

Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM España 2004



Ignacio de la Vega, Director
Alicia Codrón, Dirección Técnica
Eusebio Justo, Cristina Cruz
Instituto de Empresa



Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM España 2004



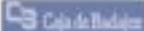
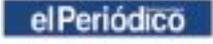
Instituto
de Empresa

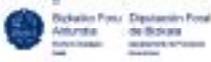
Business School



Fundación Cultural
Escuela Pyme

Patrocinadores

EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES E INSTITUCIONES	
Nacional	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega, Rachida Justo, Cristina Cruz, Alicia Coduras, María Pía Nogueira	 Instituto de Empresa Instituto de Empresa	 Banesto Fundación Cultural Eusebio Puyo
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Álvaro Rojas Antonio Rafael Ramos Salustiano Martínez	 JUNTA DE ANDALUCÍA Consejo de Economía, Empleo y Innovación COMISIÓN DE LA PRESIDENCIA	 UCA Universidad de Cádiz
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino Alicia M. Bolívar Cruz Esther Hormiga Pérez Alicia Correa Rodríguez	 UNIVERSIDAD DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA	 ULL  La Caja CANARIAS
Castilla y León	Universidad de León	Mariano Nieto Antolín Constantino García Ramos Roberto Fernández Gago Sergio del Cano Rojo Nuria González Álvarez	 Ade Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León	 Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León
Cataluña	Universitat Autònoma de Barcelona	José M ^a Veciana Yancy Vaillant David Urbano	 Universitat Autònoma de Barcelona	 INSTITUT D'ESTUDIS ECONÒMICS I INDUSTRIALS
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras Ignacio Mira Solves Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú	 AIR NOSTRUM	 UNIVERSITAT Miguel Hernández
Extremadura	Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón J. Carlos Díaz Casero	 Fundación Xavier de Salas Fundación de Estudios Trabajo-Carreras (España)	 UEX
			 JUNTA DE EXTREMADURA Consejo de Economía y Trabajo	 Sodiex
			 ARRAN CORPORACIÓN	 Sofiex
			 PINILLA	 Cámara Badajoz
			 JOCA	 infostock
			 Grupo Alfonso Gallardo	 CASA RURAL DE EXTREMADURA
			 FUNDACIÓN ACADEMIA EUROPEA DE VESTE	 urvicasa
			 Unión regional de extremadura	 SERVEX IMPRESA - JARDINERIA - MANTENIMIENTO
			 el Periódico	 CONYBER CONSEJO Y SERVICIOS EXTREMOSOS, S.A.

EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES E INSTITUCIONES
Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno Campos Lidia Villar Carlos Merino Miguel Palacios Tindaro del Val	     
País Vasco	Universidad de Deusto Universidad del País Vasco	M ^a José Aranguren Juan José Gibaja Iñaki Peña Mikel Navarro Francisco José Olarte Saioa Arando María Saiz Arturo Rodríguez	      

*El trabajo de campo para todos los equipos de GEM España ha sido realizado por la empresa OPINOMETRE S.L.



I	La creación de empresas: perspectiva internacional	19
1.1	Actividad emprendedora total en el entorno GEM y en España	19
1.2	El desglose de la actividad emprendedora: negocios nacientes, negocios nuevos, negocios consolidados y cierre de negocios	22
1.3	Los factores demográficos	26
1.4	Actividad emprendedora y crecimiento económico	29
II	Tipos de comportamiento emprendedor	32
2.1	Oportunidad versus necesidad	32
2.2	Correspondencia entre la percepción de oportunidades por parte de la población activa de los países y la creación efectiva de empresas y negocios por oportunidad	33
2.3	¿Existe alguna diferencia en el tipo de empresas o negocios nacientes que ponen en marcha los emprendedores por necesidad y por oportunidad?	34
2.4	Actividad emprendedora en las empresas nuevas y ya consolidadas (entrepreneurial activity)	39
III	Perfil del emprendedor español	45
IV	Financiación de la actividad emprendedora en España	49
4.1	La inversión informal sigue siendo una destacada fuente de financiación de la actividad emprendedora en España y a nivel internacional	49
4.2	Características del inversor informal español	51
4.3	¿Qué espera obtener el inversor informal español de la inversión realizada?	52
4.4	Posición española en el entorno GEM con respecto a la participación de la población adulta en actividades de inversión informal	53
4.5	El papel del capital riesgo mejora ostensiblemente en España	57
4.6	¿Cómo se financian las start-ups (hasta 3 meses de actividad) españolas?	59
4.7	¿Qué espera obtener el emprendedor español de la inversión realizada?	60
V	Mujer emprendedora	63
5.1	Actividad emprendedora femenina	63
5.2	Perfil de la mujer emprendedora y de su empresa	65
5.3	El apoyo institucional a la mujer emprendedora	67



VI La existencia de oportunidades, la motivación y la capacidad de la población para emprender 69

- 6.1** La percepción de oportunidades para la creación de empresas en España ha crecido un 12% en el 2004 **69**
- 6.2** La motivación es clave para aprovechar las oportunidades existentes y transformar las ideas en nuevas empresas, pero no es suficiente para convertirlas en realidades **71**
- 6.3** Los expertos españoles ven la motivación de la población española de forma más realista: nos gustaría ser empresarios de éxito, pero todavía no lo vemos como una opción profesional deseable **73**
- 6.4** Habilidades para la creación de empresas **74**

VII Actividad emprendedora y creación de empleo 77

- 7.1** Empleo actual, derivado de la actividad emprendedora, en las empresas nacientes y nuevas del 2004 **77**
- 7.2** Crecimiento esperado en empleo para los próximos cinco años, derivado de la actividad emprendedora, en las empresas nacientes y nuevas del 2004 **78**
- 7.3** España presenta una situación comparativa internacional muy preocupante en cuanto a la creación de empresas con potencial de rápido crecimiento en términos de empleo **79**

VIII Las condiciones específicas de entorno 82

- 8.1** Análisis general del entorno en que se desarrolla la creación empresarial en España **81**
- 8.2** Aspectos favorables y desfavorables: hablan los expertos **88**
- 8.3** El apoyo financiero en detalle **94**
- 8.4** Aspectos de las políticas gubernamentales valorados por los expertos y la población adulta española **96**
- 8.5** Estado de los Programas Gubernamentales en opinión de los expertos **107**
- 8.6** Estado de la educación y formación en entrepreneurship en opinión de los expertos **108**
- 8.7** Estado de la transferencia tecnológica e I+D en opinión de los expertos **109**
- 8.8** Acceso a la infraestructura comercial y profesional (servicios para empresas) **110**
- 8.9** Apertura y comportamiento del mercado interno **112**
- 8.10** Acceso a la infraestructura física por parte de las nuevas empresas **113**
- 8.11** Normas culturales y sociales **114**



IX	Análisis comparativo de la actividad emprendedora por regiones	116
9.1	Introducción	116
9.2	La necesidad de profundizar en el contenido del índice de actividad emprendedora: las diferencias regionales motivo de reflexión	116
9.3	Los índices de actividad emprendedora regional en el 2004	118
9.4	La motivación para emprender varía según las regiones	120
9.5	Evolución esperada para el próximo año en actividad emprendedora regional	121
9.6	Características de los emprendedores por regiones	122
9.7	La inversión informal tipo business angel en las regiones analizadas	123
9.8	Motivación, habilidades y oportunidades para emprender: comparación regional	124
9.9	Tipo de negocios creados: comparación regional	126
9.10	Las condiciones específicas de entorno: comparación regional	127
X	Conclusiones y recomendaciones	133



LISTA DE FIGURAS

Figura nº 1 El modelo conceptual del proyecto GEM.....	15
Figura nº 2 Comparación de los índices de actividad emprendedora total (TEA) desde el año 2000 al 2004 para aquellos países que han participado en alguna edición del Proyecto.....	19
Figura nº 3 Comparación de los índices de actividad emprendedora total (TEA) desde el año 2000 al 2004 para países de la Unión Europea participantes en el GEM.....	21
Figura nº 4 Comparación de los índices de actividad emprendedora total (TEA) desde el año 2000 al 2004 para España y Estados Unidos.....	21
Figura nº 5 TEA 2004 para los países GEM de esta edición.....	22
Figura nº 6 Desglose de la actividad emprendedora: porcentaje de empresas nacientes, nuevas, establecidas y TEA04.....	25
Figura nº 7 Repercusión del cierre de negocios en la actividad emprendedora 2004.....	25
Figura nº 8 TEA y población activa registrada en el 2003.....	26
Figura nº 9 Inmigración y actividad emprendedora.....	28
Figura nº 10 Relación lineal entre la estimación del cambio previsto en el PIB 2004-2005 como medida de desarrollo económico y el TEA04 como indicador de la actividad emprendedora en los países GEM 2004.....	29
Figura nº 11 Cambio esperado en el PIB 2004-05 por países.....	30
Figura nº 10 bis Relación cuadrática y cúbica entre el PIB per capita 2004 en \$US y el índice TEA ($R_2 = 0,387$ $p = 0,001$ y $R_3 = 0,516$ $p = 0,000$ respectivamente).....	30
Figura nº 12 Composición del índice TEA04 según motivación.....	32
Figura nº 13 Percepción de oportunidades en el 2003 y creación de empresas por oportunidad en el 2004.....	34
Figura nº 14 Motivación para emprender e innovación en los productos y servicios ofrecidos.....	35
Figura nº 15 Motivación para emprender y competencia de mercado en los productos y servicios ofrecidos.....	35
Figura nº 16 Motivación para emprender y sector de actividad de las empresas nacientes.....	36
Figura nº 17 Innovación en las iniciativas emprendedoras de empresas existentes	41
Figura nº 18 Nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras de empresas existentes.....	42
Figura nº 19 Grado de competencia esperado en las iniciativas emprendedoras de empresas existentes.....	43
Figura nº 20 Características socio-económicas de los emprendedores españoles.....	46



Figura nº.21 Actividad emprendedora por sector económico.....	47
Figura nº 22 Influencia del porcentaje de inversores informales en la población adulta en la actividad emprendedora de los países GEM.....	50
Figura nº .23 Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión.....	53
Figura nº 24 Cantidad de la inversión realizada que esperan recuperar los inversores informales.....	53
Figura nº 25 Cantidad de la inversión realizada que esperan recuperar los inversores informales y relación con el beneficiario.....	54
Figura nº 26 Tiempo estimado de retorno de la inversión de los business angels informales.....	54
Figura nº 27 Tiempo estimado de retorno de la inversión de los business angels informales y relación que guardan con el beneficiario.....	55
Figura nº 28 Comparación internacional: porcentaje de inversores informales en la población, que invirtieron en los 3 últimos años. Indicadores del 2003 y 2004.....	56
Figura nº 29 Comparación internacional: volumen que representa la inversión informal total como porcentaje del PIB de las naciones GEM 2004.....	57
Figura nº 30 Inversión informal frente a capital riesgo, ambos como % del PIB de los países GEM 2004.....	57
Figura nº 31 Capital riesgo como % del PIB de los países de la UE en el GEM 2004.....	58
Figura nº 32 Retorno esperado por parte de los emprendedores de la inversión efectuada en start-ups, en general y según el porcentaje de capital que han invertido personalmente.....	61
Figura nº 33 Tiempo estimado por parte de los emprendedores para recuperar la inversión efectuada en start-ups, en general y según el porcentaje de capital que han invertido personalmente.....	62
Figura nº 34 Ratio mujer / hombre para la actividad emprendedora total.....	63
Figura nº 35 Ratio mujer/hombre por país y por motivo de la creación de empresa.....	64
Figura nº 36 Ratio Mujer/hombre por tipo de empresa.....	64
Figura nº 37 Variación del perfil del emprendedor en función del sexo.....	65
Figura nº 38 Evaluación del apoyo a la mujer emprendedora en los países del GEM.....	67
Figura nº 39 Evaluación de la situación de la mujer emprendedora en España.....	68
Figura nº 40 Porcentaje de la población en edad de trabajar que percibe buenas oportunidades para start-up hasta diciembre de 2004.....	69



Figura nº 41 Clasificación de los países GEM 2004 según la opinión de sus expertos en cuanto al conjunto de variables que definen la percepción de oportunidades para emprender.....	71
Figura nº 42 Evaluación media de 325 expertos españoles sobre factores que influyen en la motivación para emprender.....	73
Figura nº 43 Clasificación de los países GEM 2004 según su índice de motivación para emprender.....	74
Figura nº 44 Clasificación de los países GEM 2004 según la habilidad de su población para emprender.....	75
Figura nº 45 Habilidad y conocimientos para emprender percibidos por los expertos en la población adulta española.....	75
Figura nº 46 Valoración media realizada por los expertos acerca de los conocimientos y habilidades para emprender en la población de los distintos países.....	76
Figura nº 47 La dimensión del empleo actual en las empresas nacientes y nuevas de España.....	77
Figura nº 48 Clasificación de los países GEM en función de sus porcentajes de empresas nacientes (start-up) de rápido crecimiento.....	80
Figura nº 49 Clasificación de los países GEM en función de sus porcentajes de empresas nuevas (baby business) de rápido crecimiento.....	80
Figura nº 50 Clasificación de los países GEM en función de sus porcentajes de empresas consolidadas (established business) de rápido crecimiento.....	81
Figura nº 51 Valoración media de las condiciones de entorno en España.....	83
Figura nº 52 Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial desde un punto de vista internacional.....	94
Figura nº 53 Fuentes de financiación que pueden proporcionar apoyo financiero a empresas nacientes y nuevas: situación en España.....	95
Figura nº 54 Evaluación de las políticas gubernamentales. A la izquierda políticas de apoyo y a la derecha regulaciones, facilidades, velocidad de trámites.....	96
Figura nº 55 Evaluación de las políticas gubernamentales de apoyo a nuevas empresas y al crecimiento de las ya existentes.....	97
Figura nº 56 Actuación esperada del nuevo gobierno estatal en materia de apoyo a la creación empresarial en comparación con el gobierno precedente.....	98
Figura nº 57 Comparación internacional de la valoración de los Programas Gubernamentales por parte de los expertos GEM.....	107
Figura nº 58 Valoración de los Programas Gubernamentales por parte de los expertos españoles.....	108



Figura nº 59 Valoración de la educación y formación en entrepreneurship por parte de los expertos GEM. A la izquierda valoración en primaria y secundaria, y a la derecha en post-secundaria.....	108
Figura nº 60 Valoración de la educación y formación en entrepreneurship en el sistema educativo español.....	109
Figura nº 61 Índice de transferencia tecnológica e I+D a partir de las opiniones de expertos GEM.....	109
Figura nº 62 Detalle de la evaluación de los expertos españoles acerca de variables relacionadas con la transferencia tecnológica y el I+D.....	110
Figura nº 63 Valoración del acceso a infraestructura comercial y profesional o servicios a empresas, realizada por los expertos GEM.....	111
Figura nº 64 El acceso a la infraestructura de servicios comerciales y profesionales para nuevos empresarios en opinión de los expertos españoles.....	111
Figura nº 65 A la izquierda, velocidad de cambios en el mercado y, a la derecha, apertura del mercado interno.....	112
Figura nº 66 Variables que caracterizan la actividad del mercado interno.....	112
Figura nº 67 Valoración del acceso a infraestructura física por parte de los nuevos empresarios.....	113
Figura nº 68 Análisis detallado del acceso a las infraestructuras físicas por parte de los nuevos empresarios en España.....	113
Fig nº 69 Evaluación de las normas sociales y culturales por países.....	114
Figura nº 70 Evaluación de las normas sociales y culturales en España.....	115
Figura nº 71 Evolución del índice de actividad emprendedora (TEA) en las regiones españolas de Andalucía, Cataluña y Extremadura.....	117
Figura nº 72 Índices de actividad emprendedora totales de las regiones españolas que participan en GEM 2004.....	118
Figura nº 73 Conocimiento de emprendedores por parte de la población de las regiones.....	119
Figura nº 74 Comparación de la motivación para emprender en las regiones españolas.....	120
Figura nº 75 Expectativas de creación de start up para los próximos 3 años, por regiones.....	121
Figura nº 76 Cierre de negocios en la población de las regiones entre julio de 2003 y julio de 2004.....	121
Figura nº 77 Ratios de mujer/hombre emprendedor por Comunidad Autónoma.....	123



Figura nº 78 Niveles de inversión informal tipo business angel por regiones.....	124
Figura nº 79 Análisis de factores que inciden en la motivación y la habilidad para emprender por regiones.....	125
Figura nº 80 Comparación de factores de apoyo al desarrollo de la actividad emprendedora por regiones.....	126
Figura nº 81 Start up por sectores en la regiones.....	127
Figura nº 82 Apoyo financiero y Programas Gubernamentales en las CCAA.....	128
Figura nº 83 Políticas gubernamentales y educación y formación orientadas al fomento de la actividad emprendedora por regiones.....	129
Figura nº 84 Estado del acceso, calidad y desarrollo de servicios a empresas por regiones.....	130
Figura nº 85 Estado de la capacidad de reacción y apertura de los mercados internos por regiones.....	130
Figura nº 86 Acceso a infraestructura física y estado de las normas sociales y culturales de las regiones en su apoyo al emprendedor.....	131
Figura nº 87 Respecto a la propiedad intelectual y apoyo a la actividad emprendedora de la mujer por regiones.....	132



LISTA DE TABLAS

Tabla nº 1 Evolución del índice TEA desde el 2000 hasta el 2004 para los países que han participado y participan en el Proyecto GEM.....	20
Tabla nº 2 Desglose de la actividad emprendedora según el perfil de los países GEM.....	23
Tabla nº 3 Desglose de la actividad emprendedora, empresas consolidadas y cierre de negocios en los países GEM 2004.....	24
Tabla nº 4 Estimación del número de emprendedores: total, por oportunidad y por necesidad de los países, ordenados en función de su índice de actividad emprendedora total 2004. De izquierda a derecha: ranking de países por TEA04, País, TEA04, TEA04 por oportunidad, TEA04 por necesidad, población de 18-64 años, estimaciones del: número total de emprendedores, número de emprendedores por oportunidad y número de emprendedores por necesidad.....	27
Tabla nº 5 Correlaciones entre cambio esperado en el PIB 04-05 y TEA03 y TEA04.....	29
Tabla nº 6 Desglose de la actividad emprendedora según motivación en España.....	32
Tabla nº 7 Características de las empresas nacientes y nuevas por necesidad y oportunidad: propiedad, inversión para la puesta en marcha.....	37
Tabla nº 8 Desglose del TEA por actividades emprendedoras.....	39
Tabla nº 9 Desglose del TEA por actividades emprendedoras y actividad emprendedora de empresas existentes (nuevas y consolidadas).....	40
Tabla nº 10 Entrepreneurial activity.....	40
Tabla nº 11 La inversión informal en España a lo largo del 2004.....	49
Tabla nº 12 perfil medio del inversor informal español.....	50
Tabla nº 13 Descripción del capital total necesario para acometer un start-up en España en el 2004.....	59
Tabla nº 14 Descripción del porcentaje de capital total necesario para acometer un start-up que asume o invierte el propio emprendedor.....	59
Tabla nº 15 Fuentes de financiación empleadas en las start-up en el 2004.....	60
Tabla nº 16 Distribución de género por sector de actividad, nivel de exportación, y empleo.....	66
Tabla nº 17 La percepción de oportunidades desde el punto de vista de los expertos españoles.....	70
Tabla nº 18 Motivación para emprender en la población adulta española.....	72
Tabla nº 19 Volumen que representa el empleo del 2004 procedente de iniciativas emprendedoras (empresas nacientes y nuevas) sobre la población activa del país.....	78



Tabla nº 20 Empleo actual en las empresas nacientes y nuevas y crecimiento esperado para los próximos cinco años.....	79
Tabla nº 21 Comparación de las valoraciones medias de las Condiciones de Entorno 03-04.....	83
Tabla nº 22 Obstáculos y apoyos a la creación empresarial en el 2004, según la opinión de 325 expertos de toda la geografía española.....	84
Tabla nº 23 Obstáculos y apoyos a la creación empresarial en el 2004, según la opinión de 325 expertos de toda la geografía española.....	87
Tabla nº 24 Comparación de las recomendaciones de los expertos entre el 2003 y el 2004.....	88
Tabla nº 25 Si pudiese recomendar una medida a la administración para favorecer la creación de empresas, ¿cuál sería?.....	99
Tabla nº 26 ¿Podría citar alguna acción gubernamental aparecida en prensa, radio o televisión que usted considere que es un apoyo efectivo para los nuevos empresarios?.....	100
Tabla nº 27 ¿Conoce Ud. algún servicio o programa de apoyo a la creación de empresas?.....	101
Tabla nº 28 ¿Ha contactado Ud., aunque sea solo para informarse, con alguna institución o programa de apoyo a la creación de empresas?.....	104
Tabla nº 29 Evolución del índice TEA general, por necesidad y por oportunidad en las regiones participantes en el GEM 2003.....	118
Tabla nº 30 Características de los emprendedores por regiones.....	122



A) EL INSTITUTO DE EMPRESA CUMPLE 5 AÑOS AL FRENTE DEL PROYECTO GEM EN ESPAÑA

El Instituto de Empresa Business School, presenta por quinta vez consecutiva los resultados del Proyecto GEM para España y sigue promoviendo el desarrollo del análisis de la actividad emprendedora en nuestro país a todos los niveles, con especial énfasis en el ámbito regional, fuente de inestimable información que conduce a interesantes reflexiones.

Considerada como la mejor escuela europea de negocios en Creación de Empresas y en Tecnologías de la Información, el Instituto de Empresa sigue trabajando para ofrecer el más alto nivel en formación específica de creación de empresas y empresa familiar. Así, además de la formación del propio alumnado, colabora en la de otros colectivos e instituciones en este entorno y promueve la generación de nuevos proyectos emprendedores supervisando anualmente cerca de 250 planes de negocio, de los cuales, alrededor del 10% se convierten en empresas reales. El Instituto de Empresa ha contribuido de forma activa a que cerca del 25% de sus antiguos alumnos se hayan convertido en empresarios.

El Proyecto GEM garantiza al Departamento de Creación de Empresas del Instituto la continua actualización de su conocimiento del entorno de creación empresarial en España y en la red de más de 40 países que integran actualmente el Proyecto, mientras ofrece información relevante y de alta calidad a todos los agentes involucrados en el desarrollo del fenómeno emprendedor, todo ello junto al resto de los equipos formados en las regiones españolas. Esta actividad sirve de estímulo continuo y está contribuyendo a la apertura de nuevos frentes de investigación complementarios que cada vez tienen mayor impacto social mejorando la percepción de la importancia del sector empresarial en nuestro país.

El Informe Ejecutivo para España 2004 presenta algunas novedades como el estudio de la actividad referente a las empresas con potencial de crecimiento, tema de gran relevancia en estos momentos y, también explora por primera vez el retorno de la inversión realizada por emprendedores y por inversores informales en la puesta en marcha de nuevos negocios. Asimismo hay que destacar la incorporación de 5 nuevos equipos regionales en el 2004, ampliación que ha proporcionado informes de: Andalucía, Canarias, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Madrid y País Vasco. En el 2005 se incorporan Galicia y Navarra y esperamos seguir el proceso de ampliación hasta lograr un equipo GEM en las 17 Comunidades Autónomas, Ceuta y Melilla.

Entre otros muchos puntos, las conclusiones vuelven a poner de manifiesto la gran necesidad que hay en España de impulsar el espíritu emprendedor desde la escuela primaria. Así, nuestro país, que se apoyó en momentos pasados de nuestra historia en la clase empresarial como base de la economía y el desarrollo, ha olvidado en parte el imprescindible papel jugado por la PYME, y se ha centrado más en lanzar un mensaje social de aversión al riesgo y búsqueda de empleos seguros y estables por parte de las nuevas generaciones. Esta situación entra en contradicción con el actual escenario de saturación del mercado laboral en muchos apartados que pueden proporcionar este tipo de empleo, percibiéndose en cambio, que en pocos años, el papel de generación de nuevos puestos de trabajo en la PYME será fundamental para canalizar la demanda de empleo.

Ignacio de la Vega
Director del Proyecto GEM en España

B) INTRODUCCIÓN: EL MODELO TEÓRICO GEM

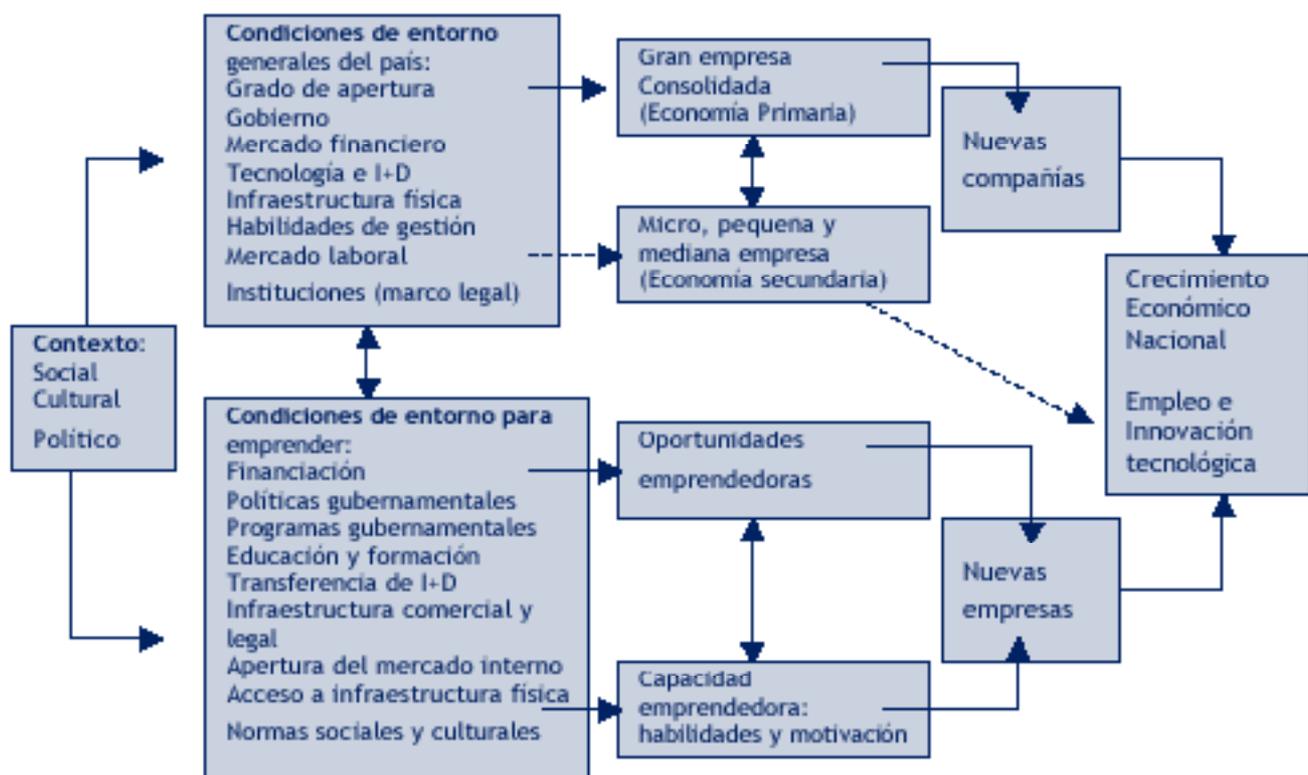
El análisis tradicional del crecimiento económico y el desarrollo de los países casi siempre se ha centrado en el estudio de las grandes compañías y ha prestado poca atención a la contribución de la PYME, cada vez más importante en términos de competitividad y foco de generación de innovaciones. El Proyecto GEM está tratando de suplir esta carencia de análisis desde hace ya 6 años, demostrando con su modelo conceptual que la actividad emprendedora tiene un relevante impacto en dicho crecimiento y que, especialmente, las empresas con alto potencial de desarrollo están contribuyendo decisivamente en la expansión económica de muchas naciones.

En el Proyecto GEM, se considera que el crecimiento económico de las naciones es el resultado de la interacción de las actividades de las empresas consolidadas (que llevan más de 42 meses de actividad en un mercado) y de las iniciativas emprendedoras, tal y como muestra el siguiente modelo:

La influencia de las grandes compañías en la economía y el desarrollo de los países viene, especialmente determinada, por las condiciones generales que hay en el entorno de los negocios, el grado de apertura del país de cara al exterior, el tipo de gobierno, la eficiencia de su mercado financiero, la tecnología y, en general, los factores generales que mencionamos en la Figura nº 1. Estas corporaciones influyen en la economía primaria y su crecimiento diversificándose y generando nuevas grandes compañías que proporcionan muchos puestos de trabajo. Asimismo, son compañías que sustituyen con relativa facilidad las tecnologías obsoletas por otras nuevas, incrementando con ello la productividad, todo ello gracias a sus recursos o al hecho de ser de tipo multinacional.

En cambio, para los potenciales emprendedores, el tomar una decisión de llevar adelante una iniciativa depende de otras variables adicionales además de las mencionadas. Estas variables son las que presentamos en la Figura nº 1 bajo el epígrafe de Condiciones de Entorno para Emprender y son determinantes para establecer la capacidad emprendedora de los países.

Figura nº 1 El modelo conceptual del proyecto GEM





La facilidad de acceso a financiación, las regulaciones gubernamentales para las PYMES, las condiciones de seguridad social para los autónomos, las habilidades, motivación y capacidad para emprender, son clave para que una persona con una idea, se decida finalmente a ponerla en práctica entrando en el mercado. El éxito de estas iniciativas puede conducir finalmente a una muy discreta o a una moderada contribución al crecimiento económico, en función de su potencial de desarrollo, pero lo que no hay duda es que, en cualquier caso, la suma de todas estas iniciativas tiene, finalmente, un peso específico en dicho crecimiento, siempre que no se vea superado por la tasa de cierres de empresas en el mismo período y por un volumen equivalente al generado.

Este esquema contribuye a ver con mayor claridad la relación existente entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico de los países, uno de los principales objetos de estudio del Proyecto GEM. Por consiguiente, tal y como mostramos, de forma resumida, en la Figura nº 1, el desarrollo económico de los países depende en buena medida de una combinación entre una actividad emprendedora exitosa y la fuerza de las grandes compañías. El Proyecto GEM viene constatando la influencia positiva de esta combinación, si bien, su impacto varía en función de la renta de los países medida como Producto Interior Bruto per Capita.

En países de renta per capita baja, el sector emprendedor proporciona oportunidades de trabajo y de creación de nuevos mercados. A medida que crece la renta per capita, la emergencia de nuevas tecnologías y economías de escala permite que las grandes compañías consolidadas satisfagan la demanda creciente de los mercados en expansión, reforzando su papel y presencia en la economía de los países. Al mismo tiempo, las empresas nacientes disminuyen su número porque hay más gente que encuentra empleos estables. Finalmente, cuando se producen incrementos aún mayores de renta per capita, el papel jugado por la actividad emprendedora resurge con fuerza porque aumenta el número de personas que tienen recursos propios suficientes como para lanzarse a emprender, especialmente, en escenarios en que se perciben buenas oportunidades. Así, en países de renta alta, cuando los costes de puesta en marcha son bajos y el desarrollo tecnológico es elevado, las empresas emprendedoras suelen disfrutar de nuevas ventajas competitivas.

En definitiva, los emprendedores se enfrentan a muy diversos escenarios dependiendo del país y de su entorno específico y, por eso, las políticas públicas que pueden ser acertadas para una zona, pueden no serlo para otras, teniendo que analizarse muy cuidadosamente los factores de aquellas en que los gobiernos deseen lograr resultados de incremento de la actividad empresarial. El Proyecto GEM se ha diseñado en esta línea y proporciona datos cada vez más especializados de los países participantes siendo el único que permite comparar internacionalmente los factores presentados en el modelo conceptual.

C) RESUMEN EJECUTIVO

Al presentar el quinto informe nacional para España, el equipo investigador destaca los siguientes resultados derivados del estudio:

De los 784 millones de personas que representa la población de 18 a 64 años en los 34 países GEM analizados en el 2004, un 9,3% (73 millones) son emprendedores. Esta tasa se ha incrementado, aproximadamente, en un 5% respecto del año anterior, si bien no es exactamente comparable con la del año 2003 por haber diferencias en las listas de países participantes en ambos años. En general, algunos países han sufrido una etapa moderadamente recesiva (EEUU, España, Reino Unido, Dinamarca, Alemania, Finlandia, Irlanda, Israel y otros), mientras que otros han aumentado su actividad (Francia, Brasil, Uganda, Canadá, Singapur, Croacia, Holanda, Nueva Zelanda). De nuevo, el ranking de actividad viene encabezado por un país en vías de desarrollo que se acaba de incorporar al Proyecto. Se trata de Perú, con un TEA del 40,3%.

El análisis de la relación entre el índice de actividad emprendedora y el nivel de desarrollo económico de los países muestra nuevos avances e implicaciones para el diseño de políticas públicas. El último informe GEM Global se decanta por una relación de tipo no lineal como ajuste entre la variable TEA y la variable que representa el desarrollo de los países cambiando el PIB por el PIB per capita, por considerarlo más representativo del nivel de vida. Así, la relación más estrecha se ajusta a una curva en forma de U que da pie a la construcción de varios grupos de países bien definidos. El índice TEA disminuye a medida que aumenta el PIB per capita alcanzando su punto más bajo alrededor de los 30,000\$. Tras este punto de inflexión, el índice vuelve a crecer, aunque de forma moderada a medida que el PIB per capita crece. Los países con el TEA más alto



y el PIB per capita más bajo son países en vías de desarrollo, como Uganda, Perú y Ecuador. Cuando el PIB per capita se aproxima a 10,000\$, los países tienen TEAs más bajos (caso de Brasil y Argentina) pero notables. En el tramo de 10,000 a 25,000\$, en el cual se halla España, está un conjunto de países en que se está fraguando el paso de renta media a renta alta, con TEAs moderados. En el tramo de 30,000\$ a 40,000\$ de PIB per capita se dan índices alrededor del 5% o inferiores (caso de Alemania, Holanda, Finlandia y otros, junto a Japón y Australia, dos países que discrepan de este conjunto por sus peculiares características sociales). Finalmente, en el tramo superior a los 40,000\$ los índices TEA crecen de nuevo. Estas diferencias y sus motivaciones, ampliamente descritas en el informe Global 2004¹ Ver Global Entrepreneurship Monitor, 2004 Executive Report, Zoltan J. Acs, Pia Arenius, Michael Hay, Maria Minitti, páginas 38 y siguientes., ponen de manifiesto la necesidad de políticas públicas diferentes en función de cada situación, no siendo recomendable diseñarlas de forma generalizada porque se malgastaría tiempo y energía y no se lograría una mejora sustancial de las condiciones para emprender. Por poner un ejemplo, la UE podría plantearse una estrategia global de políticas públicas para los países miembros en cuanto a desarrollo de la actividad emprendedora, pero dicha estrategia no sería eficaz por las diferencias de modelos que coexisten en la propia Unión, siendo necesario un estudio territorial muy minucioso.

El índice de actividad emprendedora española cae del orden de un 23,9% tras haberse recuperado en el 2003.

El clima económico, social y político heredado tras los atentados del 11 de marzo, los procesos electorales habidos en España y la situación delicada derivada de la guerra de Irak y otros conflictos, han propiciado una situación recesiva que ha afectado a la actividad emprendedora en nuestro país y en otros de la UE, al igual que en EEUU. La caída, de menor impacto que la sufrida en 2002, ha afectado especialmente al conjunto de empresas nacientes (aquellas que tienen como máximo 3 meses) y, en cambio, se ha mantenido estable el cupo de nuevas empresas (las que tienen entre 3 y 42 meses de actividad), pudiendo afirmarse que las iniciativas emprendedoras de los 3 últimos años se están consolidando.

El porcentaje de nuevas empresas españolas presenta un incremento del 20,4%, mientras que el porcentaje de empresas nacientes o start-ups disminuye un 29%, siendo el principal causante del retroceso registrado en nuestro TEA. En España han mejorado las condiciones para la supervivencia, circunstancia tan deseable o más que tener un gran volumen de nacimientos con pocas expectativas de vida y se ha registrado un menor volumen de nacimientos de negocios y empresas.

El número total de emprendedores estimado para España en el 2004 es de 1.345.000, de los cuales 1.183.078 lo fueron por aprovechar una oportunidad de negocio y 161.922 lo fueron por necesidad, es decir, por no hallar una alternativa de trabajo mejor. Por consiguiente, este indicador cae del orden de 650.000 emprendedores respecto al 2003 como consecuencia de la recesión registrada en el ámbito de la creación empresarial.

La inversión informal española cae junto a la tasa de actividad emprendedora un 26,5% acusando el impacto del clima moderadamente recesivo. El emprendedor español acude a la inversión informal para obtener apoyo en procesos de puesta en marcha de iniciativas empresariales con relativa frecuencia, siendo esta fuente, por detrás de la banca, la segunda más utilizada. El retroceso en el porcentaje de empresas nacientes va unido, por consiguiente, a esa menor intervención de este canal financiero a lo largo del 2004. Falta por determinar si, en parte se han creado menos empresas nacientes porque los inversores se han retraído, o si los potenciales emprendedores han tenido mayores reservas a la hora de decidirse y, por consiguiente, ha habido menos solicitud de fondos a este sector. Lo más probable es que se trate de una combinación de ambas circunstancias.

La mortalidad de empresas se ha estancado y permanece en el 1,54% registrado el año 2003. Efectivamente, el porcentaje de adultos que ha cerrado una iniciativa empresarial en los 12 últimos meses se mantiene inalterado en un 1,54%, reforzando la idea de que el clima recesivo sólo ha afectado de forma notable al impulso de empresas nacientes, sin perjudicar el equilibrio entre mortalidad de empresas y consolidación de nuevas empresas. Este equilibrio es muy importante, porque si la tasa de cierres de negocios se dispara, el tener un elevado índice de creación empresarial no compensaría la pérdida motivada por la mortalidad.

¹ Ver Global Entrepreneurship Monitor, 2004 Executive Report, Zoltan J. Acs, Pia Arenius, Michael Hay, Maria Minitti, páginas 38 y siguientes.



La inmigración comienza a tomar fuerza en la actividad emprendedora en España. Por primera vez en los cinco años de análisis, se aprecia que la tasa de inmigración tiene relación débil, pero positiva y significativa, en el índice de actividad emprendedora en un grupo de países entre los que se halla España. Por consiguiente, a partir del 2005 se va a analizar con mayor profundidad el impacto de la inmigración en nuestra creación empresarial. La regulación de la situación de muchos inmigrantes propiciará la creación de negocios, aunque sean de muy pequeña dimensión, en este colectivo que, muchas veces, crea servicios para los propios compatriotas.

El 30% del total de emprendedores del 2004 son mujeres. El colectivo de mujeres ha disminuido un 45% con respecto a la cifra registrada en el 2003, si bien, su proporción se mantiene inalterable respecto de la masculina en el conjunto global de emprendedores. La recesión ha afectado tanto a hombres como a mujeres a la hora de decidir su incorporación al sector, pero en el caso de la mujer se percibe esta pérdida como más dramática por el avance que se estaba logrando el año 2003. Los estudios especializados que se han llevado a cabo este año en el seno del Proyecto GEM ponen de manifiesto que la mujer es más sensible que el hombre a su entorno inmediato, mucho más conservadora en la puesta en marcha de negocios y con mayor aversión al riesgo, lo cual implica que, en un escenario recesivo, son más propensas a retraerse.

Se registran pocos cambios en el perfil del emprendedor español: mayoritariamente varón, con edad entre 35 y 44 años, con nivel de estudios bajo y que vive en una ciudad. Su actividad empresarial se centra en el sector servicios, destacando la categoría de "Venta al por mayor" y "Venta al detalle, restauración y hostelería" como segunda opción.

A pesar de la recesión registrada, la población y los expertos siguen percibiendo buenas oportunidades para emprender en España: El 39,32% de la población adulta española afirma que existen buenas oportunidades para emprender entre julio y diciembre de 2004. Dado que en el 2003 esta cifra se situaba en un 35%, hay que concluir que se ha experimentado un crecimiento de algo más del 12% en este indicador, pudiendo afirmarse que nuestra sociedad percibía una buena evolución del mercado.

Los expertos piensan que nuestra sociedad no ve, en conjunto, la opción de ser empresario como una elección de carrera profesional deseable. Esta opinión es acorde con las cifras de actividad emprendedora

española y aún estamos lejos de alcanzar los niveles de apoyo social deseables, si bien, algunas regiones españolas como Cataluña y la Comunidad Valenciana van por delante en este aspecto.

Aunque la mayoría de emprendedores crean empleo, el volumen total es moderado. El porcentaje de empresas nacientes y nuevas que generan 20 o más empleos es muy pequeño. El 85% de las empresas nacientes y el 87% de las nuevas son microempresas y, el 15% y 14% respectivamente, son pequeñas empresas.

España ocupa una de las últimas posiciones entre los países GEM en cuanto a creación de empresas con potencial de crecimiento con un 0,97% del total de empresas nacientes en esta situación, cifra completamente alejada de la media, que es un 17% y del resto de los países.

El acceso a la infraestructura física, comercial y de servicios a empresas y la presencia de programas gubernamentales de apoyo al emprendedor son los valores que más han destacado los expertos como bien encaminados para favorecer la creación empresarial. El resto de condiciones de entorno, especialmente las relativas a educación orientada a fomentar el espíritu emprendedor, la financiación y ciertas políticas gubernamentales, siguen percibiéndose como negativas y con pocas perspectivas de cambio a corto plazo. Las diferencias regionales detectadas en las opiniones de los expertos ponen de manifiesto que hay matices en cuanto al estado de las 9 condiciones de entorno analizadas en función de la zona geográfica de España a que haga referencia la valoración.

El análisis regional se va afianzando como una fuente de información imprescindible para comprender el desarrollo de la actividad emprendedora española en toda su dimensión. Los 8 informes de CCAA para el 2004 proporcionan las claves de las diferencias registradas en cuanto a su actividad emprendedora.

I. LA CREACIÓN DE EMPRESAS: PERSPECTIVA INTERNACIONAL

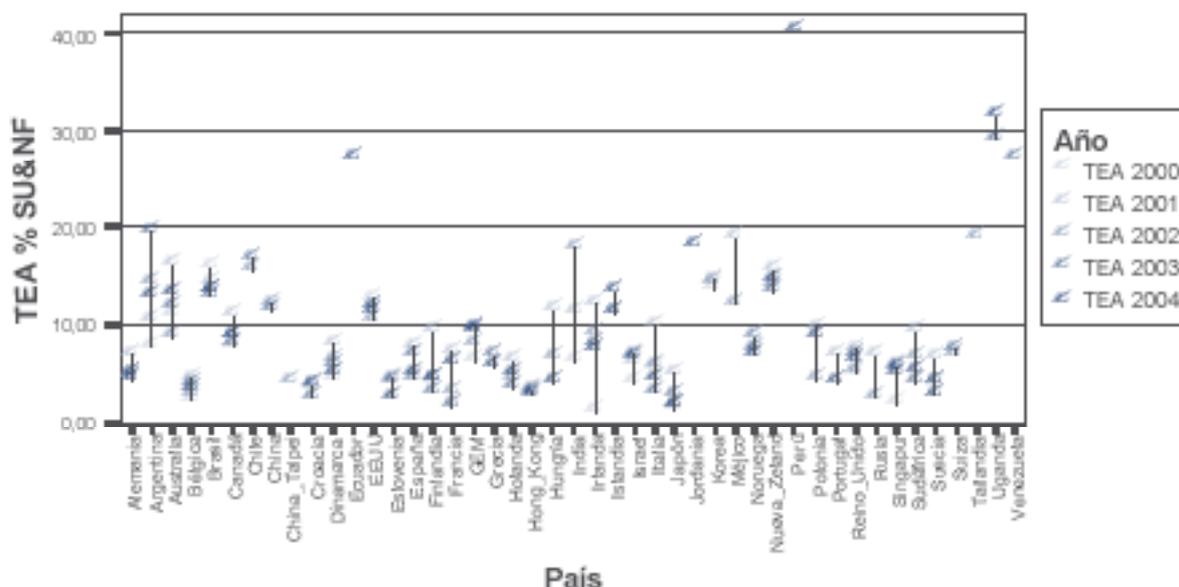
1.1 Actividad emprendedora total en el entorno GEM y en España

La edición 2004 del Proyecto GEM proporciona datos de actividad emprendedora en 34 países entre los que se encuentra España. El índice de actividad emprendedora TEA TEA = Total Entrepreneurial Activity calculado como el porcentaje de start ups más nuevas firmas que se da en la población activa de cualquier país para un año determinado, se está revelando como una variable sensible a la situación política y económica del panorama mundial y nacional. Por ello, su evolución se ve afectada por los graves acontecimientos que se vienen desarrollando desde los atentados del 11 de septiembre en EEUU y las consecuencias derivadas de los mismos, tales como la guerra de Irak, el terrorismo que han sufrido diversos países, entre los que se encuentra España, los procesos electorales, la evolución de los precios, etc.

Los siguientes gráficos y tablas muestran la evolución del índice TEA para los países que han participado al menos en alguna edición del Proyecto GEM desde el 2000. En ellos se pueden apreciar las fluctuaciones de la actividad emprendedora que, para el año 2004, han conducido a una caída generalizada, tal y como sucedió en el 2002, si bien, de menor envergadura que aquella. Así, la media del índice TEA para el conjunto de países GEM cae del orden de los 0,5 puntos porcentuales, si bien, las medias del TEA de diferentes años no son exactamente comparables por haber diferencias en el número de países participantes.

En el caso español, el índice TEA se sitúa este año en 5,15%, de forma que este es el porcentaje de start ups y nuevas firmas que ha generado nuestra población activa entre el mes de julio de 2003 y el mes de julio de 2004. El índice sufre una caída del 23,93% al haberse situado en el 2003 en 6,77 puntos porcentuales. Por consiguiente, como indicador económico que es, señala una cierta recesión para el período considerado, si bien, no de gran magnitud.

Figura nº 2 Comparación de los índices de actividad emprendedora total (TEA) desde el año 2000 al 2004 para aquellos países que han participado en alguna edición del Proyecto





Los datos correspondientes al gráfico anterior se pueden consultar en la siguiente tabla, que muestra la evolución del TEA para los países GEM entre el 2000 y el 2004.

Tabla n°1 Evolución del índice TEA desde el 2000 hasta el 2004 para los países que han participado y participan en el Proyecto GEM

	Pais	TEA00	TEA01	TEA02	TEA03	TEA04
1	Perú	40,34
2	Uganda	.	.	.	29,26	31,50
3	Ecuador	27,24
4	Jordania	18,26
5	Nueva_Zelanda	.	15,63	14,01	13,60	14,67
6	Islandia	.	.	11,32	11,24	13,57
7	Brasil	16,04	14,21	13,53	12,90	13,48
8	Australia	10,93	16,21	8,68	11,62	13,38
9	Argentina	7,77	10,52	14,15	19,73	12,84
10	EEUU	12,69	11,65	10,51	11,90	11,33
11	Canadá	7,93	10,98	8,82	8,01	8,85
12	Polonia	.	9,98	4,44	.	8,83
13	Irlanda	1,25	12,11	9,14	8,10	7,70
14	Noruega	7,91	8,69	8,69	7,46	6,98
15	Israel	4,17	5,97	7,06	.	6,62
16	Reino_Unido	5,16	7,68	5,37	6,36	6,25
17	Francia	2,20	7,23	3,20	.	6,03
18	Grecia	.	.	.	6,77	5,77
19	Singapur	2,06	5,18	5,91	4,95	5,69
20	Sudáfrica	.	9,37	6,54	4,30	5,40
21	Dinamarca	4,51	8,07	6,53	5,88	5,31
22	España	4,55	7,78	4,59	6,77	5,15
23	Holanda	.	6,38	4,62	3,60	5,11
24	Alemania	4,73	7,03	5,16	5,21	4,47
25	Finlandia	3,94	9,32	4,56	6,85	4,39
26	Italia	5,68	10,16	5,90	.	4,32
27	Hungría	.	11,42	6,64	.	4,29
28	Portugal	.	7,09	.	.	3,95
29	Croacia	.	.	3,62	.	3,73
30	Bélgica	2,44	4,58	2,99	.	3,47
31	Hong_Kong	.	.	3,44	3,23	2,97
32	Suecia	3,87	6,67	4,00	4,12	2,94
33	Eslovenia	.	.	4,63	4,05	2,60
34	Japón	1,26	5,08	1,81	.	1,48
35	China_Taipei	.	.	4,27	.	No participa 04
36	Venezuela	.	.	.	27,31	No participa 04
37	India	6,30	11,25	17,88	.	No participa 04
38	China	.	.	12,34	11,59	No participa 04
39	Korea	13,67	14,85	14,52	.	No participa 04
40	Tailandia	.	.	18,90	.	No participa 04
41	Chile	.	.	15,68	16,87	No participa 04
42	Méjico	.	18,73	12,40	.	No participa 04
43	Suiza	.	.	7,13	7,41	No participa 04
44	Rusia	.	6,91	2,52	.	No participa 04
0	GEM		9,68	7,98	9,84	9,38
Total	N 45	22	30	38	27	35

Centrándonos en el ámbito de la Unión Europea, la evolución de la actividad emprendedora medida como porcentaje de start ups³ y nuevas firmas⁴ creadas en el período presenta diversos perfiles. Así, han sufrido una caída moderada

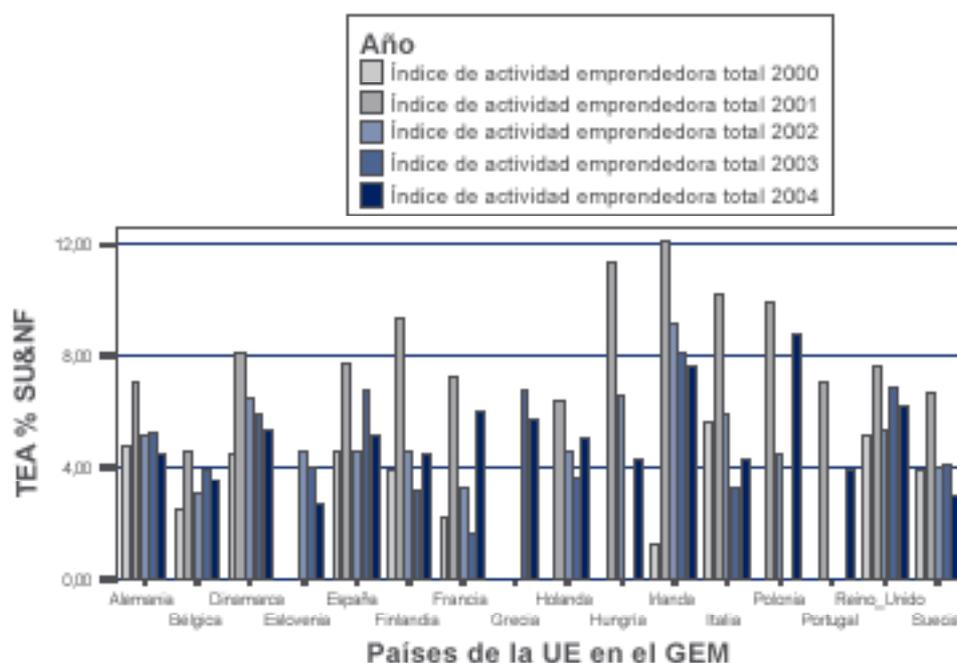
³ Start up o empresa naciente es aquella que no lleva más de 3 meses de actividad.

⁴ Empresa nueva o "baby business" es aquella que lleva como máximo, entre 3y 42 meses de actividad.



