A la espera de la puesta en marcha de los estudios REM (Regional Entrepreneurship Monitor) en diversas Comunidades Autónomas, la base de datos de la encuesta a la población adulta solamente permite la realización de algunos análisis tentativos sobre la creación de empresas a nivel regional. Para ello, se agregan los datos obtenidos en cada provincia en un total de cinco grandes regiones.

A partir de ellos se observa que el porcentaje de personas adultas inmerso en la creación de un nuevo negocio parece variar siendo mayor en el Centro y el Sur-Oeste. Sin embargo, estadísticamente hablando, estas diferencias no son significativas ($p=0,16$), por lo que hay que concluir que en el año 2002 no se pueden apreciar diferencias en las grandes zonas en que se divide el territorio en cuanto a número de emprendedores. Las cifras están en la misma línea que el índice TEA, alrededor del 4%. Sin embargo, se espera que análisis basados en muestras mayores, que se están planificando para la próxima edición GEM, revelen ciertas diferencias regionales dado que, aunque los contrastes estadísticos no salen significativos por el momento, en ediciones anteriores, igual que en esta, se viene apreciando una notable emergencia de emprendedores en la zona Sur-Oeste que incluye las provincias occidentales de Andalucía, parte de Extremadura y las Islas Canarias, así como un cierto descenso en la zona Norte en detrimento del Centro que parece tener un mayor impulso en los últimos años.

TABLA N°21.

Distribución de la capacidad emprendedora por regiones

Porcentaje de respuestas a “¿Está tratando de poner en marcha un nuevo negocio?”		Si	No	No Sabe	Rechaza	Total
Regiones agregadas	Nor-este	3,5%	96,5%			100%
	Nor-oeste	2,8%	97,2%			100%
	Centro	4,1%	95,9%			100%
	Sur-este	2,5%	96,3%	0,8%	0,3%	100%
	Sur-oeste	4%	95,7%	0,3%		100%

Otra variable que mide en algún grado la capacidad emprendedora del país, es el conocimiento de nuevas iniciativas empresariales por parte de la población. Los resultados, acordes con los anteriores, indican que no hay

diferencias estadísticas entre la población de las cinco regiones consideradas. Así, en todas ellas, entre un 30 y un 40% de la población conoce a alguien que ha puesto en marcha una nueva empresa en los dos últimos años.

TABLA N°22.

Conocimiento de nuevas iniciativas empresariales por regiones

Porcentaje de respuestas a “¿Conoce personalmente a alguien que ha emprendido un nuevo negocio en los 2 últimos años?”		Si	No	No Sabe	Rechaza	Total
Regiones agregadas	Nor-este	36,0%	58,1%	5,8%		100%
	Nor-oeste	35,8%	59,2%	5,1%		100%
	Centro	32,4%	56,8%	10,8%		100%
	Sur-este	40,8%	53,0%	5,9%	0,3%	100%
	Sur-oeste	37,6%	57,8%	4,6%		100%

Por otro lado, si que existe una diferencia significativa ($p=0,03$) entre las regiones acerca de los emprendedores que ponen en marcha nuevas iniciativas como parte de su trabajo

habitual. En ese sentido, hay un mayor porcentaje de emprendedores de este tipo en la región central si se compara con las cuatro restantes.

TABLA N°23.

Ser emprendedor como parte del trabajo habitual: distribución por regiones

Porcentaje de respuestas a “¿Poner en marcha un negocio es parte de su trabajo habitual?”		Si	No	No Sabe	Rechaza	Total
Regiones agregadas	Nor-este	2,6%	97,2%	0,1%		100%
	Nor-oeste	1,6%	98,4%			100%
	Centro	4,8%	95,2%			100%
	Sur-este	1,1%	98,0%	0,6%	0,3%	100%
	Sur-oeste	1,5%	98,5%			100%

El porcentaje de propietarios de empresas en cuya gestión intervienen activamente parece algo superior en la zona noreste, resultado que concuerda con el tradicional papel empresarial de regiones como Cataluña y el País Vasco. Sin embargo, desde el punto de vista estadístico, las diferencias porcentuales entre las regiones no son

significativas, de forma que a falta de análisis regionales con muestras más sensibles, hay que concluir que las regiones españolas tienden a equilibrarse en cuanto a desarrollo de tejido empresarial finalizando el período de mayor concentración en Cataluña que venía siendo tradicional.

