

Director del Proyecto: Ignacio de la Vega Pastor
Dirección Técnica y de Investigación: Alicia Coduras
Investigadoras: Cristina Cruz, Rachida Justo
Administradora del proyecto: María Pía Nogueira



dos mil **05**

Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM España

dos
mil **05**

Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM España



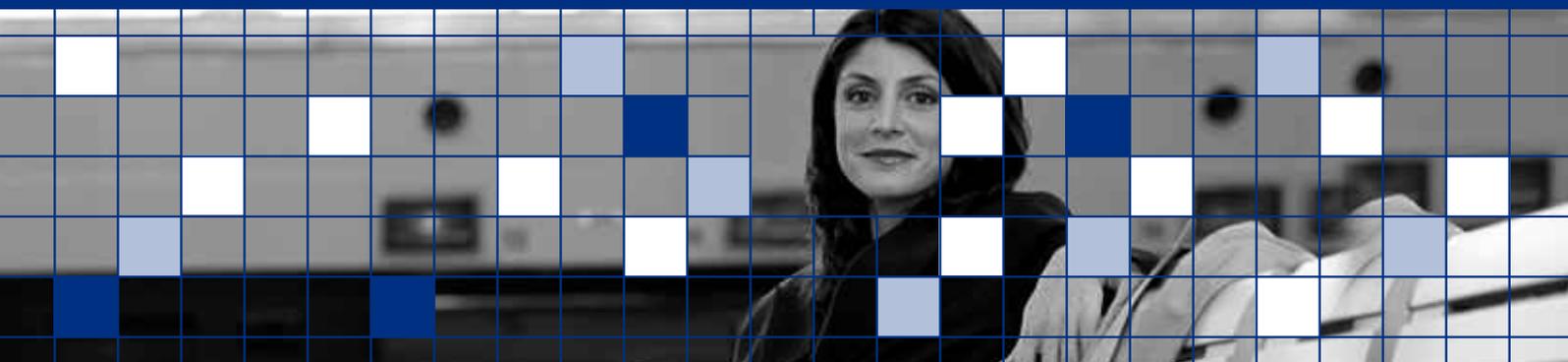
Patrocinadores

EQUIPO INVESTIGADOR	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional (2000)	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega (Director del Proyecto GEM España) Alicia Coduras (Directora Técnica del Proyecto GEM España) Cristina Cruz Rachida Justo María Pía Nogueira (Administración)	 Instituto de Empresa Business School  Banesto Fundación Cultural Escuela Pyme  Cámaras Fundación INCYDE
Andalucía (2003)	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director del Proyecto GEM Andalucía) José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Álvaro Rojas Antonio Rafael Ramos Salustiano Martínez	 JUNTA DE ANDALUCÍA Centro de Estudios Andaluces CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA  UCA Universidad de Cádiz  JUNTA DE ANDALUCÍA CONSEJERÍA DE INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPRESAS  Unicaja  endesa
Canarias (2004)	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista (Directora del Proyecto GEM Canarias) Alicia Bolívar Cruz, Rosa M. Batista Canino Desiderio García Almeida, Esther Hormiga Pérez Agustín Sánchez Medina, Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte Alicia Correa Rodríguez Ana González Pérez	 La Caja de CANARIAS  Caja Canarias OBRA SOCIAL CULTURAL  Gobierno de Canarias Consejería de Economía y Hacienda Dirección General de Promoción Económica  Cámara Las Palmas  Gobierno de Canarias  Servicio Canario de Empleo  Unión Europea Fondo Social Europeo
Castilla y León (2004)	Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director del Proyecto GEM Castilla y León) Constantino García Ramos Noemí Huerga Pérez Nuria González Álvarez Vanessa Solís Rodríguez	 Universidad de León  Junta de Castilla y León  Ade Agencia de Desarrollo Económico de Castilla y León  CEE centros europeos de empresas e innovación de Castilla y León
Cataluña (2003)	Universitat Autònoma de Barcelona Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	Carlos Guallarte (Director del Proyecto GEM Cataluña) Teresa Obis Alex Rialp Josep M ^a Surís Anaís Tarragó	 Universitat Autònoma de Barcelona  INSTITUT D'ESTUDIS REGIONALS I METROPOLITANS DE BARCELONA  Generalitat de Catalunya Departament de Treball i Indústria  Diputació Barcelona xarxa de municipis
Comunidad Valenciana (2004)	Universidad Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras (Director del Proyecto GEM en la C. Valenciana) Ignacio Mira Solves Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú	 AIR NOSTRUM  UNIVERSITAT Miguel Hernández
Galicia (2005)	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia (BIC Galicia) Grupo de investigación "Métodos y gestión de empresas"	Fausto Santamarina Fernández Araceli de Lucas Sanz (Directora del proyecto GEM en Galicia) Marta Amate López José Antonio Neira Cortés Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo José Díez de Castro Guillermo Sánchez Vilariño Emilio Ruzo Sanmartín Begoña Barreiro Fernández Fernando Losada Pérez Miguel Freire Neira	 CEG  EURO INFO CENTRO GALICIA  BIC GALICIA  USC UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