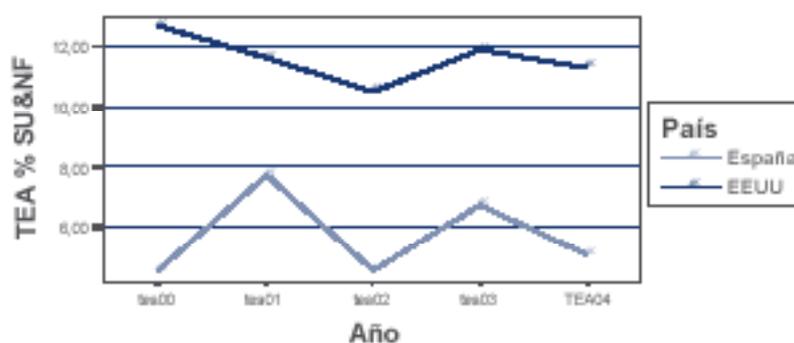
del índice TEA entre el 2003 y el 2004: Irlanda, Reino Unido, Grecia, Dinamarca, España, Finlandia y Alemania, y han sufrido una notable caída Suecia y Eslovenia. En cambio, han recuperado actividad, países como Francia y Holanda, siendo especialmente llamativo el caso francés.

Figura nº 3 Comparación de los índices de actividad emprendedora total (TEA) desde el año 2000 al 2004 para países de la Unión Europea participantes en el GEM



La comparación de la serie temporal española con la correspondiente a Estados Unidos, país que suele tomarse como referente del estado de la economía mundial, muestra que, aunque en otra dimensión más discreta, nuestra evolución en actividad emprendedora de los cuatro últimos años va pareja a la de dicho país, si bien, con fluctuaciones algo más acusadas.

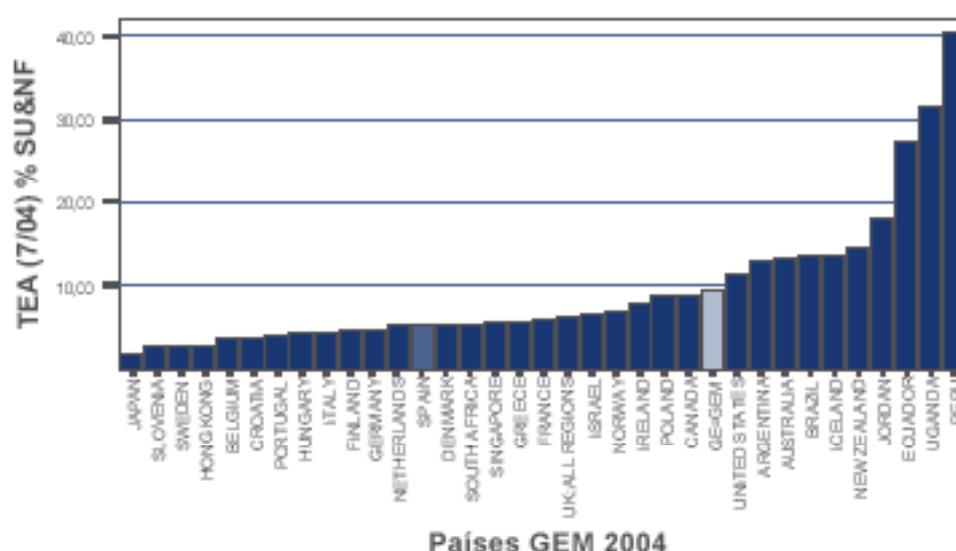
Figura nº 4 Comparación de los índices de actividad emprendedora total (TEA) desde el año 2000 al 2004 para España y Estados Unidos





Dentro de la situación global de la actividad emprendedora de los países participantes en la edición 2004, España ocupa, como en años precedentes, una posición intermedia y equiparada a la de países como Holanda, Dinamarca y Sudáfrica y cercana a la de Grecia y Francia. En conjunto, en el ámbito europeo, presentamos mayor actividad de nuevas iniciativas empresariales que Eslovenia, Suecia, Bélgica, Portugal, Hungría, Italia, Finlandia y Alemania y, en cambio, no alcanzamos los niveles del Reino Unido e Irlanda.

Figura nº 5 TEA 2004 para los países GEM de esta edición



El tener una mayor o menor actividad empresarial no es sinónimo de mayor desarrollo en un país, pues no basta con que se creen muchos negocios o empresas sino que hay que analizar la calidad y las expectativas de vida de dichas iniciativas. En ese sentido, España no es comparable con Perú, por ejemplo, que encabeza el ranking de este año. Como se comentará en apartados posteriores, el elevado nivel emprendedor de países como Perú, obedece más a la necesidad que a la oportunidad, de forma que se crean muchos más negocios pero debido a la falta de otras alternativas de trabajo para la población activa. La conclusión es que la situación de los países en este gráfico indica si la población activa del país es más o menos emprendedora, pero no la calidad de esta actividad, que se estudia con detalle a lo largo del informe.

1.2 El desglose de la actividad emprendedora: negocios nacientes, negocios nuevos, negocios consolidados y cierre de negocios

El índice de actividad emprendedora total o TEA muestra el porcentaje de iniciativas emprendedoras registradas en la población activa del país entendidas como start ups y empresas nuevas. En este apartado se muestra el desglose de la actividad emprendedora por estos dos tipos y, a todo ello, se añade, la descripción del conjunto de empresas consolidadas (que llevan más de 42 meses de actividad) y de cierre de negocios sin estudiar el motivo concreto del mismo.



En el seno del Proyecto GEM, se mide el volumen de firmas nacientes (nascent firms) o start ups como el porcentaje de adultos de 18 a 64 años de edad involucrados en la puesta en marcha de un nuevo negocio o empresa, del cual van a poseer, cuando menos, una parte y, en el cual, todavía no se han pagado salarios por más de tres meses.

Por otro lado, se mide el volumen de nuevas firmas (new firms o baby business), como el porcentaje de adultos de 18 a 64 años que tienen toda o parte de la propiedad y dirección de un negocio o empresa, que lleva pagando salarios por un periodo que oscila entre los 3 y los 42 meses.

El 79,41% de los países GEM 2004, muestran un mayor volumen de empresas nacientes que de nuevas, que es la situación típica o media del entorno GEM. Esta circunstancia, en principio, conduce a pensar que en estos países ha habido un escenario lleno de buenas oportunidades y un clima que ha invitado a la generación de inversiones para poner en marcha nuevos negocios, o bien, en función del tipo de país, si se trata de un país en vías de desarrollo, puede haber aumentado la falta de alternativas de empleo y, por consiguiente la necesidad de emprender. Las cifras que se muestran en la tabla nº 2 ponen de manifiesto que existen amplias diferencias entre las actividades emprendedoras de los países: los hay en que el porcentaje de start-ups es 10 veces superior al de empresas nuevas, los hay en que el porcentaje de start-ups apenas supera al de nuevas y otras situaciones diversas. Para poder apreciar estas diferencias regionales, se puede observar la siguiente tabla resumen en que se puede ver en qué caso se puede estar hallando cada nación en el 2004:

Tabla nº 2 Desglose de la actividad emprendora según el perfil de los países GEM

Desglose de la actividad	Países	Situación
% empresas nacientes 10 veces mayor que % nuevas empresas	Sudáfrica	Buen clima para emprender en el periodo
% empresas nacientes 7 veces mayor que % nuevas empresas	Francia	Buen clima para emprender en el periodo, gran expansión de nuevas iniciativas comparado con los años precedentes
% empresas nacientes 3 veces mayor que % nuevas empresas en países desarrollados	EEUU, Canadá, Italia, Noruega, Alemania, Israel,	Buen clima para emprender aunque algo recesivo comparado con el año anterior
% empresas nacientes 3 veces mayor que % nuevas empresas en países en vías de desarrollo	Croacia, Eslovenia, Perú	Creación más basada en la necesidad que en la oportunidad
% empresas nacientes 2 veces mayor que % nuevas empresas en países desarrollados	Bélgica, Australia, Singapur, Irlanda, Finlandia	Buen clima para emprender pero de ámbito moderado
% empresas nacientes 2 veces mayor que % nuevas empresas en países en vías de desarrollo	Grecia, Hungría, Argentina, Portugal, Ecuador, Jordania	Creación más basada en la necesidad que en la oportunidad
% empresas nacientes algo mayor que % nuevas empresas en países desarrollados	Reino Unido, Islandia, Nueva Zelanda	Crecimiento muy discreto de las oportunidades, cierta recesión
% empresas nacientes algo mayor que % nuevas empresas en países en vías de desarrollo	Polonia, Uganda	Situación de necesidad algo estancada
% empresas nacientes prácticamente igual que % nuevas empresas en países desarrollados	Holanda, España, Suecia, Dinamarca, Hong Kong	Estancamiento de start-ups, pero consolidación y crecimiento de las empresas nuevas respecto del año pasado
% empresas nacientes algo menor que % nuevas empresas	Brasil	Recesión, las nuevas empresas mantienen la actividad
% empresas nacientes la mitad que % nuevas empresas	Japón	Recesión, Japón es un país que sustenta muy poco su economía en la actividad de las PYMES



Las cifras que sustentan esta información se pueden consultar detalladamente en la tabla n° 3 donde se puede ver también el porcentaje de empresas establecidas y el cierre de negocios del período. En referencia a este último, se puede apreciar cierta estabilidad en el seno del GEM, pues sólo ha aumentado un 1,38% y, en el caso español, la buena noticia es que se mantiene inamovible (1,54%). Precisamente, se registra un notable incremento de empresas consolidadas en España (del 38,63%), que, unido a la estabilidad del porcentaje de cierres indica que, aunque este año no se ha crecido en start-ups, las nuevas empresas se van afianzando y pasan a engrosar el cómputo de empresas consolidadas. El porcentaje de nuevas empresas españolas pasa de 2,46% en el 2003 a 3,09% en el 2004 suponiendo un incremento del 20,4% en este concepto, mientras que el porcentaje de empresas nacientes o start-ups pasa de 4,39% en el 2003 a 3,12% suponiendo una disminución del 29% y el motivo del retroceso registrado en nuestro caso. En definitiva: en España han mejorado las condiciones para la supervivencia, circunstancia tan deseable o más que tener un gran volumen de nacimientos con pocas expectativas de vida y se ha registrado un menor volumen de nacimientos de negocios y empresas.

Tabla n°3 Desglose de la actividad emprendedora, empresas consolidadas y cierre de negocios en los países GEM 2004

	Pais	% Empresas nacientes (Start ups)	% Empresas nuevas (Baby Business)	% Empresas Consolidadas (Established)	% Cierres (7/03-7/04)
1	Peru	44,78	12,93	14,46	11,45
2	Ecuador	28,00	11,09	10,10	13,42
3	Uganda	22,25	17,87	12,69	29,98
4	Jordania	21,76	8,26	21,89	9,85
5	United States	13,75	4,82	5,45	2,25
6	South Africa	12,54	1,64	1,44	3,24
7	New Zealand	12,22	8,29	9,63	4,82
8	Australia	11,13	5,80	9,64	4,62
9	Argentina	10,96	4,49	8,06	10,64
10	Iceland	9,45	6,24	7,34	3,07
11	Canada	9,23	3,61	7,04	2,25
12	GEM	8,90	4,23	6,73	4,35
13	Brazil	8,69	8,86	10,11	7,42
14	France	8,15	1,64	1,45	4,23
15	Norway	8,14	3,28	6,29	2,58
16	Poland	7,28	5,20	8,24	3,93
17	Israel	6,54	2,53	3,92	5,56
18	Ireland	6,49	3,59	6,50	1,26
19	Singapore	6,20	3,01	3,88	2,20
20	Germany	6,15	2,12	4,28	2,06
21	Italy	6,04	2,13	4,72	2,22
22	Greece	5,59	2,16	6,54	2,60
23	United Kingdom	4,56	3,09	5,11	2,04
24	Croatia	4,53	1,05	2,15	1,34
25	Belgium	3,19	1,36	4,03	,97
26	Spain	3,12	3,09	7,79	1,54
27	Slovenia	3,08	,70	4,20	,90
28	Portugal	2,86	1,77	7,30	1,19
29	Finland	2,82	1,78	7,60	1,38
30	Hungary	2,79	1,56	2,18	,55
31	Denmark	2,75	2,81	5,06	1,98
32	Netherlands	2,71	2,18	6,09	1,19
33	Sweden	2,55	2,16	6,03	2,21
34	Hong Kong	1,49	1,58	2,72	2,09
35	Japan	,73	1,03	4,75	,78
Total	N	35	35	35	35



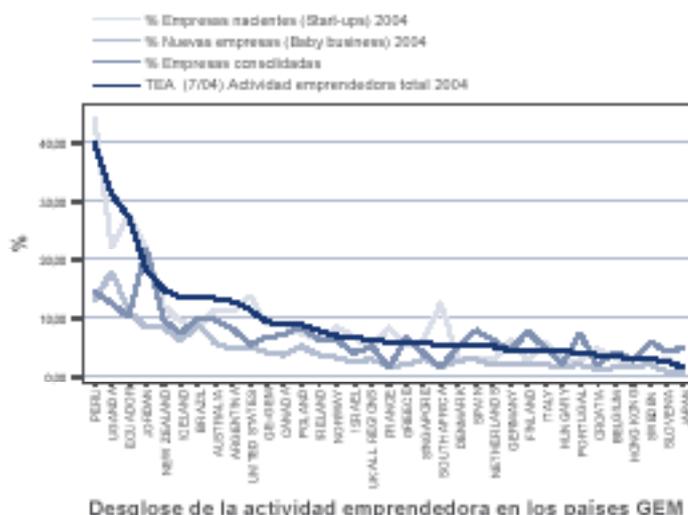
Los siguientes gráficos muestran la comparación de las tasas anteriores pudiendo apreciarse las diversas situaciones que corresponden a los países participantes. En la figura nº 6 se presentan los países ordenados en función del índice TEA y sus porcentajes de empresas nacientes, nuevas y consolidadas. En la figura nº 7 el porcentaje de cierre de negocios junto al porcentaje de firmas consolidadas y el TEA04 que resume los porcentajes de firmas nacientes y nuevas. En este gráfico es importante observar países como Uganda, Argentina, Francia, Israel y Sudáfrica que presentan elevados índices de creación empresarial, pero acompañados de un porcentaje de cierres muy notable, que incluso supera al porcentaje de empresas consolidadas. Esta situación en que la creación va acompañada por tan elevada dimensión de cierres, es menos deseable que un menor crecimiento de start-ups pero una mayor consolidación de lo que se crea.

Figura nº 7 Repercusión del cierre de negocios en la actividad emprendedora 2004



Como conclusión de este apartado, por lo que respecta a España, hay que destacar la disminución de la actividad emprendedora, pero centrada en la generación de empresas nacientes, habiéndose en cambio, incrementado el porcentaje de empresas nuevas, es decir, habiéndose dado una notable consolidación de las creadas el año 2003 y en años anteriores puesto que aumenta considerablemente el volumen de empresas consolidadas. El porcentaje de cierre de negocios se mantiene estable y no ha tenido influencia en el panorama emprendedor español de este año. Entre los factores que han podido influir en la ligera recesión detectada hay que incluir las consecuencias de los atentados sufridos el 11 de marzo en Madrid, el cambio del panorama político y administrativo generado por las elecciones posteriores, las incertidumbres previas a otros procesos electorales regionales y, también las expectativas económicas a nivel mundial, muy influenciadas por el proceso electoral de los EEUU, la guerra de Irak y otros acontecimientos. No hay que olvidar, como se comenta al principio del informe, que el índice TEA se está revelando como muy sensible al entorno económico y político en general.

Figura nº 6 Desglose de la actividad emprendedora: porcentaje de empresas nacientes, nuevas, establecidas y TEA04

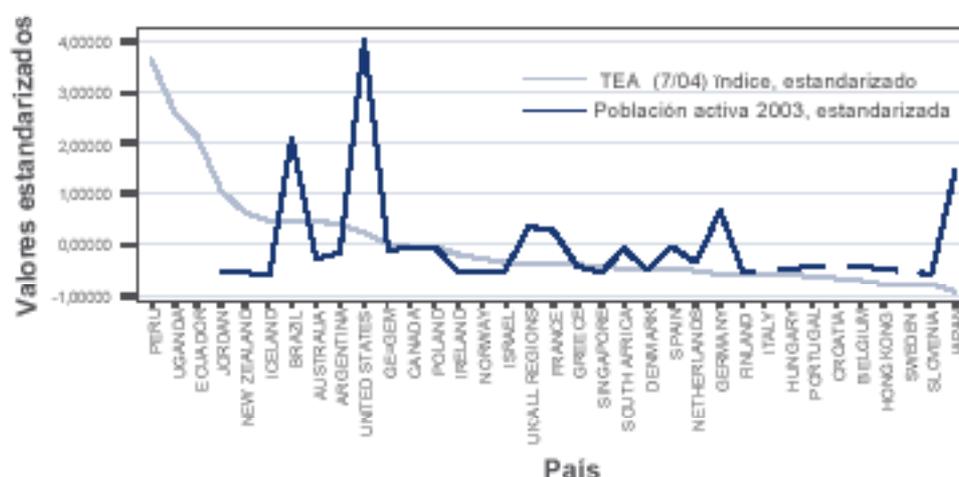




1.3 Los factores demográficos

Los análisis realizados en el seno del Proyecto GEM siempre han puesto de manifiesto que, en general, no existe relación de tipo lineal entre la población activa de los países y el índice de actividad emprendedora, de forma que no se puede afirmar que a medida que la población activa de los países sea mayor el índice TEA crezca. Por consiguiente, la dimensión de la actividad emprendedora no parece depender en forma significativa del tamaño de la población activa de los países y, esto se cumple, tanto en el entorno GEM (correlación = 0,135 con $p = 0,484$) como en el de la Unión Europea en particular (correlación = 0,239, $p = 0,410$)⁵ El siguiente gráfico muestra la relación entre el TEA y la población activa de los países GEM:

Figura nº 8 TEA y población activa registrada en el 2003



Sin embargo, a la conclusión anterior hay que añadirle ciertos matices, pues como se verá en el siguiente análisis, la actividad emprendedora medida como número de emprendedores totales que aportan los países a la creación empresarial general, sí que depende significativamente de la población activa de los mismos.

El número total de emprendedores estimado para España en el 2004 es de 1.345.000, de los cuales 1.183.078 lo fueron por aprovechar una oportunidad de negocio y 161.922 lo fueron por necesidad, es decir, por no hallar una alternativa de trabajo mejor. Por consiguiente, este indicador cae del orden de 650.000 emprendedores respecto al 2003 como consecuencia de la recesión registrada en el ámbito de la creación empresarial. España sigue presentando una situación típica de país desarrollado en la cual, el porcentaje de emprendedores por oportunidad (87,9%) supera muy ampliamente al porcentaje de emprendedores por necesidad (12,1%) en el total. En la tabla nº 4 se puede ver la estimación de emprendedores para cada país tanto global como repartida entre oportunidad y necesidad.

Observando estas cifras se aprecia la diferencia entre países desarrollados y en vías de desarrollo en el sentido de que las cifras de emprendedores por necesidad son muy superiores en éstos últimos. Asimismo, es en este análisis donde se puede apreciar que, si bien el TEA no tiene relación lineal con la población, el número de emprendedores sí que depende significativamente de la población activa en un 45% (correlación = 0,668, $p = 0,000$). Por consiguiente, a medida que la población activa aumenta, el número de emprendedores tiende a aumentar en general. Así, aunque el TEA sea superior en algunos países, el número de emprendedores total de los mismos puede ser inferior al de países con un TEA menor, poniéndose de manifiesto que su contribución a la creación empresarial global es, en definitiva, mayor. Así, por ejemplo, Perú, que presenta el mayor TEA del 2004, tiene una cifra estimada de 6.325.000 emprendedores, pero Estados Unidos con una población muy superior, aunque tenga un TEA cuatro veces inferior al de Perú, aporta una cifra de emprendedores de 20.783.000.

⁵ Cálculo de la correlación entre el TEA de los países y la población activa de los mismos.



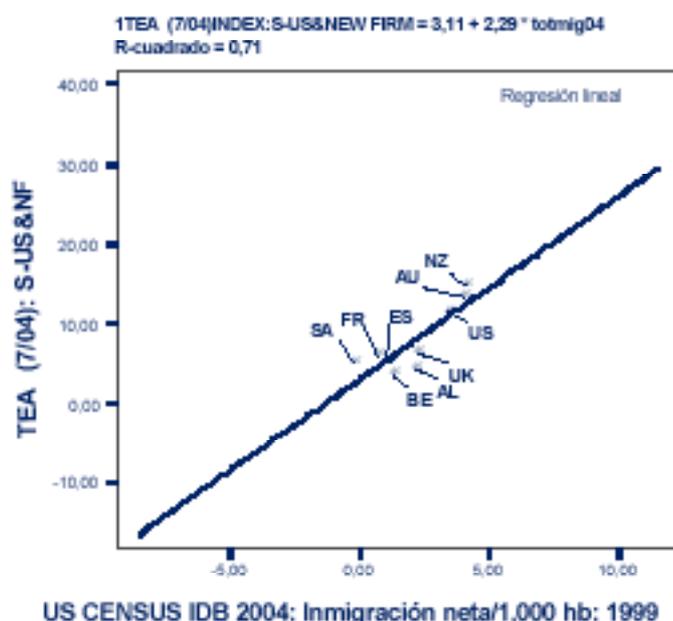
Tabla n° 4 Estimación del número de emprendedores: total, por oportunidad y por necesidad de los países, ordenados en función de su índice de actividad emprendedora total 2004. De izquierda a derecha: ranking de países por TEA04, País, TEA04, TEA04 por oportunidad, TEA04 por necesidad, población de 18-64 años, estimaciones del: número total de emprendedores, número de emprendedores por oportunidad y número de emprendedores por necesidad.

RK	País	TEA04	TEA04 OPP	TEA04 NEC	Población 18 - 64	N° EMPR	EMPOP	EMPNE
1	Perú	40,34	26,92	13,09	15.680.000	6.325.000	4.220.848	2.104.152
2	Uganda	31,50	16,52	14,26	10.608.000	3.356.000	1.760.035	1.595.964
3	Ecuador	27,24	18,24	8,44	7.264.000	1.979.000	1.325.145	653.855
4	Jordan	18,26	14,53	2,56	3.078.000	562.000	447.199	114.801
5	N.Zeland	14,67	12,31	2,11	2.496.000	366.000	307.121	58.879
6	Islandia	13,57	12,04	,72	181.000	25.000	22.181	2.819
7	Brasil	13,48	7,04	5,22	114.005.000	15.368.000	8.026.018	7.341.982
8	Australia	13,38	10,65	2,48	12.542.000	1.678.000	1.335.628	342.372
9	Argentina	12,84	9,08	3,72	22.895.000	2.940.000	2.079.065	860.934
10	EEUU	11,33	9,53	1,51	183.430.000	20.783.000	17.481.196	3.301.800
11	GEM (media)	9,38	6,78	2,32				
12	Canadá	8,85	7,27	1,36	21.060.000	1.864.000	1.531.218	332.782
13	Polonia	8,83	5,71	3,11	25.265.000	2.231.000	1.442.696	788.303
14	Irlanda	7,70	6,64	,99	2.502.000	193.000	166.431	26.569
15	Noruega	6,98	5,76	,85	2.824.000	197.000	162.567	34.432
16	Israel	6,62	4,78	1,53	3.617.000	239.000	172.571	66.429
17	R. Unido	6,25	5,49	,63	37.582.000	2.349.000	2.063.361	285.638
18	Francia	6,03	4,55	1,36	37.064.000	2.235.000	1.686.443	548.557
19	Grecia	5,77	3,82	1,65	6.780.000	391.000	258.859	132.140
20	Singapur	5,69	4,99	,63	3.142.000	179.000	156.979	22.021
21	S Africa	5,40	2,80	2,44	25.122.000	1.357.000	703.629	653.370
22	Dinamarca	5,31	4,82	,37	3.402.000	181.000	164.297	16.702
23	España	5,15	4,53	,62	26.110.000	1.345.000	1.183.077	161.922
24	Holanda	5,11	4,32	,69	10.469.000	535.000	452.289	82.710
25	Alemania	4,47	3,13	1,22	52.404.000	2.342.000	1.639.924	702.076
26	Finlandia	4,39	3,50	,33	3.289.000	144.000	114.806	29.194
27	Italia	4,32	3,08	,33	37.162.000	1.605.000	114.4305	460.694
28	Hungría	4,29	2,75	1,24	6.550.000	281.000	180.128	100.872
29	Portugal	3,95	2,96	,99	6.603.000	261.000	195.585	65.415
30	Croacia	3,73	2,04	1,57	2.841.000	106.000	57.973	48.027
31	Bélgica	3,47	2,90	,19	6.424.000	223.000	186.369	36.631
32	H. Kong	2,97	2,01	,96	4.777.000	142.000	96.101	45.899
33	Suecia	2,94	2,48	,25	5.510.000	204.000	172.081	31.918
34	Eslovenia	2,60	2,17	,43	1.344.000	35.000	29.211	5.788
35	Japón	1,48	1,11	,18	80.830.000	1.196.000	897.000	299.000
	Total GEM				784.851.000	73.217.000	51.862.347	21.354.653



Otro aspecto a considerar en el apartado del análisis demográfico es el impacto de la inmigración en la actividad emprendedora de las naciones. En la actualidad, está teniendo lugar un fuerte movimiento migratorio de países en vías de desarrollo a países desarrollados. Estas corrientes no son nuevas, pero en la última década se han agudizado en muchas regiones. Un elevado porcentaje de emigrantes suele ser absorbido por empleo de baja cualificación y, en múltiples casos, la situación ilegal de estas personas les conduce a trabajar en condiciones no deseables. Sin embargo, a medida que se van situando, los emigrantes pueden dar lugar a la creación de negocios que se van legalizando y estabilizando. Además, muchos emigrantes acuden a sus antiguos países colonizadores por el hecho de compartir trazos culturales que les facilitan la inserción social. Por consiguiente, no es descabellado el tratar de averiguar si existe una relación entre la actividad emprendedora de un país y su tasa de inmigración. Los análisis preliminares realizados en el 2003 pusieron de manifiesto que, en general, el índice TEA no depende de los movimientos migratorios. Esta situación se mantiene en el 2004, de forma que la inmigración apenas explica un 11% del índice de actividad emprendedora de los países GEM (correlación = -0,337, $p = 0,05$) considerados en conjunto. Sin embargo, al igual que el año 2003, si se realiza un análisis de esta relación en conjuntos particulares de países, especialmente en aquellos que han sido grandes colonizadores u objeto de grandes corrientes migratorias en épocas pasadas, se puede observar que el nivel explicativo aumenta hasta un 71% (correlación = 0,843, $p = 0,004$). El análisis 2004, pone de manifiesto que la inmigración que llegó en 1999 a: Reino Unido, Estados Unidos, Sudáfrica, Alemania, España, Francia, Italia, Bélgica, Nueva Zelanda y Australia, incide en el índice de actividad emprendedora de forma positiva dando lugar a actividades de creación de negocio. Especialmente, llama la atención el que España no entrase en este grupo de países el 2003, porque no aportaba capacidad explicativa al TEA. Por consiguiente, se puede afirmar que, en el 2004 se comienzan a percibir los efectos del gran contingente de inmigrantes que desde hace años se está estableciendo en nuestro país en términos de actividad emprendedora. En la figura nº 9 se puede ver el análisis de regresión en que, para el grupo de países mencionado, se aprecia una relación positiva del tipo: cuando la inmigración aumenta, el índice de actividad emprendedora aumenta. En este informe no tiene cabida un análisis profundo de la calidad de esta actividad ni de su impacto real en la economía, pero el simple hecho de ponerse de manifiesto invita a que, en ediciones posteriores, se ponga más atención a este apartado para España y se pueda recabar más información acerca de este fenómeno.

Figura nº 9 Inmigración y actividad emprendedora



1.4 Actividad emprendedora y crecimiento económico

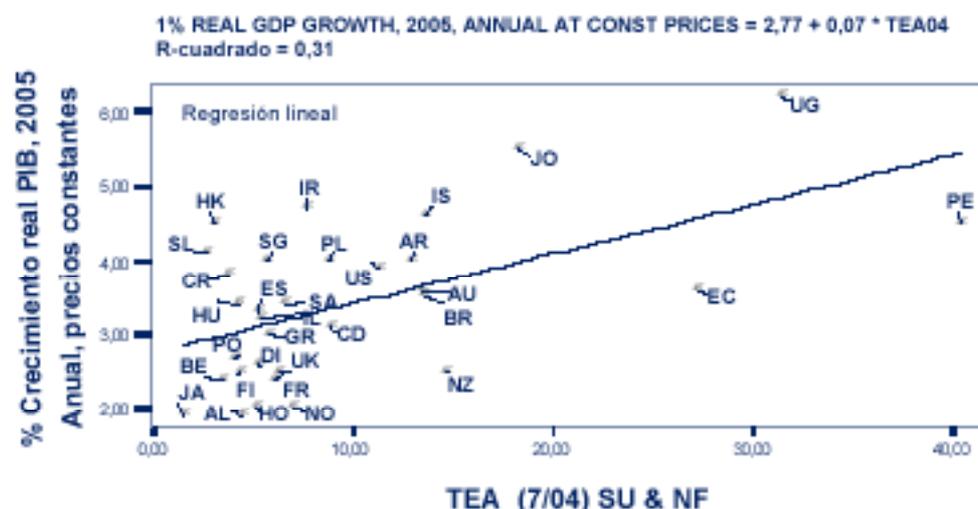
Desde el primer informe GEM Global aparecido en 1999, los investigadores del Proyecto están analizando el impacto de la actividad emprendedora en el desarrollo económico, pues una de la hipótesis principales del estudio es que esta actividad tiene un impacto positivo en el mismo. La hipótesis se ha podido demostrar y, además, en las últimas ediciones, con la disponibilidad de una perspectiva temporal, se ha podido constatar que el impacto de la actividad emprendedora sobre el crecimiento económico tiene un desfase de uno o dos años, es decir, que la creación empresarial de un año determinado impacta en el crecimiento de, al menos, los dos años siguientes. Los datos del año 2004 siguen sustentando estos resultados aunque la intensidad de la relación ha disminuido respecto de la registrada el año anterior:

Tabla nº 5 Correlaciones entre cambio esperado en el PIB 04-05 y TEA03 y TEA04

	TEA03 índice global	TEA03 por necesidad	TEA03 por oportunidad
2005: PIB % cambio estimado anual a precios constantes	Correlación = 0,595 P value = 0,003	Correlación = 0,609 P value = 0,003	Correlación = 0,524 P value = 0,012
	TEA04 índice global	TEA04 por necesidad	TEA04 por oportunidad
2005: PIB % cambio estimado anual a precios constantes	Correlación = 0,556 P value = 0,001	Correlación = 0,535 P value = 0,002	Correlación = 0,519 P value = 0,002

La figura nº 10 muestra la relación registrada entre la actividad emprendedora del 2004 y el crecimiento esperado del PIB para el 2005. En ella se puede apreciar la disminución de la intensidad de la relación que, el año 2003 se situaba en una correlación de +0,709 y una R^2 de 0,50. Entre los factores que afectan a este análisis y sus cambios está el hecho de que el conjunto de países analizado el 2003 no es plenamente coincidente con el analizado en el 2004.

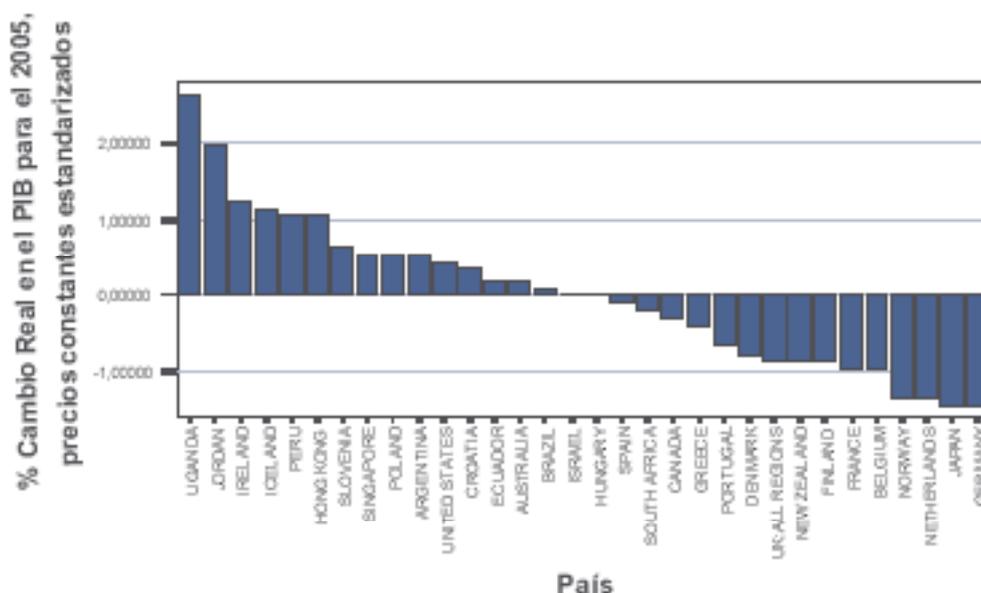
Figura nº 10 Relación lineal entre la estimación del cambio previsto en el PIB 2004-2005 como medida de desarrollo económico y el TEA04 como indicador de la actividad emprendedora en los países GEM 2004.





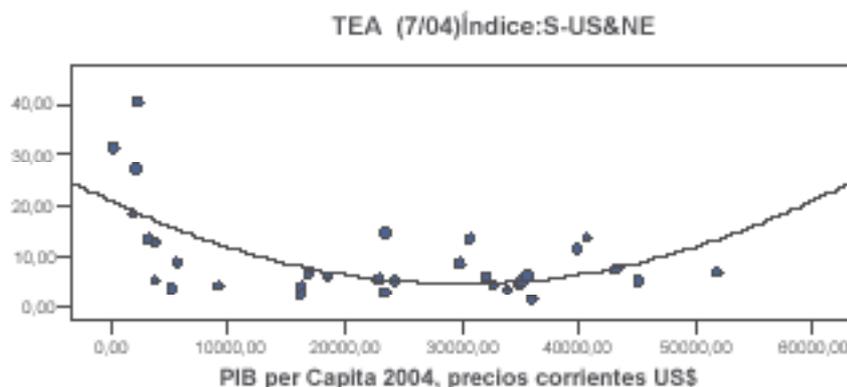
Por otro lado, los cambios esperados en el PIB son de distinto signo según los países, como se puede ver en la siguiente figura, por lo que la relación puede variar desde un punto de vista regional, punto de vista susceptible de un análisis profundo que no tiene cabida en este informe general.

Figura n° 11 Cambio esperado en el PIB 2004-05 por países



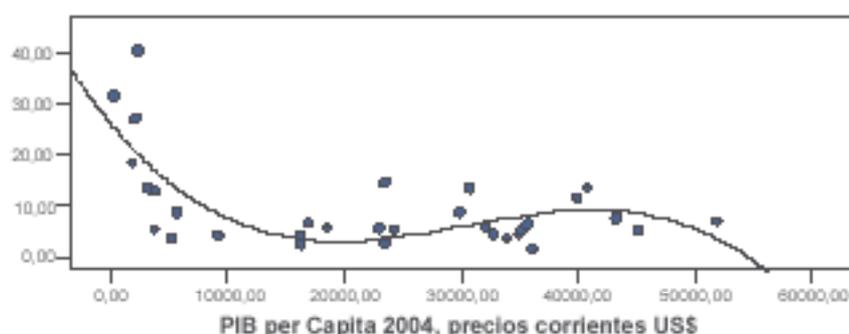
Junto a esta análisis tradicional, el equipo GEM ha iniciado otros con el resultado de que la relación entre los indicadores de desarrollo económico y el índice TEA aparece más compleja y sustentada en modelos cuadráticos o cúbicos en lugar de lineales. Así, tomando el PIB per capita del año en curso de los 34 países participantes como variable explicativa del TEA, se obtienen los siguientes ajustes:

Figura n° 10 bis Relación cuadrática y cúbica entre el PIB per capita 2004 en \$US y el índice TEA ($R_ = 0,387$ $p = 0,001$ y $R_ = 0,516$ $p = 0,000$ respectivamente)





TEA (7/04) Índice: S-US&NE



A la izquierda del gráfico (tramo del PIB hasta 10,000\$) se sitúan: Perú, Uganda, Ecuador, Jordania, Brasil, Argentina, Polonia, Sudáfrica, Croacia y Hungría. En la parte central (tramo de 10,000 a 25,000\$): Israel, Grecia, Portugal, Eslovenia, Nueva Zelanda, Singapur España y Hong Kong.

A la derecha (tramos de 25,000 a 50,000\$): Italia, Canadá, Australia, Alemania, Francia, Bélgica, Holanda, Finlandia, Reino Unido, Japón, Suecia, Estados Unidos, Islandia, Irlanda, Dinamarca y finalmente, Noruega.

Los resultados de este análisis indican, al igual que el tradicional, que existe una relación entre el nivel de desarrollo económico y el TEA, pero que no se puede afirmar que a más nivel de renta más crecimiento del índice de actividad emprendedora. Los países se agrupan en tres o incluso cuatro tipos de modelos de comportamiento.

Así, los países del primer tramo, en vías de desarrollo, incluyendo zonas de Sudáfrica, tienen un índice de actividad emprendedora muy elevado con un notable contingente de emprendedores por necesidad y una formación menor en gestión empresarial que implica negocios y empresas muy pequeñas, muchas de las cuales corresponden al sector extractivo o a servicios de abastecimiento a la población.

Los países del segundo tramo, tienen infraestructuras más asentadas y un fuerte contingente funcional siendo menos atractiva la opción empresarial como carrera profesional mientras el mercado laboral lo permita.

Los países del tercer tramo, especialmente, los más extremos, tienen un elevado asentamiento de nuevas tecnologías e infraestructuras que facilitan enormemente el desarrollo del sector servicios, el comercio electrónico, el desarrollo de operaciones mediante nuevos sistemas de comunicación y, en conjunto, un escenario que invita en mayor medida a la actividad emprendedora, incluso como complemento de otras actividades.

Todo esto, pone de manifiesto que cada modelo necesita su propio diseño de políticas pública de apoyo a la actividad emprendedora y que el índice TEA tiene un volumen muy disperso en función de la situación en que se halle cada país y, bastante predecible en cuanto a su evolución a medida que van cambiando las sociedades hacia los modelos más desarrollados. Así, a medida que los países en vías de desarrollo vayan evolucionando, su índice TEA bajará, mientras que los países de renta media tenderán a incrementarlo. Por consiguiente, a medida que se avanza en el estudio de esta relación TEA-Grado de desarrollo, se va viendo que puede responder a un patrón cíclico.



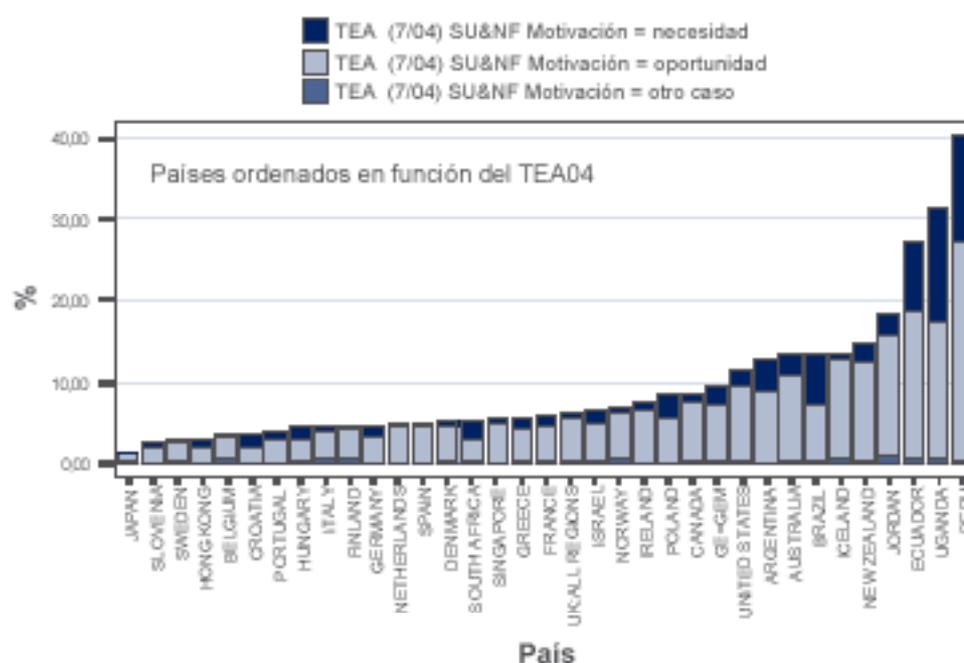
II. TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

2.1 Oportunidad versus necesidad

A partir del año 2001, el Proyecto GEM puso de manifiesto que, en los países y regiones en vías de desarrollo, los porcentajes de emprendedores que inician su actividad por necesidad, es decir, a falta de una alternativa mejor de trabajo, eran significativamente superiores que los de países desarrollados. A consecuencia de estos resultados, en los años sucesivos se ha profundizado en el estudio de la composición del índice de actividad emprendedora viéndose la magnitud de los dos tipos de creación empresarial.

Así, en general, en el entorno de los 34 países del GEM 2004, el número de emprendedores por oportunidad es más del doble que el número de emprendedores por necesidad aunque, en ningún país participante la cifra de emprendedores por necesidad llega a superar la de emprendedores por oportunidad. Los países participantes en el 2004 en que más notable es el porcentaje de emprendedores por necesidad son: Uganda, Perú, Ecuador, Brasil, Argentina y Polonia.

Figura nº 12 Composición del índice TEA04 según motivación



En España, el desglose de la actividad emprendedora por motivación sigue siendo el típico de un país desarrollado. La tabla nº 6 muestra las cifras correspondientes a este desglose y su evolución desde el 2001:

Tabla nº 6 Desglose de la actividad emprendedora según motivación en España

AÑO DEL REGISTRO	TEA ÍNDICE TOTAL	TEA OPORTUNIDAD	TEA NECESIDAD	TEA OTRO CASO
2001	6,32 (100%)	4,46 (70,5%)	1,61 (25,5%)	0,25 (4,0%)
2002	4,59 (100%)	3,42 (74,5%)	1,02 (22,2%)	0,15 (3,3%)
2003	6,77 (100%)	6,05 (89,4%)	0,51 (7,5%)	0,21 (3,1%)
2004	5,15 (100%)	4,53 (88,0%)	0,62 (12,0%)	0,00 (0,0%)



El análisis de estos datos pone de manifiesto que la creación empresarial por necesidad en nuestro país mostraba una tendencia a la baja, incluso en una situación de recesión como la que se dio en el 2002. En cambio, en el año 2004 ha cambiado el signo de la tendencia y se registra un aumento del 4% en este apartado. Los motivos que pueden explicar este aumento son diversos: incremento de la presencia de jóvenes licenciados en el ámbito de la actividad emprendedora por no poder cubrir sus expectativas profesionales en otros ámbitos, estabilización de la situación de parte de los inmigrantes y una mayor incorporación de la mujer a la creación empresarial. En el año 2003 se pudo constatar que comenzaba a ser patente la presencia de estos colectivos en el índice de actividad emprendedora, de forma que no sorprende la tendencia alcista de la actividad por necesidad. En la próxima edición se podrá comprobar si este cambio es circunstancial o sí, por el contrario se mantiene esta nueva orientación de la tendencia en esta serie. Dada la evolución de nuestra población, cada vez más envejecida, la incorporación de inmigrantes a nuestra economía y la falta de alternativas de trabajo para buena parte de los recién licenciados, no sería de extrañar que esta situación se mantuviese, pues muchos jóvenes tendrán que contemplar el ámbito emprendedor como una vía profesional interesante para encauzar sus expectativas profesionales.

2.2 Correspondencia entre la percepción de oportunidades por parte de la población activa de los países y la creación efectiva de empresas y negocios por oportunidad

Un factor clave en la incorporación de potenciales emprendedores al desarrollo efectivo de nuevas iniciativas es el de la percepción de oportunidades por parte de la población. Las encuestas GEM a la población activa preguntan todos los años, entre otras cosas, acerca de la percepción de buenas oportunidades en los 6 meses siguientes a la encuesta. Nuestros estudios han puesto de manifiesto en sucesivas ediciones que los medios de comunicación no facilitan suficiente información acerca de los sectores emergentes y las zonas en que existen oportunidades para desarrollar nichos de mercado. Por consiguiente, la percepción de oportunidades suele ser bastante intuitiva entre la población y bastante centrada en el ámbito cercano al entrevistado. Con todo, la suma de estas opiniones proporciona un porcentaje de personas que, de una forma u otra, perciben la existencia de oportunidades. En la presente edición analizamos la

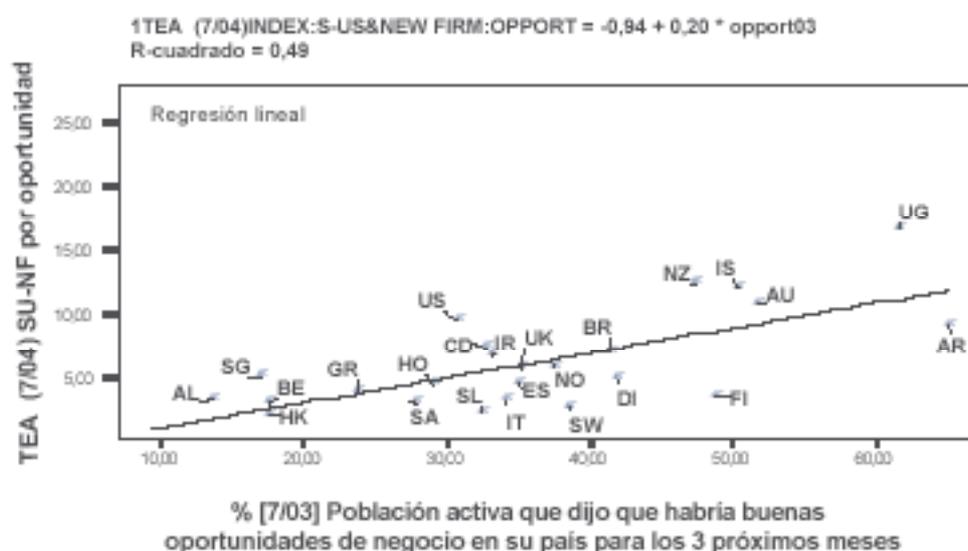
correspondencia entre esta percepción y la creación efectiva de empresas por oportunidad, bajo la hipótesis de que "a mayor percepción de oportunidades por parte de la población activa de los países, mayor porcentaje de empresas creadas por oportunidad. El análisis de la relación lineal entre estas dos variables confirma la hipótesis, de forma que, en general, en el entorno GEM, el índice de creación de empresas por oportunidad aumenta a medida que lo hace la percepción de oportunidades (correlación = 0,7, $p = 0,000$) Por consiguiente, las expectativas de la población de un año cualquiera, se materializan en el siguiente en alrededor de un 49%, cifra que sirve como referencia o indicador de la situación general a que se enfrenta un emprendedor potencial. En el caso español, por ejemplo, el 35% de la población activa percibió buenas oportunidades para el período julio 2003-diciembre de 2003 y, la creación empresarial por oportunidad ha sido del 4,53%, es decir, discreta como lo es la percepción de la población. En cambio, en el caso de Argentina, con un 65% de población percibiendo buenas oportunidades, este tipo de creación empresarial alcanza el 9,08%, muy superior al nuestro. En general, si aumenta el porcentaje de población activa que percibe oportunidades en un 1%, el porcentaje de creación empresarial por oportunidad se incrementa, por término medio, en un 0,2% (ver en la Figura nº 13, la pendiente de la recta de regresión lineal)

En definitiva, cuando en un país existe un ambiente emprendedor desarrollado, éste proporciona ejemplos que estimulan a la población, propiciando la generación de más actividades de este tipo⁶. Según Gartner, el colectivo de emprendedores de cualquier país presenta características homogéneas creándose en torno a sus actividades un entendimiento y comprensión mutua que va mucho más allá de la competencia. Por eso, el espíritu emprendedor debe fomentarse desde la enseñanza primaria, ya que cuanto más se perciba en el entorno, mayores posibilidades hay de nuevas incorporaciones en cuanto las personas formadas descubran su afinidad con otros que han tomado ese camino.

⁶ William B. Gartner A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation, *Academy of Management*,



Figura nº 13 Percepción de oportunidades en el 2003 y creación de empresas por oportunidad en el 2004



2.3 ¿Existe alguna diferencia en el tipo de empresas o negocios nacientes que ponen en marcha los emprendedores por necesidad y por oportunidad?

Los resultados que se muestran a continuación ponen de manifiesto algunas diferencias y similitudes entre las iniciativas emprendedoras más recientes por oportunidad y necesidad. Así, en primer lugar, en la figura nº 14 se puede apreciar que las empresas nacientes creadas por necesidad a lo largo del 2004 tienden, proporcionalmente, a ser algo más innovadoras que las creadas por oportunidad en su oferta de productos/servicios, aunque la diferencia es escasamente significativa desde el punto de vista estadístico. Acorde con este resultado, en la figura nº 15 se puede ver que estas empresas esperan algo menos de competencia en el mercado, proporcionalmente hablando, que las creadas por oportunidad. De nuevo la diferencia es significativa y ratifica esa mayor innovación en la oferta de este tipo de empresas.

Evidentemente, los resultados anteriores son algo sorprendentes porque es más lógico esperar que las empresas creadas por oportunidad sean más innovadoras aprovechando nichos de mercado, o introduciendo un nuevo producto o servicio que tenga escasa o ninguna competencia. Sin embargo, los datos españoles del 2004 muestran que una mayor proporción de los empresarios que han decidido emprender en este período por necesidad, ha agudizado su ingenio frente a los que lo han hecho por oportunidad. La explicación puede radicar en diversos factores: por un lado el sector de actividad en que se crean unos y otros negocios (ver figura nº16), y, por otro, la localización geográfica. Así, los emprendedores por necesidad se han concentrado especialmente en áreas orientadas al consumidor, mientras que los emprendedores por oportunidad se han concentrado más en la transformación. Analizando los casos concretos se descubre que las empresas que se consideran innovadoras y con poca competencia están desarrollando actividades en diversas áreas, pero destacan: educación, sanidad, servicios a empresas y restauración hostelería. Además, se ubican preferentemente en la zona este y suroeste: Cataluña, Comunidad Valenciana, Canarias y algunas provincias andaluzas como Sevilla y Córdoba, localizaciones de gran actividad empresarial y hostelera respectivamente. Más adelante se dedica un apartado detallado relativo al tema de la innovación en la creación empresarial de este año en el que se refinan los resultados.