TABLA N°24.

Porcentaje regional de propietarios / gerentes de empresas

Porcentaje de respuestas a “¿Es propietario de un firma en la interviene?”		Si	No	Rechaza	Total
Regiones agregadas	Nor-este	12,3%	87,7%		100%
	Nor-oeste	8,2%	91,8%		100%
	Centro	10,5%	89,5%		100%
	Sur-este	10,8%	89,0%	0,3%	100%
	Sur-oeste	7,6%	92,4%		100%

El porcentaje de posibles emprendedores, es decir, de personas que esperan poner en marcha una nueva iniciativa empresarial en los próximos tres años, es superior, en la zona sur, tanto en el oeste como en el este y en la zona noroeste. En este caso, las diferencias con el resto de zonas son significativas y ello significa que los emprendedores virtuales se están concentrando en zonas que hasta ahora se venían considerando como menos empresariales. Por consiguiente, acerca de esta variable, se confirma la tendencia (también tentativa) que puso de manifiesto el informe GEM de 2001, es decir, un mayor impulso y una emergencia de nuevas iniciativas emprendedoras en estas regiones. La explicación puede

estribar varios factores: por un lado, en el surgimiento de nuevas oportunidades (desarrollo del negocio turístico y de productos con denominación de origen en el sur y de firmas de moda en el noroeste, por ejemplo), en la mayor permanencia de personas con estudios universitarios en las propias regiones y por tanto, en la mayor necesidad de ubicar carreras profesionales y en los programas desarrollados por los gobiernos autonómicos en todas las zonas. Además, la zona noreste y el centro pueden estar padeciendo una mayor saturación debido a su mayor desarrollo y, por tanto, ofreciendo menos oportunidades siendo más difícil la entrada en el mercado de nuevos emprendedores.

TABLA N°25.

Ser emprendedor como parte del trabajo habitual: distribución por regiones

Porcentaje de respuestas a “¿Espera poner en marcha sólo o con otros, un negocio en los próximos 3 años (incluye autoempleo)?”		Si	No	No Sabe	Rechaza	Total
Regiones agregadas	Nor-este	4,8%	91,5%	3,3%		100%
	Nor-oeste	7,0%	90,2%	2,8%		100%
	Centro	5,1%	93,0%	1,9%		100%
	Sur-este	7,6%	89,8%	2,3%	0,3%	100%
	Sur-oeste	8,9%	84,1%	7,0%		100%

Finalmente, en la encuesta se obtiene información subjetiva acerca de la capacidad emprendedora de las regiones pidiendo a los entrevistados que valoren en una escala de 1(nada) a 5 (mucho) cuán emprendedora piensan que es su región. Los resultados muestran que, por término medio, la región noreste es la que se percibe como más emprendedora mientras que la región noroeste sería la menos emprendedora. Por tanto, la imagen obtenida se ajusta bastante a la que se viene teniendo tradicionalmente.

Sin embargo, hay que destacar que, en general, los españoles perciben las regiones como medianamente emprendedoras y no como muy o poco emprendedoras y, en segundo lugar, hay que señalar que las diferencias son muy escasas y estadísticamente no significativas, lo cual confirma la idea de que desde el advenimiento del sistema autonómico, las regiones tienden a equilibrarse en muchos aspectos y, entre ellos, hay que contar con la capacidad emprendedora.

TABLA N°26.

Percepción de la capacidad emprendedora de las regiones españolas

			Media	Desviación típ.	Mediana	Moda
Regiones agregadas	Nor-este	¿Cuán emprendedora piensa que es su región?	3,34	1,02	3,00	3,00
	Nor-oeste	¿Cuán emprendedora piensa que es su región?	2,82	,96	3,00	3,00
	Centro	¿Cuán emprendedora piensa que es su región?	3,29	1,02	3,00	3,00
	Sur-este	¿Cuán emprendedora piensa que es su región?	3,24	1,00	3,00	3,00
	Sur-oeste	¿Cuán emprendedora piensa que es su región?	3,21	1,12	3,00	3,00

7.2. Inversión informal en nuevos negocios en cinco grandes regiones

El número de inversores informales o business angel en España ha representado un 3,11% de la población total el año 2002. Desde el punto de vista regional, tres son las zonas que se aproximan a esta media y dos las que quedan

por debajo de ella. Así, resulta más habitual hallar inversores de este tipo en las franjas noreste, sureste y suroeste y menos habitual en las zonas noroeste y centro. Sin embargo, las diferencias observadas no son estadísticamente significativas, por lo que, es necesario esperar a contar con muestras más representativas de las regiones para poder profundizar en los resultados de esta variable que, por el momento quedan como tentativos.