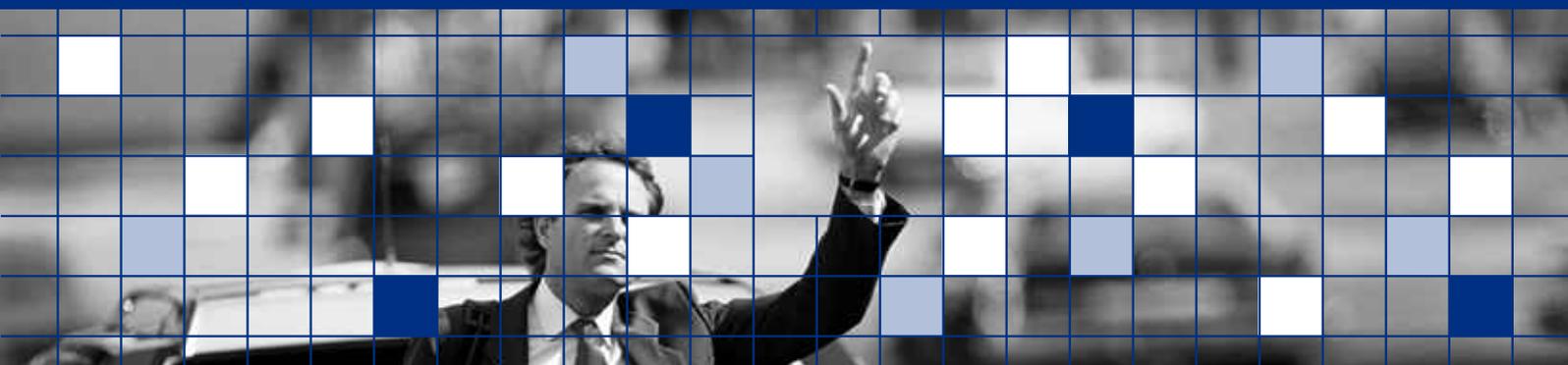
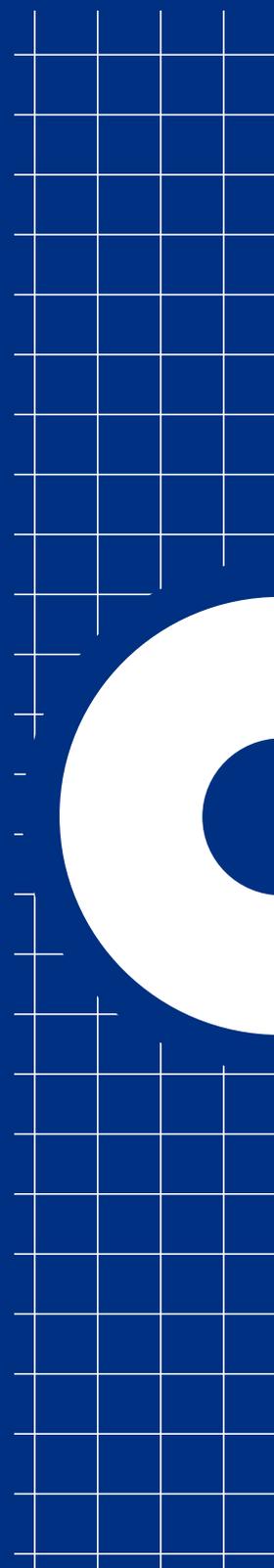
EQUIPO INVESTIGADOR	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Extremadura (2003)	Fundación Xavier de Salas-Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Coordinador del Proyecto GEM Regional en España y Director del Proyecto GEM Extremadura) J. Carlos Díaz Casero	
Madrid (2004)	Universidad Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno Campos (Director del Proyecto GEM Madrid) Carlos Merino Lidia Villar Miguel Palacios (Universidad Politécnica de Madrid)	
Navarra (2005)	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (CEIN)	Pilar Irigoyen (Directora del Proyecto GEM Navarra) Iñaki Más Erice Arantxa Ibarrola Iñaki Lavilla	
País Vasco (2004)	Universidad de Deusto Universidad del País Vasco	Iñaki Peña (Director del Proyecto GEM País Vasco) Mikel Navarro Francisco Olarte M ^a José Aranguren Juan José Gijaba Saioa Arando Nahikari Irastorza María Saiz Arturo Rodríguez	