Figura n° 14 Motivación para emprender e innovación en los productos y servicios ofrecidos

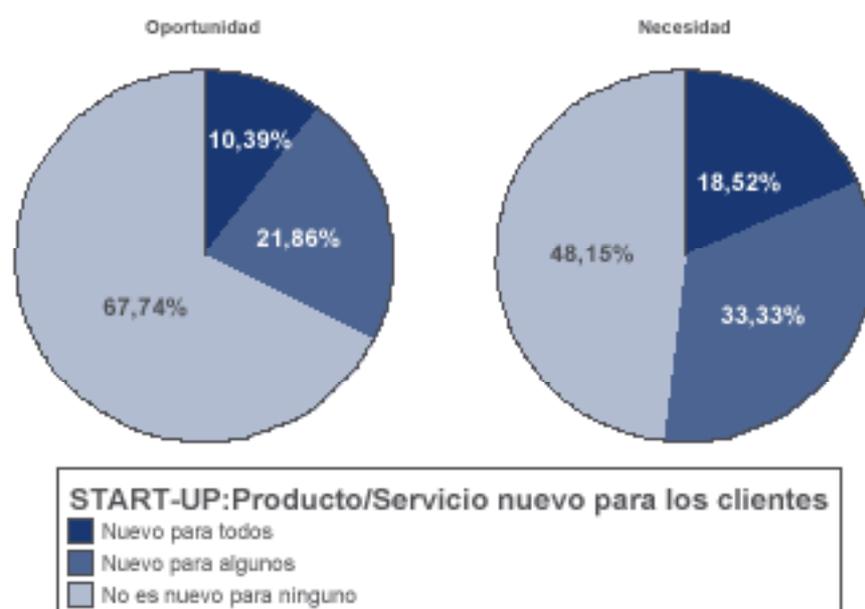


Figura n° 15 Motivación para emprender y competencia de mercado en los productos y servicios ofrecidos

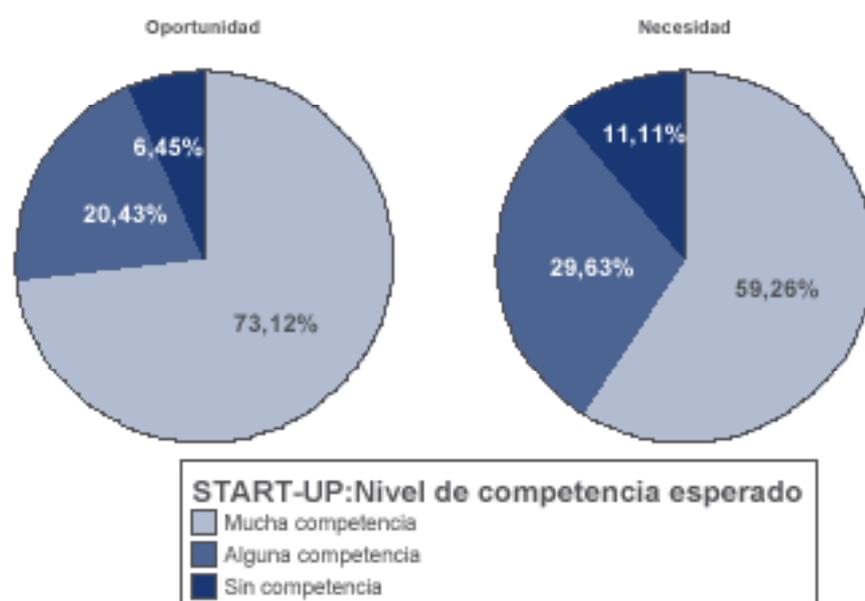
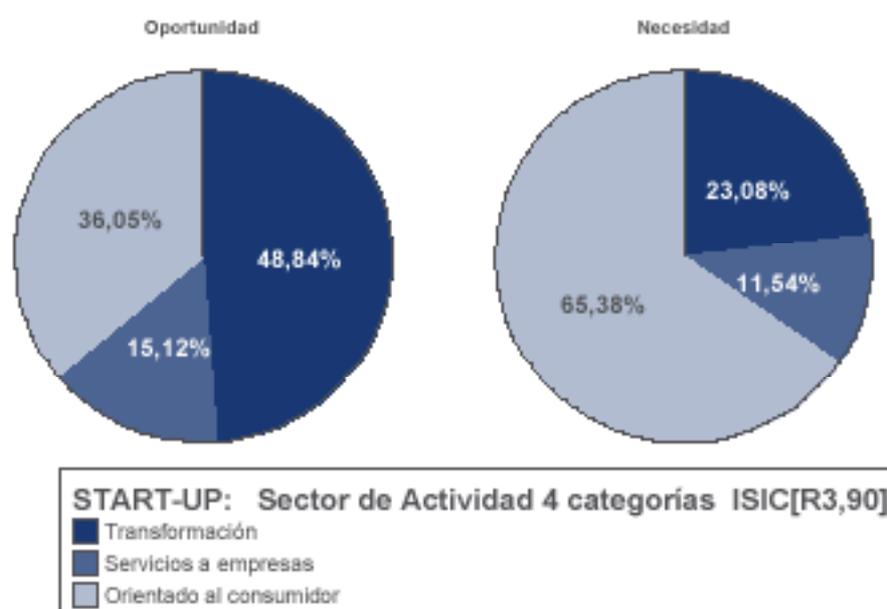




Figura n° 16 Motivación para emprender y sector de actividad de las empresas nacientes





En cuanto a las características de las empresas nacientes y nuevas por necesidad y por oportunidad, se han obtenido las siguientes cifras de interés:

Tabla nº 7 Características de las empresas nacientes y nuevas por necesidad y oportunidad: propiedad, inversión para la puesta en marcha

Concepto analizado:	Necesidad	Oportunidad
El Start up se ha realizado independientemente de otras actividades ⁷ *	49,0%	60,6%
El Start-up se ha desarrollado desde el trabajo habitual del emprendedor*	25,7%	15,8%
Otros casos	25,3%	23,6%
El emprendedor es actualmente propietario de otra empresa o negocio	55,2%	47,8%
El emprendedor es el propietario de la empresa o negocio en solitario	55,4%	46,5%
El emprendedor comparte propiedad con otros	44,6%	53,5%
Media de propietarios de la empresa o negocio naciente	1,76 propiet.	1,85 propiet.
Media de inversión efectuada por propietario(s)	38802,82 euros	34658,07 euros
Media de inversión total para la puesta en marcha	59231,85 euros	57002,86 euros
El emprendedor ha actuado como business angel informal en los 3 últimos años*	9,5%	3,8%
El emprendedor espera hacer una nueva puesta en marcha en los próximos 3 años	21,9%	26,6%
El emprendedor clausuró una empresa o negocio en los últimos 12 meses	1,9%	3,2%
La empresa está pagando salarios desde hace 3 o más meses	39,1%	41,3%
Número medio de puestos de trabajo en la actualidad (empresas nacientes)*	4,72 puestos	3,15 puestos
Número medio de puestos de trabajo que piensa crear en los 5 años siguientes al nacimiento de la empresa (empresas nacientes)*	6,36 puestos	4,60 puestos
Número medio de puestos de trabajo en la actualidad (empresas nuevas)	4,18	3,30
Número medio de puestos de trabajo que piensa crear en los 5 años siguientes (empresas nuevas)	5,81	4,81
Empresas nacientes en el sector de transformación*	27,8%	41,5%
Empresas nacientes en el sector de servicios y empresas	11,4%	17,6%
Empresas nacientes en el sector orientado al consumidor*	60,8%	40,9%
Total	100,0%	100,0%

⁷ Los porcentajes de esta tabla se calculan sobre el total de respuestas de los emprendedores por necesidad por un lado, y los emprendedores por oportunidad por el otro. Así, por ejemplo, en la primera casilla se lee: el 49% de los emprendedores por necesidad ha realizado un start-up independientemente de cualquier otra actividad.



Empresas nuevas en el sector extractivo	0,0%	2,9%
Empresas nuevas en el sector de transformación*	41,9%	39,8%
Empresas nuevas en el sector de servicios a empresas	27,4%	22,5%
Empresas nuevas en el sector orientado al consumidor*	30,6%	34,8%
Total	100,0%	100,0%
La empresa espera tener alguna expansión en el mercado	33,6%	29,9%
El emprendedor tiene un nivel de estudios de secundaria como máximo	53,8%	51,7%
El emprendedor tiene estudios secundarios completos	17,6%	21,4%
El emprendedor tiene estudios superiores	28,6%	26,9%
Total	100,0%	100,0%
El emprendedor pertenece al tramo inferior de la renta	24,3%	24,1%
El emprendedor pertenece al tramo medio de la renta*	43,7%	32,9%
El emprendedor pertenece al tramo superior de la renta*	32,0%	42,9%
Total	100,0%	100,0%

* Diferencias que han resultado ser significativas entre el colectivo de emprendedores por necesidad y oportunidad

De los datos anteriores se desprende que los emprendedores por necesidad gestan sus iniciativas en mayor proporción que los emprendedores por oportunidad desde un puesto de trabajo o como desarrollo o diversificación de un negocio que ya poseen. Los emprendedores por necesidad tienden a tener empresas de menor dimensión (de un solo propietario) que los de oportunidad, si bien, la diferencia es estadísticamente poco significativa. La inversión realizada para la puesta en marcha y total es algo superior en las empresas creadas por necesidad, aunque, de nuevo la diferencia no es muy significativa. En general, las iniciativas emprendedoras requieren una inversión media inicial cercana a los 35,000 euros y una inversión total que ronda los 58,000 euros. Los emprendedores por necesidad actúan en mayor medida como business angel que los emprendedores por oportunidad, si bien, en ambos casos, el porcentaje de estas acciones es bajo. Los emprendedores por oportunidad han cerrado más negocios que los emprendedores por necesidad en el último año, pero una cuarta parte de ambos tipos está dispuesta a lanzar nuevas iniciativas en los tres próximos años. Los empresarios por necesidad han creado más puestos de trabajo y piensan generar más en los próximos años que los empresarios por oportunidad. Las empresas nacientes por oportunidad se concentran más en el sector de la transformación, mientras que las creadas por necesidad lo hacen en el sector orientado al consumidor. En cambio el reparto de empresas nuevas entre sectores es muy similar entre las creadas por necesidad y oportunidad estando alrededor del 40% de ambas en el sector de transformación. En cuanto a su expansión en el mercado, la proporción de empresas por necesidad que afirman que van a tener alguna, es superior a la proporción de empresas creadas por oportunidad. El nivel de estudios es muy similar en los colectivos de emprendedores por necesidad y oportunidad pero, en cambio, el nivel de renta de los emprendedores por oportunidad es superior, por término medio, al de los emprendedores por necesidad.



2.4 Actividad emprendedora en las empresas nuevas y ya consolidadas (entrepreneurial activity)

En la edición GEM 2003 de España se comentó que, en el caso de España, al igual que en otros países desarrollados, es más deseable aspirar a la consolidación, crecimiento y diversificación de las empresas que se crean, que a un incremento muy elevado pero poco racional del índice de actividad emprendedora. Por consiguiente, resulta de crucial importancia investigar hasta qué punto se están produciendo este tipo de fenómenos en el panorama empresarial de nuestro país, tema acerca del cual versa este apartado.

El índice de actividad emprendedora del 2004 señala que el 5,15% de nuestra población adulta está inmerso en actividades emprendedoras ya sea, poniendo en marcha una empresa, consolidando una que no tiene más de 42 meses de actividad o iniciando una nueva actividad en el seno de una empresa ya existente, pero nueva.

La siguiente tabla muestra el desglose del índice de actividad emprendedora en estos tres apartados:

Tabla nº 8 Desglose del TEA por actividades emprendedoras

Índice de actividad emprendedora total 2004 para España (TEA)	Empresas nacientes (Start-ups, que no sobrepasan los 4 meses de actividad)	Empresas nuevas (Baby business, que no sobrepasan los 4 meses de actividad)	Empresas nuevas que a su vez han generado actividades nacientes o start-ups
5,15% de la población adulta	2,055% de la población adulta	3,071% de la población adulta	0,0226% de la población adulta

Por consiguiente, el porcentaje de actividad emprendedora procedente de empresas nuevas es muy pequeño y, por consiguiente, su impacto es escaso. Sin embargo, las encuestas GEM registran también el porcentaje de población adulta inmersa en actividades consolidadas, es decir, en empresas que superan los 42 meses de actividad. Es por ello, que para completar la visión de la actividad emprendedora en empresas ya existentes, es necesario tener en cuenta la que se produce en éstas últimas.

Las empresas consolidadas quedan fuera del cómputo del índice de actividad emprendedora o TEA, pero la encuesta a la población adulta permite estimar su número y, para el año 2004, suponen un 7,8% de la población adulta, es decir, la estimación de un conjunto de 2,036,580 entidades. Asimismo, la encuesta permite establecer en cuántas de estas empresas se ha llevado a cabo un start-up y cuántas poseen a su vez nuevas empresas o baby business.



Realizados los cálculos pertinentes, se estima que la actividad empresarial de la población adulta española para 2004 (compuesta por 26,110,000 personas) se desglosa en:

Tabla nº 9 Desglose del TEA por actividades emprendedoras y actividad emprendedora de empresas existentes (nuevas y consolidadas)

Empresas nacientes	Empresas nuevas	Empresas consolidadas
536.561 (2,055% de población adulta)	801.838 (3,071% de población adulta)	2.036.580 (7,8% de población adulta)
	Empresas nuevas que han generado start-ups	Empresas consolidadas que, a su vez han generado start-ups
	5.901 (0,0226% de población adulta)	46.476 (0,178% de población adulta)
		Empresas consolidadas que, a su vez poseen empresas nuevas
		18.669 (0,0715% de población adulta)

De esta forma se obtiene la información relativa a la actividad emprendedora dentro de las empresas existentes (entrepreneurial activity):

Tabla nº 10 Entrepreneurial activity

Actividad emprendedora en empresas nuevas	Actividad emprendedora en empresas consolidadas	Total de actividad emprendedora en empresas
0,73% de las empresas nuevas generan start-ups	3,2% de las empresas consolidadas generan start-ups y/o baby business	2,5% de las empresas nuevas y consolidadas (es decir, existentes) generan start-ups y/o baby business

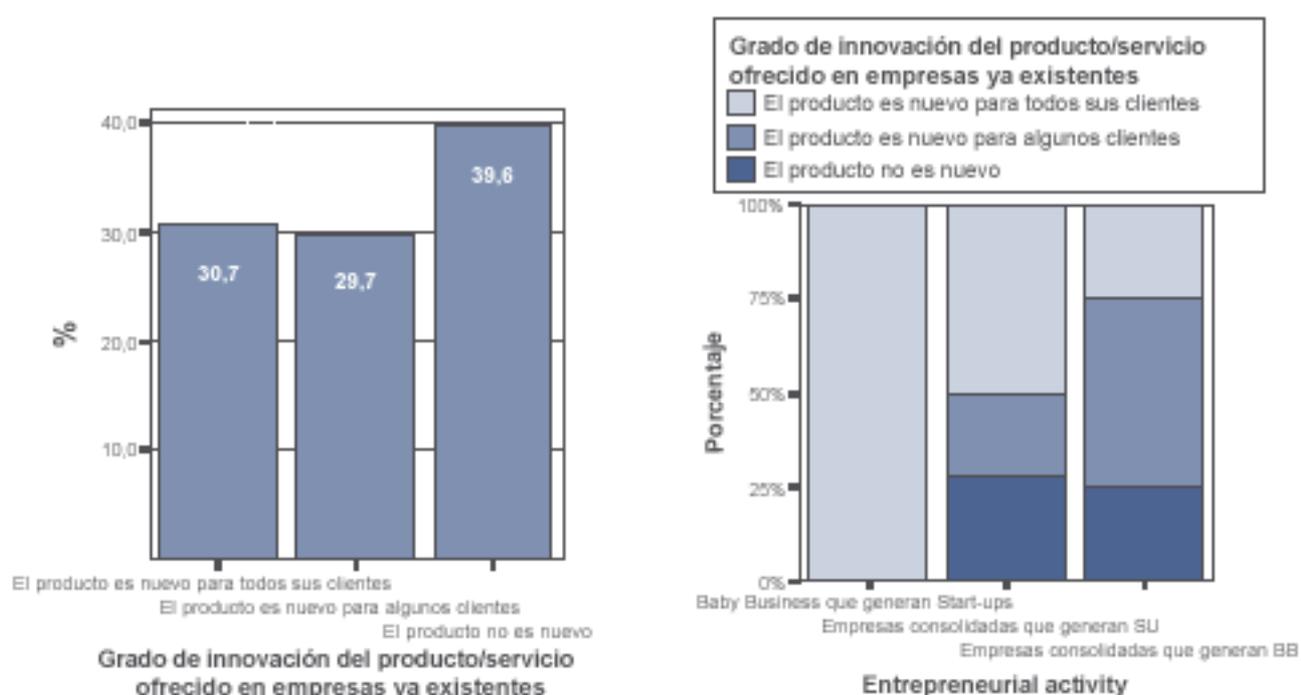
La cifra clave, es decir, el porcentaje de iniciativas empresariales dentro de empresas que llevan como mínimo 42 meses de actividad (2,5%) pone de manifiesto que, en nuestro país, sigue siendo necesario realizar un mayor esfuerzo para que las empresas crezcan y se diversifiquen. El grueso de la actividad emprendedora en empresas son start-ups llevadas a cabo por empresas consolidadas que llevan más de 42 meses de actividad. El informe 2003 ya puso de manifiesto que la creación de nuevas empresas sobrepasa de forma dramática la actividad emprendedora dentro de las ya existentes en todos los países GEM a razón de 5 a 1 por término medio, escenario poco deseable para países que quieren destacar en temas de innovación, competitividad y creación de empleo desde la empresa.



El impacto de esta actividad emprendedora en el seno de empresas ya existentes se mide en términos de empleo e innovación. Así, la figura nº 17 muestra que el 30,7% de las empresas emprendedoras son completamente innovadoras en cuanto al producto/servicio que ofrecen, mientras que un 29,7% son algo innovadoras y un 39,6% no lo son en absoluto. Asimismo, se puede afirmar que las iniciativas más jóvenes son las más innovadoras. Así, el total de las empresas nuevas (entre 3 y 42 meses de actividad) que han puesto en marcha actividades nacientes, está ofreciendo un producto o servicio completamente nuevo, mientras que las empresas consolidadas (más de 42 meses de actividad) presentan mayor proporción de productos nuevos en iniciativas nacientes y menor proporción de productos nuevos en las actividades que llevan cierto tiempo en marcha.

En definitiva, estos datos ponen de manifiesto que, a pesar del escaso volumen de empresas emprendedoras en España, la tendencia que muestran se orienta más hacia la innovación que hacia la réplica de productos y servicios ya existentes, lo cual constituye un dato alentador y en la línea de lo deseable para lograr esquemas competitivos acordes con las claves del mercado actual. Los sectores en que se concentran estas iniciativas innovadoras son: 57,3% en comercio, ventas, reparaciones y similares, 17,6% en servicios a empresas, 7,4% en hostelería y restauración, 4,4% en manufacturas, 3,1% en construcción y 10,3% en otros, no siendo destacable su presencia en sectores de alta tecnología.

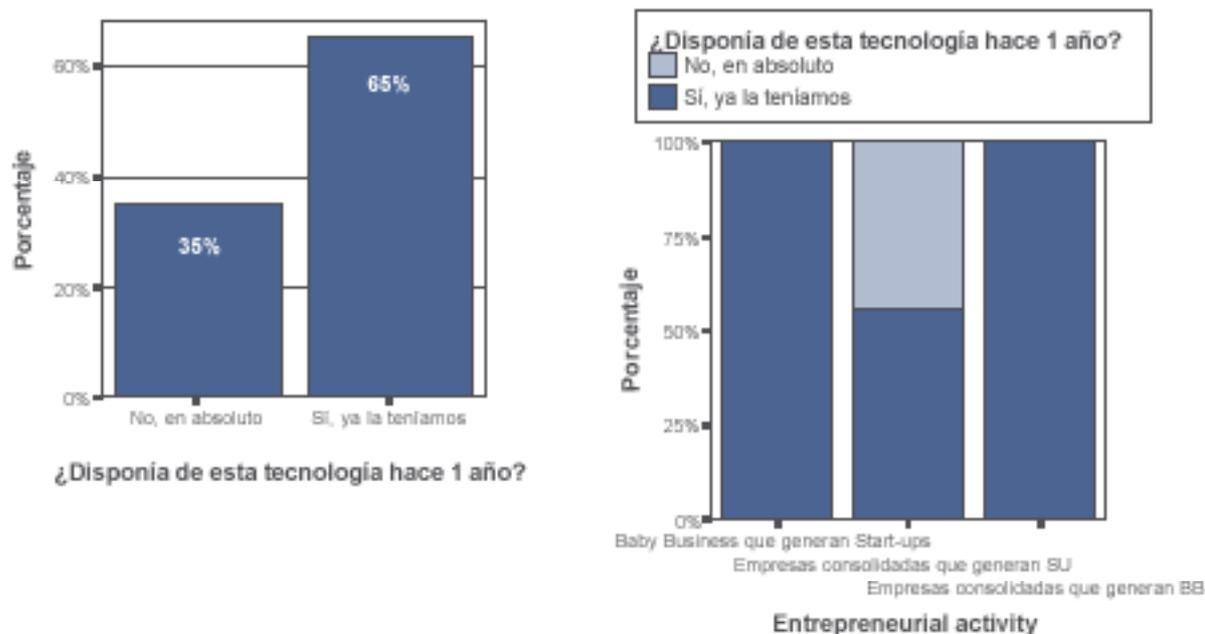
Figura nº 17 Innovación en las iniciativas emprendedoras de empresas existentes





La mayoría de las empresas emprendedoras ya disponía de la tecnología necesaria para elaborar su producto o servicio, pero hay un 35% que no la tenía. Por consiguiente, este resultado pone de manifiesto que más de la cuarta parte de las empresas emprendedoras utiliza tecnologías de última generación y, como se puede apreciar en el gráfico de la derecha, estas nuevas tecnologías se han aplicado en start-ups de empresas consolidadas. Los sectores en que se han utilizado estas nuevas tecnologías son: 57,7% en comercio, ventas y reparaciones, 15,1% en transportes y comunicaciones, 8,5% en servicios al consumidor, 6,2% en hostelería y restauración, 5,1% en manufacturas, 3,8% en salud, educación y servicios sociales, 3,5% en construcción.

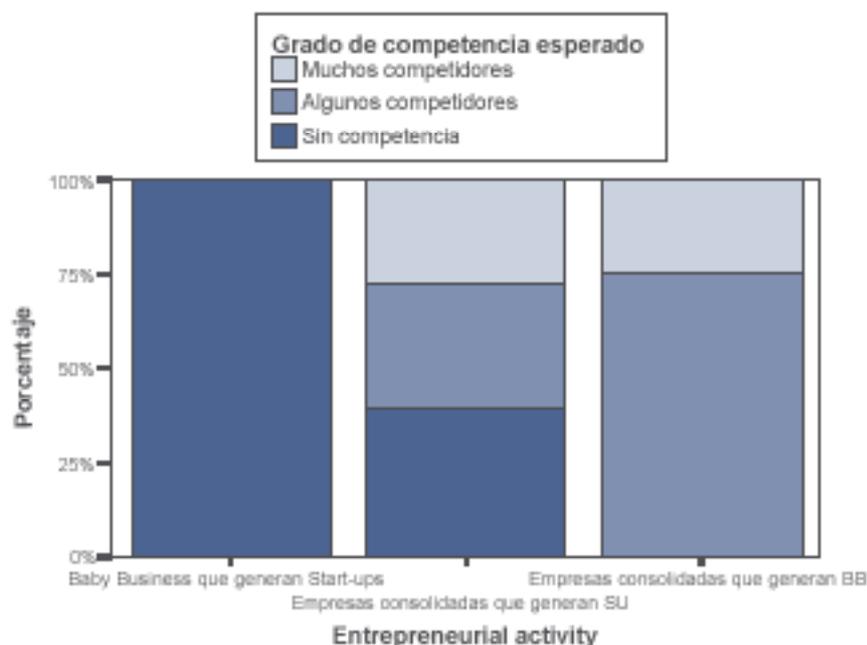
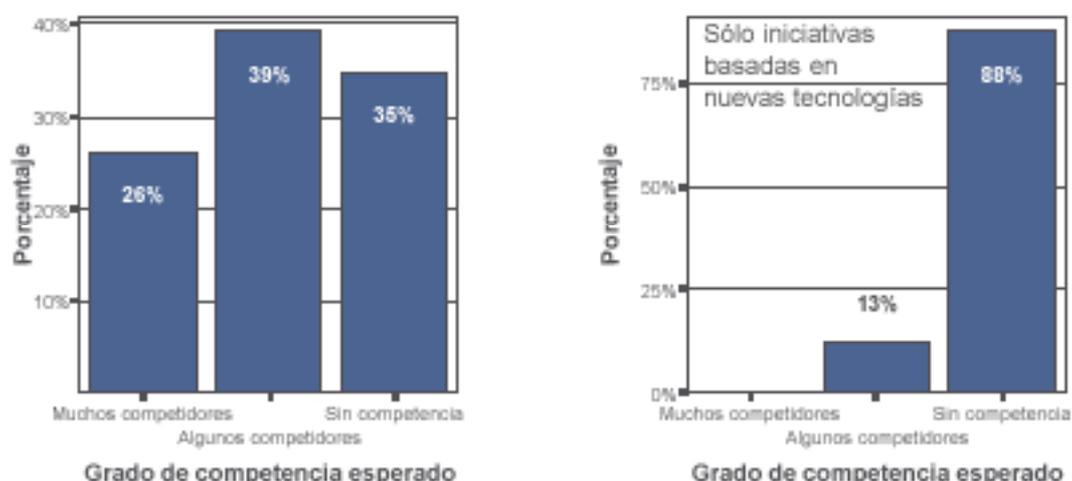
Figura nº 18 Nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras de empresas existentes



El nivel de competencia esperado por las empresas emprendedoras es otro indicador importante en el contexto que analizamos en este apartado, pues proporciona una idea del porcentaje de apertura de nuevos nichos de mercado que generan estas iniciativas. Los datos obtenidos en este sentido, señalan que el 35% de las empresas emprendedoras españolas no esperan tener competencia y, por consiguiente han promovido un nicho de mercado en alguna parcela. Como se puede ver en los gráficos de la figura nº 19, esto es especialmente cierto para aquellas empresas que están utilizando nuevas tecnologías, lo que pone de manifiesto la estrecha relación entre el uso de nuevas tecnologías y el gozar de un menor nivel de competencia. También se puede observar que todas las iniciativas emprendedoras de empresas nuevas no esperan competencia, mientras que en el ámbito de la empresa consolidada, hay más diversificación de este aspecto, confirmándose que en este grupo, las start-up o iniciativas de menos de 3 meses de vida son las que generan más nichos de mercado.



Figura n° 19 Grado de competencia esperado en las iniciativas emprendedoras de empresas existentes



Las empresas emprendedoras registradas en nuestra población adulta crean empleo, pero en cifras discretas. Así, el 12,2% sólo proporciona empleo al propio emprendedor, el 82% tiene actualmente entre 1 y 5 empleados, el 4,9% entre 6 y 19 empleados y el 0,9% restante 20 o más empleados. Las estimaciones realizadas por nuestro equipo investigador a partir de las cifras obtenidas, indican que las empresas emprendedoras proporcionan empleo al 0,92% de nuestra población adulta en la actualidad.



El crecimiento esperado en términos de empleo para los próximos cinco años puede llegar a ser significativo en este ámbito y se producirá, sobre todo, en las empresas emprendedoras más pequeñas, las que sólo emplean al emprendedor o que tienen entre 1 y 5 empleados en la actualidad. Así, del total de empresas emprendedoras registradas en nuestra población adulta, el 21,7% espera tener cierto crecimiento en empleo. Desglosando el porcentaje anterior, el 4,3% pasará de emplear al emprendedor a tener entre 1 y 5 empleados y el 17,4% pasará de tener 1-5 empleados a tener entre 6 y 19. En definitiva, el crecimiento esperado supondría dar empleo a un 1,54% de la población adulta en los próximos cinco años y, por consiguiente, un incremento del 67% de los empleos actuales que proporcionan estas empresas emprendedoras a la población adulta.

Las conclusiones de este apartado son relevantes: la consolidación, diversificación y crecimiento de las empresas existentes puede ser una inestimable fuente de creación de empleo y un tema clave en la mejora de la competitividad de la actividad empresarial de nuestro país. La atención a los empresarios emprendedores debe formar parte de las políticas públicas al mismo o mayor nivel, que las encaminadas a favorecer la actividad empresarial. Nuestro equipo investigador reitera que, más que aspirar a tener un elevado índice emprendedor, los agentes que favorecen la creación empresarial, deben atender a la calidad, consolidación y crecimiento de las iniciativas existentes y proporcionar información suficiente como para que las nuevas iniciativas nazcan con espíritu de innovación, previsión de buen desarrollo y creación de empleo, factor clave para los próximos años.



III. PERFIL DEL EMPRENDEDOR ESPAÑOL

Una vez perfilados los tipos de comportamiento emprendedor más relevantes en España, pasamos a identificar las características socioeconómicas que definen al emprendedor español y a analizar la evolución de dichos rasgos desde una perspectiva histórica.

3.1.1 Estructura de Edad

En términos generales, los datos recogidos para el año 2004 reflejan una cierta continuidad en la estructura de edad del colectivo emprendedor español con respecto a los años anteriores. El promedio de los emprendedores lanzan su negocio a una edad que ronda en torno a los 41 años, dato que refleja la carga financiera que requiere la creación de un negocio y que, además, está en consonancia la configuración demográfica de un país con una elevada tasa de envejecimiento. Si ahondamos en el análisis observamos que casi el 40% de los emprendedores tiene entre 35 y 44 años, grupo cuya presencia ha aumentado ligeramente durante estos últimos años. Este aumento se ha hecho además en detrimento del tramo de edades de 45 y 55 años y de 25 y 34 años, habiendo sido éste último grupo el protagonista del *boom* de actividad emprendedora experimentado en España durante el año pasado, y que ahora vuelve a retraerse ante un clima emprendedor más moderado.

La preponderancia de emprendedores pertenecientes al tercer tramo de edad (35-44) es tanto más llamativa en cuanto que los datos del GEM Global 2004⁸ sugieren que en promedio, el grupo de jóvenes entre 25 y 34 años suele ser el más activo en creación de empresas y ello, independientemente del nivel de desarrollo del país en cuestión. Por otra parte, este dato nos pone de manifiesto el impacto que tiene la demografía sobre la capacidad emprendedora de un país. En este sentido, cabría esperar que los crecientes flujos de inmigración que España viene recibiendo desde principios de los noventa incidan de forma positiva en la actividad emprendedora⁹, tanto por el cambio que la inmigración impone a la estructura demográfica del país, como a través de la incorporación de los jóvenes inmigrantes al autoempleo. Es sabido que los emprendedores jóvenes y creativos son los que, al fin y al cabo, están liderando la nueva "revolución emprendedora" que algunos países de renta elevada como Estados Unidos vienen experimentando desde varias décadas, de ahí la importancia de toda iniciativa pública en España que fomente la incorporación de este grupo al mundo emprendedor.

3.1.2 Nivel de Estudios

Por lo que se refiere a la variable estudios, y a diferencia de lo observado en ediciones anteriores del GEM, se aprecia una importante presencia (52%) de los emprendedores de que apenas tienen cursados estudios obligatorios. Les siguen los universitarios con un 27% y finalmente las personas que han obtenido el diploma de secundaria con un 21%.

Si bien es cierto que la relación entre nivel educativo y actividad emprendedora es compleja y depende del contexto específico de cada país, podemos avanzar que la pauta general recogida por el proyecto GEM para caracterizar esta relación es que, a mayor nivel de educación, mayores posibilidades de crear empresas por oportunidad.

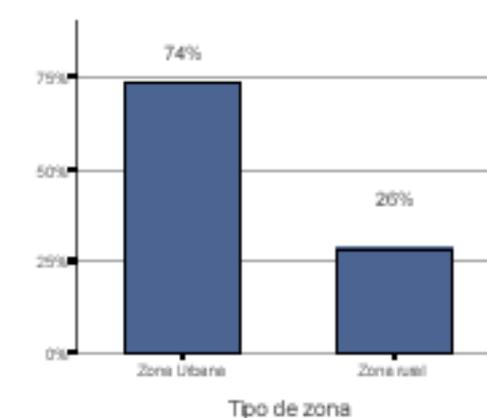
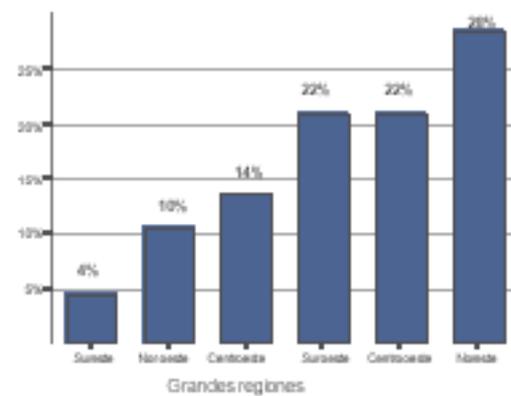
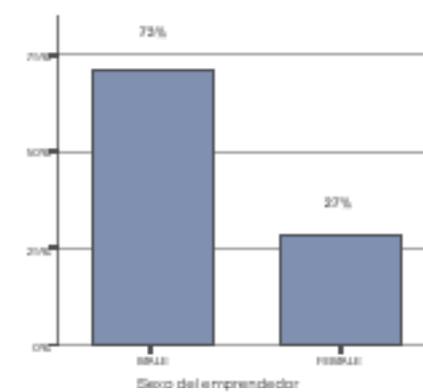
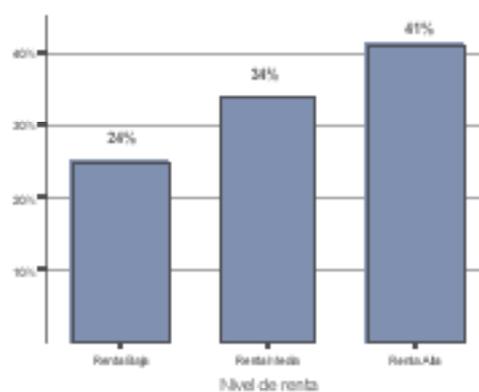
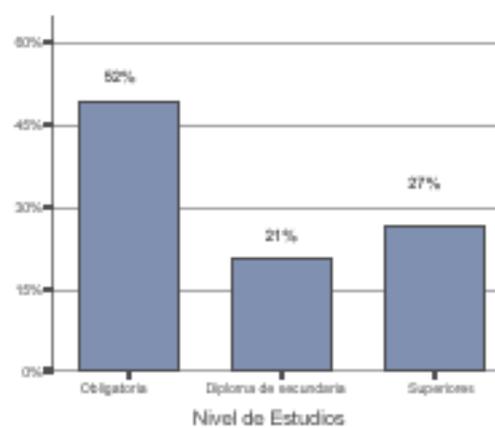
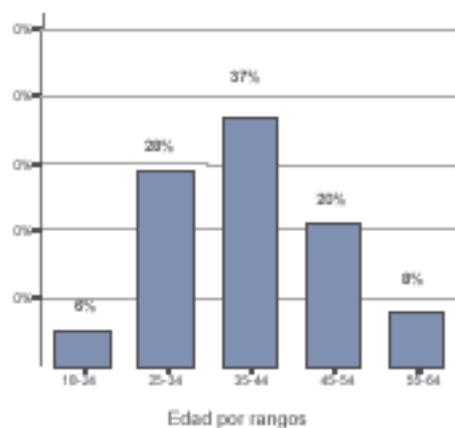
De acuerdo con este diagnóstico, el perfil educativo de los emprendedores se acercaría más bien al de los emprendedores pertenecientes a países en vías de desarrollo. No obstante, hay que tener en cuenta que dado el relativo pesimismo en el que se enmarca el contexto económico español durante el año 2004, y ante las dificultades crecientes para encontrar empleo asalariado, es posible que las personas más expuestas al desempleo sean las que, mayoritariamente, recurran a la creación de empresas como única salida hacia el mercado de trabajo.

⁸ Acs, Z., Arenious, P., Hay, M. y Minniti, M. (2005): *Global Entrepreneurship Monitor: 2004 Executive Report*. Babson College and London Business School, p.27.

⁹ Cf. apartado Inmigración y actividad emprendedora.



Figura nº 20: características socio-económicas de los emprendedores españoles



3.1.3 Nivel de renta

En la distribución por nivel de renta se aprecia una relación positiva entre cantidad de ingresos y actividad emprendedora. Así, las personas que disponen de un alto nivel de renta presentan el índice más elevado de creación de empresas (41%), y las que pertenecen al tercio de renta más bajo representan a menos de la cuarta parte de la población emprendedora. Este dato está en consonancia con la literatura académica existente y confirma las dificultades encontradas por los emprendedores para recabar fondos externos para lanzar un negocio.

3.1.4 Distribución rural / urbana y geográfica

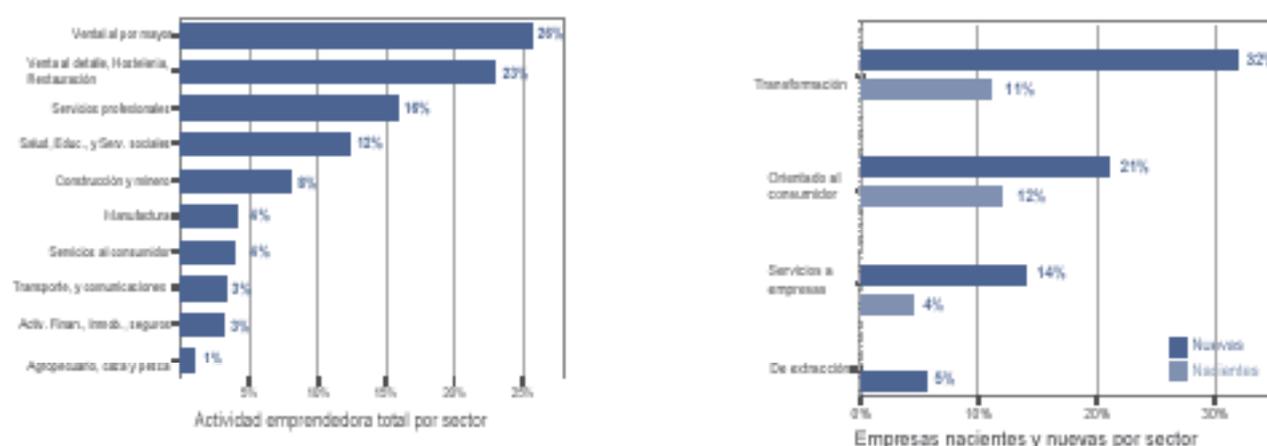
Las áreas rurales suelen ser consideradas como un gran nicho para crear el propio puesto de trabajo debido a que el sector agrario, en su mayor parte, está compuesto por empresarios individuales. No obstante, las zonas rurales en España sólo albergan el 22% de las empresas creadas en el 2004, evidenciando así el fuerte peso que siguen teniendo las ciudades, donde se concentra casi el 80% de los emprendedores. Esta asimetría se debe en primer lugar al fuerte atractivo que ejercen las ciudades entre la población rural. En segundo lugar mencionar que, aparte de los obstáculos habitualmente observados en el inicio de una empresa, el autoempleo en las áreas rurales presenta una problemática particular relacionada esencialmente con una mayor dificultad para obtener financiación y un menor nivel de formación por parte de la población. En consecuencia se sigue necesitando de políticas de desarrollo local que intentan remediar a esta situación, respondiendo a las necesidades específicas del emprendedor rural.

Respecto a la procedencia geográfica, destaca el elevado peso que tienen las zonas del Noreste, Centro-oeste y Suroeste, lugares de los que proceden casi las tres cuartas partes de los emprendedores españoles. Les siguen el Centro-este, el Noroeste y el Sureste, con respectivamente 14%, 10% y un 4% de la población emprendedora del país.

3.1.5 ¿Qué tipo de negocio crean los emprendedores españoles?

La distribución sectorial de la actividad emprendedora en España presenta en general unas pautas bastante estables, que venimos señalando desde el inicio del proyecto GEM, y en las que destaca la preponderancia de los sectores de transformación (manufactura, transporte, construcción, comunicaciones) y aquellos orientados al consumidor (venta al detalle, hostelería, servicios sociales)

Figura nº.21: Actividad emprendedora por sector económico





En el año 2004 estos dos sectores generaron más del 75% de las oportunidades de negocios, seguidos de lejos por el sector de servicios a empresas (19%). El peso del sector extractivo (agrario, caza, pesca y minero) se inscribe por su parte en una tendencia a la baja, que se refleja en la pequeña proporción de las empresas nuevas (5%) identificadas por nuestro estudio para este tipo de actividades y la casi inexistencia de empresas nacientes (es decir, de menos de 3 meses).

3.1.6 Conclusiones

Como conclusión de este apartado podemos decir que el emprendedor español responde al perfil de ser mayoritariamente varón, con edad entre 35 y 44 años, con nivel de estudios bajo y que vive en una ciudad. Su actividad empresarial pertenece al sector servicios, destacando la categoría de "Venta al por mayor" y "Venta al detalle, restauración y hostelería" como segunda opción.

El conocimiento de las características del emprendedor-tipo es fundamental para establecer líneas de actuación dirigidas a mejorar las políticas públicas que inciden directa e indirectamente en la actividad emprendedora. Así, es importante que la estrategia gubernamental de apoyo a la figura del emprendedor se fundamente en una serie de acciones que tomen en cuenta las características socio-económicas y socioculturales del mismo, de manera que se puedan dar unas respuestas singulares que se adecuen a las dificultades y demandas específicas de este colectivo.

IV. FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN ESPAÑA

4.1 La inversión informal sigue siendo una destacada fuente de financiación de la actividad emprendedora en España y a nivel internacional

La búsqueda y consecución de financiación para desarrollar actividades emprendedoras sigue siendo uno de los principales factores tenidos en cuenta por los potenciales emprendedores para tomar una decisión respecto de sus aspiraciones. En estos dos últimos años, el equipo investigador español ha podido constatar cierta mejora en los canales de acceso a financiación para este tipo de iniciativas, si bien moderada y de impacto discreto en el contexto global. Así, son muy numerosas las iniciativas desarrolladas por entidades financieras, organizaciones de diverso tipo relacionadas con el fomento de la actividad empresarial (Asociaciones de Empresarios, Confederaciones, Cámaras de Comercio, Agencias de Desarrollo local, Instituto de Crédito Oficial, Foros de Inversión creados por Empresas y un largo etc.) Todas estas iniciativas responden a la cada vez más difundida información acerca de las necesidades de los emprendedores en este aspecto. Sin embargo, no todo tipo de emprendedores tiene cabida en este ambicioso desarrollo de posibilidades. Los proyectos se seleccionan y el nivel de exigencia en cuanto a realización de plan de negocio, viabilidad, garantías y aspectos similares, es cada vez más notable. Por supuesto, esta rigurosidad es deseable en la mayoría de casos si se desea un tejido empresarial de calidad, que sea competitivo y con expectativas de crecimiento, pero también es cierto que, otras iniciativas más modestas no alcanzarán estos niveles si no se trabaja paralelamente en temas de formación específica para potenciales emprendedores. Asimismo, en muchas ocasiones, el potencial emprendedor puede tener diferentes puntos de vista en cuanto a la fase inicial si su decisión de emprender responde a una necesidad o a una oportunidad. Por consiguiente, la información y la formación deben difundirse de manera que ambos colectivos tengan recursos para mejorar la puesta en marcha y atacar la fase inicial habiendo previsto las principales contingencias que pueden hacer fracasar su iniciativa.

El 2,5% de la población adulta española ha actuado como inversor informal a lo largo del 2004. Este porcentaje se traduce en 829,528 personas que han puesto una media de 18,441 euros en iniciativas emprendedoras de otros, lo que se traduce a su vez en una inversión media estimada de 15,297 millones de euros.

Tabla nº 11 La inversión informal en España a lo largo del 2004

% de inversores informales en la población de 18 a 99 años	2,5%
Número estimado de inversores informales en la población adulta	829,528 personas
Inversión media realizada por el inversor informal en España	18,441 euros
Desviación típica de la media anterior	18,064 euros
Inversión mínima	600 euros
Inversión máxima	400,000 euros
Volumen medio total estimado de inversión informal en España 2004	15,297 millones de euros

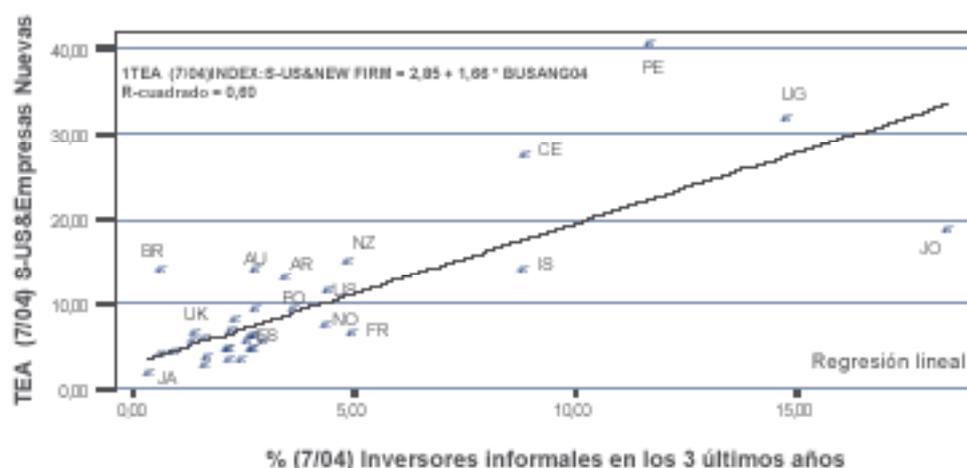
Las cifras anteriores describen un escenario en el que este tipo de inversión sigue siendo clave para el desarrollo de iniciativas emprendedoras en nuestro país. Sin embargo, esta variable, al igual que el índice TEA es muy sensible al entorno socio-económico y político y su evolución apunta a que los inversores se retraen cuando el panorama es recesivo, como sucedió el año 2002 y como sucede el año 2004:

Evolución del porcentaje de inversores informales en la población adulta española				
2000	2001	2002	2003	2004
2,4%	4,1%	3,1%	3,4%	2,5%



Por consiguiente, la evolución positiva de este índice, que se gestó en el 2001, ha sufrido un retroceso en el 2002, se ha recuperado en parte en el 2003 y ha descendido a niveles similares a los del 2000 ante esta nueva recesión. El sector afronta una caída del 26,5%, aproximadamente, lo cual, sin duda ha tenido cierto impacto en la caída del índice TEA de actividad emprendedora. Este hecho se demuestra también al realizar un análisis de regresión lineal simple tomando el TEA como variable dependiente y el porcentaje de inversores informales en la población como variable explicativa en el conjunto de países GEM. La Figura nº .22 muestra la estrecha relación positiva entre ambas variables, de forma que el número de inversores informales tiene una capacidad explicativa del 60% sobre el índice de actividad emprendedora. Así, a mayor porcentaje de inversores en la población, mayor actividad emprendedora en los países. Además, el gráfico muestra como esta relación es más dramática en los países que tienen un elevado índice de actividad emprendedora fruto de la necesidad. España se halla alineada en este gráfico con la mayoría de países de la Unión Europea, en que la inversión informal juega un papel similar y tiene un volumen moderado, pero en los países en vías de desarrollo, puede afirmarse que la influencia de estos inversores es francamente decisiva para el proceso de creación de negocios.

Figura nº 22 Influencia del porcentaje de inversores informales en la población adulta en la actividad emprendedora de los países GEM



4.2 Características del inversor informal español

El siguiente resumen muestra las características medias de los inversores informales españoles:

Tabla nº 12: perfil medio del inversor informal español

El 68,7% de los inversores informales son hombres y el 31,3% mujeres
La edad media del inversor informal es de 40,33 años
El 87,4% trabaja a tiempo completo o parcial, el 2% está jubilado, el 6,7% trabaja en su domicilio, el 2,1% está estudiando y el 1,8% no trabaja o está en otro caso
El 58% tiene estudios medios, el 14% tiene estudios universitarios y el 28% de post-graduación
El 26,7% corresponde al tramo de renta inferior a 1200 euros al mes, el 29,5% al tramos de 1200-2400 euros al mes, el 28,7% supera los 2400 euros al mes y un 15,1% no desea facilitar esta información
El 6,1% de estos inversores está acometiendo un start-up independiente de otro trabajo
El 4% de estos inversores está acometiendo un start-up en combinación con otro trabajo
El 16,1% de estos inversores es, actualmente, propietario de un negocio del cual es director-gerente
El 11,6% de estos inversores piensa acometer un nuevo start-up en los próximos tres años
El 3,8% ha asumido el cierre de un negocio o actividad en los últimos 12 meses
El 34,2% percibe buenas oportunidades de negocio en España, para los 6 próximos meses, el 43,2% no las ve y el 22,5% restante no se pronuncia sobre este tema
El 58,4% cree poseer los conocimientos y habilidades necesarios para llevar a cabo un start-up
El 60,2% afirma que el miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender
El 66,3% opina que ser emprendedor-empresario es una buena elección de carrera profesional
El 44,7% opina que lograr el éxito en una nueva iniciativa empresarial no es sinónimo de lograr un alto estatus en la sociedad
El 41,4% opina que en España, los medios de comunicación cubren suficientemente la información sobre nuevos negocios y empresarios
La inversión media que realiza un inversor de este tipo en España es de 18,441 euros con una desviación de 18,064 euros
El tipo de negocio en que invierten es muy variado, destacando claramente el sector de restauración-hostelería, seguido de cerca por el sector de comercio, reparaciones, instalaciones y similares. En conjunto, un 4,8% de su inversión va a parar al sector extractivo, un 39,5% al sector de transformación, un 15,9% a servicios para empresas, un 36,7% al sector orientado al consumidor y un 3,1% a otros
El 90,5% de estos inversores opera en zonas urbanas y el 9,5% en zona rural
La mayor parte de estos inversores se concentra en Madrid (17,8%) y en Cataluña (15,4%). Otra región destacada es Andalucía (13,6%), seguida de lejos por la Comunidad Valenciana (7,5%) y Galicia (7,1%). En el resto de regiones, el porcentaje no supera el 6,5% del total
La relación del inversor informal con el beneficiario de la inversión es de tipo familiar directa en el 56,1% de los casos, familiar indirecta en un 10,4% de los casos, de compañeros de trabajo o colegas en un 9,4% de los casos, de amistad o conocimiento en un 22,4% de los casos y el 1,8% restante no desea explicarlo

La comparación del perfil que muestra la tabla anterior con el obtenido en el 2003 muestra diferencias y similitudes muy interesantes que aportan alguna luz a la situación de recesión que se ha vivido este año en el ámbito emprendedor. Para mayor claridad, mostramos, por un lado, los datos que tienden a ratificar dicha recesión y, por otro, los datos que apuntan hacia un cambio de actitud en la sociedad que puede llegar a proporcionar mayor impulso al espíritu emprendedor.

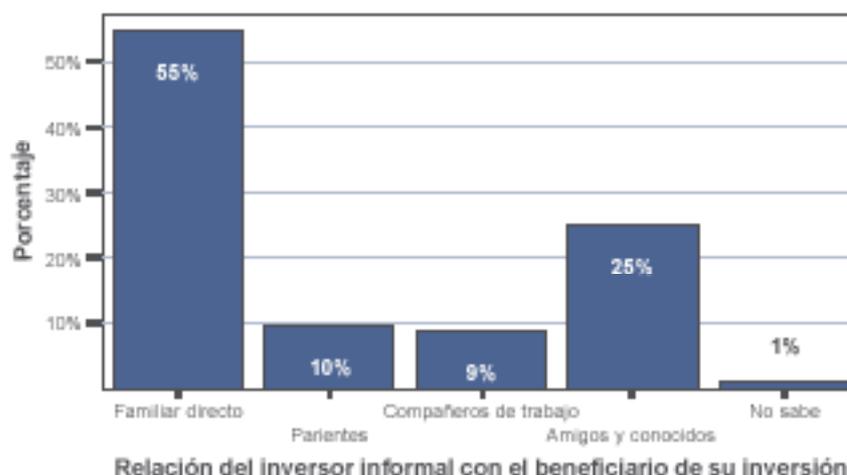


Hechos que ratifican la existencia de cierta recesión en el sector empresarial
Disminuye la presencia de inversoras informales en un 12%. En situación recesiva, el colectivo femenino suele mostrarse más sensible a la asunción de riesgos
Disminuye un 30% la presencia de inversores con estudios universitarios, lo cual puede significar que los inversores "más profesionalizados" se han prodigado mucho menos y están, probablemente, a la espera de un cambio en la tendencia económica
Disminuye la presencia de inversores informales que a su vez están acometiendo start-ups (-2%) o poseen y dirigen un negocio propio (-4%). Este dato concuerda con la recesión y con el anterior
También disminuye en un 5% la presencia de inversores informales que piensan acometer un start-up en los próximos 3 años
La percepción de buenas oportunidades para los próximos 6 meses disminuye en un 12,7% con respecto al 2003 en este colectivo. Otro síntoma de la percepción de cierta recesión. Además, se duplica el número de casos de no respuesta acerca de esta pregunta, pasando del 11 al 22%, dato que confirma mayor incertidumbre en torno a la misma
Disminuye un 6% el porcentaje de inversores que piensan que el miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender, pero la mayoría sigue siendo favorable, pues se pasa de un 66 a un 60%
La inversión media realizada baja un poco (-2,8%), pero se mantiene bastante estable si pensamos en términos estadísticos, dentro de un intervalo de confianza aceptable.
La relación del inversor con el beneficiario de la inversión sigue siendo predominantemente familiar directa y aumentando, lo que indica estancamiento en cuanto a la profesionalización de este tipo de inversores
Hechos que favorecen el espíritu y el desarrollo del emprendedor en España
La edad media del inversor informal baja en 2 años. Esto apunta hacia una progresiva incorporación de gente más joven en esta actividad y, por consiguiente, con más nivel de estudios y profesionalización que puede mejorar sensiblemente la orientación de este sector
Aumenta en casi un 11% la presencia de inversores procedentes del tramo superior de renta, dato acorde con el anterior que apunta hacia una mayor presencia de inversores que pueden estar seleccionando proyectos con ánimo de obtener algún beneficio derivado de la inversión
Hay un 7,4% menos de inversores informales que tuvieron que cerrar un negocio en los últimos 12 meses. Este dato concuerda con la tendencia a la consolidación de nuevas empresas que venimos destacando a lo largo del informe. Así, aunque la actividad emprendedora ha disminuido, la mortalidad de empresas no se ha disparado como consecuencia de la recesión
Aumenta un 4% el porcentaje de inversores informales que cree poseer las habilidades y conocimientos para acometer un start-up
Aumenta un 11,5% la parte de inversores que creen que ser empresario es una buena carrera profesional
Disminuye casi en un 11% la parte de inversores que opinan que lograr el éxito en una nueva iniciativa empresarial no es sinónimo de adquirir un buen estatus social. Este punto es importante junto al anterior porque indica una mejor aceptación de la carrera empresarial que hace un año y, bastante significativa
Disminuye en un 10% el porcentaje de inversores informales que opinan que los medios de comunicación cubren suficientemente la información sobre nuevos negocios y empresarios. Esto significa que demandan más espacio y protagonismo y, por consiguiente, se ratifica la línea antes apuntada de una mayor estima de esta trayectoria profesional

4.3 ¿Qué espera obtener el inversor informal español de la inversión realizada?