TABLA N°27.

Porcentaje regional de propietarios / gerentes de empresas

Porcentaje de respuestas a “¿En los últimos 3 años ha proporcionado fondos personales para ayudar a la puesta en marcha de un negocio de otros?”		Si	No	Rechaza	Total
Regiones agregadas	Nor-este	3,2%	96,8%		100%
	Nor-oeste	2,2%	97,8%		100%
	Centro	1,9%	98,1%		100%
	Sur-este	3,4%	96,3%	0,3%	100%
	Sur-oeste	3,1%	96,9%		100%

7.3. Mortalidad de iniciativas empresariales privadas en cinco grandes regiones

Estadísticamente hablando no se detectan diferencias en cuanto a cifras de mortalidad de empresas. En general, el porcentaje global de iniciativas empresariales privadas que se han cerrado o cuya actividad ha tenido que cesar en los

últimos 12 meses es del 4,8% para España. La siguiente tabla muestra las cifras para las cinco regiones consideradas, de forma que parece haber más mortalidad en la zona centro y mucha menos en el suroeste, mientras que el resto de regiones se mantiene en la media. Sin embargo, como se ha mencionado al principio, estas diferencias no son estadísticamente significativas, por lo que, de momento, no se puede afirmar que en unas zonas haya mayor propensión al cierre de negocios privados que en otras.

TABLA N°28.

Mortalidad de las iniciativas empresariales privadas por regiones

Porcentaje de respuestas a “¿Ha cerrado un negocio en los últimos 12 meses (suyo, dirigido por vd. o autoempleo)?”		Si	No	No Sabe	Rechaza	Total
Regiones agregadas	Nor-este	4,6%	92,6%	2,6%	0,1%	100%
	Nor-oeste	4,1%	94,6%	1,3%		100%
	Centro	7,3%	91,1%	1,6%		100%
	Sur-este	5,4%	92,6%	1,7%	0,3%	100%
	Sur-oeste	2,8%	96,9%	0,3%		100%

7.4. Oportunidades para nuevas iniciativas empresariales

En general, un 31,5% de la población española piensa que habrá buenas oportunidades para crear nuevos negocios en su zona en los próximos 6 meses, es decir, a partir de junio de 2002. Al fragmentar este resultado por regiones, se obtiene que la zona noroeste es menos optimista que el resto, más cercano a la media nacional. La diferencia es estadísticamente significativa y parece contradecir, en parte,

el resultado visto con anterioridad de que en esta zona se han detectado más emprendedores potenciales que en otras, es decir, más personas que esperan poner en marcha un negocio en los tres próximos años. La explicación a este fenómeno puede deberse a que más que debido a detección de oportunidades, estos emprendedores potenciales tengan que serlo por necesidad, es decir, por falta de posibilidades de desarrollar otra carrera profesional o de captar una oportunidad de negocio. Por tanto, desde el punto de vista de políticas públicas para el desarrollo de iniciativas empresariales es interesante tener en cuenta que en la zona

de Galicia, Asturias y Castilla León se considera que hay menos oportunidades que en el resto de España y que, en

España, la percepción es medio-baja, es decir, bastante inferior al 50%.

TABLA N°29.

Mortalidad de las iniciativas empresariales privadas por regiones

Porcentaje de respuesta a “¿Piensa que en los próximos 6 meses habrá buenas oportunidades para crear nuevos negocios en su zona?”		Si	No	No Sabe	Rechaza	Total
Regiones agregadas	Nor-este	33,2%	42,8%	23,8%	0,1%	100%
	Nor-oeste	24,1%	57,6%	18,0%	0,3%	100%
	Centro	30,2%	49,5%	20,3%		100%
	Sur-este	37,1%	43,6%	18,7%	0,6%	100%
	Sur-oeste	30,3%	49,8%	19,6%	0,3%	100%