INDICE DE CONTENIDOS

Capítulos y apartados	págs.
I. Introducción al GEM Fase II	9
II. El Proyecto GEM: Conceptualización y Modelo teórico	12
III. Resumen ejecutivo	13
Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en España	16
1.1. Actividad emprendedora registrada en la población adulta española	17
1.2. Dinámica empresarial en la población adulta española	18
1.3. Actividad emprendedora en el contexto internacional	20
1.4. Dinámica empresarial en el contexto internacional GEM	23
1.5. Potencial emprendedor en la población adulta española y en el contexto internacional	28
Capítulo 2: Tipos de comportamiento emprendedor	30
2.1. Introducción	31
2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor	31
2.3. Principales motivos que están impulsando la decisión de emprender por oportunidad en España y en el contexto internacional	34
2.4. Desarrollo del proceso emprendedor	35
Capítulo 3: Perfil socioeconómico del emprendedor español	38
3.1. Género	39
3.2. Edad	40
3.3. Educación	42
3.4. Nivel de renta	43
3.5. El proceso emprendedor en zona rural y en zona urbana	44
3.6. Tipo de dedicación	45
Capítulo 4: El proceso emprendedor de la mujer en España	47
4.1. La actividad emprendedora femenina en España desde una perspectiva internacional	48
4.2. El apoyo institucional a la mujer emprendedora	50
4.3. Género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora	51
4.3.1. El temor al fracaso	52
4.3.2. Habilidades y conocimientos para la creación de empresas	53
4.3.3. Conocer a un emprendedor	53
4.3.4. Percepción de oportunidades para la creación de empresas	54
4.4. Conclusiones	54