El inversor informal pone dinero en iniciativas de otros que, por regla general, son personas próximas a su entorno:

Figura nº 23 Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión



La encuesta GEM explora por primera vez qué espera obtener el inversor a cambio de este esfuerzo. Para ello, se ha investigado qué parte de la inversión espera recuperar, en cuánto tiempo y, además, si espera algún beneficio añadido a la recuperación del capital.

La Figura nº 24 muestra que la mayoría (36%) espera recuperar todo el capital invertido, pero es muy notable el 26% que no espera recuperar nada y que, por consiguiente, invierte a fondo perdido. Asimismo, sumando porcentajes, se obtiene que, algo más de un 30% de estos inversores espera obtener un beneficio de la inversión que, en el 15% de los casos duplica la inversión.

Por otro lado, la Figura nº 25 muestra que la mayoría de los que no esperan recuperar nada o, como mucho la mitad, ha invertido en iniciativas de familiares directos, mientras que los que esperan tener un beneficio diversifican mucho más.

Figura nº 24 Cantidad de la inversión realizada que esperan recuperar los inversores informales

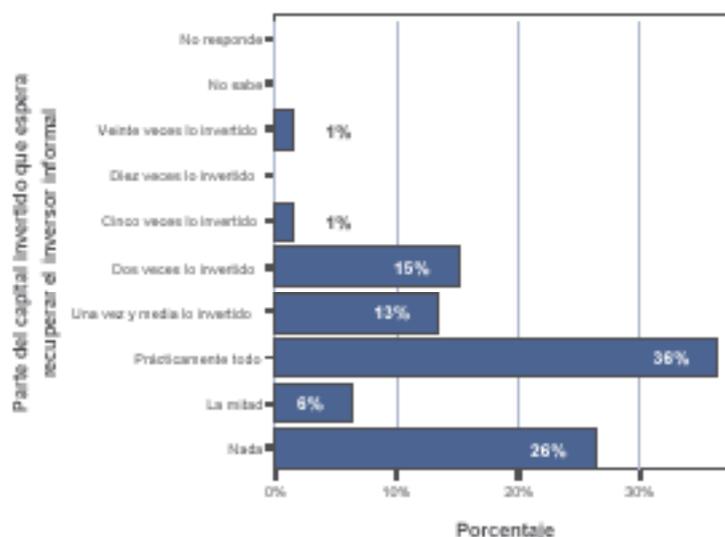
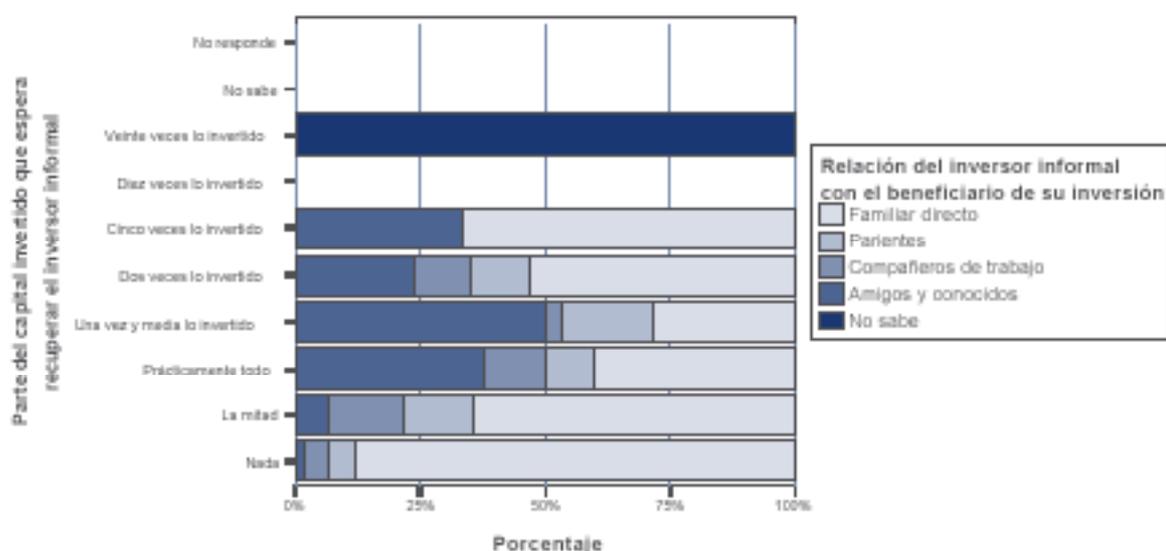




Figura n° 25. Cantidad de la inversión realizada que esperan recuperar los inversores informales y relación con el beneficiario



El tiempo de retorno de la inversión es diverso predominando los dos años (29%) y nunca o no espera retorno (26%). En la Figura n° .26 se pueden ver estos resultados y el resto de la distribución de tiempos de retorno de inversiones informales esperados. Asimismo, la Figura n° 27 muestra para cada tiempo esperado de retorno, el tipo de relación entre inversor y beneficiario. La relación familiar está presente en casi todos los tramos y predomina en los mismos, desde "nunca" a "10 años". En retornos a más largo plazo, los inversores no han querido explicar la relación que les une al beneficiario.

Figura n° 26 Tiempo estimado de retorno de la inversión de los business angels informales

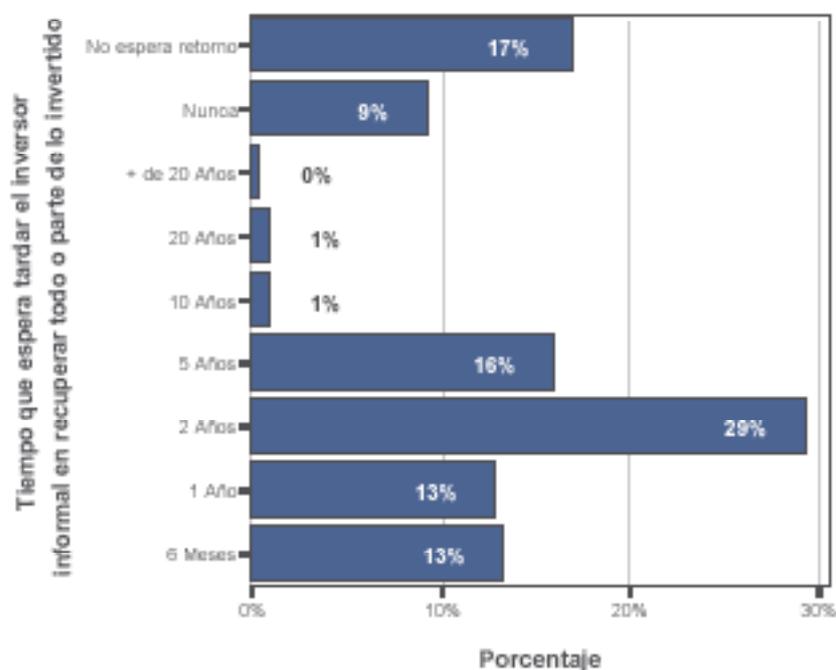
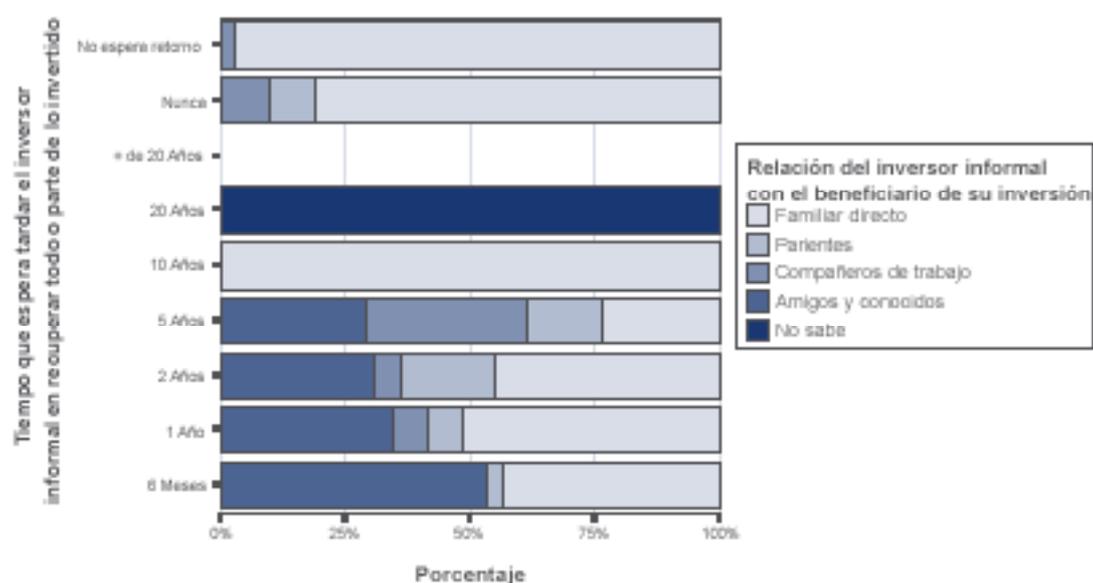




Figura nº 27 Tiempo estimado de retorno de la inversión de los business angels informales y relación que guardan con el beneficiario

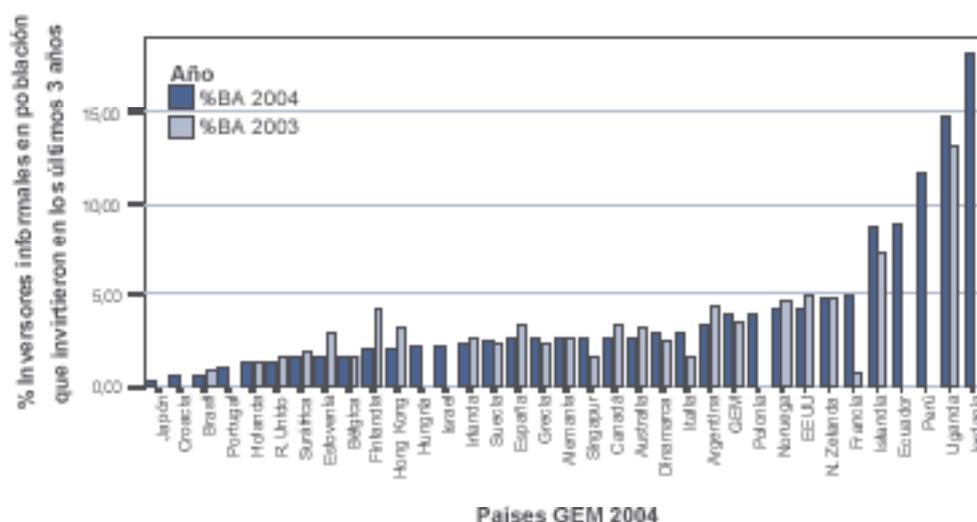


La conclusión que podemos extraer del conjunto de resultados de este apartado es que, el inversor informal español contribuye de forma notable al desarrollo de iniciativas emprendedoras que no pueden canalizar sus necesidades de financiación, realizando un esfuerzo por personas de su entorno más inmediato y no esperando siquiera retorno de la inversión en el 34,3% de los casos. Así, a diez años vista de este tipo de inversión, el 33,7% no habrá tenido pérdidas, pero tampoco beneficios y sólo el 32% habrá obtenido algún beneficio. Por consiguiente, la inversión informal no está "profesionalizada" en un 68% de los casos y, para el 32% restante, el beneficio obtenido se concentra principalmente en la duplicación de la inversión, habiendo casos en que se espera un beneficio menor y mayor a éste. Es de esperar que, en los próximos años, a medida que se van desarrollando las fuentes de financiación para emprendedores, este sector se vaya profesionalizando y constituyendo una vía de negocio interesante para personas que deseen efectuar inversión de capital.

4.4 Posición española en el entorno GEM con respecto a la participación de la población adulta en actividades de inversión informal

El porcentaje de inversores informales en la población adulta española ha disminuido este año y ello ha dado como resultado cierto alejamiento de la media de este indicador en el entorno GEM. En la Figura nº 28 se aprecia que la recesión ha afectado no sólo a España, sino también el Reino Unido, Estados Unidos, Irlanda y otros países, pero, en cambio, dentro de nuestros vecinos más inmediatos, la inversión informal, al igual que el TEA, se ha mantenido o incrementado en países como Alemania, Italia, Bélgica, Dinamarca, Suecia y Francia. Todo ello, pone de manifiesto la sensibilidad de este indicador al entorno económico y político a la cual se ha hecho referencia con anterioridad.

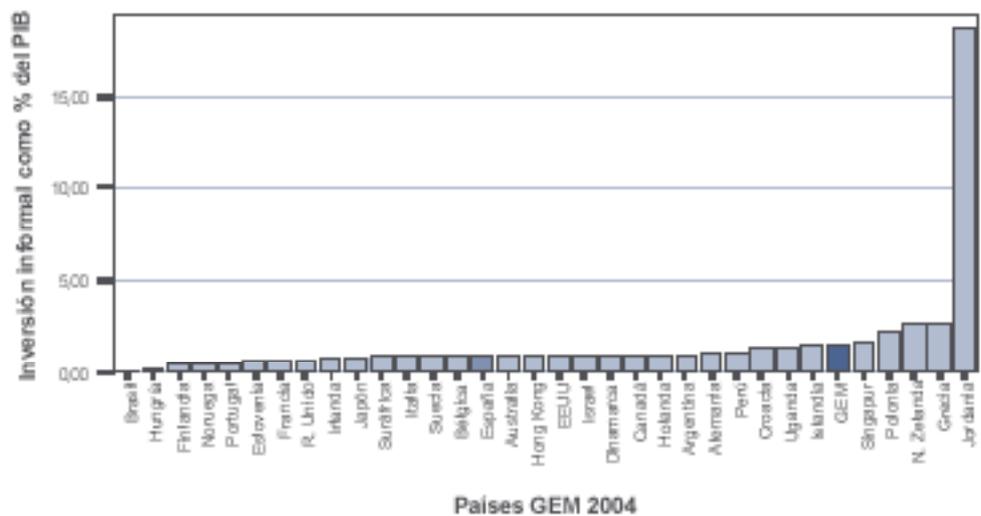
Figura nº 28 Comparación internacional: porcentaje de inversores informales en la población, que invirtieron en los 3 últimos años. Indicadores del 2003 y 2004.



El volumen de la inversión informal total realizada en España representa un 0,90% del PIB, lo cual proporciona una idea de su dimensión en el contexto económico del país. En este sentido, España está alineada con la mayoría de sus vecinos de la UE y con Estados Unidos. Los casos como el de Jordania son completamente atípicos y responden a un tipo de economía y una cultura poco comparable con la de los países que hasta la fecha participan en el Proyecto GEM. La inclusión de más países del entorno árabe es deseable para disponer de más información acerca del desarrollo del fenómeno emprendedor en los mismos. La relación lineal de esta variable con el TEA para los países de la UE es positiva, pero débil y escasamente significativa ($R^2 = 21\%$), de forma que, aunque algo influyente, el peso de la inversión informal no explica más que una pequeña parte del volumen de actividad emprendedora de los países de la UE y no explica, en general el TEA de los países GEM. Este resultado indica que, si bien la cantidad de inversores informales tiene gran influencia en el desarrollo de la actividad emprendedora, la media de inversión llevada a cabo por estos business angel es muy diversa y su relación con el PIB de los países no presenta un modelo lineal, de forma que, a través de estas variables no se puede afirmar que a mayor volumen de inversión como porcentaje del PIB mayor actividad emprendedora. Habrá que plantear otro tipo de análisis para estudiar la relación entre el volumen total invertido y el TEA.



Figura nº 29 Comparación internacional: volumen que representa la inversión informal total como porcentaje del PIB de las naciones GEM 2004

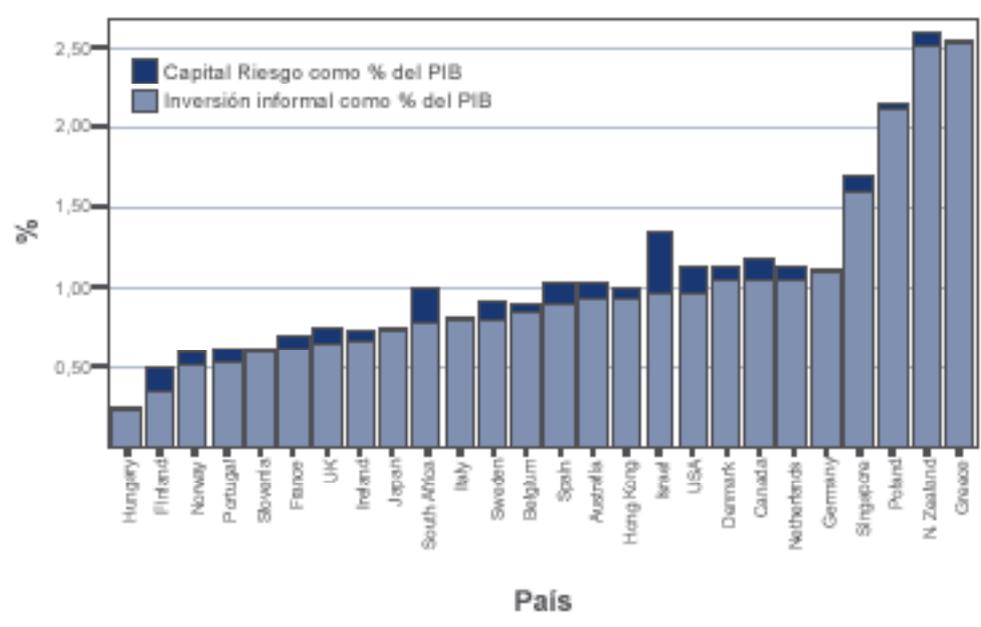


Nota: no se dispone de este dato para Ecuador

4.5 El papel del capital riesgo mejora ostensiblemente en España

La problemática en torno a la financiación de las iniciativas emprendedoras es bastante común en la mayoría de los países GEM y, hasta la fecha, se ha traducido en una mayor búsqueda de financiación de los emprendedores en los inversores informales que suelen ser familiares directos, parientes, amigos y conocidos. Así, en el siguiente gráfico, se puede apreciar el volumen comparativo de la importancia de esta inversión informal frente a la fuente considerada más minoritaria en la mayoría de países: el capital riesgo procedente de entidades especializadas en proporcionar financiación a nuevas iniciativas empresariales. En todos los países, ordenados de menor a mayor volumen de inversión informal como porcentaje del PIB, se aprecia una diferencia dramática entre ambos tipos de financiación.

Figura nº 30 Inversión informal frente a capital riesgo, ambos como % del PIB de los países GEM 2004

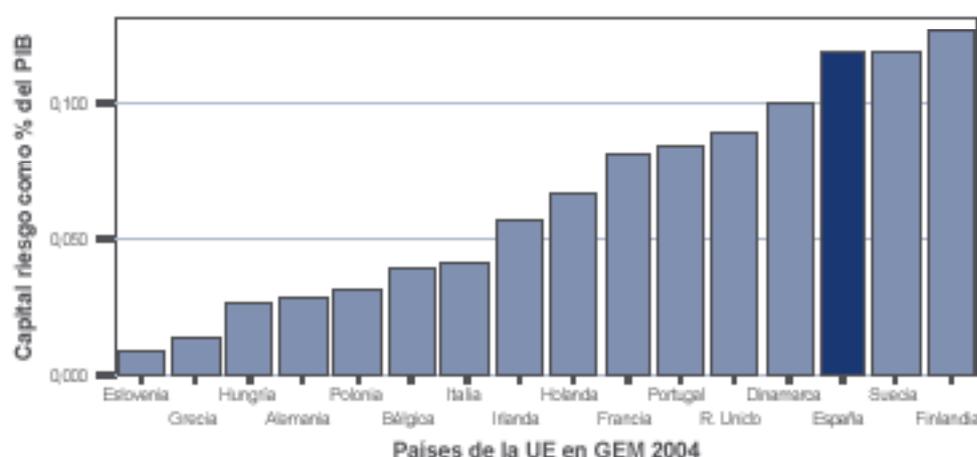




En la figura anterior, se aprecia el mayor desarrollo del capital riesgo en países como Israel, Sudáfrica, Estados Unidos, Finlandia y Suecia. Sin embargo, la situación española ha mejorado mucho y muy rápidamente con respecto a años anteriores. Así lo ponen de manifiesto los datos GEM en línea con el informe de la Asociación Española de Entidades de Capital Riesgo¹⁰, que explica que, el año 2004 se ha alcanzado una inversión que supera los 1900 millones de euros situando a España en los primeros puestos del ranking europeo de capital riesgo por volumen de inversión y acortando mucho las distancias con los que la encabezan. Esta fuente documental señala que la inversión de capital riesgo ha crecido un 48% respecto del año 2003, crecimiento verdaderamente espectacular, también percibido claramente en las fuentes de información que utiliza el Proyecto GEM.

En los informes de las ediciones anteriores del Proyecto GEM siempre se manifestaba la preocupación por la falta de desarrollo de este sector y el retraso de España en la creación de networkings profesionales al estilo de los ya tradicionales en otras naciones como EEUU, el Reino Unido, Francia, Alemania y otras. Ahora, los datos han puesto de manifiesto una capacidad de reacción muy rápida y una alineación con el resto de Europa francamente sorprendente, por el hecho de hallarnos, además en fase recesiva, pero por la cual, hay que felicitar.

Figura nº 31 Capital riesgo como % del PIB de los países de la UE en el GEM 2004



Sin embargo, por el momento, también hay que señalar que la mayor parte de estas inversiones se destinan a empresas ya establecidas y en sectores de alto potencial y crecimiento, cosa que, por otro lado, es lógica y acorde con lo comentado en la introducción de este apartado. El acceso a este tipo de inversión no es fácil y, el propio informe del que hablamos, comenta que, la inversión en empresas en fases iniciales se mantiene en niveles muy bajos representando el 4% sobre el total invertido. Así, si bien el sector se ha desarrollado rápida y eficazmente, los emprendedores interesados en atraer este tipo de inversiones deben ofrecer proyectos empresariales bien diseñados, con plan de negocios y viabilidad, y en sectores con potencial de alto crecimiento e innovadores.

¹⁰ ASCRI: Capital Riesgo & Private Equity en España, Informe 2004. José Martí Pellón, Marcos Salas de la Herra, Ángela Alférez. Esta Asociación, presidida por Jorge Mataix, tiene actualmente 100 socios, 75% de pleno derecho que representan cerca del 90% de las sociedades de capital riesgo españolas y 25% de socios adheridos. José Martí Pellón, profesor de la Universidad Complutense de Madrid realiza un seguimiento exhaustivo de esta actividad en España desde 1984, habiendo publicado numerosos libros y más de 20 artículos sobre la materia.

4.6 ¿Cómo se financian las start-ups (hasta 3 meses de actividad) españolas?

Según los resultados de la encuesta GEM, los emprendedores que están acometiendo un start-up necesitan una media de 56,465 euros totales para la puesta en marcha de la empresa o servicio. El 50% de este colectivo necesita un máximo de 30,000 euros y, el caso más típico es necesitar 30,000 euros. El capital total necesario varía desde 3,000 a 480,000 euros. Estos y los resultados en percentiles se muestran en la siguiente tabla nº 13. Comparando estas cifras con las del 2003 se aprecia un notable incremento de capital inicial medio necesario. Así, la media del 2003 se situaba en 33,000 euros, por lo que acusa un incremento del 71%, y la moda en 6,000 que acusa un incremento del 400%. La mediana, que es el indicador menos susceptible a verse afectado por datos atípicos, pasa de 20,000 a 30,000 euros, así que, en el mejor de los casos, la inversión media inicial requerida se ha incrementado en un 50%.

Ante este escenario no hay duda de que la financiación va a seguir siendo uno de los principales obstáculos para emprender por mucho que mejoren los de tipo burocrático, formación y cultura.

Tabla nº 13 Descripción del capital total necesario para acometer un start-up en España en el 2004

Media		56.464,92
Mediana		30.000,00
Moda		30.000
Desv. tip.		64.626,299
Mínimo		3.000
Máximo		480.000
Percentiles	10	12.000,00
	20	18.000,00
	30	24.000,00
	40	27.127,47
	50	30.000,00
	60	40.000,00
	70	50.000,00
	80	86.293,65
	90	150.000,00

Los emprendedores tienen diversas alternativas para buscar financiación entre las que destacan: capital propio, créditos bancarios, inversión informal, subvenciones y ayudas, leasing, micro-créditos, capital riesgo y otras. La facilidad de acceso a cada una de ellas depende de muchos factores: sector de actividad, viabilidad del proyecto, expectativas de crecimiento y desarrollo, ubicación, estado del mercado y muchos más.

En referencia a la primera fuente, la disposición de capital propio y su inversión en el start-up, la encuesta GEM del 2004 pone de manifiesto que el 30% de los emprendedores han puesto todo el capital necesario. Así, la Tabla nº 14 muestra que, por término medio, un emprendedor pone casi el 68% del capital total necesario para el start-up, mientras que el 50% de los emprendedores pone como máximo el 66,6%, siendo el caso más frecuente o moda, poner el 100% del capital.

Tabla nº 14 Descripción del porcentaje de capital total necesario para acometer un start-up que asume o invierte el propio emprendedor

Media		67,5907
Mediana		66,6667
Moda		100,00
Desv. tip.		27,68903
Mínimo		4,00
Máximo		100,00
Percentiles	10	33,3333
	20	35,3495
	30	50,0000
	40	50,0000
	50	66,6667
	60	80,0000
	70	100,0000
	80	100,0000
	90	100,0000



La cifra de emprendedores que pone todo el capital necesario desciende en el 2004 respecto del 2003 en un 20%, poniendo de manifiesto la mayor dificultad existente este año, relacionada sin duda con esa media más elevada de capital inicial necesario. Por consiguiente, el 70% de los emprendedores del 2004 se han visto en la necesidad de buscar otras fuentes de financiación complementarias.

Según el Informe de la Comisión Europea sobre Acceso a la Financiación de las Empresas elaborado el año 2001, los bancos juegan un papel destacado en todas las etapas de la vida de una empresa, incluyendo su nacimiento, y las empresas españolas más pequeñas tienden a trabajar con créditos que gestionan con una única entidad financiera. Este informe estima que el 58% de las PYMES trabaja con créditos bancarios, de las cuales no especifica cuántas son nacientes o start-ups.

Por su parte, la encuesta GEM del 2004 corrobora el dato anterior proporcionando una distribución de fuentes de financiación utilizadas por los emprendedores que están poniendo en marcha un start-up en la que destacan los bancos, por encima de la inversión informal y de las ayudas gubernamentales.

Tabla nº 15 Fuentes de financiación empleadas en las start-up en el 2004

El emprendedor recibió fondos de:	% total 2004
Familia directa	13,4
Otros familiares	5,4
Compañeros de trabajo	5,2
Jefe	3,1
Amigos y conocidos	6,8
Inversores informales total	33,9
Bancos u otras instituciones financieras	58,1
Ayudas gubernamentales	12,0
Total fondos externos recibidos	70,1

4.7 ¿Qué espera obtener el emprendedor español de la inversión realizada?

No hay duda de que el emprendedor español se lanza a la puesta en marcha de un negocio esperando obtener beneficios. Así, la mayoría de los emprendedores que han acometido un start-up en el 2004 espera duplicar la inversión realizada. En cifras generales, ninguno espera no recuperar nada de la inversión y sólo un 2,3% cree que sólo recuperará la mitad, es decir, incurrirá en pérdidas. El 97,7% restante espera tener beneficios de su inversión, aunque de diversa importancia, según se puede apreciar en la figura nº .32, siendo el caso más frecuente el de duplicar la inversión, seguido de quintuplicarla. Por otro lado, los que han puesto más capital personalmente, esperan, como mínimo recuperarlo todo y, también, una parte, llegar a obtener 10 veces el capital inicial. El tiempo medio de recuperación de la inversión es de 2 años y no está directamente relacionada con el porcentaje que ha puesto el propio emprendedor.



Figura n° 32 Retorno esperado por parte de los emprendedores de la inversión efectuada en start-ups, en general y según el porcentaje de capital que han invertido personalmente.

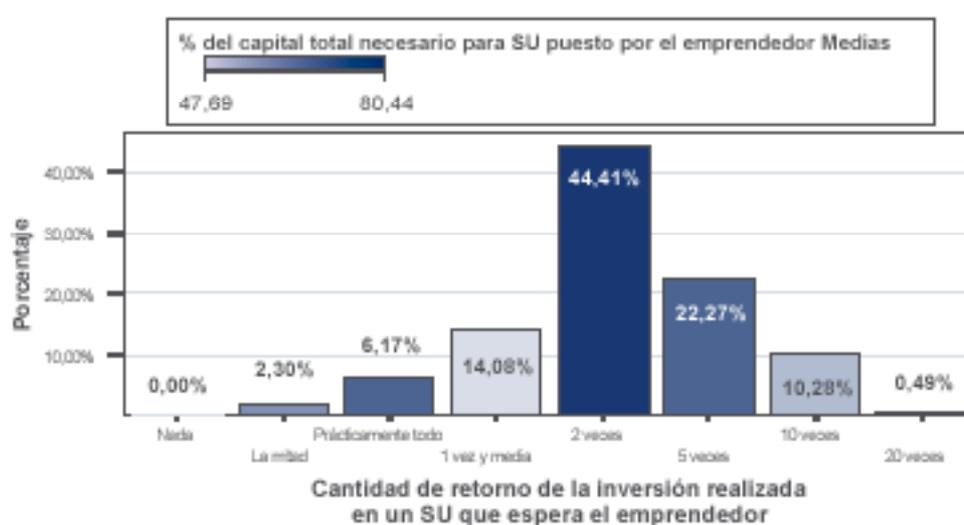
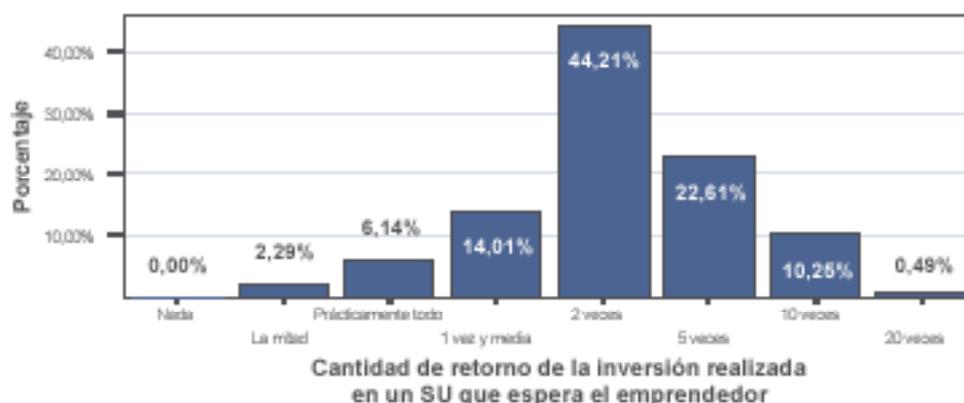
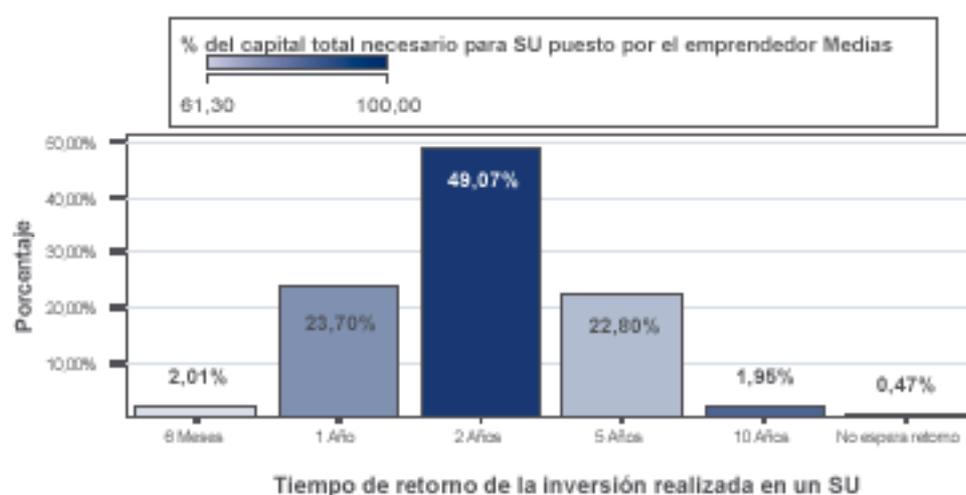
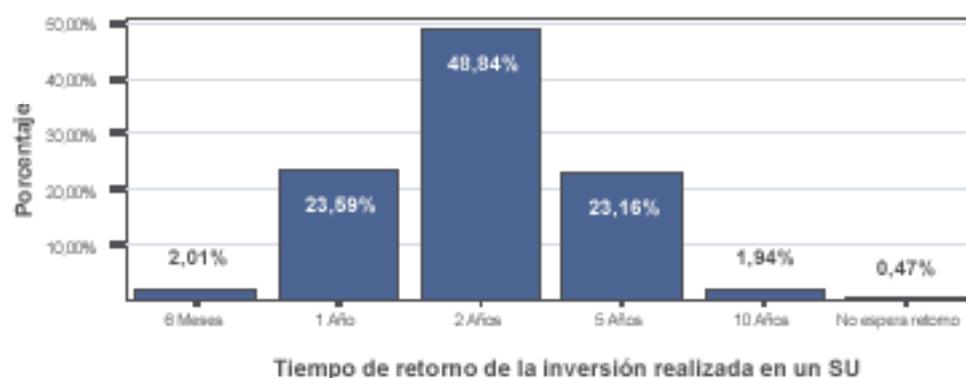




Figura n° 33 Tiempo estimado por parte de los emprendedores para recuperar la inversión efectuada en start-ups, en general y según el porcentaje de capital que han invertido personalmente

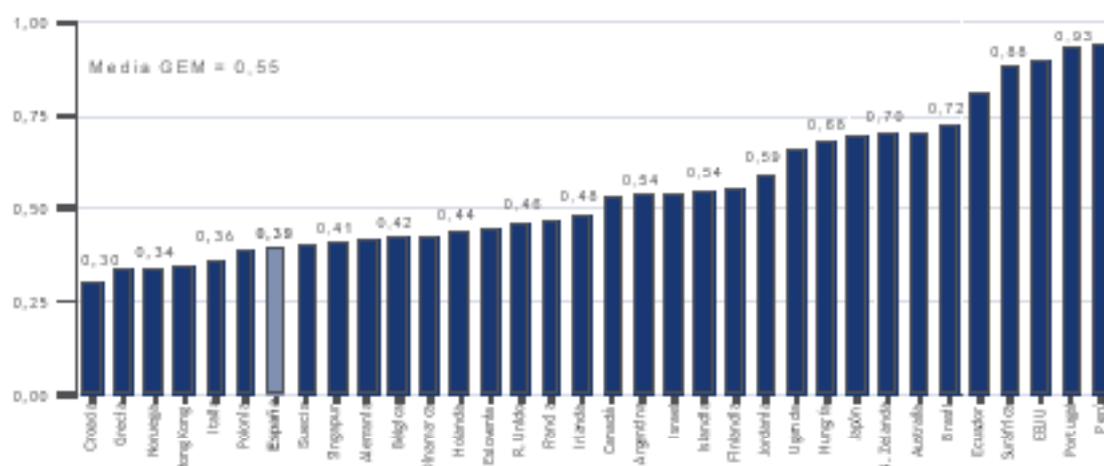


V. MUJER EMPRENDEDORA

5.1 Actividad emprendedora femenina

Tras varias décadas intentado superar los obstáculos de índole socio-cultural que venían limitando sus posibilidades en el ámbito empresarial, las mujeres españolas han dado un salto cualitativo, triplicándose su actividad a finales de los 90¹¹. Desde entonces, ésta parece haberse estancado, y según reflejan los datos del GEM de los últimos tres años, las mujeres representan en promedio el 30% de los emprendedores del país. Concretamente, para el año 2004 se estima que, en España, hay unas 403.500 mujeres emprendedoras, frente a 941.500 hombres.

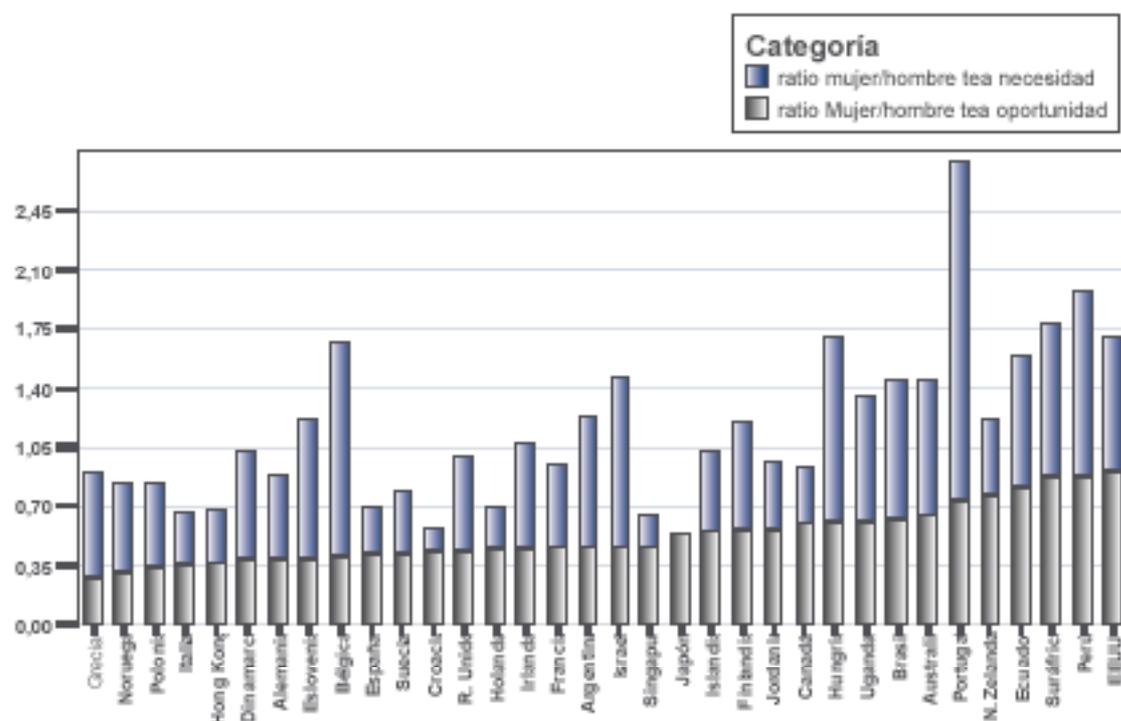
Figura nº 34: Ratio mujer / hombre para la actividad emprendedora total



Desde una perspectiva internacional, el peso relativo de las mujeres españolas sigue siendo muy moderado, y el ratio de mujer/hombre para el índice TEA se eleva a un 0,39 (5% de error muestral), situándonos de nuevo por debajo de la media de los países GEM.

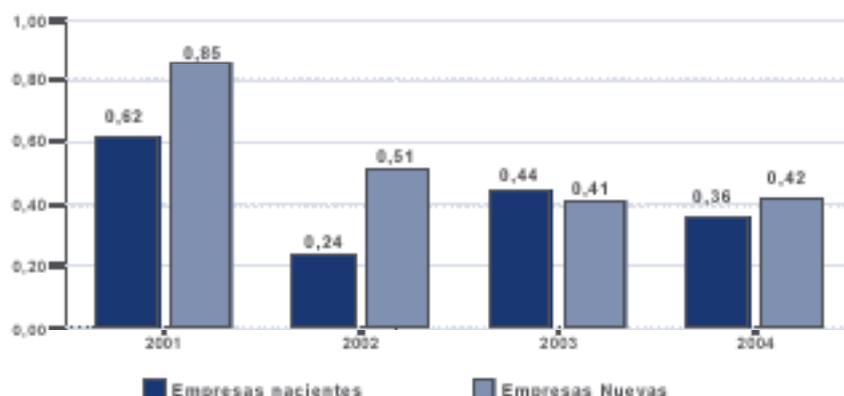
¹¹ Euroforo de Emprendedora, 2000, <http://www.servicom.es/WWB/euroforo.htm>

Figura nº 35 Ratio mujer/hombre por país y por motivo de la creación de empresa



Un dato optimista dentro de esta valoración es que el colectivo emprendedor femenino está compuesto por una proporción relativamente elevada de mujeres que han creado un negocio para aprovechar una oportunidad existente. Así, en la figura nº 36 se aprecia que en el caso de España, el ratio mujer/hombre para el TEA de oportunidad, con un valor de 0,41, supera el de necesidad, que alcanza solo un 0,28. Esta situación iguala la de países como Holanda, Suecia y EEUU, conocidos por una mayor tradición de participación femenina en la actividad económica y supera la de la mayoría de nuestros vecinos Europeos como Portugal, Alemania y Francia.

Figura nº 36 Ratio Mujer/hombre por tipo de empresa



Por otra parte, los datos de actividad emprendedora desagregados por género y por tipo de empresa (naciente o nueva), nos indican que el grado de participación femenina sigue siendo en general ligeramente más elevado en las empresas nuevas. Analizando la evolución anual de los índices mujer/hombre (Figura nº 34) esta situación podría responder a dos motivos: en primer lugar, algunos expertos sugieren que, salvo en períodos de bonanza económica,



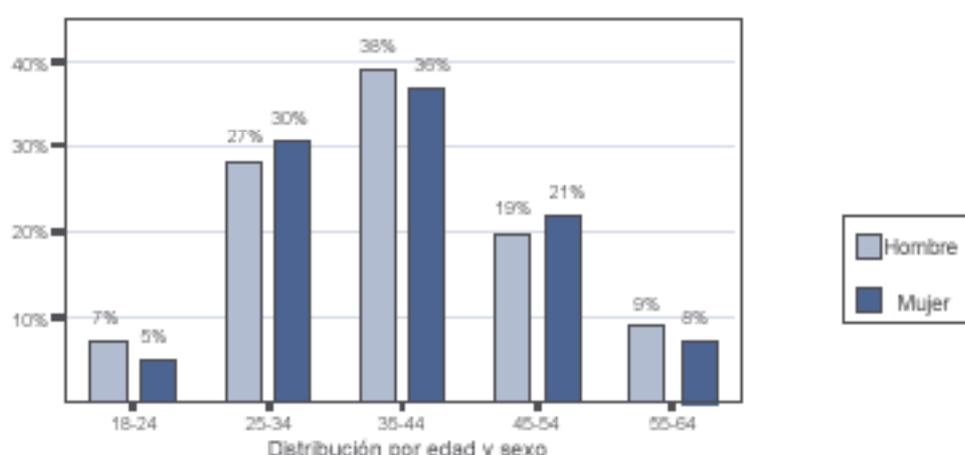
las mujeres suelen mostrar una menor predisposición a participar en la creación de una empresa desde las fases iniciales del proceso, prefiriendo incorporarse junto al socio fundador en una etapa posterior de consolidación de la empresa. Otra posible hipótesis guarda relación con el tipo de empresa que crean las emprendedoras. La literatura empresarial¹² describe estas empresas como más pequeñas, más intensivas en trabajo y con menor vocación de crecimiento que la que crean los hombres. Ello se traduce en un menor índice de fracaso en los primeros años de existencia. Según este análisis, parece lógico que la tasa mujer /hombre para empresas nuevas sea consistentemente más elevadas que la tasa mujer/hombre para empresas nacientes.

5.2 Perfil de la mujer emprendedora y de su empresa

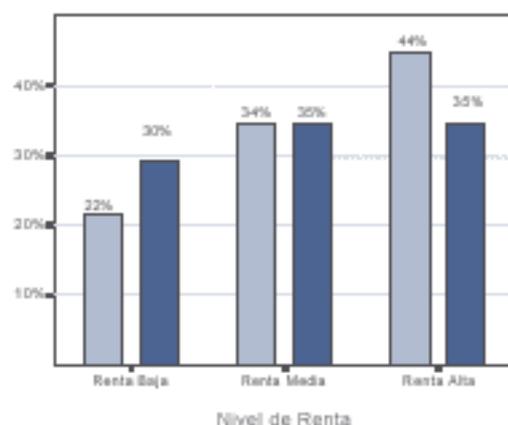
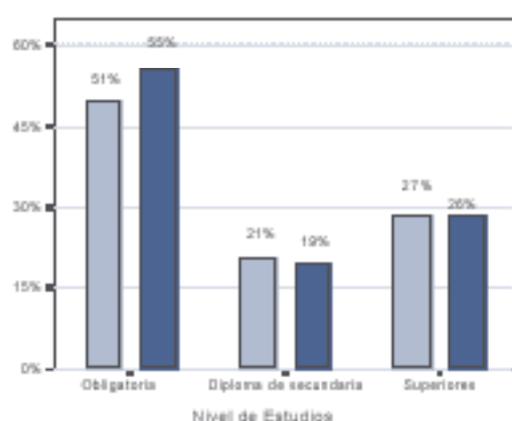
A continuación, abordamos el análisis del perfil de los emprendedores desde una perspectiva de género con la intención de detectar si existe alguna diferencia significativa entre los mismos en función del sexo.

Relacionando la edad con el género no se aprecian diferencias significativas (ver Figura nº 37); hombres y mujeres presentan una distribución bastante uniforme por grupos, recayendo el mayor peso en ambos colectivos en los grupos de 25 a 34 años y de 35 a 44 años. No obstante, cabe mencionar que dada la mayor participación de las mujeres en el ámbito reproductivo (crianza de los hijos, tareas domésticas), estos datos recalcan el doble esfuerzo que han de hacer las emprendedoras para poder compatibilizar su rol de madre y esposa con el de emprendedora. De hecho, podemos apreciar como la proporción de mujeres emprendedoras vuelve a superar la de los hombres en el tramo de edad entre 45 y 54 años, etapa que corresponde a una disminución de la carga doméstica (esto es, cuando crecen los hijos).

Figura nº 37 Variación del perfil del emprendedor en función del sexo



¹² Ver por ejemplo Clayton, K. (1998): "Women's work: success in small business", Australian CPA; Melbourne, Nov., 36-39.



Si desagregamos los datos sobre nivel educativo en función del género, también se evidencian algunas peculiaridades dignas de mencionar. Aunque ambos sexos se concentran mayoritariamente en la categoría de estudios obligatorios, las diferencias son ligeramente más acusadas para las mujeres, ya que la proporción de emprendedoras que no han obtenido el diploma de secundaria supera el 55%. Las mujeres igualan a los hombres cuando hacemos referencia a los estudios superiores, entendiéndose por tales los universitarios (27% en hombres y 26% en mujeres).

Según se observa en el gráfico, las mujeres emprendedoras se reparten de forma más homogénea que los hombres en las distintas categorías de renta. En particular, cabe reseñar que en el tramo de renta alta los hombres presentan un porcentaje ligeramente superior (44% contra 35% para las mujeres) situación que se invierte para los niveles de renta baja. Es decir, que mientras menor sea la necesidad económica de la mujer, menores son las probabilidades de que éstas recurran al autoempleo. Así, según un reciente análisis de los resultados de un Programa de Apoyo Empresarial a la Mujer elaborado por las Cámaras de Comercio y el Instituto de la Mujer, el principal motivo alegado por las mujeres para acudir al programa ha sido la dificultad para encontrar trabajo asalariado no precario.

En relación al tipo de empresas creadas, hombres y mujeres comparten una situación globalmente parecida (ver tabla nº 16). No obstante, si bien las emprendedoras se encuentran representadas en la mayoría de los sectores de actividad - exceptuando el sector extractivo -, tienden por lo general a concentrarse en sectores típicamente femeninos como aquellos orientados al consumidor (hostelería y restaurantes) en detrimento de los servicios a empresas. Cabe señalar, en todo caso, que los datos del GEM apuntan hacia un cambio en el tipo de participación de las mujeres en el mundo empresarial, ya que éstas desarrollan cada vez más actividades tradicionalmente reservadas para los hombres.

TABLA nº 16 Distribución de género por sector de actividad, nivel de exportación, y empleo

Sector de actividad	Hombre	Mujer	Total
Sector extractivo	1%	—	1%
De transformación	39%	43%	40%
Servicios a empresas	21%	14%	19%
Sectores orientados al consumidor	39%	43%	40%
Total	100%	100%	100%
Creación de empleo en el futuro			
Ningún puesto de trabajo	10%	17%	12%
Entre 1 y 5	64%	60%	63%
Entre 6 y 19	21%	20%	20%
20 o más puestos	5%	3%	5%
Total	100%	100%	100%



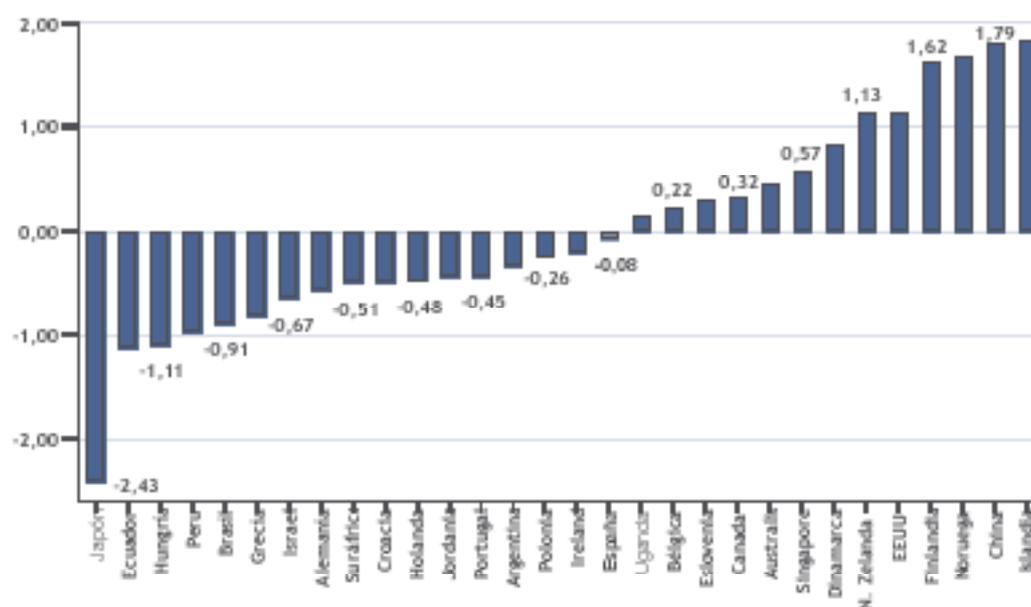
En cuanto a las perspectivas de generación de empleo, se aprecia una ligera diferencia entre ambos sexos, que se refleja en el hecho de que las emprendedoras prevén crear menos puestos de trabajo en un futuro cercano. La explicación a esta situación, por lo demás bastante frecuente, la dan varios estudios sobre mujeres empresarias¹³, que sugieren que las mujeres suelen anteponer criterios de estabilidad de la empresa, y de equilibrio entre vida personal y vida profesional sobre los de crecimiento y máximo beneficio.