7.5. Motivación y capacidad de la población para crear nuevas iniciativas empresariales

Un 44,4% de la población piensa que tiene los conocimientos, habilidades y experiencia requerida para poner en marcha un negocio. Este porcentaje, bastante elevado, pone de manifiesto que en los españoles subyace un espíritu empresarial notable. Tampoco el miedo al fracaso supone un freno excesivamente importante para enfrentarse a poner en marcha una nueva empresa ya que, para un 54% de la población no sería un obstáculo. Por tanto, la motivación y la capacidad son factores positivos en la población de nuestro país de cara a favorecer el fenómeno emprendedor. Regionalmente hablando, se detectan diferencias

estadísticamente significativas en cuanto a capacidad: en la zona noroeste el porcentaje de población con conocimientos, habilidad y experiencia es algo menor que en el resto de España, y en cuanto al miedo al fracaso: en la zona noreste (la de mayor tradición empresarial) hay, proporcionalmente, menos temor al fracaso que en el resto de España. Los resultados de todo ello se muestran en la tabla nº 31, más abajo. Finalmente, en relación a la hipótesis de que tener un antecedente emprendedor en la familia puede ser un factor determinante de mayor capacidad emprendedora, la siguiente tabla muestra que, regionalmente hablando, hay más antecedentes en la zona noreste, es decir acorde con lo anterior, más tradición emprendedora y por tanto mayor experiencia, conocimiento y habilidad en ese terreno. Sin embargo, hay que destacar que la zona suroeste y el centro también proporcionan cifras notables en este campo.

TABLA N°30.

Antecedentes emprendedores por regiones

		Si %	No %	No Sabe %	Rechaza %	Total %
Nor-este	Antecedente emprendedor	48,3%	50,2%	1,2%	,3%	100,0%
Nor-oeste	Antecedente emprendedor	36,7%	62,7%	,6%		100,0%
Centro	Antecedente emprendedor	44,4%	54,0%	1,3%	,3%	100,0%
Sur-este	Antecedente emprendedor	39,7%	59,5%	,3%	,6%	100,0%
Sur-oeste	Antecedente emprendedor	46,2%	53,5%	,3%		100,0%

TABLA N°31.

Motivación y capacidad para ser emprendedor por regiones

		Si	No	No Sabe	Rechaza	Total
Tiene los conocimientos, habilidades y experiencia requeridos para emprender un nuevo negocio	Nor-este	44,6%	50,2%	5,1%	0,1%	100%
	Nor-oeste	39,9%	58,2%	1,9%		100%
	Centro	47,0%	49,5%	3,5%		100%
	Sur-este	43,6%	51,8%	4,0%	0,6%	100%
	Sur-oeste	46,5%	51,4%	2,1%		100%
El miedo al fracaso le impediría poner en marcha un negocio	Nor-este	37,2%	57,9%	4,8%	0,1%	100%
	Nor-oeste	44,9%	51,9%	3,2%		100%
	Centro	42,2%	53,3%	4,4%		100%
	Sur-este	43,9%	52,4%	3,4%	0,3%	100%
	Sur-oeste	48,3%	50,2%	1,5%		100%

7.6. Tipos de negocio a que dedicarían nuevas iniciativas empresariales si pudiesen emprenderlas

Si los adultos que integran nuestra población pudiesen emprender un negocio, los principales tipos que

escogerían serían: comercio, alimentación, hostelería, agrarios, ropa y servicios. Sin embargo, si se comparan los cinco principales tipos de negocio mencionados por regiones, se pueden ver diferencias que proporcionan una idea tentativa acerca del tipo de oportunidades que percibe la gente en su región y que, de alguna forma están relacionadas con la tradición sectorial de cada una de ellas y con las nuevas tendencias que se van desarrollando:

TABLA N°32.

Repartición sectorial de las empresas creadas por regiones

Región	Tipo 1	Tipo 2	Tipo 3	Tipo 4	Tipo 5
Noreste	Alimentación	Comercio	Servicios	Hostelería	Agrario
Noroeste	Comercio	Agrario	Hostelería	Alimentación	Bar/cafetería
Centro	Alimentación	Agrario	Comercio	Asesoría	Servicios
Sureste	Hostelería	Comercio	Ropa	Alimentación	Agrario
Suroeste	Comercio	Hostelería	Ropa	Servicios	Alimentación

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La tercera edición del Proyecto GEM ha proporcionado información de gran calidad acerca del fenómeno emprendedor a nivel internacional y, en el caso de España, se puede afirmar que, una vez consolidada la metodología, el retrato obtenido acerca de la situación en este contexto constituye una muy buena aproximación.