5.3 El apoyo institucional a la mujer emprendedora

La incorporación de las mujeres al sector emprendedor se percibe cada vez más como un factor de innovación y desarrollo económico, así como una necesidad para lograr una integración plena de las mujeres en la sociedad. Sin embargo esta creciente percepción no se traduce en un aumento de la actividad emprendedora de la mujer que como hemos comentado, se encuentra estancada desde hace unos años. Esto es un síntoma que requiere mayor atención por parte de las instituciones gubernamentales.

En este sentido, es importante señalar que la mejora del apoyo institucional no ha de ser necesariamente de índole cuantitativa, es decir, aumentando el número de actuaciones destinadas a apoyar la creación de empresas por parte de las mujeres. De hecho, ya existe actualmente en España un gran elenco de iniciativas cuyo objetivo es ayudar económicamente a las emprendedoras (a través de subvenciones y créditos blandos) y que provienen tanto de la administración pública (comunidades autónomas, ayuntamientos, Instituto de la Mujer) como de instituciones privadas (fundaciones, asociaciones de mujeres empresarias).

Figura nº 38 Evaluación del apoyo a la mujer emprendedora en los países del GEM



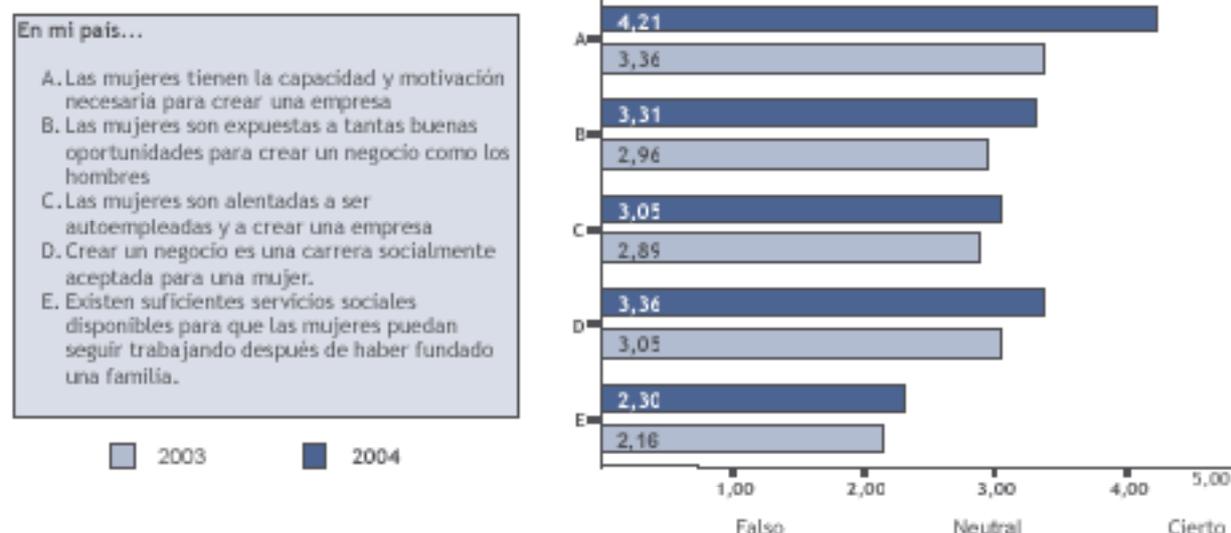
¹³ Ver por ejemplo Birley, S. (1989). "Female Entrepreneurs: Are They Really Any Different?," *Journal of Small Business Management*, 2713 (1), 32-37.



La valoración que los expertos del GEM hacen del grado de apoyo a la mujer va también en este sentido: los datos para esta edición del proyecto rompen con la tendencia anterior de situar a España entre los países que menos apoyan a las emprendedoras, y la colocan en una situación intermedia, superando a varios países europeos como Holanda y Alemania.

Pese a estos progresos, las iniciativas de apoyo institucional parecen adolecer de una falta de adecuación a las necesidades específicas del colectivo emprendedor femenino. Así, aunque es cierto que las mujeres tienen cada vez más la capacidad y motivación para emprender (ver figura nº.39), los expertos siguen criticando la falta de servicios de apoyo social que les faciliten conciliar la vida familiar y laboral (guarderías públicas, ampliación de horario escolar...). Como respuesta a este vacío institucional, están surgiendo algunas iniciativas desde el ámbito privado, como es el caso de la Asociación Nacional de Empresarios y Profesionales autónomos (ANSEPA), que en el 2002 firmó un convenio con una entidad privada para asegurar a las empresarias y autónomas prestaciones económicas y bajas por maternidad. Las actuaciones gubernamentales deberían por tanto abordar de forma más explícita las dificultades específicas a las que se enfrentan las mujeres emprendedoras.

Figura nº 39 Evaluación de la situación de la mujer emprendedora en España



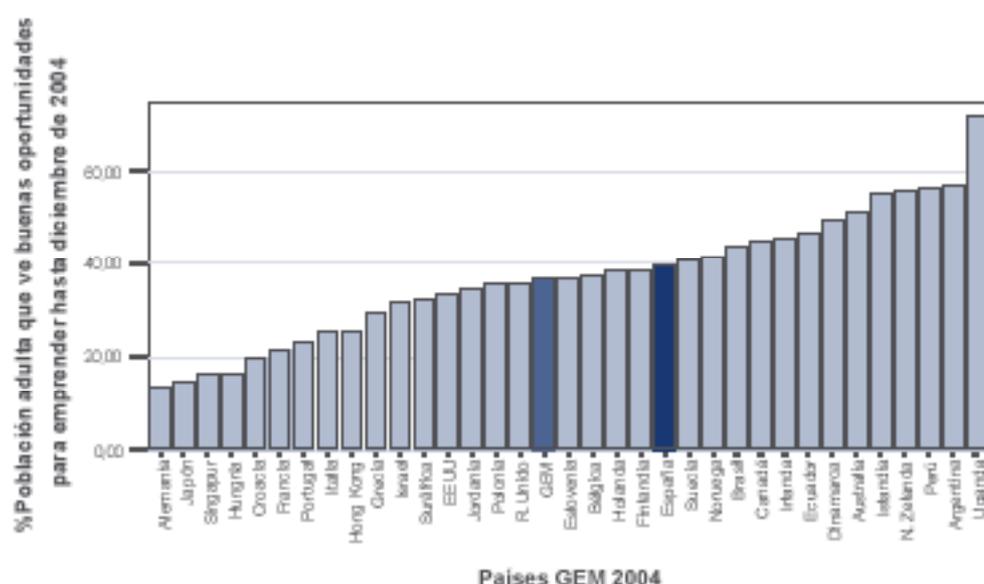
VI LA EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES, LA MOTIVACIÓN Y LA CAPACIDAD DE LA POBLACIÓN PARA EMPRENDER

La información que proporciona este apartado proviene de dos fuentes diferentes: la encuesta a la población adulta española y las opiniones de expertos relacionados con diversos factores que influyen en la creación empresarial. En él, se analiza el estado de las variables que describen la percepción de oportunidades, la motivación y la posesión de conocimientos y habilidades necesarios para emprender.

6.1 La percepción de oportunidades para la creación de empresas en España ha crecido un 12% en el 2004

El 39,32% de la población española entre 18 y 64 años de edad, ha percibido buenas oportunidades para emprender entre julio y diciembre de 2004. Dado que en el 2003 esta cifra se situaba en un 35%, hay que concluir que se ha experimentado un crecimiento de algo más del 12% en este indicador, pudiendo afirmarse que nuestra sociedad percibía una buena evolución del mercado. Sin embargo, la recesión experimentada y causada fundamentalmente por la situación internacional, no ha permitido que esta percepción se traduzca en un crecimiento del índice de actividad emprendedora. En la Figura nº .40 se puede apreciar la situación de España en el entorno GEM con respecto a este indicador. El hecho de que nos hayamos desplazado con respecto a la media y alejado de EEUU y el Reino Unido, indica que las expectativas de nuestra población eran mejores que las del año 2003 y que, de haberse cumplido, habría habido un incremento y no una disminución de la actividad emprendedora.

Figura nº 40 Porcentaje de la población en edad de trabajar que percibe buenas oportunidades para start-up hasta diciembre de 2004



La evolución del indicador de percepción de oportunidades apuntaba hacia una recuperación del optimismo y, por consiguiente, hacia un crecimiento de la actividad emprendedora en España que no se ha cumplido:

Evolución del indicador de percepción de oportunidades por parte de la población				
2000	2001	2002	2003	2004
48%	48%	42%	35%	39%



Además de la opinión de la población, contamos con la del colectivo de expertos procedente de nueve ámbitos de influencia en la creación empresarial con la siguiente distribución:

Ámbito de influencia	Nº de expertos
Apoyo financiero	36
Políticas gubernamentales	36
Programas gubernamentales	36
Educación y formación	37
Transferencia de I+D	37
Infraestructura comercial y profesional	36
Apertura de mercado	34
Acceso a infraestructura física	38
Normas sociales y culturales	35
Total	325

La valoración que hacen los 325 expertos entrevistados acerca de la existencia de oportunidades coincide en general con la de la población, si bien, su información proporciona más matices que la de aquella por el hecho de que se les hacen más preguntas. Así, los expertos opinan que es más bien cierto que en España hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas. La situación es moderada pero optimista. Asimismo, los expertos piensan que estas oportunidades han aumentado en los últimos cinco años. Sin embargo, advierten que muchas de estas oportunidades no se aprovechan por cuanto hay más oportunidades que emprendedores preparados para asumirlas. Esta falta de preparación se hace aún más evidente porque el colectivo de expertos opina que no es fácil para los españoles el dedicarse a explotar oportunidades empresariales y, aún más, exponen que en España, a pesar de la existencia de oportunidades, éstas no se asocian con la creación de empresas de rápido crecimiento. El informe GEM pone de manifiesto año tras año, que la mayoría de iniciativas derivan en microempresas y pequeñas empresas, con escasa presencia de medianas y mucho menos, grandes empresas. Este dato también concuerda con las cifras que proporciona el INE, de forma que, del total de empresas dadas de alta en el 2004, sólo el 0,9% son Sociedades Anónimas y un 28,2% Sociedades de Responsabilidad Limitada, predominando mucho más las altas de autónomos. La Tabla nº 17 muestra los resultados medios proporcionados por los 325 expertos acerca de este tema, no habiéndose detectado diferencias estadísticamente significativas en las medias de opinión por el hecho de proceder de un ámbito de influencia concreto.

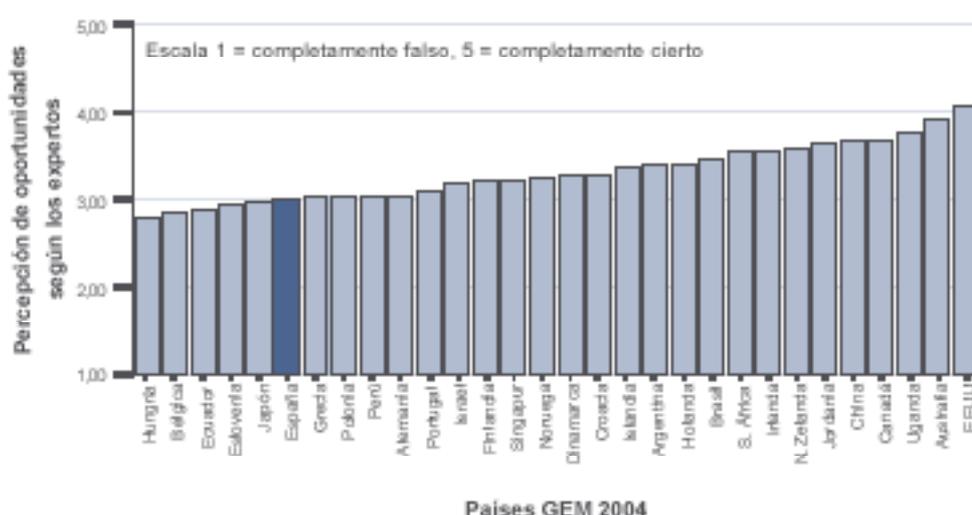
Tabla nº 17 La percepción de oportunidades desde el punto de vista de los expertos españoles

Valoración media de los expertos en escalas de 1 = completamente falso a 5 = completamente cierto, de las siguientes afirmaciones sobre existencia de oportunidades para emprender en España	Medias sobre un total de 325 entrevistas
En España, hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas.	3,28 (más bien cierto)
En España, hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas.	3,15 (más bien cierto)
En España, las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos cinco años	3,64 (más bien cierto)
En España, es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales.	2,58 (más bien falso)
En España, hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento.	2,65 (más bien falso)



Finalmente, en la Figura nº .41 se puede ver la posición de la opinión media¹⁴ de los expertos españoles contrastada con la de los restantes países GEM para los que se dispone de información en este apartado. España se mantiene en un nivel parecido al del año anterior y los EEUU siguen encabezando la lista de países con un ligero incremento en el nivel de percepción de oportunidades por parte de sus expertos. Alemania se va recuperando y, también es muy significativa la mejor percepción de los expertos en Argentina. En definitiva, salvo excepciones, el escenario es bastante estable pero con tendencia a la mejora en general.

Figura nº 41 Clasificación de los países GEM 2004 según la opinión de sus expertos en cuanto al conjunto de variables que definen la percepción de oportunidades para emprender



6.2 La motivación es clave para aprovechar las oportunidades existentes y transformar las ideas en nuevas empresas, pero no es suficiente para convertirlas en realidades

La actividad emprendedora de los países depende en un grado significativo de la motivación que muestren las personas que componen su población adulta en general, hacia la opción de convertirse en empresario. Medir ese grado de motivación no es sencillo y, la metodología que se utiliza en el seno del Proyecto GEM no deja de ser subjetiva, pero no hay duda de que a través de las respuestas a un conjunto de preguntas dirigidas a la población y los expertos, se puede, aunque sea de forma orientativa, establecer la relación entre motivación y nivel de actividad emprendedora.

Las preguntas clave que se utilizan para medir la motivación en la población adulta son:

El miedo al fracaso le supone un obstáculo para emprender (respuesta: sí, no, no lo sabe, no contesta)

Poner en marcha una empresa o negocio es considerada por usted una buena elección de carrera profesional (respuesta: sí, no, no lo sabe, no contesta)

Tener éxito en una nueva iniciativa empresarial supone poder adquirir un buen estatus social (respuesta: sí, no, no lo sabe, no contesta)

¹⁴ Entendida como el valor obtenido mediante un análisis factorial que resume en una sola variable las 5 preguntas sobre percepción de oportunidades respondidas por los expertos.



Al realizar un análisis de regresión lineal múltiple, en que el índice de actividad emprendedora (TEA) depende del porcentaje de respuestas a las preguntas anteriores en las poblaciones de los países GEM 2004, los resultados son los siguientes:

$$\text{TEA04} = -21,1 - 0,25(\text{miedo al fracaso}) + 0,359(\text{buena opción profesional}) + 0,248(\text{mejor estatus})$$

$R^2 = 40,2\%$ Significación del modelo $p = 0,000$

Por consiguiente, se puede concluir, aunque con cierta subjetividad, que a mayor motivación, mayor actividad emprendedora. El índice TEA depende un 40,2% de factores de motivación en la población adulta de los países, siendo la consideración de la carrera empresarial como una buena opción profesional la que más peso tiene de entre las variables explicativas, seguida del miedo al fracaso (a más población con miedo al fracaso menos actividad emprendedora) y, a corta distancia, el pensar que ser empresario de éxito es sinónimo de tener un buen estatus social.

En España, a pesar de que el nivel de actividad emprendedora es discreto, lo cierto es que al menos la mitad de nuestra población adulta, presenta rasgos de tener una buena disposición y, por tanto, posible motivación para emprender. En la Tabla nº .18 se presentan los resultados relacionados con este tema:

Tabla nº 18 Motivación para emprender en la población adulta española

Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación para emprender	% de la población de 18-64 años
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	51,7%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	71,8%
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	51,9%
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	54,0%
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	39,4%

El miedo al fracaso no es un obstáculo para la mitad de la población en edad de trabajar, y casi tres cuartas partes opina que ser empresario es una buena opción profesional que, incluso para el 54% puede proporcionar un buen estatus social en caso de éxito. Sin embargo, la otra cara de la moneda es que sólo un 5,4% de esa población está considerando seriamente emprender en los próximos tres años, por lo que hay que concluir que, a pesar de que la motivación favorable influye en el nivel de creación empresarial, hay muchas otras variables en juego que determinan finalmente el grado alcanzado por los países.



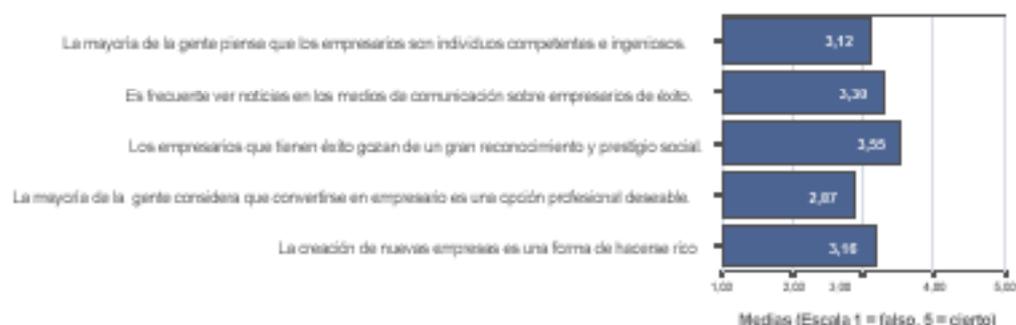
La intencionalidad de emprender en los próximos tres años en España depende, entre otros factores de:

- La edad: a menor edad mayor porcentaje de potenciales emprendedores
- El sexo: la proporción de potenciales emprendedores es significativamente superior a la de potenciales emprendedoras
- El nivel de estudios: a más nivel de estudios más probabilidad de ser un emprendedor potencial
- El nivel de renta: a más renta más posibilidad de ser un emprendedor potencial.
- La motivación: a menor miedo al fracaso y más valoración de la opción empresarial, mayor posibilidad de ser un emprendedor potencial.

6.3 Los expertos españoles ven la motivación de la población española de forma más realista: nos gustaría ser empresarios de éxito, pero todavía no lo vemos como una opción profesional deseable

En contraposición a los resultados obtenidos en la consulta realizada a la población adulta, los expertos piensan que los españoles no vemos la opción de ser empresarios como una elección de carrera profesional deseable. Esta opinión es más acorde con las cifras de actividad emprendedora españolas. Sin embargo, sí que opinan que es más bien cierto que la sociedad ve al empresario como una persona ágil, despierta, con recursos e ingeniosa; que crear empresas puede ser una forma de hacerse rico; que los medios de comunicación se hacen eco de los éxitos alcanzados por algunos empresarios y que todo ello deriva en estatus sociales de prestigio, respeto y consideración. La Figura nº .42 muestra las valoraciones medias otorgadas por la muestra de 325 expertos acerca de estas cuestiones:

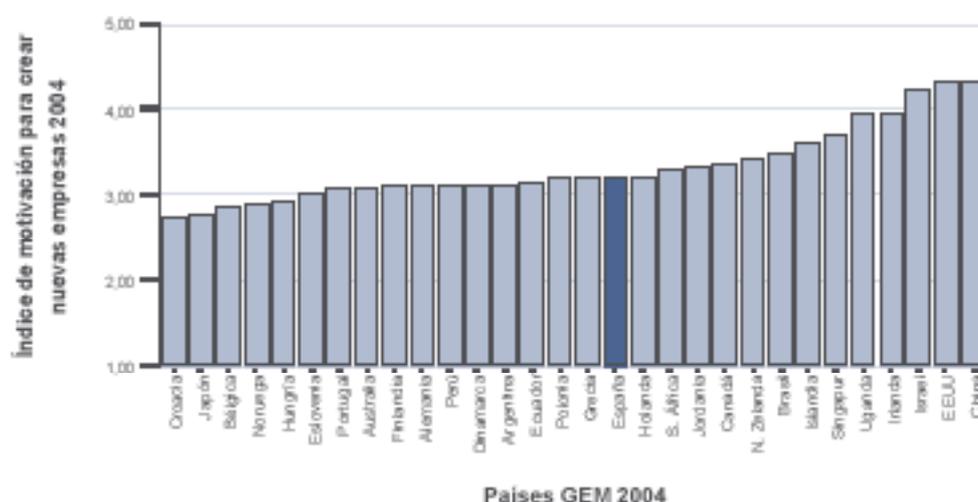
Figura nº 42 Evaluación media de 325 expertos españoles sobre factores que influyen en la motivación para emprender



En opinión de los expertos entrevistados el año 2004, la población española sigue mostrando el mismo nivel de motivación global para emprender que el año 2003 o incluso, un poco inferior. En el panorama internacional seguimos ocupando una posición intermedia y alejada de la de EEUU, aunque superior a la registrada en Alemania y otros países de la UE excepto Irlanda, más desarrollada en este aspecto. Por consiguiente, si bien es cierto que las entrevistas a la población adulta han puesto de manifiesto que la mentalidad va evolucionando positivamente, a la práctica, los expertos no detectan que ese cambio se traduzca en cifras de mayor creación empresarial.



Figura nº 43 Clasificación de los países GEM 2004 según su índice de motivación para emprender



6.4 Habilidades para la creación de empresas

Junto a la motivación para emprender, se proporcionan datos acerca de la posesión de habilidades y conocimientos para poner en marcha nuevas empresas y negocios en la población. La información de este apartado procede de la encuesta a la población adulta y de las entrevistas realizadas a los expertos.

El 43,3% de la población española de 18-64 años afirma poseer los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha un negocio o pequeña empresa. Poseer estos conocimientos y habilidades está relacionado con:

La edad: las personas que tienen entre 25 y 44 tienen mayor probabilidad de poseerlos

El sexo: del total de hombres un 50% afirma poseer estos conocimientos, mientras que, del total de mujeres lo afirma el 40%

El nivel educativo y la renta: a mayor nivel educativo y de renta, mayor probabilidad de poseer estos conocimientos y habilidades

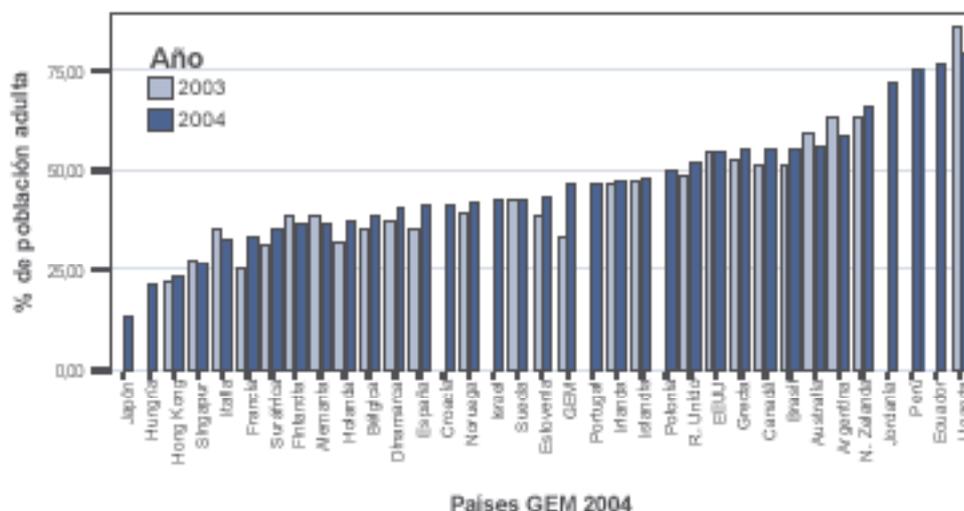
Conocer a emprendedores: las personas que conocen emprendedores tienen el doble de probabilidad de poseer habilidades de creación empresarial que las que no conocen emprendedores

Haber actuado como inversor informal y, por supuesto, ser emprendedor o propietario de un negocio o empresa en la actualidad

El siguiente gráfico muestra la evolución positiva de este indicador en nuestra población, fruto de una mayor formación y de una mayor concienciación acerca del fenómeno emprendedor. Así, desde el año 2003 al 2004, se ha incrementado en un 22,3% la proporción de personas que afirman poseer los conocimientos y habilidades necesarios para crear una pequeña empresa o negocio. Se trata de un crecimiento notable y rápido que, en parte, podría venir motivado por el incremento de estudiantes de post-grado, masters y similares que tratan de mejorar su currículum para obtener mayores ventajas en el mercado laboral y a los cuales, se les forma en algún grado en temas de creación empresarial y gestión de negocios. No hay que olvidar la franja de edad en que estos conocimientos tiene mayor probabilidad de existir. Por el momento, hemos constatado que este mayor conocimiento no se está traduciendo en mayor actividad emprendedora, pero no hay duda de que se está abonando el terreno para que este incremento se produzca a medio plazo si las condiciones económicas acompañan.

Por lo demás, nuestra población ocupa un puesto discreto e intermedio en el panorama internacional, alineado con varios de nuestros vecinos de la UE, superando a otros como Francia y algo alejado del Reino Unido e Irlanda y, por supuesto de los EEUU.

Figura nº 44 Clasificación de los países GEM 2004 según la habilidad de su población para emprender

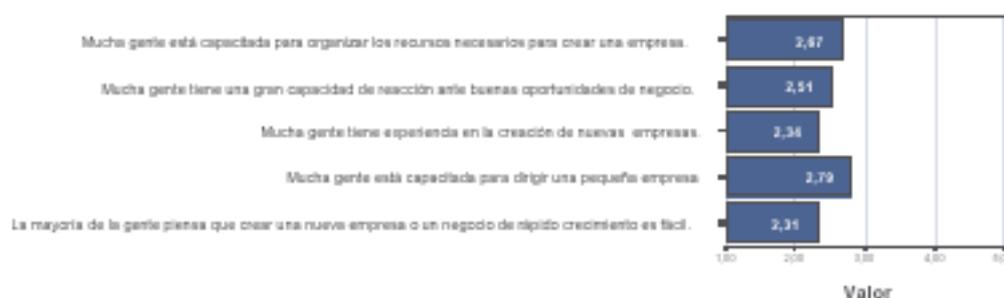


Por otra parte, los expertos han valorado la certeza de un conjunto de cinco afirmaciones sobre la posesión de conocimientos y habilidades para emprender en nuestra población. El resultado de su apreciación pone de manifiesto que es más bien falso, en su opinión, que:

- La mayoría de la gente piensa que crear una nueva empresa o un negocio de rápido crecimiento en España es fácil.
- Mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa
- Mucha gente tiene experiencia en la creación de nuevas empresas.
- Mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio.
- Mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa.

Por consiguiente, de nuevo, la percepción de los expertos es más pesimista que la de la población, si bien, no es lo mismo decir que uno tiene los conocimientos y habilidades necesarios para crear un nuevo negocio que estar capacitado para dirigirlo, punto en el que las preguntas de los expertos se aproximan más a las realizadas a la población. Como conclusión, los expertos nos avisan de que aún falta mucho camino por recorrer para que nuestra población incluya a un elevado porcentaje de potenciales emprendedores preparados para hacer frente a la organización, creación y dirección de nuevas empresas o negocios. Los resultados de esta valoración se pueden ver en la Figura nº 45.

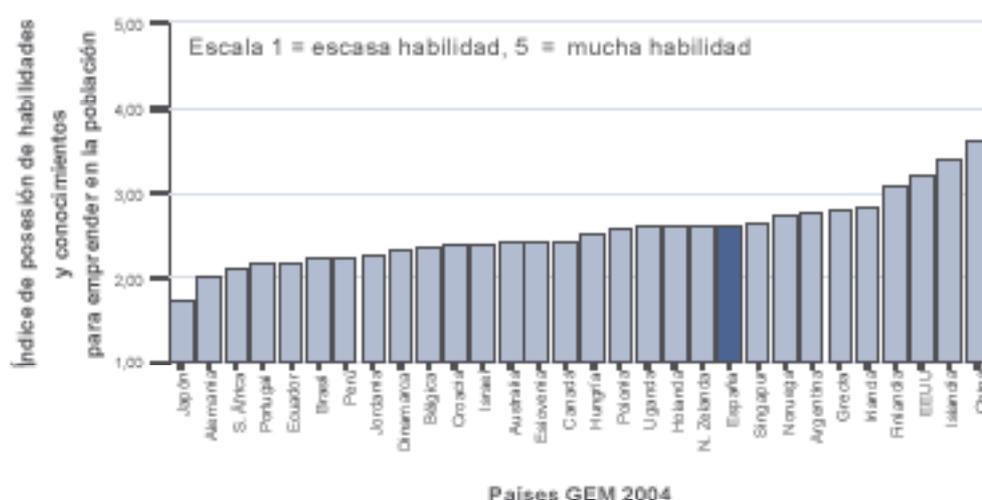
Figura nº 45 Habilidad y conocimientos para emprender percibidos por los expertos en la población adulta española





Finalmente, la percepción media de nuestros expertos comparada con la del resto de países, nos coloca en una posición aparentemente buena, pero, si prestamos atención, veremos que son muy pocos los países (Finlandia, EEUU, Islandia y China) que superan el valor medio de la escala (el 3), lo que significa que la mayoría de naciones está atrasada en este concepto.

Figura nº 46 Valoración media realizada por los expertos acerca de los conocimientos y habilidades para emprender en la población de los distintos países



VII ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y CREACIÓN DE EMPLEO

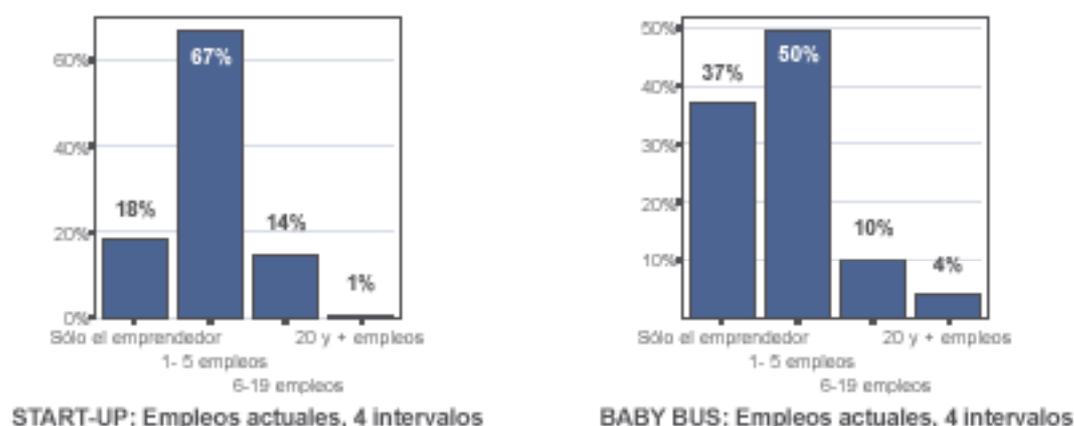
Uno de los aspectos más importantes derivados de la creación de empresas es la generación de empleo que supone esta actividad en cualquier país. Sin embargo, en ediciones anteriores del informe GEM se ha podido constatar que un mayor índice de actividad emprendedora no implica necesariamente un mayor volumen de creación de puestos de trabajo. Así, en una gran parte de los países GEM, las nuevas iniciativas emprendedoras se traducen, en su mayoría, en micro o pequeñas empresas y sólo un discreto porcentaje de la actividad emprendedora total da lugar a empresas de mediana dimensión y a empresas con potencial de rápido crecimiento.

7.1 Empleo actual, derivado de la actividad emprendedora, en las empresas nacientes y nuevas del 2004

El índice de actividad emprendedora 2004 indica que el 5,15% de nuestra población adulta se halla inmerso en la creación de una empresa o negocio naciente o en el desarrollo de una empresa nueva. Este índice, desglosado en términos de creación de empleo arroja las siguientes cifras: el 4,6% de nuestra población adulta se halla inmerso en iniciativas emprendedoras que han creado o van a crear en los próximos 5 años algún empleo, mientras que el 0,55% sólo proporcionan empleo al propio emprendedor.

Sin embargo, a pesar de que la cifra anterior señale que la mayoría de emprendedores crean empleo, el volumen total es moderado. Así, España es un país en el cual la situación descrita en la introducción es extremadamente preocupante, pues el porcentaje de empresas nacientes y nuevas que generan 20 o más empleos es muy pequeño. En la siguiente figura se aprecia claramente que el 85% de las empresas nacientes y el 87% de las nuevas son microempresas y que, el 15% y 14% respectivamente, son pequeñas empresas.

Figura nº 47 La dimensión del empleo actual en las empresas nacientes y nuevas de España





La siguiente tabla muestra una estimación aproximada del porcentaje de empleo que proporcionan estas iniciativas emprendedoras sobre la población activa española estimada para el 2004:

Tabla nº 19 Volumen que representa el empleo del 2004 procedente de iniciativas emprendedoras (empresas nacientes y nuevas) sobre la población activa del país

Población activa española 2004	19.756,376 personas
Número total de emprendedores estimado para el 2004	1.017,454 personas
% de empleo aproximado que representan los emprendedores sobre la población activa	5,15%
Número total de emprendedores que generan empresas nacientes estimado para el 2004	406.880 personas
% de empleo aproximado actual aportado por las empresas nacientes sobre la población activa (estimación sin contar al emprendedor)	6,9%
Número total de emprendedores que desarrollan empresas nuevas estimado para el 2004	606.403 personas
% de empleo aproximado actual aportado por las empresas nuevas sobre la población activa (estimación sin contar al emprendedor)	10,7%
Número total de emprendedores que desarrollan empresas nuevas y start-ups al mismo tiempo estimado para el 2004	4.273 personas
% de empleo aproximado actual aportado por las empresas nuevas que generan start-ups al mismo tiempo (estimación sin contar al emprendedor)	0,12%
Porcentaje total que representa el empleo generado por las empresas nuevas y nacientes sobre la población activa española, contando con los emprendedores	22,9%

La última cifra de la tabla se traduce en un volumen aproximado de 4,5 millones de empleos actuales derivados de la actividad emprendedora del 2004 que, si bien, no es desdeñable, no está en sintonía con las de otros países desarrollados.

7.2 Crecimiento esperado en empleo para los próximos cinco años, derivado de la actividad emprendedora, en las empresas nacientes y nuevas del 2004

En función de los datos recopilados por la encuesta GEM a la población adulta, se estima que las empresas nacientes y nuevas pueden proporcionar un incremento total del 31,99% sobre el empleo que tienen actualmente, lo cual significa que pueden aportar alrededor de 1,450,000 nuevos empleos en aproximadamente cinco años. Si repartimos esa cifra entre el conjunto de iniciativas emprendedoras registradas este año, resulta que, por término medio, cada empresa puede crecer en 1,42 empleos, absolutamente lejos de estar en lo que se considera un rápido crecimiento. La siguiente tabla muestra un resumen de las principales estimaciones de crecimiento, por tipos de empresas y total:



Tabla nº 20 Empleo actual en las empresas nacientes y nuevas y crecimiento esperado para los próximos cinco años

Empleo actual estimado para las empresas nacientes y nuevas, contando con el emprendedor	4.532,737 personas
Número total de emprendedores que generan empresas nacientes estimado para el 2004	406.880 personas
Crecimiento esperado sobre el empleo actual aportado por las empresas nacientes sobre la población activa (estimación sin contar al emprendedor)	10,20%
Número total de emprendedores que desarrollan empresas nuevas estimado para el 2004	606.403 personas
Crecimiento esperado sobre el empleo actual aportado por las empresas nuevas sobre la población activa (estimación sin contar al emprendedor)	21,64%%
Número total de emprendedores que desarrollan empresas nuevas y start-ups al mismo tiempo estimado para el 2004	4.273 personas
Crecimiento esperado sobre el empleo actual aportado por las empresas nuevas que generan start-ups al mismo tiempo (estimación sin contar al emprendedor)	0,14%
Porcentaje total que representa el crecimiento esperado en las empresas nuevas y nacientes sobre el empleo actual total, contando con los emprendedores	31,99%

Las cifras anteriores, indican que el crecimiento más importante procede de las llamadas empresas nuevas, que llevan entre 3 y 42 meses de actividad, mientras que las empresas que tienen mayor potencial de crecimiento porque son emprendedoras, sólo van a aportar un 0,14% del crecimiento total esperado. Lo deseable sería que en este último grupo se esperase una contribución importante. En resumen, todos los indicadores apuntan a que la actividad emprendedora de alto crecimiento es prácticamente inexistente en España y que es necesario trabajar en el cambio de esta preocupante situación, mucho más que en lograr un índice de actividad emprendedora más elevado.

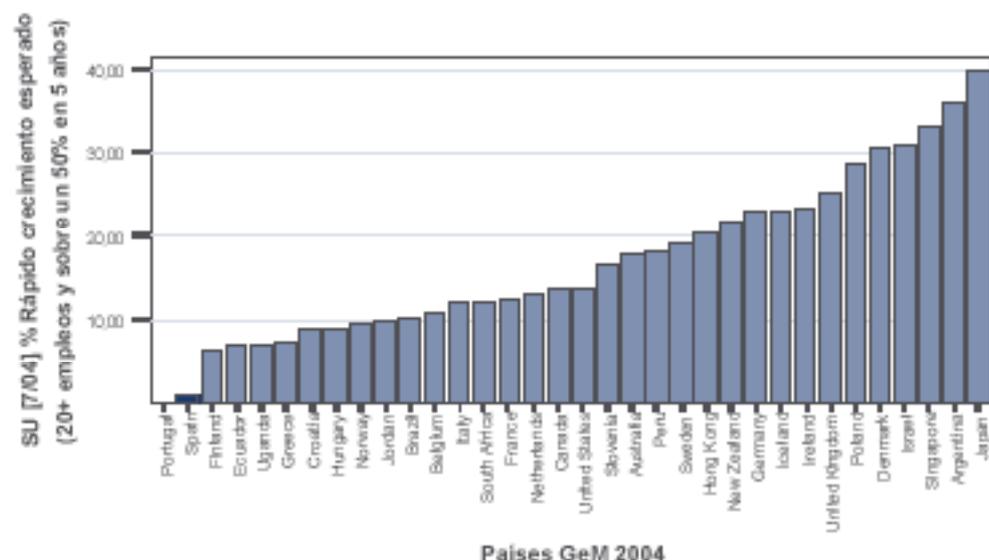
7.3 España presenta una situación comparativa internacional muy preocupante en cuanto a la creación de empresas con potencial de rápido crecimiento en términos de empleo

Los resultados de la edición 2003 pusieron de manifiesto que en España existe un problema grave de crecimiento de las empresas creadas, tanto en términos de empleo como de volumen de negocio y diversificación. El año 2004, la situación no ha variado y nuestro país sigue ocupando una situación muy precaria en el contexto internacional con respecto a este apartado.

La Figura nº .48 muestra el porcentaje de empresas nacientes de alto potencial de crecimiento, en términos de empleo y volumen de negocio, que hay en el total de los start-ups registrados este año. España y Portugal ocupan la última posición entre los países GEM con un 0,97% y un 0,01% respectivamente, completamente alejados de la media, que es un 17% y del resto de los países. La conclusión es que las empresas nacientes españolas no están contribuyendo a la creación de empleo en la medida que sería deseable desde el punto de vista de las políticas públicas de reducción del desempleo.

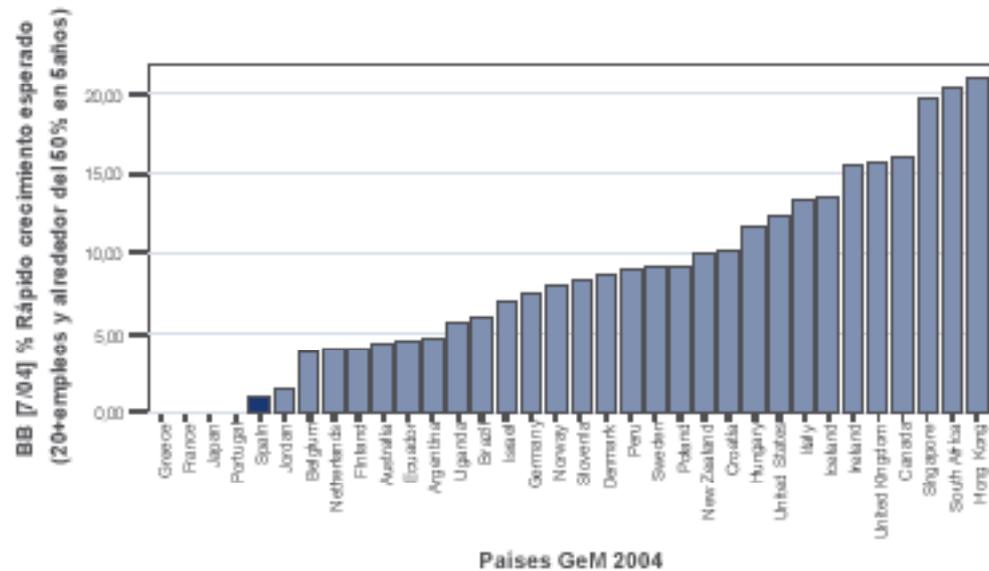


Figura nº 48 Clasificación de los países GEM en función de sus porcentajes de empresas nacientes (starts-up) de rápido crecimiento



El problema detectado en las empresas nacientes se repite también en relación con las empresas nuevas o jóvenes, las que llevan entre 3 y 42 meses de actividad. Así, en la Figura nº .49 se puede ver que España tiene un porcentaje del 0,90% del total de empresas nuevas creadas en las que se espera un crecimiento rápido en términos de empleo y volumen de negocio. Este porcentaje está muy alejado de la media, que es un 8,4%, y de la mayoría de países de la UE, aunque supera al de Francia, Portugal y Grecia.

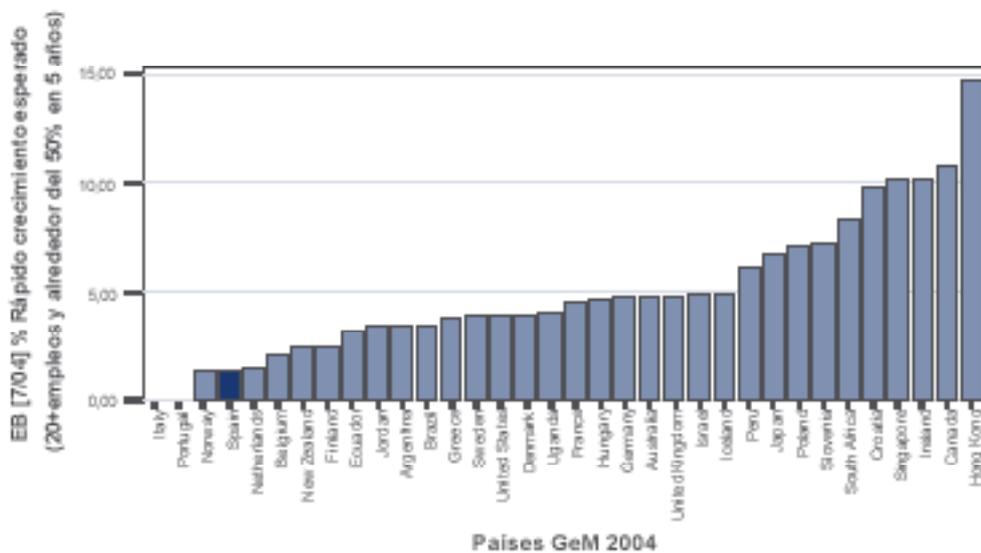
Figura nº 49 Clasificación de los países GEM en función de sus porcentajes de empresas nuevas (baby business) de rápido crecimiento





El preocupante escenario se completa con la situación de las empresas establecidas cuya actividad supera los 42 meses. En este colectivo, se espera que el 1,37% del total de empresas sean de rápido crecimiento. Esta cifra es más cercana a la media de 4,9%, pero también pone de manifiesto un retraso importante respecto de la mayoría de nuestros vecinos de la UE y una acuciante necesidad de estudio y diseño de políticas públicas adecuadas para variar esta dinámica.

Figura nº 50 Clasificación de los países GEM en función de sus porcentajes de empresas consolidadas (established business) de rápido crecimiento





VIII LAS CONDICIONES ESPECÍFICAS DE ENTORNO

Para que se desarrolle la creación empresarial es necesario que haya emprendedores, personas inquietas, con ideas, capaces de asumir riesgos y con una notable capacidad de sacrificio personal. Sin embargo, estas personas pueden hallarse en un escenario que sea amigable u hostil a sus aspiraciones: no es lo mismo plantearse emprender en un país o región en que las instituciones gubernamentales y la sociedad tengan como prioridad el fomento del tejido empresarial, que en un país en que las políticas públicas y la sociedad dejen de lado esta actividad.

En este apartado analizamos el estado de los factores de entorno que mayor incidencia pueden tener en la actividad emprendedora como apoyo o freno a la misma y que son:

1. El apoyo financiero
2. Las políticas gubernamentales
3. Los programas gubernamentales
4. La educación y la formación
5. La transferencia tecnológica y el I+D
6. La infraestructura comercial y profesional
7. La apertura del mercado interno
8. El acceso a la infraestructura física
9. Las normas sociales y culturales

La información para valorar el estado actual de estas variables procede de las entrevistas realizadas a los expertos en todos estos frentes que, gracias al desarrollo regional del Proyecto GEM en España, se ha ampliado a una muestra de 325 personas con la siguiente distribución:

Condición de entorno	Expertos	Porcentaje
Apoyo financiero	36	11,1
Políticas gubernamentales	36	11,1
Programas gubernamentales	36	11,1
Educación y formación	37	11,4
Transferencia de I+D	37	11,4
Estructura comercial y profesional	36	11,1
Apertura de mercado interno	34	10,5
Acceso a la infraestructura física	38	11,7
Normas sociales y culturales	35	10,8
Total	325	100,0

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

Los expertos proporcionan tres tipos de información: en primer lugar puntúan un amplio conjunto de afirmaciones sobre cada condición de entorno en escalas de 5 puntos en que el 1 = completamente falso y el 5 = completamente cierto. En segundo lugar, se les pide que identifiquen tres obstáculos y tres apoyos a la actividad emprendedora y que sean relevantes en el momento de hacer la entrevista. Finalmente, los expertos aportan otras opiniones complementarias y las respuestas a otras preguntas de carácter general.



Los resultados globales medios de esta consulta se pueden ver en la Figura nº .51, donde se aprecian muy pocos cambios respecto al 2003:

- El año 2003 "suspendían" 11 de estas valoraciones, mientras que este año "suspenden" 10 (suspenden en el sentido de estar por debajo de la media que es 3 puntos).
- El acceso a la infraestructura física sigue ocupando la primera posición del ranking, pero el año 2003, los expertos le dieron una nota de 3,38 puntos, mientras que este año presenta una valoración de 3,72, algo mejor.
- La introducción de materias que fomenten el espíritu emprendedor en la educación primaria sigue ocupando la última posición del ranking, y permanece prácticamente estable pasando de 1,82 puntos a 1,86.
- El acceso a la infraestructura comercial y profesional o servicios para empresas, ha mejorado en cuanto a coste y calidad y pasa al apartado de "aprobados" colocándose en segundo lugar. De 2,93 puntos en el 2003 se ha pasado a 3,20.
- El resto de variaciones se pueden consultar en la Tabla nº.21

Figura nº 51 Valoración media de las condiciones de entorno en España



Tabla nº 21 Comparación de las valoraciones medias de las Condiciones de Entorno 03-04

Condición de entorno	Media 2003	Media 2004	Conclusión
Acceso a infraestructura física	3,38	3,73	Mejora ligeramente
Programas gub: presencia, ayudas	3,04	3,12	Prácticamente estable
Política gub: soporte, énfasis medidas	3,01	2,95	Empeora ligeramente
Infraestructura comercial	2,93	3,20	Mejora ostensiblemente
Protección D ^o intelectual	2,87	2,97	Mejora ligeramente
Política gubernamental: burocracia, trámites	2,81	2,87	Prácticamente estable
Apertura de mercado interno: barreras	2,78	2,76	Prácticamente estable
Educación post secundaria	2,68	2,74	Mejora ligeramente
Transferencia Tecnol. E I+D	2,61	2,48	Empeora ligeramente
Normas sociales y culturales	2,56	2,78	Mejora ligeramente
Apoyo financiero	2,49	2,44	Prácticamente estable
Apertura mercado interno: capacidad reacción	2,13	2,18	Prácticamente estable
Educación primaria y secundaria	1,82	1,86	Prácticamente estable



La conclusión global es que las condiciones de entorno siguen presentando una situación ciertamente estancada en la mayoría de apartados y con un estado precario que no proporciona el apoyo deseable a los potenciales emprendedores. Se dispone de accesos relativamente asequibles en cuanto a locales e infraestructuras necesarias para poner en marcha empresas o negocios y, los servicios a empresas han mejorado y resultan más asequibles. Asimismo, se mantiene la presencia de programas de ayuda gubernamentales en la línea iniciada hace unos años, por lo que, los proyectos que se ajusten a la normativa requerida no tienen excesivos problemas para beneficiarse de dichas ayudas. En cambio, se perciben como temas pendientes las medidas tendentes a mejorar a seguridad del empresario, la agilidad en los trámites burocráticos y, en general, la política gubernamental en el entorno de la creación empresarial. Esta política se percibía como mejor el año 2003 y se había ganado la calificación de "aprobado". Los expertos han detectado cierto retroceso en el ambiente, posiblemente a causa del paréntesis y la incertidumbre del cambio político experimentado en España y de la pequeña recesión que se ha vivido. Sin embargo, tanto en los programas políticos como en las medidas que se van tomando, la tendencia es positiva y de mejora, por lo que, este equipo investigador opina que esta condición de entorno puede mejorar en la edición 2005.

Los temas prioritarios a los que hay que prestar más atención, en general son: el fomento del espíritu emprendedor en la enseñanza primaria y secundaria; la apertura del mercado interno y el estudio y corrección de las barreras que presenta; el apoyo financiero; la transferencia tecnológica e I+D; la protección de las patentes y propiedad intelectual en general; la concienciación de la sociedad del papel que juega el tejido empresarial español y, en especial, las PYMES.

Para matizar el resumen anterior, la siguiente tabla muestra los resultados proporcionados por los expertos cuando son preguntados sobre los tres obstáculos y los tres apoyos a la creación empresarial que más llaman su atención el año 2004:

Tabla nº 22 Obstáculos y apoyos a la creación empresarial en el 2004, según la opinión de 325 expertos de toda la geografía española

Clasificación de los factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas en España, ordenados por orden de gravedad	Porcentaje de respuestas de cada tema sobre el total de respuestas 2004
Apoyo financiero	19,0%
Normas sociales y culturales	18,3%
Políticas gubernamentales	11,3%
Educación, formación	9,8%
Programas gubernamentales	9,2%
Capacidad emprendedora	5,9%
Contexto político, social e intelectual	5,5%
Acceso a infraestructura física	5,2%
Clima económico	4,7%
Transferencia de I+D	3,8%
Apertura de mercado, barreras	3,1%
Estado del mercado laboral	2,0%
Infraestructura comercial y profesional	2,0%
Composición percibida de la población	,2%
Total	100,0%

Clasificación de los factores citados por los expertos como apoyos a la creación de empresas en España, ordenados por orden de importancia	Porcentaje de respuestas de cada tema sobre el total de respuestas 2004
Programas gubernamentales	17,3%
Clima económico	11,1%
Políticas gubernamentales	11,1%
Normas sociales y culturales	9,1%
Educación, formación	9,1%
Apertura de mercado, barreras	6,7%
Apoyo financiero	6,6%
Acceso a infraestructura física	5,6%
Infraestructura comercial y profesional	4,8%
Transferencia de I+D	4,6%
Contexto político, social e intelectual	4,5%
Capacidad emprendedora	4,4%
Estado del mercado laboral	4,3%
Composición percibida de la población	,8%
Total	100,0%

Si se comparan estas tablas con las del año 2003, se aprecian las siguientes similitudes y cambios en cuanto a los obstáculos:

Obstáculos a la creación empresarial	Posición 2003	Posición 2004	Resultado
Apoyo financiero	1	1	Estable
Normas sociales y culturales	2	2	Estable
Políticas gubernamentales	3	3	Estable
Educación, formación	4	4	Estable
Programas gubernamentales	5	5	Estable
Capacidad emprendedora	6	6	Estable
Contexto político, social e intelectual	10	7	Empeora
Acceso a infraestructura física	8	8	Estable
Clima económico	13	9	Empeora
Transferencia de I+D	11	10	Empeora
Apertura de mercado, barreras	7	11	Mejora
Estado del mercado laboral	9	12	Mejora
Infraestructura comercial y profesional	12	13	Mejora
Composición percibida de la población	14	14	Estable

Por consiguiente, la cabecera de la lista no presenta cambios y los principales obstáculos que se veían el año pasado permanecen en las mismas posiciones. En cambio, este año hay más expertos, proporcionalmente hablando, que mencionan el contexto político, social e intelectual (entre mayo-julio de 2004) como menos favorable, así como el clima económico y la transferencia de I+D. Estos tres factores son clave para el crecimiento, desarrollo e innovación de las iniciativas emprendedoras y su situación percibida es acorde con la recesión computada este año, consecuencia, como venimos apuntando, de los atentados terroristas del 11 de marzo, el cambio de gobierno y la incertidumbre generada en torno a estas circunstancias y las internacionales. En cambio, los expertos han mencionado proporcionalmente en menor cuantía los factores de acceso al mercado, la situación del mercado laboral y de la infraestructura comercial profesional (o servicios a empresas), lo cual significa que influyen menos que antes de forma negativa en el fenómeno emprendedor, o que, son menos prioritarios que los que van por encima de ellos.



Asimismo, si se comparan estas tablas con las del año 2003, se aprecian las siguientes similitudes y cambios en cuanto a los apoyos:

Mejoran ostensiblemente y son mucho más reconocidos, los Programas Gubernamentales de ayuda a la creación empresarial, lo cual significa que han ganado en visibilidad respecto de años anteriores en que, la clase política insistía en que se estaban tomando medidas, pero con escasa percepción de la población. Empeora la percepción de la política gubernamental, con mucha probabilidad, debido a las circunstancias excepcionales de los meses en que se llevan a cabo las encuestas y al clima de ligera recesión resultado de las mismas. Mejora el apoyo de la sociedad y la educación relacionada con el fomento y la valoración del espíritu emprendedor, factores decisivos para un buen desarrollo de la creación empresarial. También mejora el apoyo financiero (dato que concuerda con el mayor desarrollo del capital riesgo en nuestro país y del acceso a la banca) y la transferencia en I+D junto al contexto político, social e intelectual. El acceso a la infraestructura física se percibe como peor que el año pasado y, ciertamente, el tema de consecución de locales a buen precio está influyendo en general en este factor, debido a la subida constante del mercado inmobiliario. El estado del mercado laboral y la capacidad emprendedora se ven como peores que el año pasado y, los resultados globales del informe concuerdan con esta percepción.

Apoyos a la creación empresarial	Posición 2003	Posición 2004	Resultado
Programas gubernamentales	4	1	Mejoran
Clima económico	2	2	Estable
Políticas gubernamentales	1	3	Empeoran
Normas sociales y culturales	6	4	Mejoran
Educación, formación	7	5	Mejora
Apertura de mercado, barreras	3	6	Empeora
Apoyo financiero	8	7	Mejora
Acceso a infraestructura física	5	8	Empeora
Infraestructura comercial y profesional	9	9	Estable
Transferencia de I+D	13	10	Mejora
Contexto político, social e intelectual	12	11	Mejora
Capacidad emprendedora	11	12	Empeora
Estado del mercado laboral	10	13	Empeora
Composición percibida de la población	14	14	Estable

Para completar este apartado, la siguiente tabla muestra la clasificación de temas en los que los expertos han proporcionado recomendaciones ordenados por orden de importancia en el sentido de que se ponen de mayor a menor número de menciones. Como se puede apreciar, el tema prioritario es invertir en educación y formación, seguido de una mayor atención a los temas relacionados con la financiación y los programas y políticas gubernamentales:

Tabla nº 23 Obstáculos y apoyos a la creación empresarial en el 2004, según la opinión de 325 expertos de toda la geografía española

Clasificación de los temas citados por los expertos al hacer recomendaciones que pueden favorecer la creación de empresas en España, ordenados por orden de importancia	Porcentaje de respuestas de cada tema sobre el total de respuestas 2004
Educación, formación	20,8%
Apoyo financiero	18,3%
Programas gubernamentales	16,7%
Políticas gubernamentales	16,5%
Normas sociales y culturales	7,1%
Transferencia de I+D	5,1%
Acceso a infraestructura física	4,8%
Contexto político, social e intelectual	3,8%
Infraestructura comercial y profesional	2,4%
Capacidad emprendedora	1,8%
Apertura de mercado, barreras	1,4%
Estado del mercado laboral	,7%
Clima económico	,5%
Composición percibida de la población	,1%
Total	100,0%

La comparación de esta clasificación con la del año anterior, pone de manifiesto que el tema prioritario sigue siendo el mismo, aunque se dan ciertos cambios en el ranking general, acordes con la situación que se describe en este informe: el apoyo financiero se convierte en un tema de más urgente solución si cabe, el cambio de mentalidad en la sociedad se percibe como más necesario que antes y lo mismo sucede con la transferencia de I+D, tema bastante crítico en estos momentos. El clima político, social e institucional se aprecia también como más notable que en el 2003 fruto de la circunstancias especiales del 2004 y este tema se ve acompañado del estado del mercado laboral, algo más preocupantes que en el año anterior. En definitiva, estamos ante un barómetro que marca puntualmente los cambios habidos entre los dos años con precisión y reflejando fielmente las necesidades más del entorno si deseamos que favorezca la creación empresarial a medio plazo.



Tabla nº 24 Comparación de las recomendaciones de los expertos entre el 2003 y el 2004

Recomendaciones de los expertos	Posición 2003	Posición 2004	Resultado
Educación, formación	1	1	Igual
Apoyo financiero	4	2	Más prioritario
Programas gubernamentales	3	3	Igual
Políticas gubernamentales	2	4	Menos prioritario
Normas sociales y culturales	6	5	Más prioritario
Transferencia de I+D	7	6	Más prioritario
Acceso a infraestructura física	5	7	Menos prioritario
Contexto político, social e intelectual	11	8	Más prioritario
Infraestructura comercial y profesional	8	9	Menos prioritario
Capacidad emprendedora	10	10	Igual
Apertura de mercado, barreras	9	11	Menos prioritario
Estado del mercado laboral	13	12	Más prioritario
Clima económico	12	13	Menos prioritario
Composición percibida de la población	14	14	Igual

8.2 Aspectos favorables y desfavorables: hablan los expertos

Para ilustrar mejor las opiniones que hay tras los porcentajes de respuesta del apartado anterior, se incluye una pequeña muestra de los comentarios proporcionados por los expertos entrevistados este año, referentes a los obstáculos mencionados:

8.2.1 Apoyo financiero como obstáculo

La principal dificultad a que se enfrenta el emprendedor en nuestro país para crear su propio negocio es conseguir los recursos económicos para su puesta en marcha. En España, cuando una persona monta un negocio, casi siempre comienza por buscar apoyo en la familia y las personas de su círculo y, en segundo lugar, en los bancos. Esa situación contrasta claramente con lo que sucede en otros países, como EEUU, donde los emprendedores buscan financiación en empresas de capital riesgo, o buscan socios que permitan la cobertura de las necesidades de financiación, fragmentando mucho más la asunción de riesgos y la percepción de posibles beneficios.

Los bancos españoles son aversos al riesgo. No existe una tradición o cultura en el sector bancario que favorezca la realización de buenos proyectos con gran potencial, a menos que se pueda demostrar su seguridad. Los bancos atienden mejor a aquellos que pueden demostrar que cobran un buen salario todos los meses.

8.2.2 Políticas gubernamentales como obstáculo

La burocracia es un gran obstáculo. La lista de procedimientos que uno ha de seguir para poner en marcha según qué negocios es incontable, pero lo peor, es tener que lidiar con el solapamiento de las administraciones y regulaciones locales, regionales y estatales.

Falta una definición clara y objetiva por parte del gobierno de las acciones que se van a promover en materia de desarrollo y continuidad de proyectos empresariales de alto potencial de crecimiento. Esta incertidumbre no favorece la creación de este tipo de negocios en España.

8.2.3 Programas gubernamentales como obstáculo

Todavía es escaso el conocimiento de las ayudas gubernamentales, lo cual constituye un obstáculo para la creación empresarial en general. Muchos de estos programas ayudan en temas de gestión, financiación, planificación y otras cuestiones y, el desconocimiento de los mismos, acompañado de la dificultad y la dilación que representan en muchas ocasiones los trámites burocráticos, suponen un importante freno al desarrollo de nuevos proyectos, e incluso a la supervivencia de otros tantos en el mercado.

Los subsidios. Curiosamente, el subsidio promueve dependencia, no creatividad, ni innovación, ni generación de grandes proyectos. Los verdaderos creadores, crean sus negocios y llevan a cabo sus proyectos e innovaciones sin necesidad de ayudas. Los grandes hombres de negocios siempre han actuado de esta forma.



8.2.4 Educación y formación como obstáculo

Tenemos una carencia importante de formación específica y asequible para emprendedores. A pesar de que varias escuelas de negocios prestigiosas se ocupan de ofrecer este tipo de formación, éstas no son asequibles para todo el mundo y hay muy pocas alternativas para adquirir la experiencia técnica necesaria para poner en marcha un negocio: cómo realizar un buen plan de negocio, buscar financiación y otros temas imprescindibles.

En España tenemos un grave problema de formación en gestión y "management" en general. Sólo una minoría puede asistir a los programas de las escuelas de negocios y la mayoría de los que ponen en marcha un negocio no tienen ni idea de la importancia de acometerlo con una dirección adecuada pudiendo tener que enfrentarse a la falta de éxito de la iniciativa y a no saber desarrollarla y hacerla crecer.

El sistema actual de educación es un obstáculo a la actividad emprendedora en el sentido de que la formación profesional está muy centrada en la dirección y la administración de alto nivel. Por consiguiente, hay demasiada oferta de personas formadas para ocupar puestos de alta responsabilidad de las empresas y poca oferta de personas formadas para ser emprendedoras. Es necesario planificar mejor la oferta formativa de manera que llegue a equilibrarse el mercado de directivos. Actualmente, no es posible que todos los licenciados puedan ocupar posiciones de alto nivel en grandes compañías, de forma que es un error seguir favoreciendo esta dinámica.

8.2.5 Transferencia de I+D como obstáculo

El mercado tiene una permeabilidad muy baja para adoptar productos y servicios innovadores. En España, los negocios son muy lentos y hasta reacios a adoptar procesos innovadores, tal vez por falta de capital, pero también debido a una falta de formación acusada en nuestra población.

En las universidades se presta poca atención al I+D enfocado a la empresa. Muchas veces se limitan a ofrecer servicios que ya existen (en clara competencia con otras empresas que también los ofrecen en el mercado), en lugar de centrar sus actividades en el desarrollo de nuevas aplicaciones tecnológicas.

Falta de cultura emprendedora en las universidades y en los centros de investigación, donde, precisamente se pueden promover los nuevos negocios de base tecnológica.

8.2.6 Acceso a infraestructura comercial y profesional como obstáculo

En los últimos años se ha podido apreciar la falta de directivos y profesionales formados para dirigir y gestionar nuevos negocios y empresas que están en fase naciente o que son jóvenes. Este hecho es un obstáculo para el desarrollo de la creación empresarial y su continuidad.

Se advierte la falta de profesionales capaces de dirigir negocios y empresas. Muchas personas tienen ideas de negocio pero no tienen las capacidades necesarias y los conocimientos adecuados para desarrollarlas. Se necesita un mayor ajuste de la oferta de personas que posean estas habilidades para incorporarse al desarrollo de estas ideas de negocio.

8.2.7 Apertura del mercado interno como obstáculo

Miedo a enfrentarse a un mercado que cada vez es más y más competitivo. Con la nueva expansión de la UE la gente cree que vamos hacia una situación cada vez más dura y compleja en términos de competencia y este sentimiento dificulta la creación empresarial en general y desanima a muchos.

8.2.8 Acceso a infraestructura física como obstáculo

La falta de infraestructura física en muchas zonas de España, complica la creación de empresas en zonas rurales, cuando, en realidad, sería bueno para el país que se pudiesen descentralizar muchos procesos y que el crecimiento se distribuyese de forma más homogénea por toda la geografía.

8.2.9 Normas sociales y culturales como obstáculo

En España existe una falta de mentalidad emprendedora que difícilmente puede romper la inercia que representa lograr un empleo cómodo y seguro, en oposición a tener un negocio propio, tomar riesgos y responsabilidades y el reto de desarrollar nuevos proyectos.

Hasta hace muy poco tiempo, nuestros valores culturales han sido tan particulares para algunas cosas que, los empresarios que han tenido mucho éxito y han obtenido muchos beneficios de su actividad, han sido vistos como "algo sospechosos". A veces se han cometido injusticias sociales en torno a este tema, ya que en lugar de poner a algunos empresarios como ejemplo, se ha tratado más



bien de restar credibilidad a su actividad, lo cual ha ido en detrimento del apoyo a la clase empresarial.

No tenemos una cultura emprendedora e innovadora como consecuencia de la falta de planificación estratégica y una definición de objetivos empresariales y administrativos claros a medio y largo plazo.

8.2.10 Capacidad emprendedora como obstáculo

La elevada mortalidad de empresas que hay en España entre los nuevos negocios, actúa como elemento de disuasión para muchas personas que desearían emprender. Es necesario cambiar la mentalidad para que, en caso de fracaso, el emprendedor no se desanime y lo intente aprendiendo de los errores.

8.2.11 Contexto político, institucional y social como obstáculo

Estamos en un momento de incertidumbre acerca de la situación económica. El clima que se respira es de expectación ante los cambios que van a tener lugar en nuestra estructura productiva: internacionalización, nuevas tecnologías, su incorporación a los procesos productivos, etc.

Inseguridad política (junio de 2004). En España, el reciente cambio de gobierno ha suscitado una reacción de cautela en el desarrollo de algunos grandes proyectos que comenzaban a estar en marcha. La gente está esperando a ver qué pasa antes de seguir adelante. Se ha abierto un pequeño compás de espera.

8.2.12 Estado del mercado laboral como obstáculo

El mercado laboral actual no favorece la actividad emprendedora en España. Existe una gran oferta de puestos de trabajo de nivel medio y la gente busca empleos seguros no deseando tomar riesgos personales.

Falta de personal capacitado para realizar tareas específicas en empresas de base tecnológica. Lleva mucho tiempo y es muy costoso seleccionar empleados y formarlos para estos campos.

8.2.13 Clima económico como obstáculo

En estos momentos (junio 2004) existe cierta inseguridad en torno a los cambios de tendencia que puede haber en el mercado a corto y medio plazo. Esto está frenando el

impulso de potenciales emprendedores que deben calibrar los riesgos a enfrentar antes de decidirse a poner en marcha sus ideas de negocio.

Asimismo, se incluye una muestra de los comentarios proporcionados por los expertos entrevistados este año, referentes a los apoyos mencionados:

8.2.14 Apoyo económico como apoyo

El mantenimiento de bajos tipos de interés permite invertir en bienes de capital y en la financiación de los activos necesarios para el desarrollo de los negocios y las actividades empresariales.

8.2.15 Políticas gubernamentales como apoyo

Los procedimientos administrativos y la burocracia en torno a la puesta en marcha de una empresa van mejorando progresivamente. Aunque depende del tipo de negocio que se vaya a crear, lo cierto es que hay muchos casos que son rápidos y ágiles y esto favorece a la creación empresarial en general.

8.2.16 Programas gubernamentales como apoyo

Desde hace 5 años, se ha podido percibir un gran esfuerzo por parte de las entidades gubernamentales haciendo campañas promocionales y publicidad sobre autoempleo y creación empresarial en general. Este esfuerzo, comienza a dar frutos y a tener visibilidad entre la población.

Cuando se desciende al nivel regional, se puede apreciar la existencia de cada vez mayor número de programas gubernamentales que apoyan la creación de negocios, especialmente, en el aspecto de la financiación. Las administraciones locales están realizando grandes esfuerzos para fomentar la actividad emprendedora.

8.2.17 Educación y formación como apoyo

En la actualidad hay más oferta formativa para emprendedores y sobre gestión, dirección y administración de empresas, de forma que las nuevas generaciones, si deciden emprender, pueden afrontar el tema con una perspectiva más positiva. Por consiguiente, es un apoyo el hecho de saber que es más fácil y menos arriesgado enfrentar nuevos proyectos si se tiene una formación técnica apropiada.



8.2.18 Apertura de mercado interno como apoyo

Actualmente, podemos ver en España, la apertura de nuevos mercados que facilitan las puestas en marcha de negocios y la apertura de nuevos depósitos de generación de empleo.

8.2.19 Normas sociales y culturales como apoyo

A pesar de que todavía tenemos problemas para que la sociedad apoye al empresariado, se palpa en el ambiente un mejor clima social de aceptación de esta figura, especialmente entre los jóvenes que, cada vez aprecian más la opción profesional de convertirse en empresario.

Poco a poco, el estatus del emprendedor está cambiando de forma positiva. En los años 70, la opción profesional más respetada era el empleo público. Actualmente, esta visión, aunque lentamente, está cambiando.

8.2.20 Capacidad emprendedora y motivación como apoyo

Cierto dinamismo en el sector de negocios basados en nuevas tecnologías, muy flexible y con gran capacidad de adaptación.

En España existe cierta cultura empresarial, pero no está extendida de manera uniforme por todo el territorio y no tiene grandes expectativas de crecimiento, por el momento. La que hay, es, de todas formas, un activo.

Las empresas que tienen experiencias innovadoras constituyen un apoyo a la creación empresarial porque, aunque son muy poco numerosas, las hay que destacan por su calidad y buen hacer. Si se difunde su forma de operar, pueden despertar deseos de imitación y seguimiento por parte de otros y contribuir así, a incrementar la capacidad emprendedora en nuestro país.

Actualmente hay más oportunidades que hace unos años, para emprender sin necesitar demasiados recursos financieros. Existen muchos tipos de negocio que pueden desarrollarse con poco capital inicial y con pocos activos físicos y que, además pueden tener éxito. In este caso, con menos inversión, existe menos riesgo financiero y menos consecuencias en caso de tener que enfrentar un fracaso. Todo esto puede animar a algunos a ser emprendedores.

8.2.21 Estado del mercado laboral como apoyo

En España, el papel de los sindicatos ha cambiado mucho. Actualmente, la empresa ya no se ve como un lugar de confrontación entre los trabajadores representados por los sindicatos y los empresarios. Ahora se trata de lograr que las empresas funcionen, crezcan y se vean libres de problemas para que los empleos que facilitan sean lo más estables posible.

El estado actual del mercado laboral está afectando de forma sensible a los jóvenes que, en muchos sectores, se ven abocados a considerar la alternativa del autoempleo o de poner en marcha un negocio, aunque siempre de dimensiones pequeñas y sin gran entidad, salvo excepciones.

La incorporación cada vez más numerosa de la mujer al mercado de trabajo. La importancia de este colectivo contribuye sustancialmente a la actividad emprendedora: la mujer joven tiene buena formación y una forma de actuar algo diferenciada de la del hombre en el mundo de los negocios, lo cual le favorece porque es más prudente y receptiva, costándole menos trabajar en equipo.

8.2.22 Clima económico como apoyo

El clima económico general, razonablemente estable, por el momento, permite que se mantengan bastante bajos los intereses, de forma que este hecho actúa como elemento favorecedor para la puesta en marcha de nuevos negocios y buenas ideas e iniciativas emprendedoras.

La evolución positiva de la economía española en los años recientes ha permitido un clima de estabilidad y de cierto optimismo que favorece el fenómeno emprendedor en general.

8.2.23 Contexto político, institucional y social como apoyo

La ampliación de la UE supone una expansión del mercado potencial. Este incremento de la demanda, permite aumentar la oferta y, por consiguiente, favorece la actividad emprendedora.

Actualmente está desapareciendo la antigua visión de lo que el sector privado y el sector público tenían que hacer cada uno por separado. Ahora se acepta que las empresas tienen que pertenecer a la esfera privada y que no todas las compañías que tienen un gran crecimiento deben acabar siendo del estado. Esto está ayudando mucho al desarrollo de una nueva clase empresarial de elite.



Finalmente, entre las medidas que tomarían los expertos si pudiesen, presentamos una muestra seleccionada de las 325 entrevistas realizadas:

8.2.24 Algunas recomendaciones de los expertos en cuanto a apoyo financiero

Los bancos comerciales, deben revisar los sistemas de micro-créditos y los requisitos para su consecución, pues en muchos casos representan una dificultad insalvable para llevar a cabo start-ups. Los bancos reclaman muchas garantías, pero al mismo tiempo, no muestran un interés real por las ideas y su viabilidad. Tienen que crear departamentos específicos que puedan estudiar proyectos de emprendedores y la mejor forma de ayudar a su financiación, si son viables.

Es necesario promover las empresas de capital riesgo dedicadas a proporcionar soporte a las iniciativas emprendedoras, especialmente a aquellas que tengan como objetivo el desarrollo de proyectos innovadores.

Ayudaría a cambiar el criterio de la banca en cuanto a la concesión de crédito y trataría de que se adaptasen mejor a las necesidades y características de las nuevas PYMES que están surgiendo. En otras palabras: hay que hallar la forma de "educar a los bancos" para que sirvan mejor a este sector.

El gobierno debería proporcionar apoyo a la "banca social", es decir, a bancos que obtienen beneficio dando apoyo a iniciativas que mejoran la calidad de vida de todos (nuevos negocios, energía verde, enseñanza)

Actualmente, es muy importante facilitar el acceso a la financiación para desarrollar los diferentes pasos que definen el crecimiento de un negocio. Por consiguiente, no hay que centrarse sólo en la puesta en marcha, sino que tan o más importante es realizar la previsión de la financiación para crecimiento. En ese sentido, hay que promover medidas fiscales y de otros tipos que permitan esas fases posteriores y que impidan el estancamiento de los negocios.

8.2.25 Algunas recomendaciones de los expertos en cuanto a políticas gubernamentales

Desarrollaría más programas y ayudas, en general, para los emprendedores y procuraría disminuir el número de obstáculos a su acceso.

Existe un gran número de empresas que necesitarían regulaciones específicas de tipo fiscal y laboral. En España necesitamos un mayor desarrollo en los campos fiscales y laborales, pues resulta imprescindible para la supervivencia de muchas empresas.

Un primer aspecto en que trabajaría sería el de reducir trámites administrativos y burocracia. Sin embargo, reducir las barreras administrativas a la creación empresarial es más problemático de lo que parece porque muchas personas viven precisamente a costa de realizar esos procedimientos tan costosos (empleados públicos)

Promover una discriminación positiva para las actividades emprendedoras de las mujeres como forma de flexibilizar el mercado laboral, facilitar la conciliación entre la vida familiar y la profesional y, en definitiva, canalizar las iniciativas femeninas para que no pierda su aportación por falta de servicios sociales y ayuda.

8.2.26 Algunas recomendaciones de los expertos en cuanto a programas gubernamentales

Es necesario incrementar el apoyo financiero gubernamental a los emprendedores y a las start-ups en general. Muchos ciudadanos deben ser capaces de tener acceso a los subsidios gubernamentales, especialmente, aquellos que tengan problemas por pertenecer a colectivos más desfavorecidos, tales como mujeres, personas en una edad más crítica para encontrar trabajo, etc.

Es necesaria una mayor información acerca de los trámites y canales que hay que seguir para lograr ayudas gubernamentales.

Sería deseable una campaña de información sobre los requisitos necesarios para acceder a las ayudas gubernamentales, y mayor servicio de asesoramiento para analizar las ideas de negocio, sus planes y su viabilidad.

8.2.27 Algunas recomendaciones de los expertos en cuanto a educación y formación

Invertiría en educación y formación para que se pudiera disponer de más profesionales cualificados. Si queremos que haya start ups firmes y bien desarrollados, necesitamos personas mejor formadas en los aspectos concernientes a la gestión y desarrollo de negocios. Además, necesitamos más inversión en I+D y una nueva orientación en las universidades.



Debemos proporcionar a los emprendedores la posibilidad de realizar cursos específicos en la universidad que les ayuden en sus negocios (finanzas, viabilidad, contabilidad y muchas otras materias). Actualmente, sólo existe la posibilidad de hacer una carrera completa en la universidad o pagar una enorme cantidad de dinero por programas privados. Las universidades públicas deben permitir el acceso a los emprendedores a cursos de diferentes niveles y materias que les resulten necesarias.

Hay que trabajar en la introducción de materias que promuevan el espíritu emprendedor y el saber cómo poner en marcha una empresa y dirigirla en los ciclos de primaria y secundaria. En España estamos muy atrasados en este aspecto.

8.2.28 Algunas recomendaciones de los expertos en cuanto a transferencia de I+D

Si queremos que haya una transferencia más efectiva de I+D en España, es necesario que los emprendedores se interesen por adoptar procesos para crear nuevos productos y servicios en la misma forma en que lo hacen las grandes compañías. Con toda seguridad, muchos pequeños empresarios pueden aprender la forma en que grandes compañías desarrollan sus procesos de adopción de innovaciones.

La transferencia de I+D debe mejorar. La relación entre empresa y universidad debe mejorar en ambas direcciones: las empresas deben ser capaces de acceder a las universidades en busca de experiencias y procesos innovadores y las universidades deben acercarse al sector privado para comercializar sus ideas.

Promocionar la innovación en los negocios y empresas a todos los niveles: producción, procesos, organización, estrategia, etc. Debemos luchar por conseguir una cultura innovadora más desarrollada y proporcionar más apoyo a aquellos que proponen nuevos proyectos y que promueven cambios.

8.2.29 Algunas recomendaciones de los expertos en cuanto a acceso a infraestructura comercial y profesional

La gente que quiere convertirse en emprendedora debe buscar asesoramiento que le ayude a crear y mantener en el tiempo los nuevos proyectos. Por eso es necesario promover la creación de más gabinetes profesionales que realicen esta labor y promover medidas que ayuden a controlar el coste de acceso a estos servicios.

8.2.30 Algunas recomendaciones de los expertos en cuanto a acceso a infraestructura física

Es necesario estudiar medidas que favorezcan la implantación de infraestructuras físicas en zonas más deprimidas o donde sea necesario crear más empleo, en lugar de seguir saturando zonas industriales de grandes ciudades. Tal vez, una campaña dirigida a ayuntamientos de poblaciones de 15,000 y menos habitantes, podría mejorar el estado del mercado laboral de muchas poblaciones que se sustentan en servicios y alguna industria predominante que, en función de la competencia y del estado del mercado se pueda venir abajo repentinamente dejando sin empleo a buena parte de la población (textil, calzado y otras industrias están teniendo problemáticas de este tipo)

8.2.31 Algunas recomendaciones de los expertos en cuanto a apertura del mercado interno

Necesitamos un mercado ágil, flexible, capaz de reacciones rápidas y en el cual sea fácil iniciar un negocio. Los emprendedores tienen que invertir mucho dinero y energía para lidiar con todos los trámites y procedimientos administrativos para poder poner en marcha sus negocios y no es fácil hacerse un hueco en según qué mercados, de forma que el esfuerzo debe quedar compensado por un mercado más equilibrado. Por consiguiente, recomendaría dedicar más atención a este aspecto.

8.2.32 Algunas recomendaciones de los expertos en cuanto a capacidad emprendedora y motivación

Los viveros de negocios o incubadoras permiten a los emprendedores saltar algunas de las barreras más importantes del primer o segundo año de vida de los negocios al mismo tiempo que proporcionan experiencia y capacidad de convivencia con otros emprendedores. Hay que seguir por el camino de la promoción de estas entidades y darlas a conocer. Gracias a ella, muchos emprendedores potenciales pueden perder el miedo a dar los primeros pasos.



8.2.33 Algunas recomendaciones de los expertos en cuanto a normas sociales y culturales

Promover el espíritu emprendedor desde la educación básica y con programas que profundicen en esta ideología, pues el niño de hoy puede ser el empresario de mañana si tiene la semilla dentro y, aunque no llegue a ser empresario ni emprendedor, por lo menos conocerá el esfuerzo que representa serlo y respetará la profesión.

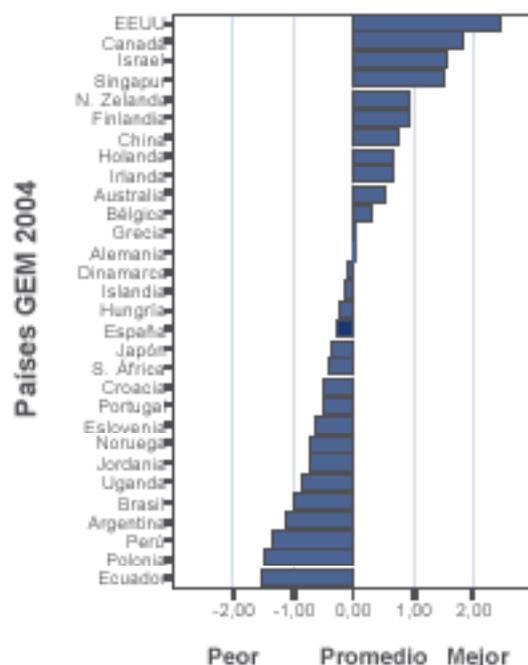
Crear una imagen social adecuada de los empresarios de éxito, así como de aquellos que destacan por su buen hacer y la ética en los negocios. Difundir noticias sobre este tipo de empresarios puede ser un buen ejemplo para potenciales emprendedores y para la sociedad en general.

Es necesario cambiar la percepción del ciudadano medio acerca de los empresarios. Muchas veces se perciben como personas que se han enriquecido con una ética dudosa. El gobierno puede realizar una campaña mediática que ayude a cambiar esta percepción, mostrando la realidad de la mayoría de los empresarios y mostrando los beneficios de poseer un negocio propio. También se puede fomentar la concesión de premios y galardones y hacer más eco de los mismos.

8.3 El apoyo financiero en detalle

Como hemos comentado anteriormente, el apoyo financiero sigue siendo uno de los puntos más preocupantes entre los factores analizados como fundamentales para crear un clima favorable a la creación empresarial. Si comparamos la situación española con la del resto de países GEM 2004, veremos que seguimos en la parte negativa del gráfico, al igual que el año 2003, si bien, algo más cerca de la media o punto de inflexión en que este factor comienza a percibirse como positivo. Estamos lejos de situaciones como la de Bélgica, Irlanda, Holanda y Finlandia, y más parecida a la de Alemania, a falta de otros países de la UE que no han facilitado datos para este análisis en el 2004. Por consiguiente, sigue siendo una asignatura pendiente que no tiene visos de mejorar a corto plazo.

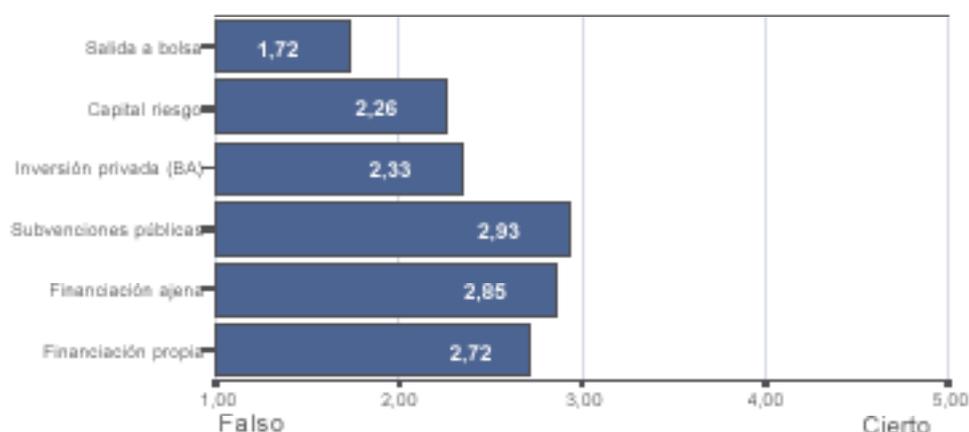
Figura nº 52 Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial desde un punto de vista internacional





La opinión detallada de los expertos al analizar diversas fuentes de financiación que pueden intervenir típicamente en la creación empresarial, ponen de manifiesto, como se puede apreciar en la Figura nº .53 que la menos habitual y utilizada en nuestro país es la salida a bolsa y que, el resto de posibilidades no llegan en ningún caso a ser suficientes, si bien, las subvenciones, la financiación ajena (banca) y la propia se acercan. Por consiguiente, este resultado concuerda parcialmente con el proporcionado por los propios emprendedores que aportan en un elevado porcentaje fondos propios y que recurren masivamente al crédito bancario, utilizando en menor proporción las ayudas. Por consiguiente, si los expertos opinan que la fuente más cercana a la suficiencia son las ayudas y subsidios, es posible que falte mayor difusión de información sobre dichas ayudas entre los emprendedores.

Figura nº 53 Fuentes de financiación que pueden proporcionar apoyo financiero a empresas nacientes y nuevas: situación en España

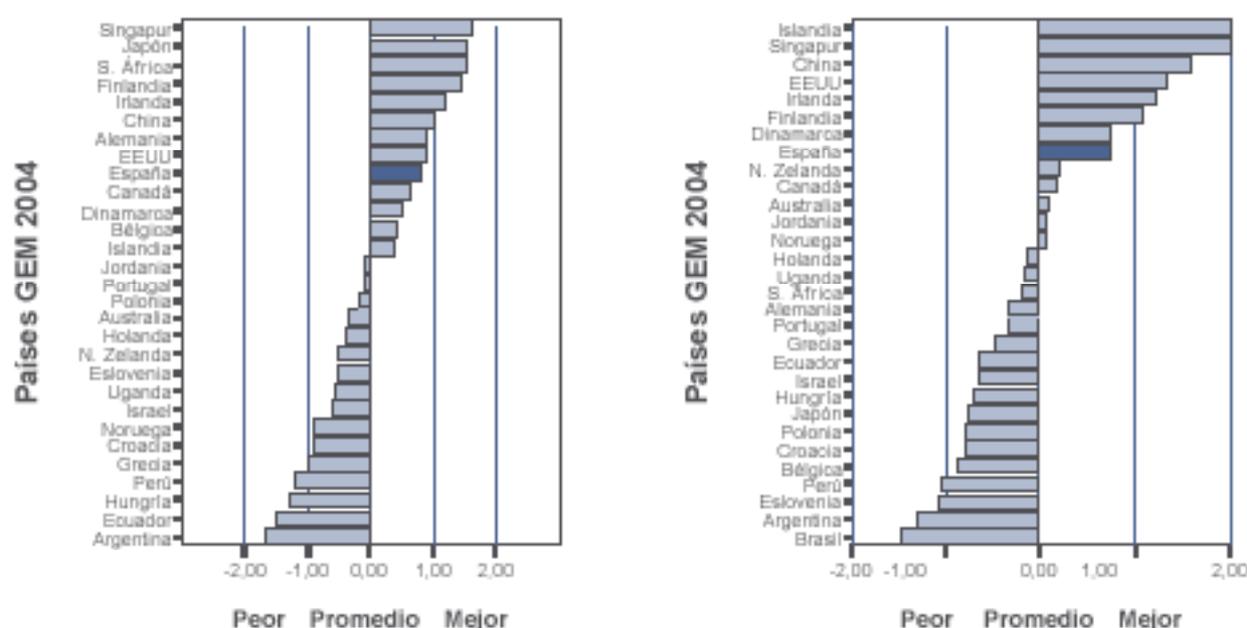


8.4 Aspectos de las políticas gubernamentales valorados por los expertos y la población adulta española

Los expertos sitúan a España en un plano positivo, aunque no brillante, cuando evalúan la actuación en políticas gubernamentales de apoyo a la creación empresarial. Así, en el panorama internacional, España está por encima de la media en este aspecto, si bien, hay que tener presente que no es un apartado sobresaliente en ningún país.

La Figura nº 54 muestra la evaluación media referente a políticas concretas de apoyo a la creación y crecimiento de empresas y la evaluación media referente al estado de las regulaciones que afectan a las empresas tales como tasas, impuestos, trámites de puestas en marcha y similares. Por consiguiente, las entidades gubernamentales están trabajando en el sentido de que la creación empresarial se sitúe entre sus prioridades, actitud que se viene percibiendo desde el año 2003 y que ha quedado un tanto estancada con el cambio gubernamental, si bien se mantiene, cuando menos, estable. Será necesario aguardar a los resultados de 2005 para ver si el nuevo gobierno estatal y algunos autonómicos, dan un impulso renovado a esta tendencia.

Figura nº 54 Evaluación de las políticas gubernamentales. A la izquierda políticas de apoyo y a la derecha regulaciones, facilidades, velocidad de trámites



Concretamente, los expertos opinan, en general, que los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente, siendo el mejor aspecto de las políticas gubernamentales. También es correcto, en su opinión, que los impuestos y tasas no constituyen una gran barrera para crear nuevas empresas y permitir crecer a las ya existentes y que el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal y también, aunque algo menos, de la política de los gobiernos autonómicos.

En cambio, se considera que las políticas gubernamentales de fomento y ayuda a las empresas nuevas y en crecimiento todavía no son efectivas y que falta completar el proceso de ventanilla única que permita agilizar aún más los trámites, a lo cual hay que añadir otras medidas de apoyo como dar mayores facilidades para las licitaciones y los aprovisionamientos públicos. Esta opinión concuerda con la realidad, puesto que nuestra tasa de creación empresarial es discreta y, nuestras empresas nacen con un tamaño excesivamente pequeño y no tienen expectativas de crecimiento. En otras palabras: es más fácil poner en marcha una empresa desde el punto de vista administrativo, y los impuestos y regulaciones son más favorables, pero no se dan las condiciones adecuadas para promover su crecimiento y su desarrollo. La financiación, la falta de transferencia en I+D, la falta de formación y otros aspectos, no ayudan a que esto comience a ser una realidad.



Las políticas gubernamentales están bien enfocadas, pero deben acompañarse de muchas medidas que actúen sobre otras condiciones de entorno. Así, por ejemplo, el gobierno puede estudiar acuerdos con fuentes de financiación no gubernamentales para que apoyen a la creación empresarial a cambio de algún tipo de ventaja, u ofreciendo alguna garantía subsidiaria. Asimismo, tiene que actuar en materia de formación insertando materias que fomenten el espíritu emprendedor desde la enseñanza primaria, así como estudiar complementos formativos en la enseñanza superior que garanticen que, independientemente de la especialidad, los estudiantes tengan nociones de cómo crear empresas. No se debe presuponer que sólo los que estudian empresariales, económicas, ADE y similares son candidatos a ser emprendedores o a trabajar en empresas como directivos. Hay que pensar de forma más amplia y tener en cuenta que puede ser empresario cualquiera: un biólogo (empresa agroalimentaria), un químico (empresa de cosmética), un politólogo (empresa de sondeos políticos), un ingeniero (industria de base tecnológica), un veterinario (consulta), un traductor (autoempleo como traductor, editorial, enseñanza, etc.) Muchas de estas especialidades no contemplan, como carreras, la formación emprendedora, lo cual limita las opciones de futuros licenciados en ellas.

Figura nº 55 Evaluación de las políticas gubernamentales de apoyo a nuevas empresas y al crecimiento de las ya existentes



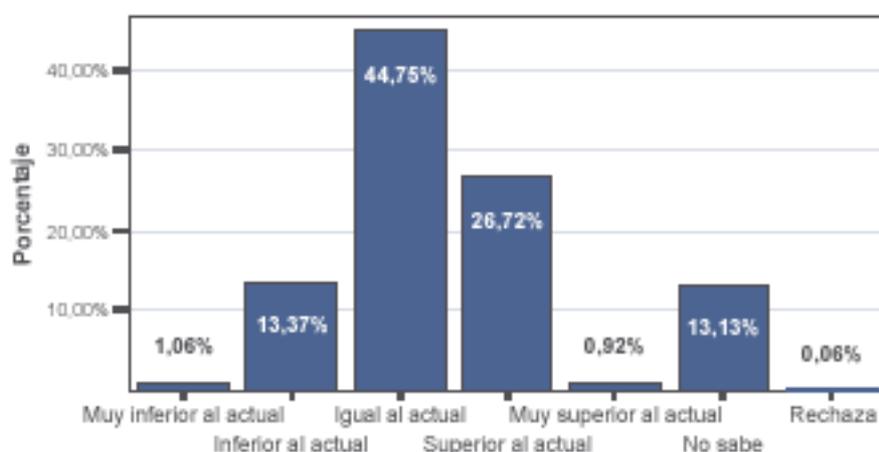
Finalmente, para complementar esta información, la encuesta GEM 2004 a la población adulta ha preguntado a los ciudadanos lo siguiente:

- Con el nuevo gobierno en España, ¿cómo cree usted que va a ser el apoyo gubernamental general a los nuevos empresarios? (ver Figura nº 56)
- Si pudiese recomendar una medida a la administración para favorecer la creación de empresas, ¿cuál sería? (ver tabla nº .25)
- ¿Podría citar alguna acción gubernamental aparecida en prensa, radio o televisión que usted considere que es un apoyo efectivo para los nuevos empresarios? (ver tabla nº.26)
- ¿Conoce Ud. algún servicio o programa de apoyo a la creación de empresas? (ver tabla nº .27)
- ¿Ha contactado Ud., aunque sea solo para informarse, con alguna institución o programa de apoyo a la creación de empresas? (ver tabla nº.28)

La respuesta a la primera pregunta pone de manifiesto que la población adulta no espera grandes cambios en la política gubernamental de apoyo a la creación empresarial, de forma que más de la mitad acepta la política que procede del gobierno anterior, la cual, promovió una tendencia positiva en esta materia, tendencia que hay que impedir que se estanque y que debe seguir progresando en la buena dirección.



Figura nº 56 Actuación esperada del nuevo gobierno estatal en materia de apoyo a la creación empresarial en comparación con el gobierno precedente.



En cuanto a la segunda pregunta, el 45% de la población no sabe qué responder y no aporta sugerencias, pero el 55% restante aporta muchas, entre las que destacan los establecimientos de subvenciones en general, la reducción de impuestos, el apoyo económico y la formación para los jóvenes, ayudas a las PYMES, bajar los tipos de interés y mejorar las condiciones de los créditos y mejorar el régimen de los autónomos. Todas estas medidas son bastante típicas, pero lo que demuestra el análisis realizado por el Proyecto GEM es que ninguna funciona si se toma de forma independiente, debiendo hacerse un diseño de políticas públicas que contemple globalmente los principales factores de entorno y la interacción entre todos ellos.

Tabla nº 25 Si pudiese recomendar una medida a la administración para favorecer la creación de empresas, ¿cuál sería?

Respuesta proporcionada por los entrevistados de la población adulta	Porcentaje
No sabe	45,2
Subvenciones en general	21,6
Reducir impuestos	10,5
Apoyo económico y formación para los más jóvenes	6,7
Ayudas a las PYMES	4,5
Bajar el tipo de interés y mejores créditos	2,4
Mejorar régimen de los autónomos	2,1
Menos burocracia	1,2
Bajar la cotización a la S.S.	1,0
Facilidades para comprar o alquilar locales	,7
Más información	,6
Ayudas para empleos más estables, sueldos más dignos	,5
Más apoyo a la mujer	,4
Más ayuda a la formación	,4
Rechaza	,3
Más información	,2
Ayudar más a las zonas rurales	,2
Más inversión en I+D	,2
Crear más trabajo	,2
Apoyo gente mayor a encontrar trabajo	,1
Más ayudas a los parados	,1
Mayor transparencia con las ayudas	,1
Hacer políticas liberales	,1
Hacer estudios de viabilidad subvencionados	,1
Ayudar a españoles y no extranjeros	,1
Hacer más económicos los despidos	,1
Hacer políticas proteccionistas	,1
Cumplir las promesas	,0
Más ayudas a los gobiernos autonómicos y instituciones local	,0
Controlar el fraude	,0
Más ayudas para contratar gente joven	,0
Más ayudas a inmigrantes	,0
Ampliar el periodo de devolución de impuestos	,0
Más persecución a los profesionales liberales	,0
Bajar el precio del gasoil a los industriales	,0
Crear cooperativas	,0
Que cambie el gobierno	,0
Libertad absoluta de horarios	,0
Mejorar el transporte	,0
Acabar con el terrorismo	,0
Ayudas para poner guarderías en los lugares de trabajo	,0
Favorecer las empresas con mayor calidad	,0
Total	100,0

En cuanto a la tercera pregunta, los resultados ponen de manifiesto el amplísimo desconocimiento de la población de las actuaciones y medidas gubernamentales que se toman en materia de creación de empresas. Así, el 95% de la población adulta no ha podido citar ninguna medida y el resto destaca las nuevas ayudas para autónomos en el régimen de la Seguridad Social, la Ayudas a la PYMES, el Apoyo a la creación de nuevas empresas y la Bajada de Impuestos. Todo ello demuestra que las campañas informativas son insuficientes o con poco calado, tal vez por el lenguaje que se emplea en ellas, por el desconocimiento de organismos (como el ICO, por ejemplo que no llega a ser citado por un 0,1% de la población) y, sobre todo, por la falta de formación de la población en torno al fenómeno emprendedor.



Tabla nº 26 ¿Podría citar alguna acción gubernamental aparecida en prensa, radio o televisión que usted considere que es un apoyo efectivo para los nuevos empresarios?

Respuestas	Porcentaje
No	94,9
Nuevas ayudas a los autónomos en S.S.	1,1
Ayudas a las PYMES	,5
Apoyo a la creación de nuevas empresas	,5
Bajar impuestos	,5
Apoyo a mujeres emprendedoras	,3
Quitar el IAE	,3
Ayudas para contratar gente en paro	,3
Creación de créditos blandos	,3
Ayuntamiento	,1
CEC APYME	,1
Cámara de comercio	,1
Ventanilla única	,1
Ayuda gente joven	,1
Hacer más económico el despido	,1
Más ayudas a organismos locales	,1
Bajar IRPF	,1
Conseguir más dinero de Europa	,0
Generalitat	,0
ICO	,0
Dinero a fondo perdido para nuevos negocios	,0
Cambios en la cotización social	,0
Sindicatos	,0
Junta de Andalucía	,0
Políticas del Gobierno Vasco	,0
Demanda de la Diputación de Vizcaya	,0
Ayudas gobierno Vasco a los jóvenes emprendedores	,0
Ayudas en I+D	,0
BOE	,0
Plan LIDER	,0
Subida salario mínimo	,0
BCN Activa	,0
Ayuda a agricultores	,0
Contratación gente mayor de 45 años	,0
Cursos del INEM	,0
Ayudas a inmigrantes para crear empresas	,0
Agencia de desarrollo	,0
PYMEC	,0
ACENE	,0
INFE	,0
Cursos de formación	,0
Junta Castilla-León	,0
Bancaja	,0
CNT	,0
IMPIBA	,0
Bertam	,0
ICEX	,0
BBK	,0
IMADE	,0
Subvenciones para cooperativas	,0
Ayuda productos Canarias	,0
Universidad de Esal	,0
Cabildo	,0
BBCA	,0
ARCIPIIC	,0
AFECIR	,0

Junta Extremadura	,0
Creación del Centro de Observación de Centros de Trabajo	,0
UGT	,0
Boletín Oficial de Canarias	,0
Total	100,0

En cuanto a la cuarta pregunta, el 89,5% de la población adulta no conoce ningún servicio o programa de apoyo a la creación de empresas, destacando que un 2,6% menciona el Ayuntamiento, seguido de un 0,9% que menciona las Cámaras de Comercio y otros porcentajes que citan los gobiernos autonómicos. El Ministerio de Economía se cita en menos de un 0,1% de los casos y, el resto es una larga y variada lista de instituciones citadas, en su mayoría, por los emprendedores que se han localizado en la encuesta GEM 2004. En definitiva, existe un profundo desconocimiento de las posibilidades que se desarrollan en España en torno a la creación empresarial, que hay que sacar a la luz para que los potenciales emprendedores sepan que existen multitud de entidades de apoyo y asesoramiento para la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras.

Tabla nº 27 ¿Conoce Ud. algún servicio o programa de apoyo a la creación de empresas?

Respuesta	Porcentaje
No	89,4
Ayuntamiento	2,6
Cámara de comercio	,9
Junta de Andalucía	,6
Generalitat	,5
Comunidad de Madrid	,4
No recuerda el nombre	,4
Apoyo jóvenes emprendedores	,4
Instituto de la mujer	,3
Gobierno Vasco	,3
BCN Activa	,3
ICO	,2
Ventanilla única	,2
Junta Castilla-León	,2
INEM	,2
Xunta	,2
Consell Comarcal	,2
Asociación de empresarios	,1
Agencia de desarrollo local	,1
Mujeres emprendedoras	,1
PYME'S	,1
Ayudas a la mujer	,1
Cabildo	,1
Universidades	,1
IVAJ (Institut Valencia d'Ajuda als Joves)	,1
Junta de Extremadura	,1
Escuela de empresas	,1
LAN EKINTZA	,1
BBK	,1



CREAMA	,1
Parque tecnológico	,1
LIDER	,0
IMFE	,0
Diputación	,0
Ministerio de economía	,0
CCOO	,0
LANGAI	,0
Principado de Asturias	,0
PRODER	,0
LEDER	,0
JARC	,0
Caja de Ahorros	,0
CIDEM	,0
Vivero empresas	,0
REDESA	,0
ATA (Autónomos andaluces)	,0
Incubadora	,0
CEA	,0
PROP	,0
IFA	,0
Server	,0
ACEME	,0
ADEMA	,0
AJOVE	,0
Caja Madrid	,0
DEMA	,0
BEAZ	,0
INGURALOE	,0
Fondo Europeo	,0
CAMBIDE	,0
ASEARCO	,0
IMADE	,0
Siglo XXI	,0
SOBEMAR	,0
CEPAC	,0
SPRI	,0
Alicante emprende	,0
Andalucía orienta	,0
QUER	,0
BBVA	,0
Madrid + D	,0
ASAJA	,0
Instituto de Fomento Andaluz	,0
IVAB	,0
GOIEKI	,0
Canal Sur	,0
IDEAS	,0
BANCAJA	,0
CEPTA	,0
AMERSAN	,0
FOE	,0
Grupo Mondragón	,0
Barberà Promoció	,0
CECAPIME	,0
ARCOBE	,0
BUTZLAN	,0

ICEM	,0
Asociación de cooperativas	,0
ARCA (Asociación)	
IFEX	,0
GASTE	,0
DASTELAMBIDEAN	,0
Ministerio de agricultura	,0
Centro Ramón Areses	,0
CEYM	,0
Pago Unico	,0
SLNE	,0
Adegui	,0
Mi Cartera	,0
ANEMA	,0
PAC	,0
LADE	,0
Centre Tecnològic de Catalunya	,0
APIMEL	,0
IBERCAJA	,0
API	,0
FIAMA	,0
SOVETSA	,0
SECOLT	,0
PRODE	,0
ADL	,0
Canarias emprende	,0
AIDEMA	,0
FUNDESEM	,0
Gestión 10	,0
ESINE	,0
CEDEMI	,0
ONCE	,0
ANGA	,0
FORCEM	,0
ANAKITXA	,0
EKIMEN	,0
SAIOLAN	,0
AREGUI	,0
CODINSE	,0
MENDIKOI	,0
Apoyo minusválidos	,0
COETA	,0
Caja Laboral	,0
Alicante jóvenes empresarios	,0
OPA	,0
SOFIES	,0
CROBER	,0
Asociación de mujeres	,0
CECOBI	,0
HOBETUZ	,0
SERVILAN	,0
Belagai	,0
CEBEL de Vizcaya	,0
AICE	,0
VIVERNER	,0
APIMEBO	,0



CEC	
SOGARTE	,0
IBERNET	,0
Casa Saiolan	,0
Salamanca emprende	,0
Federación de empresarios	,0
FEMUR	,0
CEDAS	,0
COFEBASC	,0
Fundación del metal	,0
ULECOP	,0
SAGASDE	,0
Torrealdai	,0
IDELFE	,0
CERRATO	,0
UPTA	,0
Alcasgui	,0
Biasoa Activa	,0
Canarias emprende	,0
ACEICA (Escuela empresarial)	,0
Tenerife emprende	,0
Caja Canarias	,0
Total	100,0

Finalmente, con respecto a la quinta pregunta, sólo el 2,8% de la población adulta ha contactado a lo largo del 2004 con alguna institución o programa de apoyo a la creación de empresas, destacando, de nuevo, los Ayuntamientos y las Cámaras de Comercio y, en menor medida el Instituto de la Mujer. Los entrevistados aportan una larga lista de entidades y organismos, prueba de la amplia y desconocida oferta que existe en España en torno a este tema. El Ministerio de Economía se cita en menos de un 0,1% de los casos.