La conclusión general es la de existencia de una recesión económica que ha afectado sensiblemente a la creación de empresas en casi todos los países participantes en el GEM, entre los cuales se halla España, con un decremento estimado del 27%.

El fenómeno emprendedor en España se enmarca en una situación global muy parecida en el conjunto de los países de la Unión Europea, al menos, en aspectos generales. Por tanto, es muy probable que las nuevas medidas de impulso a la creación de empresas, que van a lanzar los organismos comunitarios se traduzcan, tanto para España como para el resto de países de la Unión, en un mayor desarrollo de medidas que favorezcan esta actividad a medio plazo.

En el ámbito estrictamente nacional, las recomendaciones que se pueden apuntar en referencia a los temas relacionados con los obstáculos detectados sobre las iniciativas emprendedoras son las siguientes:

A corto plazo sería necesario hallar el modo de flexibilizar el acceso a los canales de financiación alternativos al sistema bancario y agilizar al máximo los trámites administrativos y burocráticos de registro de actividad empresarial. Asimismo, sería conveniente poder lograr una reducción de la carga fiscal que afecta a la puesta en marcha y consolidación de nuevos negocios.

No hay duda de que, en relación con el tema anterior, la mujer española que quiere emprender, halla su máxima dificultad en la consecución de fondos para poner en marcha sus ideas. Por tanto, ante el menor porcentaje de créditos que consiguen y la menor disponibilidad de fondos propios, sería deseable que se prestase mayor atención a la difusión de fuentes de financiación dirigidas a este colectivo en particular.

A medio plazo, debe seguir el desarrollo de medidas de apoyo a los emprendedores emitidas por entidades gubernamentales de todo tipo (nacionales, regionales y locales), logrando una mayor difusión y aprovechamiento de las mismas, a la par que un cambio de mentalidad de la sociedad que, viendo este tipo de soporte con mayor contundencia, pueda apreciar la importancia de su

desarrollo y consideración. Concretamente, se puede incidir en la difusión de experiencias de éxito, en procurar una orientación del sistema educativo al fomento del espíritu emprendedor desde los primeros niveles y, sobre todo, procurar que dentro del ámbito universitario se puedan llevar a cabo experiencias emprendedoras con soporte y seguimiento de diversos departamentos.

Asimismo, sería acertado mejorar las medidas tendentes al acercamiento de industria y comunidad investigadora para favorecer la transferencia tecnológica ya que, aunque aparentemente ha mejorado algo en nuestro país, también es cierto que, todavía resulta difícil la traducción de ideas procedentes de este ámbito en nuevas empresas, así como el acceso a nuevas tecnologías y recursos demandados por el ámbito industrial propiamente dicho. Por tanto, es necesario fomentar dicha transferencia en las dos direcciones para que de todo ello se vea un resultado en la creación empresarial y, uno de los aspectos que requiere mayor atención es el rigor en la adjudicación de las ayudas existentes, ya que, en ocasiones recaen en ideas que no suponen realmente un verdadero proceso de I+D.

De incidir en los aspectos que se acaban de citar, es posible que mejorase el aspecto de la motivación para emprender, sobre todo, si se tiene en cuenta que no es un problema de capacitación o posesión de conocimientos y habilidades, sino más bien, de falta de apoyo, reconocimiento y adecuación del sistema.

Finalmente, señalar que proyectos como el aquí presentado constituyen, por sí mismos, excelentes embajadores para suscitar el interés de todo tipo de actores relacionados directa o indirectamente con la creación de empresas y su desarrollo. De todo ello es una prueba la amplia difusión en los medios de comunicación que va logrando el Proyecto GEM, tanto a nivel nacional como internacional y su progresivo conocimiento y apreciación en las instituciones gubernamentales que, en muchos países se utiliza como referente. Concretamente, en Nueva Zelanda, Chile, Irlanda y otros países, los indicadores GEM se utilizan junto a otros para evaluar la situación económica y el diseño de determinadas políticas públicas. Por otro lado, la amplia participación de los expertos, que poco a poco van constituyendo un panel de información, también está contribuyendo enormemente al conocimiento de esta iniciativa y a su difusión en el ámbito universitario, empresarial, regional y otros.

Consciente del importante papel que está desempeñando el estudio en nuestro país y de su enorme repercusión internacional, el equipo de investigación director del GEM en España asume el reto de ampliar su ámbito, y grado de profundización abarcando el nivel regional. En este sentido,

se van a poner en marcha, junto a la edición 2003 nacional, cinco ediciones regionales de forma que se realizará un estudio independiente en cada una de esas Comunidades Autónomas al mismo estilo del global. Posteriormente, se realizará el estudio comparativo de esas regiones entre sí y de ellas con el nivel nacional o incluso internacional, ya que la metodología del Proyecto GEM lo permite.

Mediante esta nueva iniciativa se espera despejar gran cantidad de interrogantes acerca del nivel de creación de empresas en las regiones, sus características y peculiaridades, sus diferencias y semejanzas y, todo ello, encaminado a proporcionar información a los organismos que pueden favorecer con la toma de medidas, el desarrollo del fenómeno emprendedor.

ANEXO I

LAS 9 CONDICIONES ESPECIFICAS DE ENTORNO

- 1. El apoyo financiero:** se refiere a la disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento incluyendo subvenciones y subsidios.
- 2. Las políticas gubernamentales:** se trata de determinar en qué medida las políticas del gobierno reflejadas en impuestos o regulaciones o la aplicación de éstas, contribuyen a apoyar a las empresas de nueva creación o en crecimiento.
- 3. Los programas gubernamentales:** se refiere a la presencia de programas directos para asistir a firmas nuevas y en crecimiento, en todos los niveles de gobierno (nacional, provincial, municipal).
- 4. La educación y formación:** se refiere a la medida en que los sistemas educativos y de formación incorporan en sus programas las herramientas necesarias para formar a crear o a dirigir nuevas empresas.
- 5. La transferencia tecnológica e I+D:** se trata de saber en qué medida la investigación y desarrollo del país conducen a nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están o no al alcance de los emprendedores.
- 6. La infraestructura comercial y profesional:** Se refiere a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales así como de instituciones que facilitan la creación o el desarrollo de negocios.
- 7. La apertura del mercado interno:** se refiere a la medida en que los acuerdos comerciales no son suficientemente flexibles al cambio constante y reubicación estratégica, impidiendo a las firmas nuevas y en crecimiento competir y reemplazar a los proveedores existentes, subcontratistas y asesores.
- 8. El acceso a la infraestructura física:** se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes-comunicación, servicios públicos, transporte, tierra- a un precio que no discrimine a las firmas nuevas, pequeñas, o en crecimiento.
- 9. Las normas sociales y culturales:** se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan, o desalientan acciones individuales que pueden llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