Tabla nº 28 ¿Ha contactado Ud. , aunque sea solo para informarse, con alguna institución o programa de apoyo a la creación de empresas?

Respuestas	Porcentaje
No	97,2
Ayuntamiento	,7
Cámara de comercio	,3
No sabe	,2
Instituto de la mujer	,1
Junta de Andalucía	,1
Comunidad de Madrid	,1
Xunta	,1
BCN Activa	,1
Generalitat	,1
ICO	,1
Junta Castilla-León	,1
Ayudas a la mujer	,1
Asociación de jóvenes empresarios	,0

Ventanilla única	.0
Gobierno Vasco	.0
Agencia de Desarrollo Local	.0
INEM	.0
IMFE	.0
PRODER	.0
Cabildo	.0
Consell Comarcal	.0
MAJ	.0
CCOO	.0
IMPIBA	.0
CREAMA	.0
Asociación del comercio	.0
LAN EKINTXA	.0
Junta Extremadura	.0
ONCE	.0
Universidad	.0
Incubadora	.0
Barberá Promoció	.0
ARCA	.0
Promálaga	.0
ACEME	.0
Área de juventud	.0
Parque tecnológico	.0
IFA	.0
LIDER	.0
Diputación	.0
PYMES	.0
SOBEMAR	.0
Centro Ramón Areces	.0
SLNE	.0
ANEMA	.0
BEAZ	.0
DASTELAMBIDEAN	.0
BUTZLAN	.0
API	.0
Bancaja	.0
IBAR	.0
SOVETSA	.0
JARC	.0
Banco	.0
IDEAS	.0
ESINE	.0
ADEMA	.0
INGURALDE	.0
BBK	.0
ARACOBE	.0
Madrid + D	.0
FORCEM	.0
ICELS	.0
ASEARCO	.0
Codinse	.0
MENDIKOI	.0
ANOVA	.0
GASTE	.0
AEC	.0
CERVES	.0

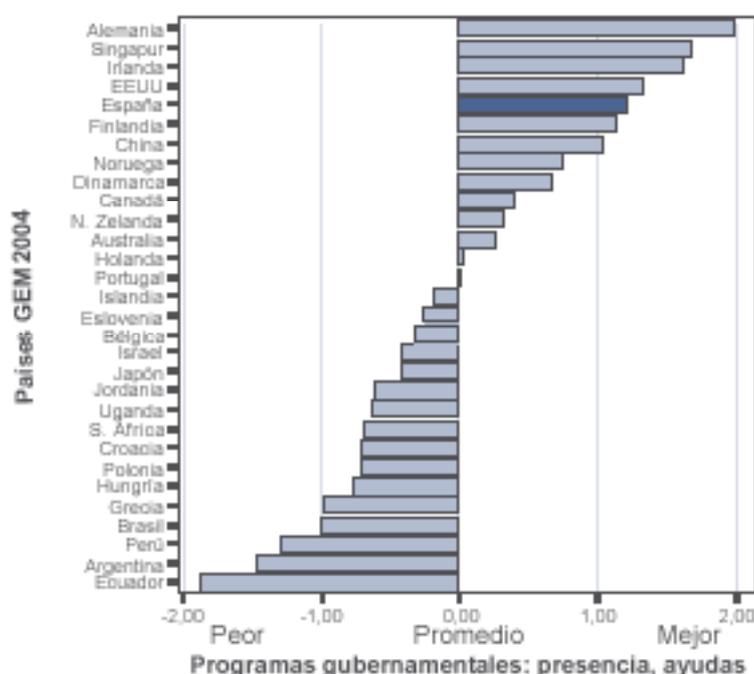


No se acuerda	,0
HOBERIZ	,0
CEDEC	,0
ATA	,0
VIVERNER	,0
Bolsa de trabajo	,0
Ministerio de economía	,0
LADE	,0
IBERCAJA	,0
ULECOP	,0
CARGUI	,0
SAGASDE	,0
SPRI	,0
TORREALDAI	,0
Ayuda CCEE	,0
Biasoa Activa	,0
Anakitxa	,0
LANGAI	,0
ACEICA	,0
Canarias emprende	,0
OADE	,0
PYME'S	,0
ICEM	,0
Total	100,0

8.5 Estado de los Programas Gubernamentales en opinión de los expertos

La valoración del estado de los programas gubernamentales de ayuda a la creación de empresas nos sitúa en una posición favorable en el contexto internacional. Así, en ese sentido España está bastante en línea con EEUU e Irlanda, aunque algo alejada de Alemania. Tampoco se trata de un aspecto brillante en ningún país GEM, pero al menos existe inquietud y, aunque lentamente, se percibe una mejora de la situación, habiendo mejorado los valores de algunos países (entre ellos España), desde el 2003. La Figura nº 57 muestra estos resultados.

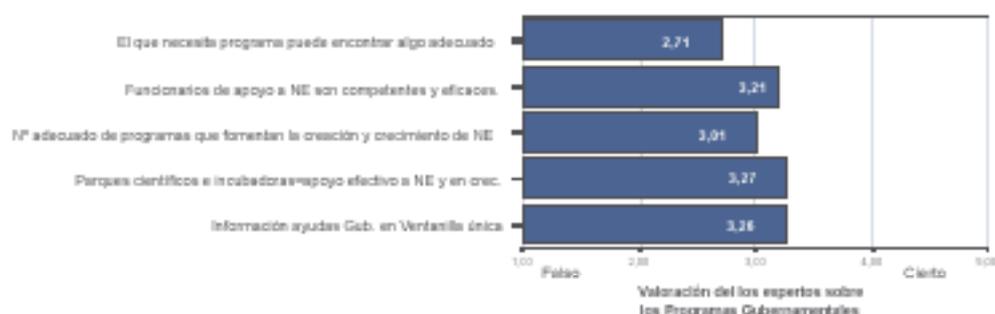
Figura nº 57 Comparación internacional de la valoración de los Programas Gubernamentales por parte de los expertos GEM



Los puntos fuertes y débiles remarcados por los expertos en torno a los Programas gubernamentales se resumen en la Figura nº 58. Así, se ha mejorado en España la utilización de viveros e incubadoras como elementos de ayuda a la puesta en marcha y desarrollo de empresas, que pasa a ser el activo más importante de lo relacionado con los Programas. Le sigue de cerca la ayuda proporcionada por el gobierno para afrontar la información y trámites en un solo organismo o ventanilla única, aspecto que también mejora ligeramente con respecto al 2003. También se aprueba, aunque no con nota, la gestión de los funcionarios de los organismos que tramitan la puesta en marcha de empresas y las ayudas al crecimiento. Este aspecto se percibía como algo mejor al año 2003. Muy justo queda el margen de valoración del número de programas existentes. Por consiguiente, es correcto pero puede mejorar. Y, finalmente, el aspecto que sigue suspendiendo, al igual que el año pasado, es el de que cualquier persona que necesite ayuda para acometer un start-up siempre puede encontrar un programa que le sirva de ayuda.



Figura nº 58 Valoración de los Programas Gubernamentales por parte de los expertos españoles

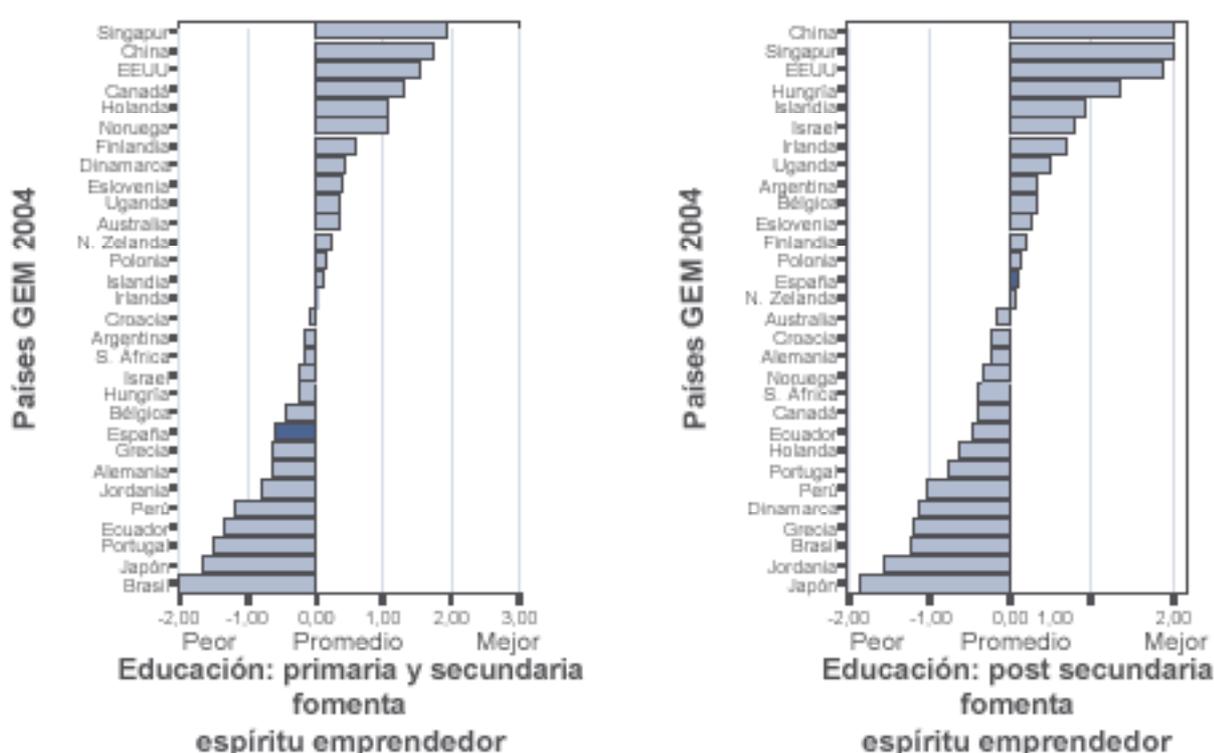


En definitiva, el estado de los Programas se mantiene, e incluso mejora un poco en algunos aspectos, pero hay que dinamizarlo mucho más y en consonancia con otros factores de entorno para que alcance mayor efectividad y resonancia.

8.6 Estado de la educación y formación en entrepreneurship en opinión de los expertos

Por quinto año consecutivo, los expertos entrevistados en el Proyecto GEM advierten de la precaria situación del fomento del espíritu emprendedor en nuestro sistema de enseñanza primaria y secundaria. Se trata de una de las variables más estancadas y en que menos acciones y medidas se han desarrollado para su mejora. Dada la importancia de generar un soporte adecuado a la creación empresarial, España no debe retrasar más la incorporación de materias relacionadas con el entrepreneurship entre los más pequeños, pues el plazo hasta que esta educación tenga impacto sobre la creación de empresas en España es dilatado y cuanto más esperamos, más crítica se hace la situación. En cambio, aunque la situación en la educación superior es preocupante, por lo menos, se percibe como mejor, aunque muy lejana al estándar de EEUU.

Figura nº 59 Valoración de la educación y formación en entrepreneurship por parte de los expertos GEM. A la izquierda valoración en primaria y secundaria, y a la derecha en post-secundaria





Los puntos fuertes y débiles de nuestro sistema de enseñanza con respecto al fomento del espíritu emprendedor quedan resumidos en la Figura nº 60 donde se pone de manifiesto que nuestros expertos "suspenden" la educación y formación en cuanto a la incorporación de materias adecuadas para fomentar los valores emprendedores, si bien, como se ha comentado, perciben una situación mucho más drástica en el sistema primario y secundario que en el post-secundario, que mejora, especialmente, en los estudios relacionados con Administración y Gestión de Empresas y, en Formación Profesional.

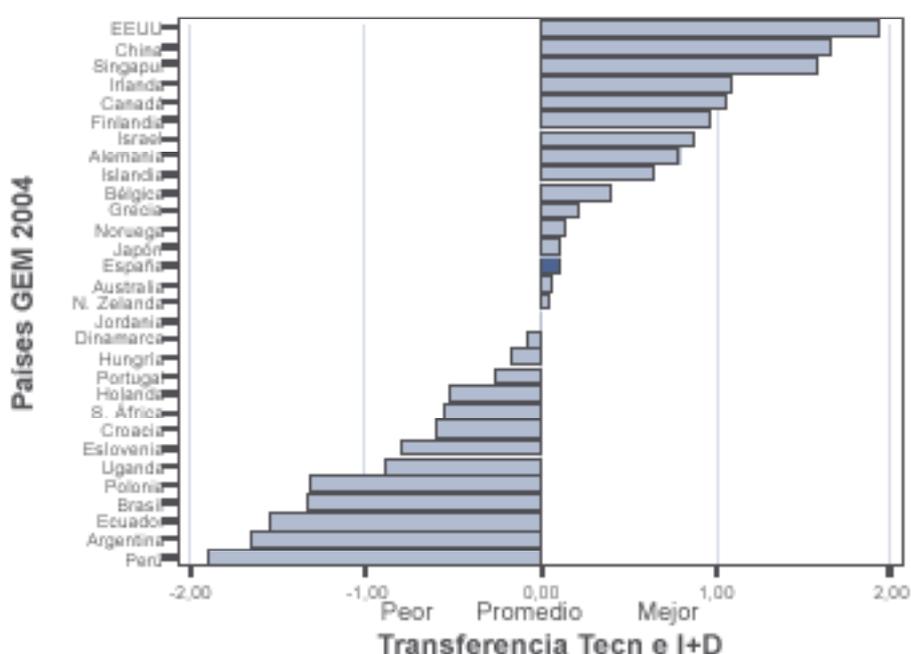
Figura nº 60 Valoración de la educación y formación en entrepreneurship en el sistema educativo español



8.7 Estado de la transferencia tecnológica e I+D en opinión de los expertos

La situación de España en el contexto internacional es bastante precaria y uno de los factores que incide negativamente en el desarrollo de empresas de base tecnológica y con elevado uso de nuevas tecnologías. Seguimos pues, estancados en este apartado, alertado por la Comisión Europea como uno de los prioritarios a atender. Sin embargo, de nuevo se advierte que no da resultado poner medios en un factor sin considerar su relación con los demás y que hay que planificar cuidadosamente los pasos a dar.

Figura nº 61 Índice de transferencia tecnológica e I+D a partir de las opiniones de expertos GEM





La situación de la transferencia tecnológica es, en conjunto una asignatura pendiente en la mayoría de países GEM, incluso en algunos de desarrollo superior a España y con mayor tradición de base tecnológica. Los expertos detallan que, en España la ciencia y la tecnología pueden permitir la creación de empresas nuevas de base tecnológica competitivas a nivel mundial en al menos algún campo. Esta variable se aprueba por primera vez en cinco años, lo cual significa que algo comienza a moverse en este apartado. En cambio, el resto de variables se estanca e incluso sufre retrocesos respecto al año 2003. Así, cae una variable que aprobaba el año pasado en referencia a que las nuevas empresas y las que están en crecimiento no tienen el mismo nivel de acceso a las nuevas tecnologías e investigaciones punteras que las que ya están establecidas en el mercado. Por lo demás, sigue sin percibirse una buena transferencia entre universidades, centros de investigación y empresas, así como accesibilidad en los costes para adquirir nuevas tecnologías en las empresas nuevas y existencia de suficientes ayudas gubernamentales para este propósito.

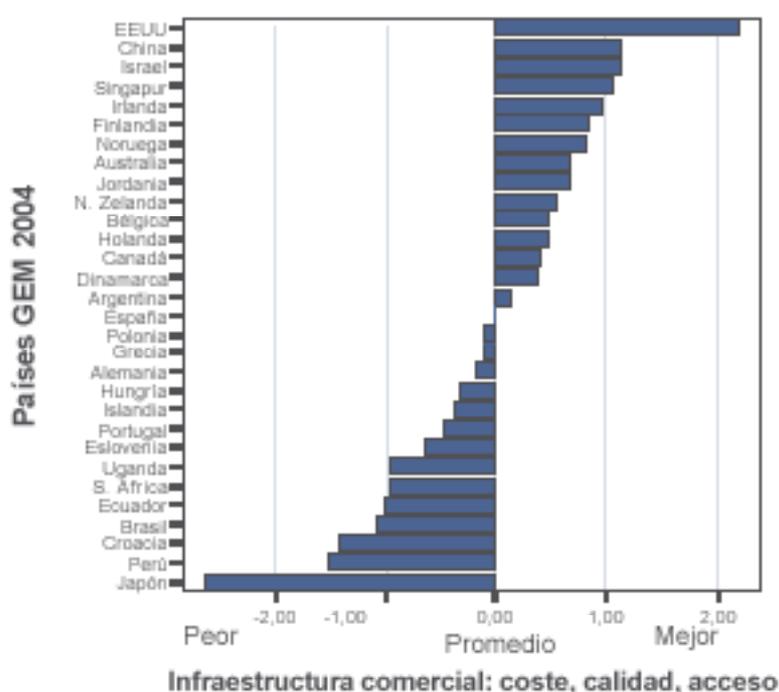
Figura nº 62 Detalle de la evaluación de los expertos españoles acerca de variables relacionadas con la transferencia tecnológica y el I+D



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

España ha mejorado en su posición internacional con respecto a la accesibilidad de las empresas nuevas y en crecimiento a los servicios profesionales y comerciales que les pueden suponer una ayuda o una necesidad para desarrollar sus actividades. En este sentido, no hay que perder de vista que muchas de las empresas que ofrecen servicios a otras han sido o son, a su vez, emprendedoras y que, lógicamente, tratan de ajustar cada vez más los costes a una realidad que les permita su propio desarrollo pero también el de las empresas a las que sirven. Asimismo, no hay duda de que las empresas de servicios a negocios se van extendiendo cada vez más por el territorio, de forma que cada vez existen más probabilidades de encontrar asesores, consultores y proveedores en zonas rurales, lo cual las convierte en más asequibles desde el punto de vista físico. Por consiguiente, por todas estas razones, España ha mejorado en este aspecto y se sitúa en la frontera de comenzar a percibir este factor de entorno como favorable y amigable con la creación empresarial. Los países que presentan un mejor escenario respecto de este factor son EEUU, China, Israel y Singapur y los más atrasados, Japón y Perú, el primero de ellos por la escasa actividad emprendedora que tiene y, el segundo por ser un país con escaso desarrollo de servicios y muy concentrados en determinadas áreas geográficas.

Figura nº 63 Valoración del acceso a infraestructura comercial y profesional o servicios a empresas, realizada por los expertos GEM



A nivel detallado, los expertos detectan como la variable más negativa el coste de los servicios. Por consiguiente, existe una oferta correcta, pero todavía es cara para muchas de las empresas nacientes.

Figura nº 64 El acceso a la infraestructura de servicios comerciales y profesionales para nuevos empresarios en opinión de los expertos españoles

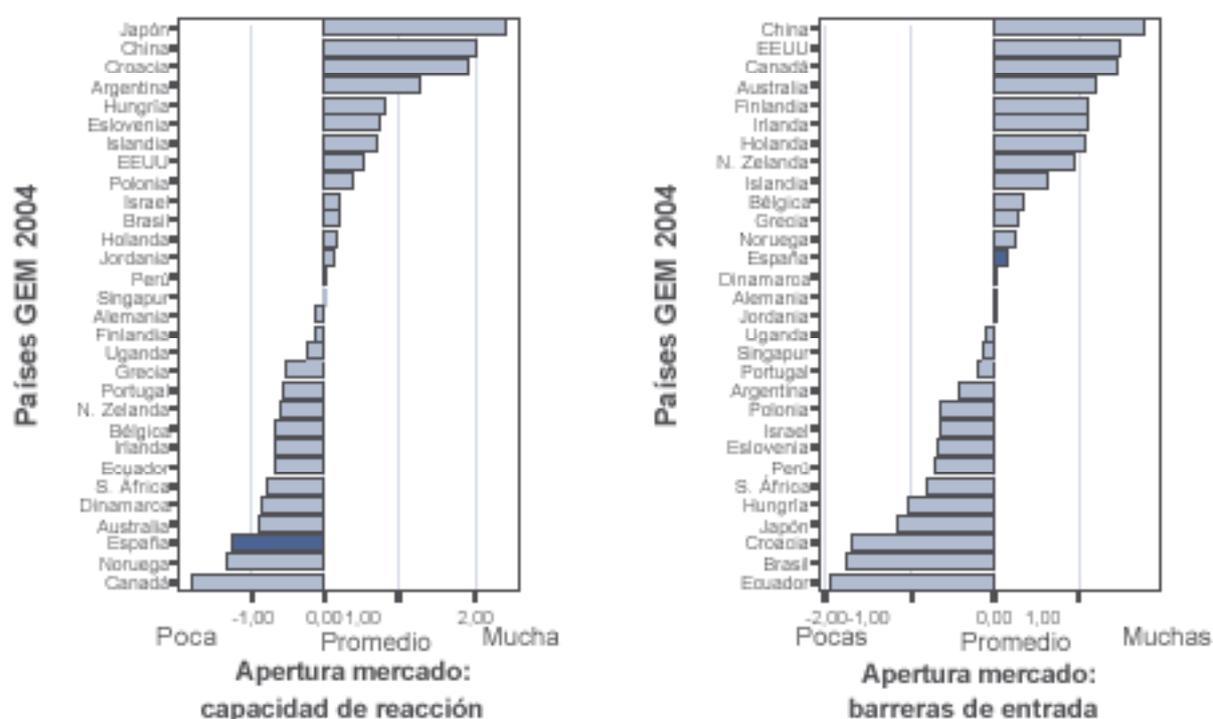




8.9 Apertura y comportamiento del mercado interno

España sigue presentando una situación en el contexto internacional de país con un mercado con poca capacidad de reacción y con un nivel moderado de barreras de entrada. La situación apenas ha variado en este sentido respecto del 2003 y la falta de empresas innovadoras hace que en los mercados maduros siga habiendo un alto nivel de competencia que reduce las posibilidades de nuevas incorporaciones. Los emprendedores potenciales deben cambiar esta situación estudiando con mayor objetividad los nichos de mercado, las tendencias de, los países con alta capacidad de reacción a las novedades y, por supuesto, siendo creativos e innovadores en el diseño de los productos y servicios que traten de colocar en el mercado.

Figura nº 65 A la izquierda, velocidad de cambios en el mercado y, a la derecha, apertura del mercado interno



Entre las variables que propician esta situación de letargo ampliamente acusada, están las relativas a la legislación antimonopolio, que se cumple poco, en opinión de los expertos, el bloqueo que realizan las empresas ya existentes a la nuevas, su dificultad para acceder a nuevos mercados y, por descontado, la poca capacidad de nuestro mercado para reaccionar ante los cambios. El emprendedor es quien más puede incidir en cambiar este escenario, pero para ello son necesarios movimientos hacia delante en otras variables y factores, tales como la transferencia de conocimiento y tecnología, la disponibilidad de fondos para innovación y creación y la formación.

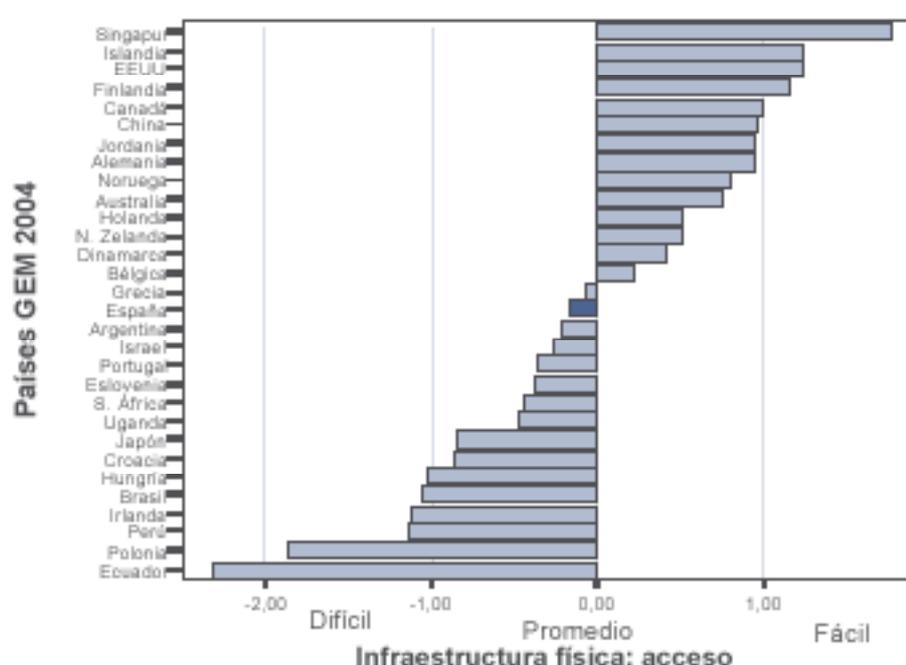
Figura nº 66 Variables que caracterizan la actividad del mercado interno



8.10 Acceso a la infraestructura física por parte de las nuevas empresas

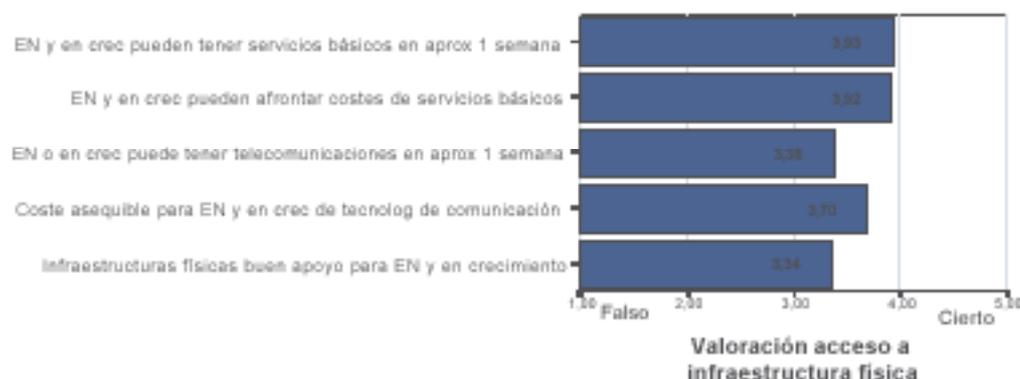
El acceso a infraestructura física es un tema en que la mayoría de países tiene buena puntuación salvo casos aislados. En este contexto positivo, la situación española no es brillante en el conjunto internacional, pero a mejorado un poco respecto al 2003. Por consiguiente, los cambios que se producen en este aspecto son positivos, aunque lentos, estando menos lejos de poder ofrecer a los nuevos empresarios un acceso cómodo a ciertos recursos. En principio, en opinión de los expertos, España tiene una oferta correcta de infraestructura física, pero inferior a la de otros países desarrollados, no siendo el único caso de la UE, en la que, por ejemplo, llama la atención la precaria posición de Irlanda, teniendo una capacidad emprendedora bastante superior a la española.

Figura nº 67 Valoración del acceso a infraestructura física por parte de los nuevos empresarios



El punto más fuerte dentro del discreto panorama es que las nuevas empresas pueden tener los servicios básicos en, aproximadamente, una semana pudiendo afrontar su coste. En particular, el coste de las tecnologías de información básicas (teléfono, fax, MODEM, Internet, y similares) no es excesivamente gravoso para un nuevo empresario. Conseguir telecomunicaciones en aproximadamente una semana es factible y, en general, el acceso a las infraestructuras no supone un obstáculo para emprender.

Figura nº 68 Análisis detallado del acceso a las infraestructuras físicas por parte de los nuevos empresarios en España

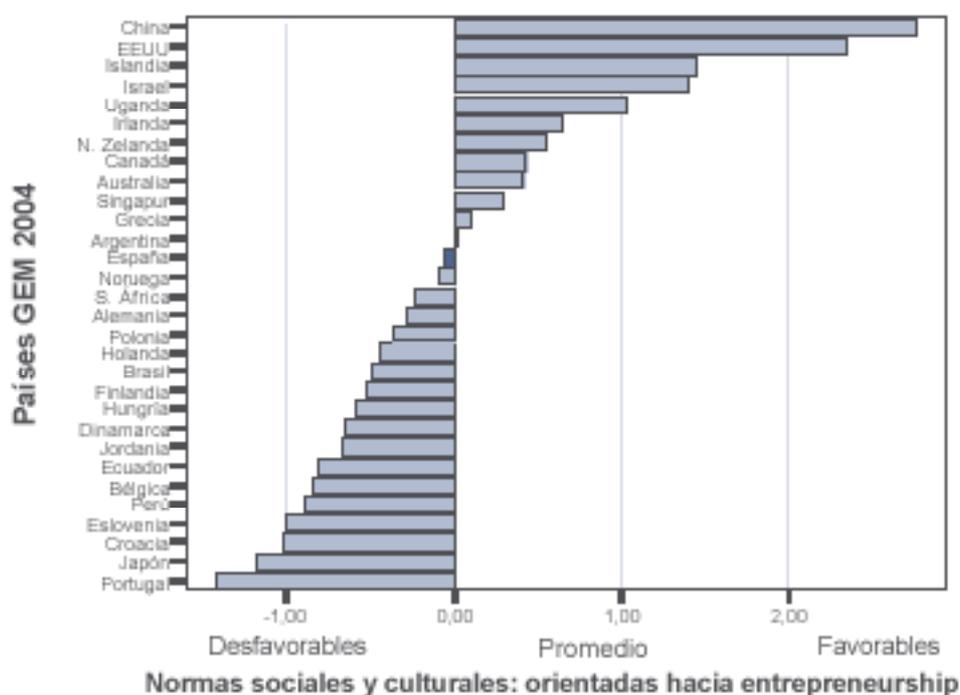




8.11 Normas culturales y sociales

La sociedad española ha ganado algunas posiciones en la comparativa internacional de valoración de nuestras normas sociales y culturales y su orientación hacia el entrepreneurship con respecto al 2003. La mejora se debe a que los expertos "aprueban" por primera vez una de las variables que componen este índice. En general, nuestra sociedad no apoya a la clase empresarial y un elevado porcentaje de personas de segunda y tercera generación de los años 50 ha olvidado que proviene de empresas familiares que sustentaron la economía en épocas pasadas. Aunque muchas de esas empresas cerraron y sus herederos tienen otro tipo de profesiones, no debería de haberse perdido, de forma tan acusada, el conocimiento de los valores empresariales y su papel en la economía, pues los ciclos económicos pueden volver a poner el país en la tesitura de tener que volver a desarrollar el tejido de las PYMES. Por consiguiente, España, junto a los países de la UE, en los cuales también hay un claro déficit de orientación hacia la creación empresarial, debe seguir haciendo campaña informativa y lograr niveles de apoyo más elevados, especialmente, entre los jóvenes, grupo al que más puede afectar el envejecimiento de la población y, por consiguiente, la saturación del mercado laboral en fechas no muy lejanas.

Fig nº 69 Evaluación de las normas sociales y culturales por países



Como se ha comentado antes, las variables que miden la orientación de las normas sociales y culturales en España siempre obtienen la calificación de "suspense". Sin embargo, este año, por primera vez se afirma que nuestras normas sociales y culturales apoyan el éxito individual. Por consiguiente, algo está cambiando, pues esta variable estaba un punto por debajo el año 2003. El resto, sube ligeramente también, y la peor sigue siendo la referente a toma de riesgos. En conclusión, se avanza aunque lentamente en la concienciación de respeto y valoración del emprendedor por la sociedad española.



Figura nº 70 Evaluación de las normas sociales y culturales en España





IX ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POR REGIONES

9.1 Introducción

Con la incorporación de 5 regiones más al Proyecto GEM España, son ya 8 los informes regionales¹⁵ que se presentan este año junto a este de carácter nacional. Con ello se ha logrado una cobertura informativa y de análisis sin precedente en el estudio de la creación empresarial en nuestro país y, fuera de él, sólo comparable al esfuerzo llevado a cabo por los equipos del Reino Unido en el seno del mismo Proyecto GEM.

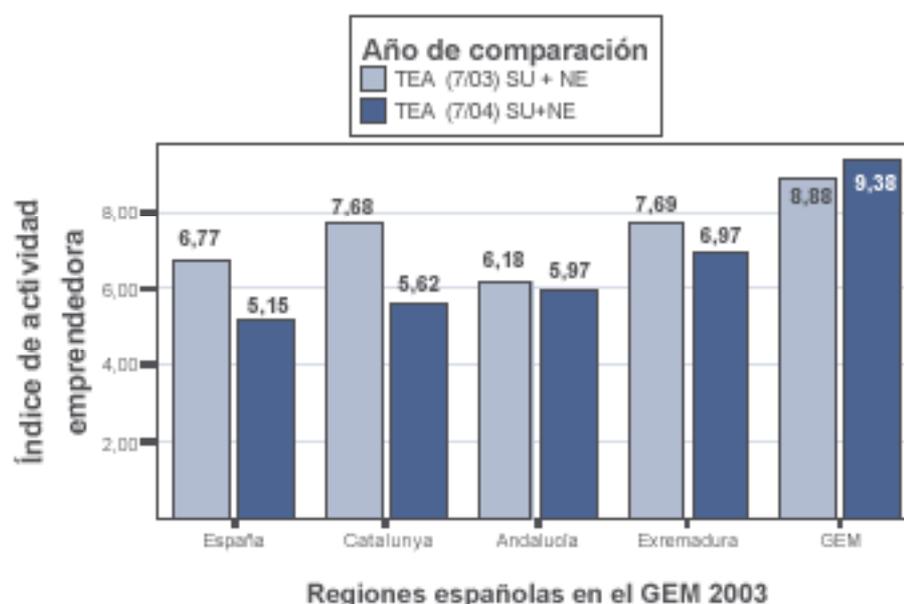
En este capítulo se presenta, a grandes rasgos la comparativa entre las regiones y España, debiendo consultarse los informes regionales correspondientes a Andalucía, Canarias, Castilla y León, Cataluña, C. Valenciana, Extremadura, Madrid y País Vasco, para obtener información detallada acerca de cualquiera de las regiones mencionadas. Dichos informes son una réplica del presente, pero con datos representativos de cada una de las regiones en exclusiva. También están disponibles los informes regionales de Andalucía, Cataluña y Extremadura para el 2003, pues éstas tres fueron las primeras regiones en adherirse al Proyecto para desarrollarlo a nivel de Comunidad Autónoma.

9.2 La necesidad de profundizar en el contenido del índice de actividad emprendedora: las diferencias regionales motivo de reflexión

El análisis del índice de actividad emprendedora regional se revela este año como particularmente interesante por el hecho de que permite constatar que la recesión sufrida en general, ha afectado más a unas regiones que a otras. Así, de las tres regiones que participaron en el 2003, Andalucía, Cataluña y Extremadura, la que se ha visto más afectada por la caída en el índice general de actividad emprendedora es Cataluña, con una pérdida del 26,8%. Andalucía tiene un descenso del 3,4% y Extremadura, del 9,3%. Por consiguiente, la lectura de estos datos apunta a que las regiones más desarrolladas sufren con mayor rigor el impacto de los acontecimientos que derivan en situaciones recesivas y, también, que las personas que viven en regiones con mayor propensión de la población a emprender, se retraen y esperan, si bien, como veremos en la tabla detallada de resultados nº 29, este compás de espera tiene perfiles diferentes en cada una de las regiones analizadas, añadiendo interés a este estudio.

¹⁵ Informe GEM Andalucía (Universidad de Cádiz, José Ruiz y otros), Informe GEM Canarias (Universidad de las Palmas de Gran Canaria, Universidad de la Laguna, Rosa Mª Batista, Alicia Correa y otros), Informe GEM Castilla y León (Universidad de León, Mariano Nieto y otros), Informe GEM Cataluña (Universidad Autónoma de Barcelona, José Mª Veciana y otros), Informe GEM C. Valenciana (José Mª Gómez y otros), Informe GEM Extremadura (Ricardo Hernández y otros), Informe GEM Madrid (Eduardo Bueno y otros), Informe GEM País Vasco (Universidad de Deusto, Universidad del País Vasco, Iñaki Peña, María Saliz y otros)

Figura nº 71 Evolución del índice de actividad emprendedora (TEA) en las regiones españolas de Andalucía, Cataluña y Extremadura



Tras las cifras generales comentadas, tenemos el desglose de la actividad emprendedora por necesidad y oportunidad. La tabla nº .29 muestra los diferentes comportamientos e impactos de la recesión en las tres regiones españolas que participaron en el estudio en el 2003. En ella se puede observar que:

- En Andalucía la recesión afecta a la actividad emprendedora por oportunidad, mientras que la correspondiente a la necesidad aumenta en un 60%. Por consiguiente, la falta de alternativas mejores de trabajo, impulsa a parte de la población a emprender incluso en momentos de perspectivas recesivas, mientras que los buscadores de oportunidades se retraen y esperan.
- En Cataluña, la recesión afecta a los dos colectivos de forma bastante parecida, disminuyendo la actividad emprendedora tanto por necesidad como por oportunidad en más de un 20%.
- En Extremadura, a diferencia de las anteriores, disminuye notablemente la actividad emprendedora por necesidad y, en cambio, aumenta la de oportunidad. Esto pone de manifiesto que los que no tienen mejores alternativas de trabajo no han podido asumir la puesta en marcha y que, a pesar del clima recesivo, en esta región han seguido habiendo oportunidades, aunque no las suficientes como para superar el índice del 2003.

En definitiva, distintas reacciones a la recesión en cada escenario y, por consiguiente, más factores para analizar respecto de la actividad emprendedora por regiones, en busca de variables que expliquen estas diferencias. En la edición 2005, el poder disponer de 5 regiones más que hayan participado en dos ediciones del proyecto ayudará al establecimiento de modelos de comportamiento que, con toda seguridad, proporcionarán elementos clave para el mejor diseño de políticas públicas. Por el momento, hay que pensar en los factores diferenciales que pueden haber motivado estos resultados, tales como el volumen de impuestos (especialmente IAE) pagado en cada Comunidad Autónoma, el estado del mercado laboral, la inversión de capital riego en cada región y otros.



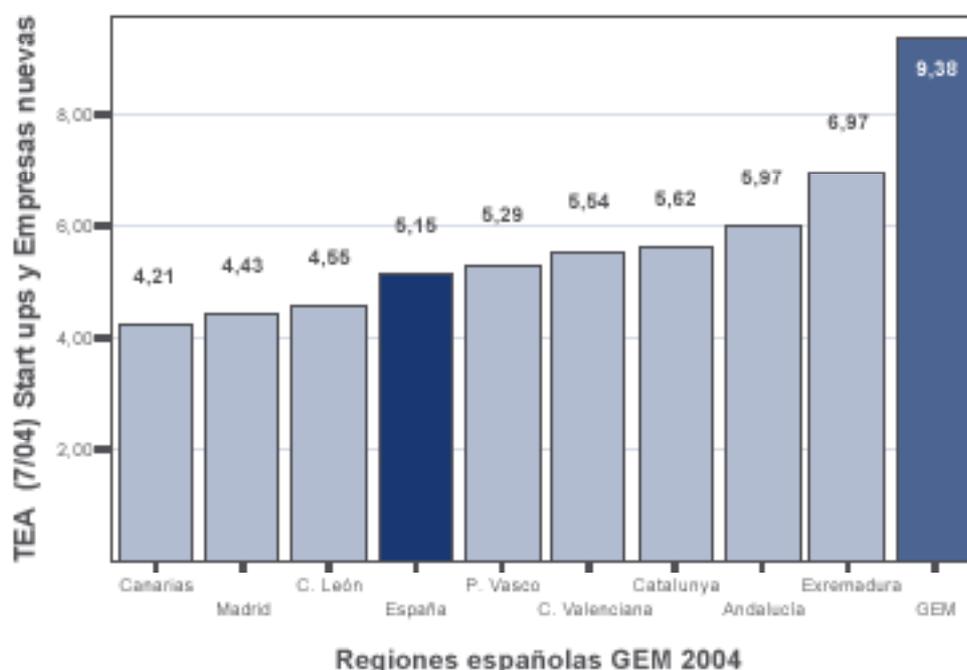
Tabla nº 29 Evolución del índice TEA general, por necesidad y por oportunidad en las regiones participantes en el GEM 2003

Regiones GEM 2003	TEA 2003	TEA 2004	% cambio	TEA 2003 Nec	TEA 2004 Nec	% cambio	TEA 2003 Opor	TEA 2004 Oport	% cambio
Andalucía	6,18	5,97	-3,4%	,72	1,20	66,6	5,21	4,77	-8,4
Extremadura	7,69	6,97	-9,3	1,80	,72	-60,0	5,79	6,25	7,9
Catalunya	7,68	5,62	-26,8	,87	,68	-21,8	6,65	4,94	-25,7
España	6,77	5,15	-23,9	,51	,62	21,5	6,05	4,53	-25,1
GEM	8,88	9,38	5,3%	2,41	2,32	-3,7	6,30	6,78	7,6

9.3 Los índices de actividad emprendedora regional en el 2004

De las ocho regiones participantes en el 2004, la que registra un mayor índice de actividad emprendedora es Extremadura, seguida de Andalucía y Cataluña. Tras ella, hay que situar a la Comunidad Valenciana, al País Vasco y, por debajo del 5%, a Castilla y León, Madrid y, finalmente, Canarias. Cataluña, habitualmente cabecera de esta lista, se ha visto considerablemente afectada por el clima recesivo y los procesos electorales, que vienen poniendo de manifiesto un mayor clima de crispación política que afecta, sin duda, al desarrollo económico de la región.

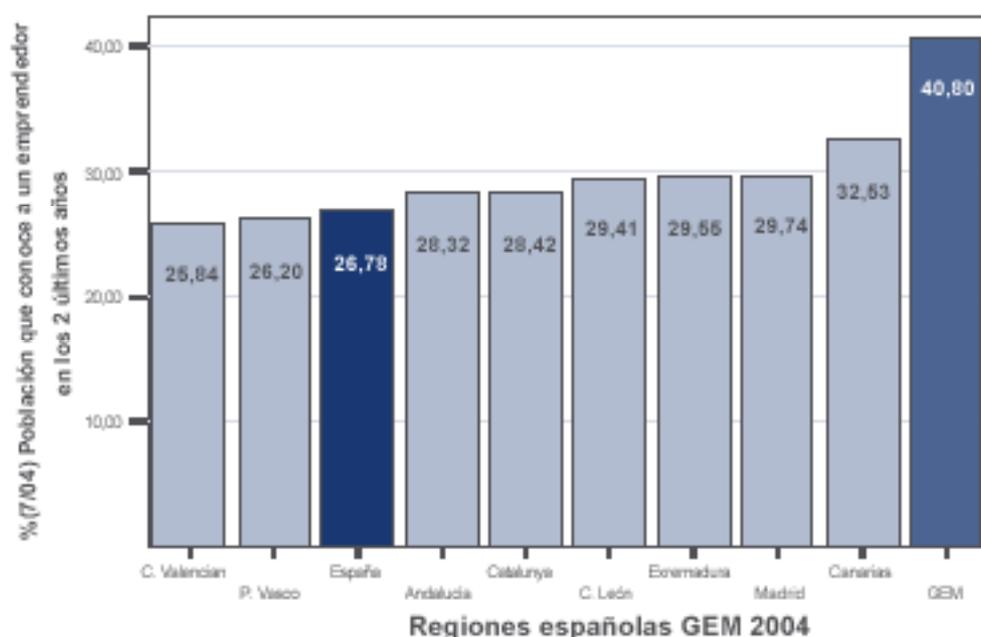
Figura nº 72 Índices de actividad emprendedora totales de las regiones españolas que participan en GEM 2004





El hecho de no disponer de datos para el 2003, impide valorar, por el momento, la capacidad emprendedora de regiones como Madrid y Canarias, que sorprenden por el bajo nivel registrado y que, muy posiblemente, sea fruto de la recesión general registrada. Así, si atendemos a los resultados de la Figura nº 73 podremos observar cómo, la probabilidad de conocer emprendedores en la población, es considerablemente más elevada en Canarias, quedando también Madrid por encima de regiones que la sobrepasan en actividad en el 2004. Esta variable, aunque no es el TEA, permite intuir la existencia de actividad emprendedora consolidada en las regiones y, en el caso de Canarias y Madrid, parece avalar la existencia de mayor potencial del que ha mostrado el TEA este año. Así, especialmente en el caso de Canarias, cabe esperar que buena parte de su economía se sustente en la creación de negocios de hostelería, comercios y servicios y, en el caso de Madrid, cabe esperar que el crecimiento de población que viene teniendo en los últimos años, se acompañe, cuando menos, de un mayor desarrollo de iniciativas empresariales. Por consiguiente, la edición 2005, despejará algunos de estos interrogantes.

Figura nº 73 Conocimiento de emprendedores por parte de la población de las regiones

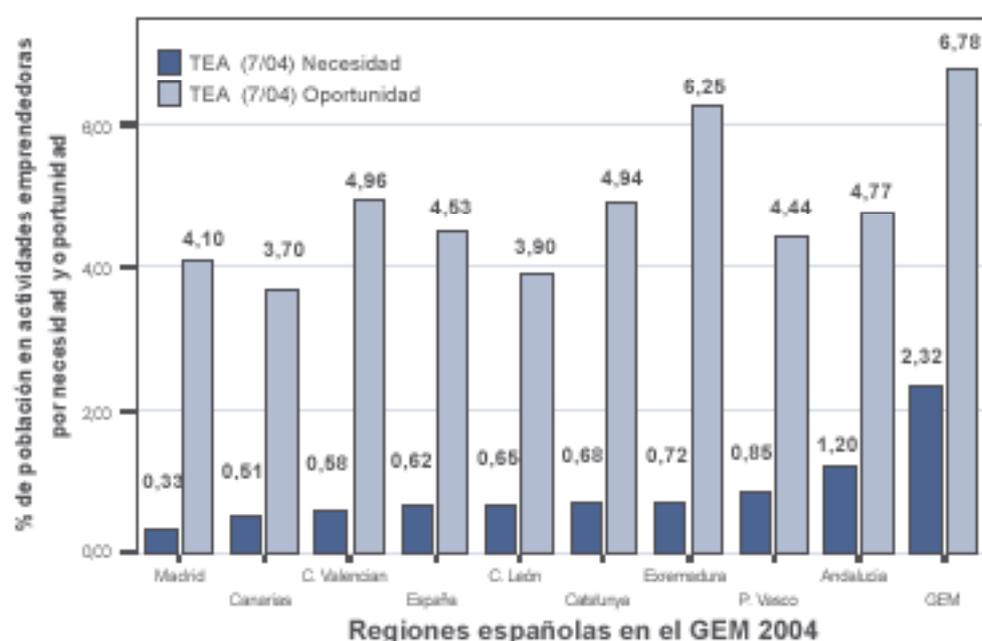




9.4 La motivación para emprender varía según las regiones

En la línea de lo antes comentado, Madrid y Canarias destacan como las Comunidades Autónomas donde, proporcionalmente hablando, la actividad emprendedora se nutre más acusadamente de empresas nacientes y nuevas por aprovechamiento de una oportunidad. Por consiguiente, no es descabellado suponer que la recesión ha podido afectar a los inversores y que se haya abierto un compás de espera hasta percibir una mayor estabilidad. En cambio, Andalucía, destaca por tener el mayor índice de actividad emprendedora por necesidad, de forma que el contingente de población que tiene falta de alternativas mejores es superior y, como hemos podido ver anteriormente, no se afecta por la recesión y crece. A esta región le siguen el País Vasco y Extremadura con índices superiores a la media española, sorprendiendo el primero de ellos porque, al tratarse de una de las regiones más desarrolladas, la actividad emprendedora por necesidad, se espera inferior.

Figura nº 74 Comparación de la motivación para emprender en las regiones españolas



9.5 Evolución esperada para el próximo año en actividad emprendedora regional

La Figura nº 75 pone de manifiesto que la actividad emprendedora crecerá discretamente a nivel español, si bien, podría seguir siendo inferior a la del 2003, recesión que podría afectar a algunas regiones como el País Vasco, la Comunidad Valenciana y Extremadura, que tal vez la sufran con retraso. En cambio, las expectativas de Canarias y Madrid, serán más acordes con lo esperado en estas Comunidades, vaticinándose un crecimiento de la actividad. Castilla y León crecerá discretamente y Cataluña y Andalucía podrían iniciar su recuperación, aunque lenta. Como se ha apuntado varias veces, el índice TEA es muy sensible al contexto económico, social y político, por lo que estas tendencias pueden acentuarse en sentido positivo o negativo, en función de la evolución de estas variables en los próximos meses.

Figura nº 75 Expectativas de creación de start up para los próximos 3 años, por regiones



Por otro lado, el cierre de negocios experimentado por los integrantes de nuestras poblaciones adultas en el período de julio de 2003 a julio de 2004, es una variable que complementa las tendencias de crecimiento, pues nos informa de la mortalidad de empresas que se está produciendo casi al mismo tiempo que las nuevas iniciativas. El panorama es alentador, dado que, en ningún caso, los niveles de mortalidad se aproximan a los de actividad emprendedora, si bien, destaca el caso de Cataluña y de Canarias que, como hemos visto, en el caso de la primera se sabe con certeza que ha sufrido una notable recesión y, en el caso de la segunda, se sospecha. En la Comunidad Autónoma de Madrid, es donde se ha mantenido una situación más positiva en este contexto.