ANEXO II

LISTA DE FIGURAS

- Figura nº1. → Evolución del TEA por año y por países
- Figura nº2. → Comparación de la media de los índices TEA para el período 2000-2002
- Figura nº3. → Índice total de actividad emprendedora 2002 por países
- Figura nº4. → Comparación de los índices TEA para el período 2001-2002
- Figura nº6. → Evolución de la proporción de Business angels por países
- Figura nº7. → Índice de actividad emprendedora y movimientos migratorios
- Figura nº8. → Regresión entre TEA y varios indicadores de crecimiento económico (1)
- Figura nº9. → Regresión entre TEA y varios indicadores de crecimiento económico (2)
- Figura nº10. → Actividad emprendedora de necesidad por países
- Figura nº11. → Actividad emprendedora de oportunidad por países
- Figura nº12. → Emprendedores por edad
- Figura nº13. → Actividad emprendedora por edad y género
- Figura nº14. → Fondos requeridos para montar una empresa
- Figura nº15. → Ratio mujer/hombre para la actividad emprendedora total
- Figura nº16. → Evaluación del apoyo a la mujer emprendedora
- Figura nº17. → Porcentaje de la población que percibe buenas oportunidades para los próximos 6 meses en su país
- Figura nº18. → Distribución de países por Tea de oportunidad y percepción de oportunidades
- Figura nº19. → Evaluación de la percepción de las oportunidades de negocio
- Figura nº20. → Índice de acceso a oportunidades para creación de nuevas empresas por países
- Figura nº21. → Evaluación de las habilidades para crear empresas
- Figura nº22. → Índice de la motivación para la creación de nuevas empresas por países
- Figura nº23. → Evaluación de la habilidad de la población para emprender en España
- Figura nº24. → Evaluación del apoyo financiero 1 (deuda y acciones)
- Figura nº25. → Evaluación del apoyo financiero 2 (capital-riesgo)
- Figura nº26. → Inversión informal y en capital-riesgo (en % del PIB)
- Figura nº27. → Evaluación de las normas sociales y culturales
- Figura nº28. → Evaluación de las políticas gubernamentales 1 (Apoyo)
- Figura nº29. → Evaluación de las políticas gubernamentales 2 (Regulaciones)
- Figura nº30. → Evaluación de la transferencia tecnológica
- Figura nº31. → Evaluación de la protección de los derechos de propiedad intelectual
- Figura nº32. → Evaluación de la educación 1 (primaria y secundaria)
- Figura nº33. → Evaluación de la educación y formación 2 (post-secundaria)
- Figura nº34. → Evaluación en detalle de la financiación de las empresas nuevas
- Figura nº35. → Evaluación en detalle de las normas sociales y culturales
- Figura nº36. → Evaluación en detalle de las políticas gubernamentales
- Figura nº37. → Evaluación en detalle de la transferencia tecnológica
- Figura nº38. → Evaluación en detalle del sistema educativo y de formación

LISTA DE TABLAS

- Tabla nº1. → Índice total de actividad emprendedora para los países GEM
- Tabla nº2. → Estadísticos descriptivos del índice total de actividad emprendedora 2000, 2001 y 2002
- Tabla nº3. → Estadísticos descriptivos de empresas nacientes, empresas nuevas y business angels
- Tabla nº4. → Porcentaje de empresas nacientes, nuevas y business angles por países
- Tabla nº5. → Estimación del número de emprendedores por país
- Tabla nº6. → Correlación entre el TEA y el crecimiento económico
- Tabla nº7. → Correlación entre TEA y PIB per capita para varios años
- Tabla nº8. → Variación del tipo de empresa creada en función del motivo de creación
- Tabla nº9. → Actividad emprendedora por categoría de edad y tipo de actividad
- Tabla nº10. → Actividad emprendedora por género y nivel de estudios
- Tabla nº11. → Actividad emprendedora por sectores y % de ventas a la exportación
- Tabla nº12. → Actividad emprendedora e indicadores de competitividad
- Tabla nº13. → Número de propietarios por empresa creada
- Tabla nº14. → Previsión de la creación de empleos dentro de 5 años
- Tabla nº15. → Relación entre inversor privado, emprendedor y tipo de empresa
- Tabla nº16. → Los obstáculos para la mujer emprendedora
- Tabla nº17. → Correlaciones entre TEA de oportunidad y percepción de oportunidades
- Tabla nº18. → Comparación entre países de las habilidades para la creación de empresas
- Tabla nº19. → Clasificación de las condiciones de entorno en principales fortalezas/ obstáculos
- Tabla nº20. → Principales verdades y mentiras sobre la actividad emprendedora en España
- Tabla nº21. → Distribución de la capacidad emprendedora por regiones
- Tabla nº22. → Conocimiento de nuevas iniciativas empresariales por regiones
- Tabla nº23. → Ser emprendedor como parte del trabajo habitual: distribución por regiones
- Tabla nº24. → Porcentaje regional de propietarios/gerentes de empresas
- Tabla nº25. → Porcentaje de emprendedores potenciales por regiones
- Tabla nº26. → Percepción de la capacidad emprendedora de las regiones españolas
- Tabla nº27. → Porcentaje de inversores informales por regiones
- Tabla nº28. → Mortalidad de las iniciativas empresariales privadas por regiones
- Tabla nº29. → Oportunidades para nuevas iniciativas empresariales por regiones
- Tabla nº30. → Antecedentes emprendedores por regiones
- Tabla nº31. → Motivación y capacidad para ser emprendedor por regiones
- Tabla nº32. → Repartición sectorial de las empresas creadas por regiones



Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo 2002 • España



Instituto de Empresa

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