Figura nº 76 Cierre de negocios en la población de las regiones entre julio de 2003 y julio de 2004





9.6 Características de los emprendedores por regiones

La Comunidad Valenciana se destaca de las restantes con un colectivo de emprendedores más joven, mientras que Cataluña, como es de esperar por su tradición empresarial, tiene el colectivo más maduro, seguida de cerca por Castilla y León. Además de la edad, en la siguiente tabla se puede ver el nivel de estudios predominante en el colectivo de emprendedores de cada Comunidad Autónoma, detectándose amplias diferencias entre las regiones. Así, en Madrid, la distribución es muy diferente del resto, predominando los emprendedores con estudios superiores (Diplomatura, Licenciatura y similares) hasta abarcar cerca de la mitad del colectivo, hecho que no sucede en ninguna otra zona. Le sigue en nivel, Extremadura, donde casi un 30% de los emprendedores tienen estudios medios (Formación Profesional de algún grado). En el resto predominan los emprendedores con la secundaria (Bachillerato) completada, que es el nivel medio español o bien, aunque con poca diferencia, los emprendedores con estudios obligatorios (el caso de Andalucía y Castilla y León). Finalmente, la actividad emprendedora de hombres y mujeres presenta diferencias en función de la región. En el extremo de menor participación hallamos a Andalucía, región en que la actividad femenina es hasta seis veces inferior a la masculina. En el extremo opuesto se halla Cataluña, donde por cada hombre emprendedor hay 0,57 mujeres. Por consiguiente, aunque en todas las regiones y en España en general, predomine la actividad emprendedora masculina, también es cierto que la mujer tiene un desarrollo diferente como empresaria y que éste desarrollo depende en buena medida de su percepción de las condiciones para emprender en su entorno más inmediato, como se demuestra en otros estudios complementarios¹⁶.

Tabla nº 30: Características de los emprendedores por regiones

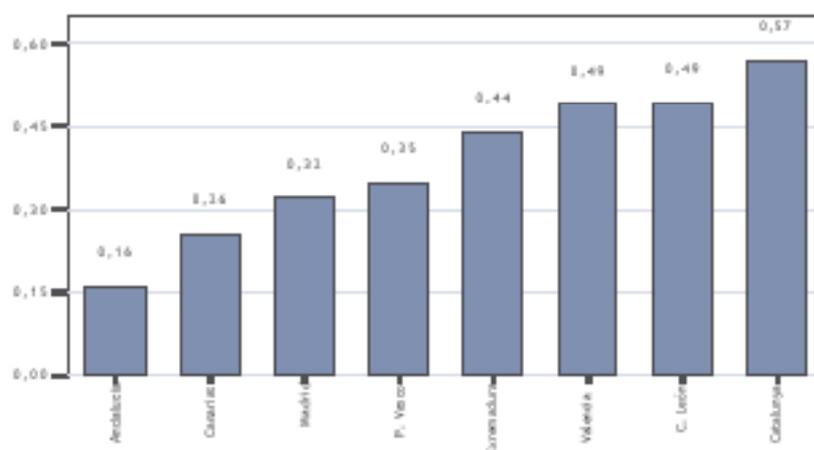
CCAA y total	Edad media	Nivel de estudios predominante	TEA Hombres	TEA Mujeres
Andalucía	39,8 años	Primarios 29,5%	5,14%	0,83%
Canarias	37,7 años	Secundarios 38,6%	6,81%	1,75%
C. León	40,6 años	Primarios 32,7%	6,07%	2,99%
Cataluña	40,8 años	Secundarios 32,3%	7,19%	4,09%
C. Valenciana	36,1 años	Superiores 27,8%	7,47%	3,66%
Extremadura	39,2 años	Medios 29,7%	9,52%	4,16%
Madrid	39,6 años	Superiores 48,1%	6,73%	2,17%
País Vasco	38,8 años	Secundarios 35,4%	7,71	2,69%
España	39,1 años	Secundarios 29,3%	7,38%	2,91%

¹⁶ María Minitti, Pia Arenius, Nan Langowitz, 2004 Report on women and entrepreneurship, publicado por The Center for Women's Leadership, Babson College, febrero de 2004



En la Figura nº 77 se pueden apreciar con claridad estas diferencias regionales presentadas en forma de ratio de mujer por cada hombre emprendedor.

Figura nº 77: Ratios de mujer/hombre emprendedor por Comunidad Autónoma

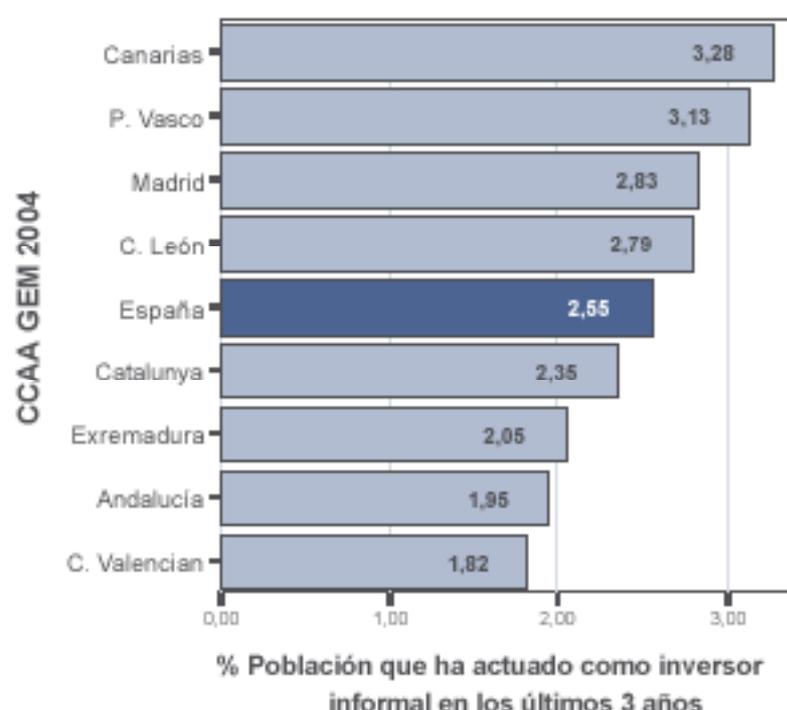


9.7 La inversión informal tipo business angel en las regiones analizadas

Cataluña, la región que se perfilaba como la que mayor actividad registraba en términos de inversión informal ha sufrido un retroceso del orden del 46% en este concepto. Así, si el año 2003 arrojó una cifra del 4,35% de su población actuando como inversor informal, este año sólo presenta un 2,35%, con lo que hay que concluir que la recesión ha afectado a esta Comunidad Autónoma de forma generalizada, tanto en la actividad emprendedora como en parte de la financiación que ayuda a sustentarla. Por consiguiente, los climas recesivos proporcionan una correlación entre la creación empresarial y la actitud retraída de la inversión, aunque algunos expertos afirman que, precisamente en momentos de crisis es cuando hay que invertir y lanzarse a la búsqueda de oportunidades. Andalucía y Extremadura también se han visto afectadas por la recesión y también ha disminuido su cupo de inversores informales: en la primera con un impacto parecido al sufrido por Cataluña y en la segunda mucho menor (48,7% y 25,4% respectivamente) Esta escenario dificulta la valoración de la inversión informal en el resto de regiones, pues al no tener datos comparativos, sólo cabe sospechar que todas son algo inferiores a lo que probablemente cabe esperar y que la recesión ha afectado seguramente a unas Comunidades más que a otras. En la edición 2005, si se da una recuperación de la actividad emprendedora, es más posible que dispongamos de un retrato más realista de esta variable. En cualquier caso, los datos demuestran que la inversión informal es muy sensible a los entornos recesivos y que, dado que cierta parte importante de la financiación de las iniciativas emprendedoras se sustenta en ella, el retraimiento de los inversores puede afectar directamente a la creación empresarial, aunque también puede suceder en parte, que el miedo a emprender en situación recesiva, haga que no se requieran sus servicios durante cierto período.



Figura nº 78 Niveles de inversión informal tipo business angel por regiones

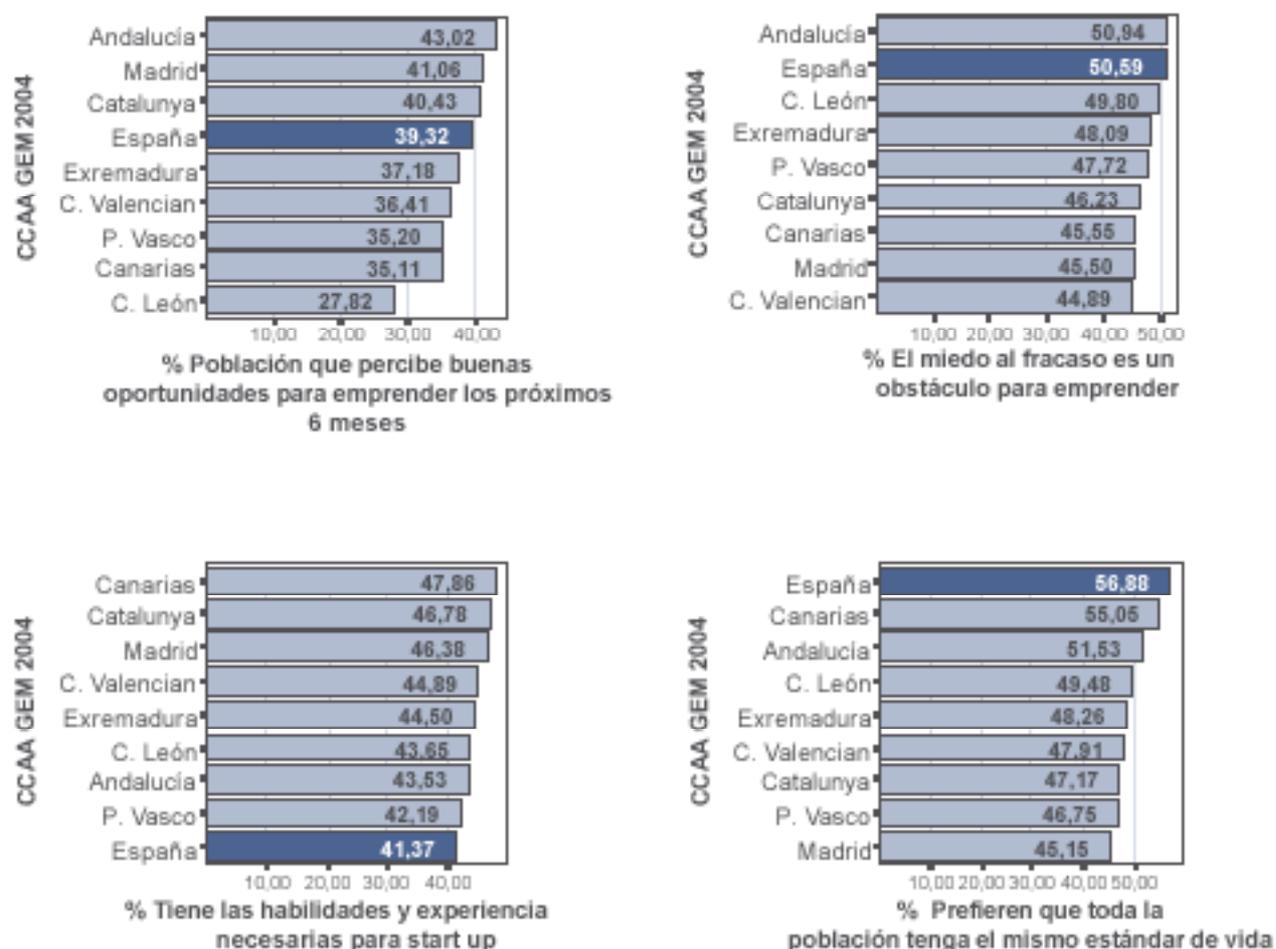


9.8 Motivación, habilidades y oportunidades para emprender: comparación regional

A pesar del clima recesivo, Andalucía es la región donde mayor porcentaje de la población percibe buenas oportunidades para emprender entre julio y diciembre de 2004, superando a la media española en 4 puntos porcentuales. La población menos optimista en este sentido es la de Castilla y León, casi 11 puntos porcentuales por debajo de la media española. Por otro lado, la población andaluza es la que muestra un mayor porcentaje de población en que el miedo a emprender supondría un freno para lanzarse, contrastando con la de la Comunidad Valenciana más de 5 puntos porcentuales por debajo. Por consiguiente, la falta de información, el clima recesivo y la falta de apoyo al emprendedor en Andalucía están suponiendo una pérdida de oportunidades para la creación empresarial en esta región, pues, por el contrario, más del 40% de la población afirma tener las habilidades y experiencia suficiente como para afrontar una puesta en marcha de negocio, tema en el que destacan especialmente las Comunidades Autónomas de Canarias, Cataluña y Madrid.

Las Comunidades Autónomas más desarrolladas destacan por desear una sociedad más competitiva que el resto. En ese sentido, Madrid, País Vasco, Cataluña y la Comunidad Valenciana (en ese orden, de mayor a menor) tienen menores porcentajes de población que desean un estándar de vida igualitario para todos. Este hecho va unido al mayor desarrollo tradicional de la clase empresarial en estas regiones, aunque la recesión registrada este año impida ver con claridad su liderazgo en este terreno. La Figura nº 79 muestra el detalle de las diferencias regionales en algunas de las variables que miden parte de la motivación y la habilidad de la población para emprender.

Figura nº 79: Análisis de factores que inciden en la motivación y la habilidad para emprender por regiones



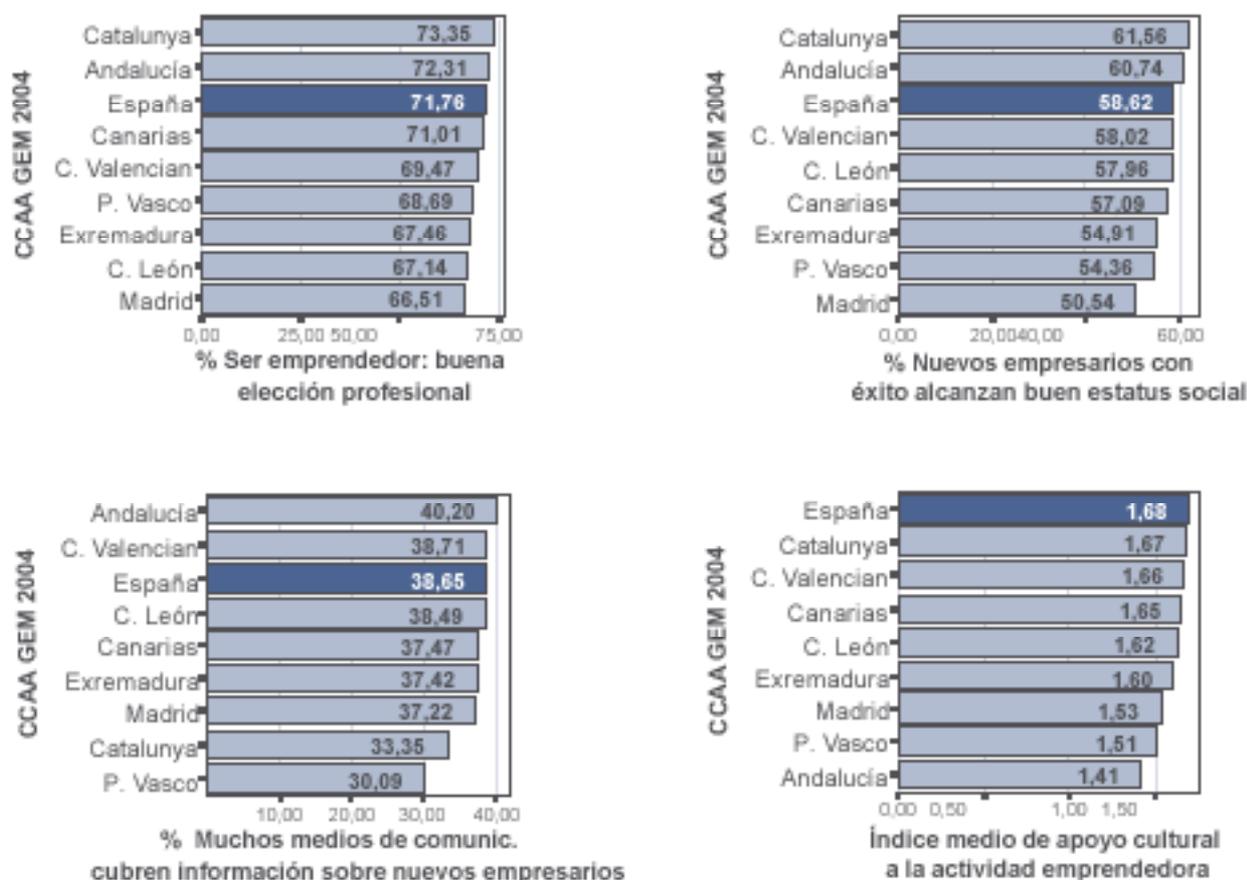
Otras variables importantes hacen referencia a la valoración del estatus del empresario y a la visión que tiene la sociedad de esta figura. En Cataluña, la población tiene bastante claro que ser empresario es una buena opción de carrera profesional y, en general, en todas las Comunidades Autónomas se registra buena aceptación de este concepto, sin embargo es esta región la que, unida a Andalucía queda por encima de la media en este aspecto. También son estas Comunidades Autónomas las que más afirman que los nuevos empresarios que tienen éxito alcanzan estatus de reconocimiento social. La población menos convencida de ambos aspectos es la de Madrid.

Ninguna población supera el 40% de afirmaciones acerca de que muchos medios de comunicación cubren profusamente la información sobre nuevos empresarios exitosos. Andalucía y la Comunidad Valenciana están por encima de la media en este aspecto y, por el contrario el País Vasco es la Comunidad en que menor percepción tiene la población de que esto suceda, quedándose en un 30% de afirmaciones.



Finalmente, todas las regiones participantes en la edición 2004 están por debajo de la media española en términos del índice de apoyo cultural a la actividad emprendedora. Andalucía y el País Vasco son las sociedades que menos apoyo dan a los emprendedores y Cataluña, demostrando una vez más su tradición, la que más, seguida de cerca por la Comunidad Valenciana.

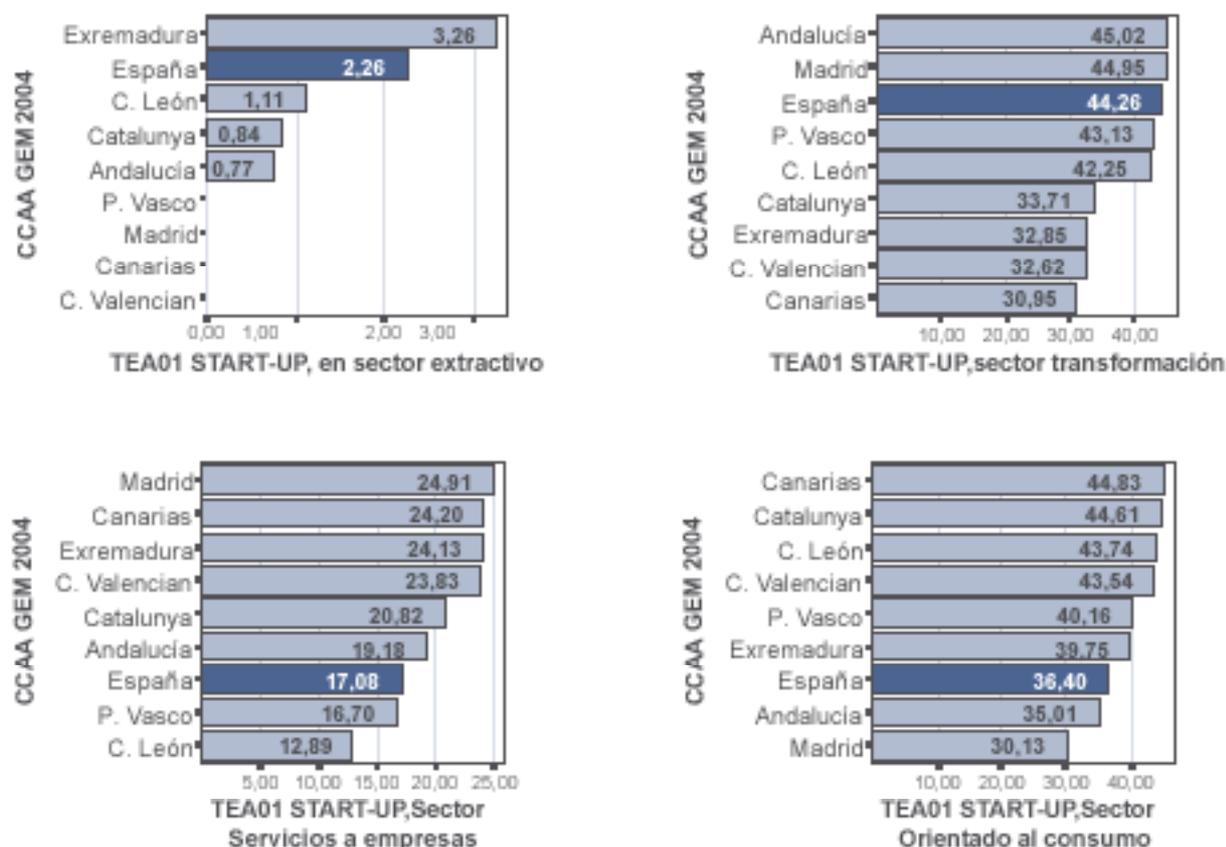
Figura nº 80 Comparación de factores de apoyo al desarrollo de la actividad emprendedora por regiones



9.9 Tipo de negocios creados: comparación regional

El sector extractivo es el que, en general recibe menos iniciativas emprendedoras y, además, ha sufrido un importante retroceso en Andalucía, la región puntera en este terreno, así como en Extremadura que, pese a todo se ha mantenido bastante estable. El porcentaje de empresas nacientes en este sector es muy bajo en toda España, sobresaliendo, dentro de esta tónica tan discreta, la región de Extremadura, por tema coyuntural, seguida de Castilla y León, Cataluña y Andalucía. El rigor climático del año 2005, no hace pensar, además, en una posible recuperación en la parte agrícola, incluso aunque mejoren las condiciones de entorno y se inicie un clima de recuperación general. El sector de transformación registra una actividad mayor, captando por término medio cerca de un 40% de las empresas nacientes. La región que tiene mayor porcentaje de empresas nacientes en este sector es Andalucía, seguida de cerca por Madrid y, la que menor registro de empresas nacientes Canarias. En cuanto al sector de servicios para empresas, la región puntera es Madrid, seguida de Canarias y la menos activa Castilla y León. Finalmente, el sector orientado al consumo, el que más capta iniciativas emprendedoras en general, está encabezado por Canarias, seguido de Cataluña y Castilla y León, teniendo menor incidencia en la Comunidad de Madrid, comparativamente hablando.

Figura nº 81 Start up por sectores en la regiones



9.10 Las condiciones específicas de entorno: comparación regional

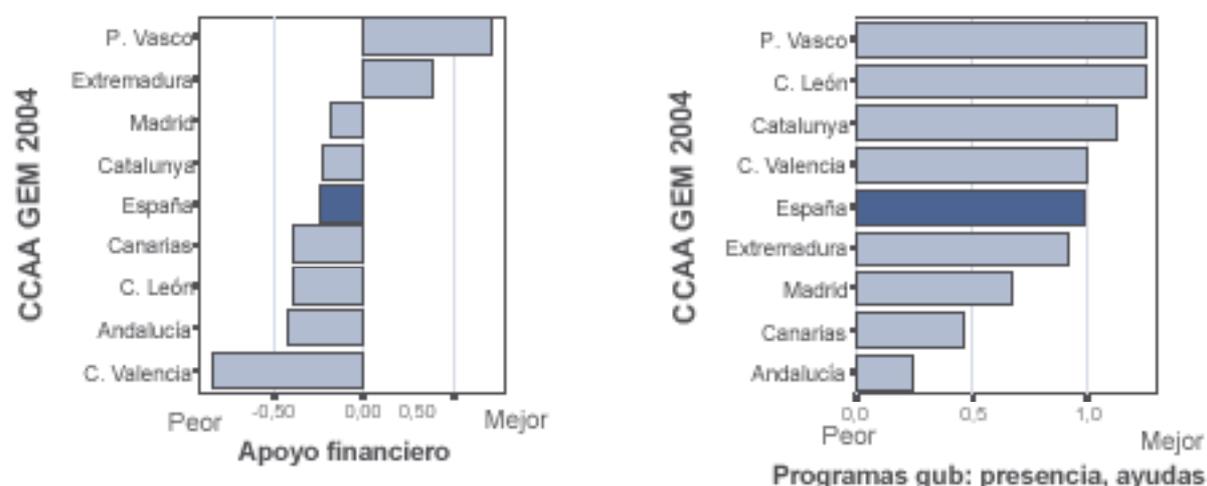
Las condiciones específicas de entorno configuran el escenario que puede o no favorecer la actividad emprendedora de las diversas zonas geográficas que configuran los países y, por consiguiente, las variables que las caracterizan deben ser cuidadosamente contempladas a la hora de diseñar políticas públicas. A medida que se suceden las ediciones del informe GEM se va haciendo más evidente que las recomendaciones son más acertadas cuanto más se aproximan a la problemática de pequeñas zonas geográficas, por lo que el estudio regional está constituyendo un gran acierto en ese sentido. En España, las regiones presentan diferencias y similitudes en cuanto al estado de las condiciones de entorno que se pulsán cada año mediante la opinión de expertos. El hecho de contar con una muestra de 36 expertos por región, cuatro de cada una de las áreas estudiadas, garantiza una visión concentrada en cada una de ellas que pone el acento en sus problemas específicos. Si bien, en los informes regionales se ofrece información detallada de cada una de las condiciones de entorno, en este informe de carácter nacional, se ofrece un resumen comparativo de su estado respecto de la media española por medio de un conjunto de gráficos sintéticos en los que se observa lo siguiente:

Apoyo financiero en general a la actividad emprendedora: es un obstáculo generalizado en toda España, pero dentro de esta tónica global, las Comunidades Autónomas del País Vasco y de Extremadura presentan una situación más favorable y bastante por encima de la media española. También Madrid y Cataluña están por encima de esa media, pero dentro de una percepción negativa. La Comunidad que se siente más desfavorecida en este aspecto es la Valenciana.

Programas gubernamentales de apoyo a la actividad emprendedora: en general, la percepción es positiva en todas las regiones españolas, siendo el País Vasco, Castilla y León, Cataluña y Valencia, las que presentan valores superiores a la media española y siendo Andalucía la que se siente más distanciada en cuanto a su apoyo.



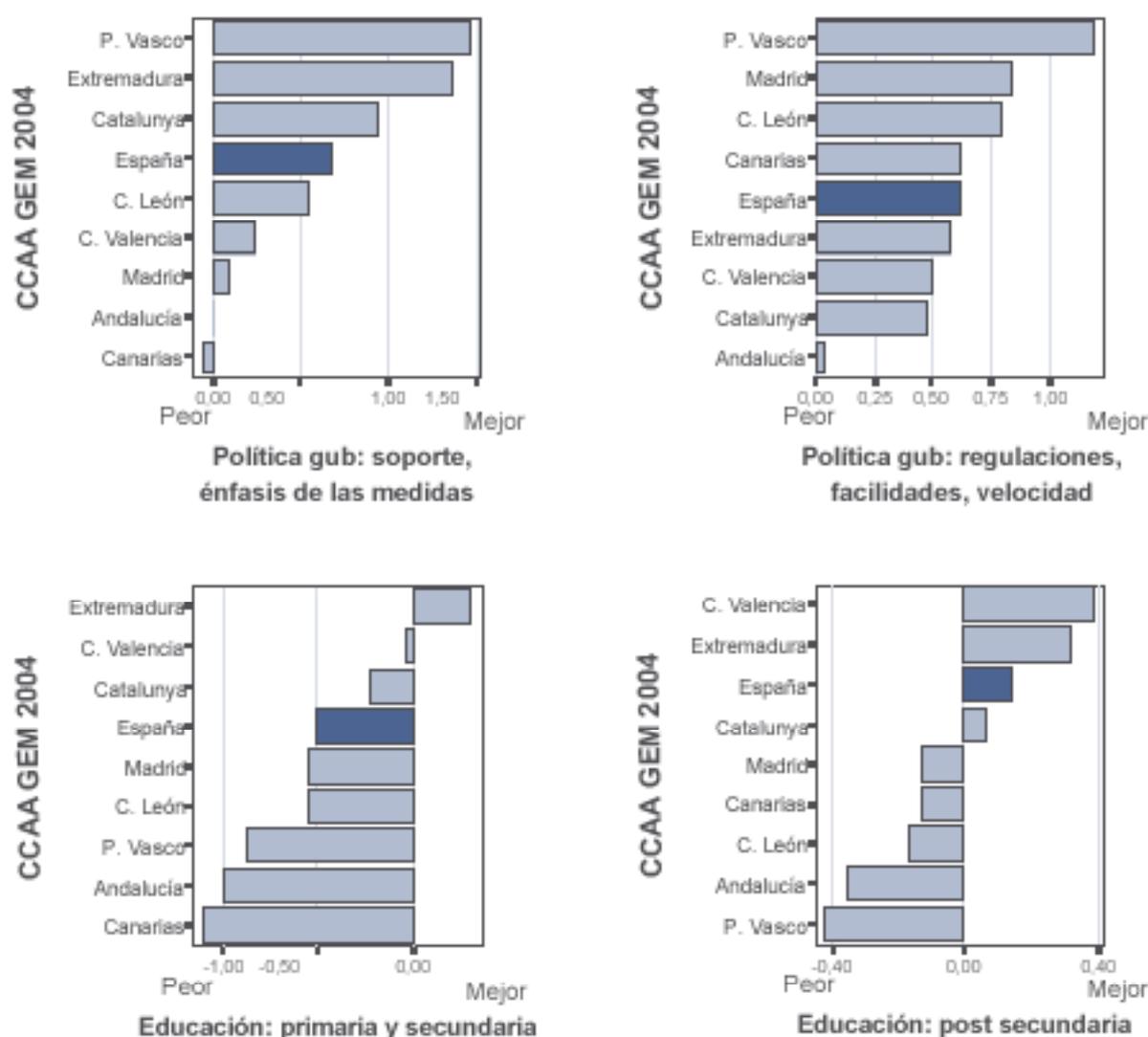
Figura nº 82 Apoyo financiero y Programas Gubernamentales en las CCAA



Políticas gubernamentales de apoyo a la actividad emprendedora: divididas en dos aspectos diferenciados, las políticas públicas de apoyo a la actividad emprendedora se perciben como bastante correctas en casi todas las regiones, estando el País Vasco, Extremadura y Cataluña por encima de la media española y quedando desplazada y con una percepción negativa, las Comunidades de Andalucía y, sobre todo Canarias. Por otro lado, las políticas de regulación, impuestos, trámites burocráticos y similares se valoran positivamente en todas las regiones, estando el País Vasco, Madrid, Castilla y León y Canarias, por encima de la media y, de nuevo, desplazada la Comunidad de Andalucía, si bien no alcanza un plano completamente negativo.

Educación y formación orientada hacia el fomento del espíritu emprendedor: segmentada en dos tramos, el referido a la educación primaria y secundaria y el referido a la educación post-secundaria, esta condición de entorno se percibe como bastante negativa en casi todas las regiones y en España en general. Sin embargo, hay regiones en que se percibe que el sistema educacional de primaria y secundaria está mejorando en este aspecto, lo cual es una noticia largamente esperada. Especialmente destaca Extremadura, región que ha sido objeto de un gran desarrollo emprendedor que avala, por consiguiente, esta percepción de que en centros de enseñanza de primaria y secundaria se toman medidas de fomento al espíritu emprendedor. Se trata pues, de una región a estudiar por parte de las entidades gubernamentales en este aspecto. En educación post-secundaria, el panorama es algo más alentador y llega a percibirse como positivo en las Comunidades Autónomas de Valencia, Extremadura y Cataluña, que son las que inclinan la media española hacia el tramo positivo. Las Comunidades Autónomas más desplazadas en educación primaria y secundaria orientadas hacia el fomento emprendedor son Andalucía y Canarias y las más atrasadas en la formación post-secundaria en este sentido, Andalucía y el País vasco. Por consiguiente, este análisis da una idea de las zonas que necesitan actuaciones más urgentes en esta materia y de los ejemplos que se pueden consultar en busca de ayuda para el diseño de medidas.

Figura nº 83 Políticas gubernamentales y educación y formación orientadas al fomento de la actividad emprendedora por regiones

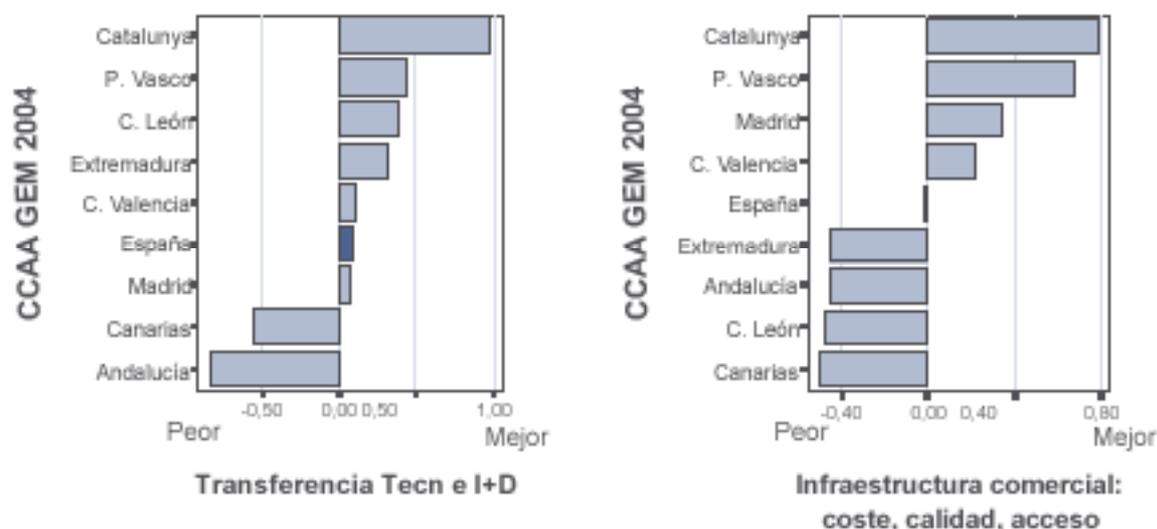


Transferencia de I+D: Las regiones de Cataluña y el País Vasco son aquellas en que se percibe un mejor estado de la transferencia de I+D entre entidades universitarias y de investigación hacia el mundo empresarial. Esta variable, en situación bastante precaria en España en general, es una de las que mayor atención requiere para fomentar el potencial de crecimiento, diversificación y desarrollo de las PYMES. Canarias y Andalucía están mucho más atrasadas que el resto en este aspecto.

Acceso y calidad de la infraestructura comercial y de servicios a empresas: de nuevo Cataluña y el País vasco destacan como las Comunidades donde estos servicios resultan más asequibles y desarrollados. Madrid y la Comunidad Valenciana les siguen con una tónica positiva pero más moderada. En cambio, se trata de una asignatura pendiente en Extremadura, Andalucía, Castilla y León y, sobre todo, Canarias. El peso de éstas y otras regiones españolas, inclinan la balanza hacia una media global algo negativa.

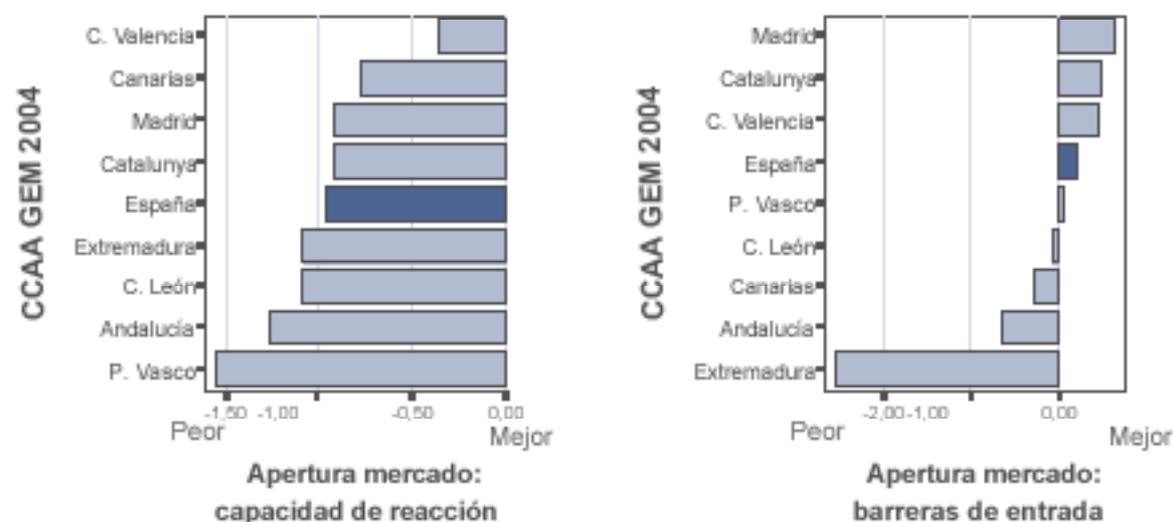


Figura nº 84 Estado del acceso, calidad y desarrollo de servicios a empresas por regiones



Apertura del mercado interno: La capacidad de reacción de nuestros mercados es bastante precaria en general y, en ninguna región se percibe como un elemento positivo. La Comunidad Valenciana parece la región menos desfavorecida en este aspecto, pero siempre dentro de un escenario negativo. El País Vasco es el mercado que se percibe como menos capaz de reaccionar frente a los cambios. Finalmente, en cuanto a apertura, Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana son las que mejor acogida brindan a nuevas iniciativas emprendedoras, mientras que Extremadura se percibe como la que más trabas y barreras pone a los emprendedores.

Figura nº 85 Estado de la capacidad de reacción y apertura de los mercados internos por regiones

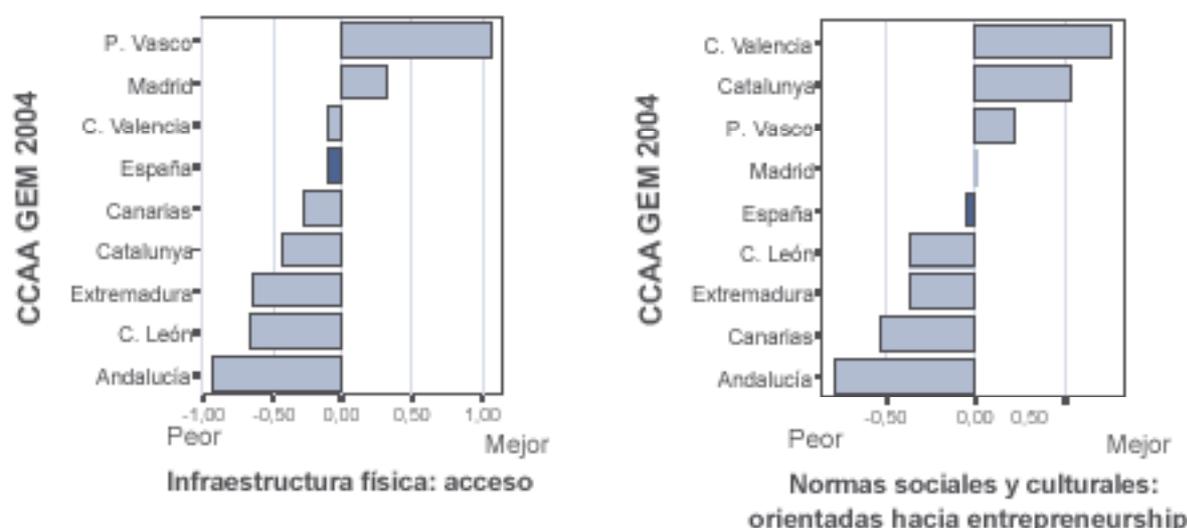




Acceso a infraestructura física en las regiones: El País Vasco, seguido a cierta distancia de Madrid, es la Comunidad Autónoma con mejores accesos a infraestructura física, es decir, a la consecución de locales para emprender, mejores ubicaciones, coste de las mismas, comunicaciones y consecución de servicios infraestructurales en general. La menos desarrollada en este aspecto es Andalucía. En general es un aspecto poco favorecido en España y casi todas las regiones quedan por debajo de la media, aunque puede haber diferentes motivos. Así, por ejemplo, en Cataluña podría percibirse como negativa esta variable por saturación, mientras que en Canarias, Andalucía, Extremadura y otras, podría ser por déficit de inversión en polígonos industriales, comunicaciones y lentitud en la consecución de determinados servicios.

Normas sociales y culturales de apoyo al emprendedor: Se trata de un aspecto que mejora pero muy lentamente en toda España, de forma que la media sigue sin ser positiva. Sin embargo, hay regiones donde la percepción de ese apoyo es mucho más notable. Tal es el caso de la Comunidad Valenciana, que se está revelando como una región dinámica con un empresariado joven y de Cataluña, donde el apoyo al empresario es patente y tradicional. Les siguen de lejos el País Vaco y Madrid, siendo Andalucía y Canarias las regiones más desfavorecidas en este aspecto.

Figura nº 86 Acceso a infraestructura física y estado de las normas sociales y culturales de las regiones en su apoyo al emprendedor

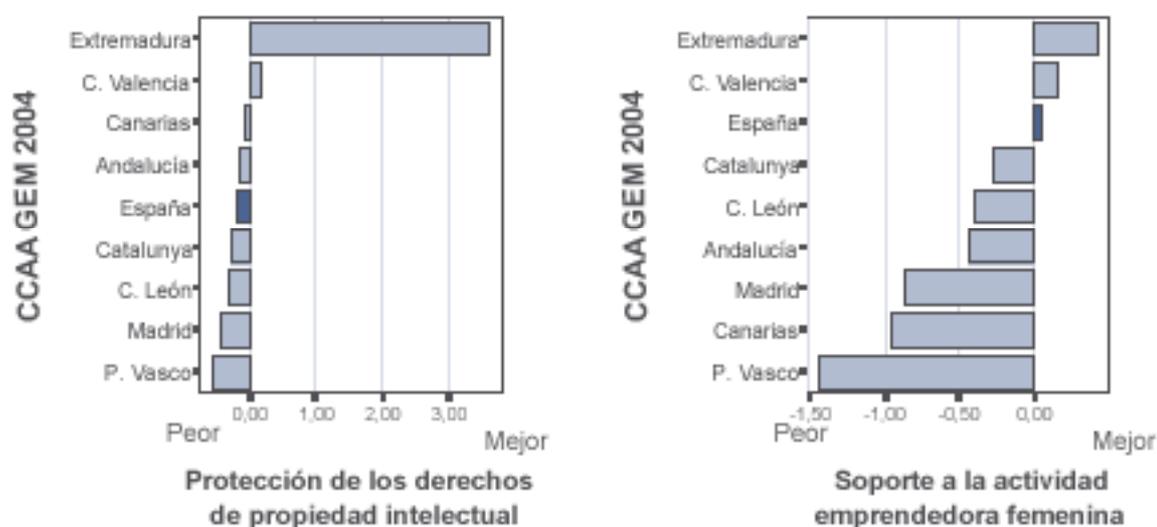


Respecto por los derechos de propiedad intelectual, patentes y similares: Extremadura destaca ampliamente del resto de regiones en este aspecto y en un plano positivo. Esta variable, fundamental para el buen clima de desarrollo de iniciativas emprendedoras, especialmente, las de carácter innovador, no se percibe en buen estado en general en España. Salvo el caso de Extremadura y un moderado plano positivo en Valencia, el resto de regiones muestra una situación algo negativa y muy similar a la media española. La Comunidad más desfavorecida en este terreno es el País Vasco, pero cerca de la media.

Apoyo a la actividad emprendedora femenina: aunque la media española tiende a ser positiva, las únicas regiones en que se percibe de forma tímida pero positiva este apoyo son Extremadura y Valencia. La que tiene una percepción más negativa es el País vasco, seguido a cierta distancia por Canarias y Madrid.



Figura nº 87 Respecto a la propiedad intelectual y apoyo a la actividad emprendedora de la mujer por regiones



Para más detalles sobre el estudio de la actividad emprendedora en las ocho Comunidades Autónomas que participan en la edición 2004 del proyecto GEM, se recomienda consultar los informes específicos que han confeccionado los respectivos equipos regionales, cuyos datos figuran en este informe.



X CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El año 2004 ha sido un año con componente recesiva en el ámbito de la actividad emprendedora que ha supuesto una caída del orden del 23,9% en el índice TEA que mide el nacimiento de empresas y negocios y la existencia de nuevas empresas que no superan los 42 meses de actividad. La caída ha afectado al porcentaje de empresas nacientes o start-ups siendo en cambio, la buena noticia, el mantenimiento y, por consiguiente, la estabilidad de la tasa de empresas nuevas. Así, las iniciativas emprendedoras de los dos años anteriores parecen gozar de buena salud y se están consolidando, mientras que los potenciales emprendedores se han retraído y esperan a que el clima general económico, social y político mejore.

La caída de la actividad emprendedora ha venido acompañada de un retroceso en la inversión informal, que es un pilar importante de apoyo al nacimiento de empresas, junto a la financiación bancaria. El apoyo gubernamental se ha mantenido en una tónica positiva y ha favorecido, especialmente al colectivo de mujeres emprendedoras. El capital riesgo ha dado un vuelco positivo muy espectacular, pero no se ha notado su incidencia en el apoyo a la PYME, salvo en sectores muy innovadores y de base tecnológica. Es de esperar que su mayor desarrollo y equiparación a la actividad de la UE en el sector, acabe por incidir positivamente en la ayuda a la financiación de las iniciativas emprendedoras en general.

Al cierre de esta edición se siguen registrando como temas clave para mejorar la capacidad emprendedora de España en general, la educación orientada a fomentar el espíritu emprendedor, la financiación, ciertas políticas gubernamentales (especialmente la continuación de la mejora de la ventanilla única, los impuestos y la atención al empresario en materias de seguridad social y desempleo), las normas sociales y culturales de apoyo, la transferencia de I+D, la inversión en innovación y el respeto por la propiedad intelectual.

Los canales de comunicación e intercambio entre empresa, universidad y centros de investigación deben mejorar y extenderse más por toda la geografía, pues existen diversos ejemplos que están teniendo éxito y auge, pero a veces son tan incipientes que su impacto todavía no se ha percibido, estando además, muy localizados geográficamente. Tal es el caso de los parques tecnológicos de Madrid y Cataluña, a los que se están uniéndose rápidamente otras regiones como la Valenciana. Nuestra posición en cuanto a creación de PYMES de alto potencial de crecimiento es muy precaria y desfasada a nivel de

la UE, de forma que se trata de un tema urgente al que hay que prestar atención.

Las iniciativas emprendedoras se encuadran excesivamente en el sector orientado al consumidor, siendo el sector extractivo uno de los grandes olvidados por los potenciales emprendedores. Si la situación ha sido más que discreta en el 2004, para el 2005, la climatología invernal ha dejado un escenario todavía menos propicio y atractivo para emprender en sectores como el agrícola y el ganadero. Sin embargo, hay expertos que afirman que en situaciones de crisis es cuando hay que atreverse a invertir y a sacar adelante nuevas iniciativas en sectores desfavorecidos, por lo que, tal vez, sea un buen momento para tratar de dinamizar este sector con información sobre sus necesidades y fomento de la innovación en algunos planteamientos que pueden ayudar a mejorar las prácticas de gestión enfrentadas al cambio climático y sus posibles consecuencias a medio plazo.

La mujer sigue avanzando en su inmersión en la actividad emprendedora, pero de forma muy discreta y con una componente mucho más conservadora que el hombre. En este terreno es necesario incrementar la formación y la mejora de la autoestima, especialmente en las mujeres que abordan carreras técnicas y que deberían incorporarse a la creación de empresas de base tecnológica y fundamentadas en la innovación. Nuestros estudios y los que se llevan a cabo a nivel global, ponen de manifiesto que las mujeres tienden a llevar a cabo iniciativas en mercados maduros, imitando la mayoría de las veces negocios existentes enfocados al servicio o al comercio y con pocas expectativas de crecimiento y creación de empleo. Se trata de un problema de mentalidad y ahí es donde se debe incidir en el cambio. La preparación de muchas jóvenes licenciadas es suficiente como para atreverse a explorar otros caminos, que si bien pueden conllevar mayor riesgo, también pueden proporcionar más satisfacciones a la larga. Las instituciones que apoyan a la mujer deben hacer campaña en este sentido, así como orientarlas hacia una formación específica que les permita presentar sus proyectos empresariales de forma atractiva y consistente, lo cual les permitirá un acceso más fácil a la financiación.

Las entidades de apoyo al fenómeno emprendedor, tanto gubernamentales como de otros tipos, deben analizar cuidadosamente el estado de las condiciones de entorno a nivel regional y local, siendo más acertado el diseño de políticas públicas específicas y adaptadas a pequeños territorios que el diseño de políticas globales para todo el país. Así, hay temas concretos que se pueden mejorar en general, como son las condiciones de atención al



empresario en materia de seguridad social y desempleo, pero hay otros que resultarán más acertados si se atiende a lo que sucede en cada zona. La actividad emprendedora en las zonas rurales, por ejemplo, está muy minimizada y, además, la poca que hay, se está viendo afectada por la competencia que supone la mano de obra barata de países como Marruecos, Rumanía y otros de la geografía oriental. Muchas pequeñas empresas se han trasladado a estos países llevándose consigo los puestos de trabajo de pequeñas localidades que mantenían a una parte importante de la población. En dichas localidades, la falta de previsión de desarrollo de otras iniciativas alternativas, está suponiendo un grave problema que puede derivar en emigraciones a ciudades ya saturadas y que poco tienen que ofrecer a estas personas, además de un retraimiento de los jóvenes que están estudiando fuera y que, de haber actividad y efervescencia en sus localidades de origen, volverían a ellas. Sectores como el textil, la confección y el calzado están padeciendo situaciones de este tipo. Si a todo ello añadimos que el sector agrícola está acogiendo a un gran contingente de emigrantes, el escenario resulta preocupante para miles de personas que quedan atrapadas en zonas rurales. Para estas localidades sería interesante establecer un plan de recogida de información vía ayuntamientos e instituciones gubernamentales de la Comunidades Autónomas en que se contrastasen cifras de demanda de empleo, cierre de negocios, sectores potenciales de actividad basados en los recursos naturales de cada localidad y sus posibilidades de oferta de infraestructura física, para tratar de ubicar nuevas iniciativas empresariales en ellas paliando así los efectos de esa destrucción de empleo motivada por circunstancias coyunturales. También pueden contribuir al desarrollo de planes específicos, las agencias de desarrollo local. En definitiva, se trata de aprovechar más la red de información existente para trabajar a niveles locales de mejora de canalización de oportunidades emprendedoras que pueden favorecer a muchos colectivos.

El Proyecto GEM seguirá en su dinámica de identificación de aciertos y problemas por resolver, tratando de aportar ideas e información que sirvan para una mejor comprensión del fenómeno emprendedor en nuestro país y en el plano internacional en general. España debe aspirar a mantener estable el índice de creación empresarial, prestando especial atención a la creación de negocios con potencial de crecimiento e innovación. Hay que cuidar la fase de start-up y motivar a las potenciales empresarios para que presenten proyectos bien realizados, en los que se haya estudiado profundamente la oportunidad, la viabilidad, la ubicación y todas aquellas variables que puedan influir en su éxito. Más que un gran volumen de generación de negocios, lo que interesa es una creación moderada pero sólida y sostenible. Evidentemente, la situación económica y política mundial influirá en las posibles recesiones y recuperaciones del sector, pero debemos aprender a valorar también las circunstancias de cada región en particular y estudiar el potencial de las localidades, paso importante para garantizar hasta donde sea posible, la supervivencia de las nuevas empresas.





Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM España 2004



PATROCINADORES E INSTITUCIONES

Aragón



Cantabria



Castilla y León



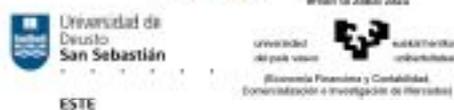
Cataluña



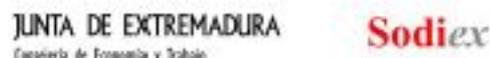
Comunidad Valenciana



País Vasco



Extremadura



Madrid



Instituto de Empresa
María de Belén, 11 y 18
28004 Madrid - España
Tel. (0034) 91 564 55 50
Fax. (0034) 91 564 55 58