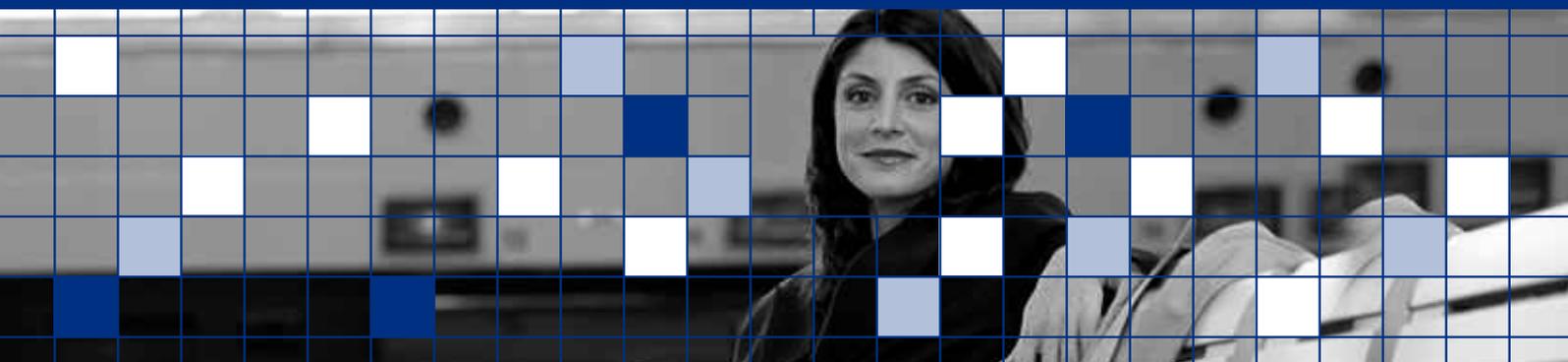


Capítulo 5: Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en España	55
5.1. Introducción	56
5.2. Dimensión de las actividades derivadas del proceso emprendedor medidas a través del volumen de negocio y el número de empleados	56
5.3. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor	58
5.4. Actividad emprendedora de las empresas integradas en el proceso emprendedor	61
5.5. Innovación en las empresas nacientes, nuevas y consolidadas	63
5.6. Uso de nuevas tecnologías en las empresas nacientes, nuevas y consolidadas	67
5.7. Expansión en el mercado y nivel de competencia de las empresas nacientes, nuevas y consolidadas	71
5.8. Internacionalización de las empresas nacientes, nuevas y consolidadas	74
Capítulo 6: Actividad emprendedora e inmigración en España	77
6.1. Introducción	78
6.2. Actividad emprendedora early stage de inmigrantes en España	79
6.3. El proceso emprendedor del inmigrante en España	81
6.4. Perfil del emprendedor inmigrante	82
6.4.1. Emprendedor inmigrante que ha venido por necesidad a España	82
6.4.2. Emprendedor inmigrante que ha venido por otro motivo a España	84
6.5. Características de las empresas creadas por los inmigrantes en España	85
6.5.1. Emprendedor inmigrante que ha venido por necesidad a España	85
6.5.2. Emprendedor inmigrante que ha venido por otro motivo a España	88
6.6. Financiación de la actividad emprendedora naciente de inmigrantes en España	91
Capítulo 7: Financiación del Proceso Emprendedor Español	92
7.1. Introducción	93
7.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha un start up en el 2005 en España	93
7.3. Las fuentes de financiación que se utilizan en el proceso emprendedor	95
7.4. El retorno de la inversión realizada por el emprendedor	98
7.5. El papel del Inversor Informal tipo Business Angel en España y en el entorno GEM	99
7.6. El perfil del Inversor Informal tipo Business Angel en España	101
7.7. El retorno de la inversión esperado por los inversores informales	103
7.8. El papel de las entidades bancarias y de ahorro en el proceso emprendedor	106
7.9. El papel del Capital Riesgo en el proceso emprendedor	109



INDICE DE CONTENIDOS

Capítulo 8: La existencia de oportunidades, motivación y capacidad para emprender en la población adulta española	112
8.1. Introducción	113
8.2. La percepción de buenas oportunidades para emprender	113
8.3. Motivación para emprender en la población adulta española	116
8.4. La opinión de los expertos acerca de la motivación para emprender en la población adulta española	117
8.5. Habilidades y conocimientos para emprender en la población adulta española	118
Capítulo 9: Las condiciones específicas de entorno para emprender en España en el 2005	121
9.1. Introducción	122
9.2. Análisis general del entorno en que se desarrolla la creación empresarial en España	122
9.3. Aspectos favorables, desfavorables y recomendaciones: hablan los expertos	126
9.3.1. Obstáculos	126
9.3.2. Apoyos	128
9.3.3. Recomendaciones de los expertos	129
9.4. Información detallada relativa a las condiciones de entorno	131
9.5. Posición española en el ámbito internacional GEM 2005 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos	134
Capítulo 10: Principales conclusiones del Proyecto GEM Global 2005 acerca de la relación entre actividad emprendedora y crecimiento económico y otros aspectos de la actividad emprendedora a nivel internacional	139
10.1. Introducción	140
10.2. Resultados y conclusiones de los análisis realizados a nivel internacional	140
Capítulo 11: Análisis comparativo de la actividad emprendedora por regiones	146
11.1. Introducción	147
11.2. El proceso emprendedor y la dinámica empresarial regional en el 2005	147
11.3. La motivación para emprender en las Comunidades Autónomas participantes en el 2005	149
11.4. Algunas características de la actividad emprendedora en las Comunidades Autónomas participantes	151
Conclusiones y recomendaciones	158
Anexo I Metodología	162
A.I Encuesta a la población adulta en España	162
A.I.II Encuesta a expertos en España	164
A.I.III Las variables secundarias	165
Anexo II Comparación de los indicadores GEM con otras Estadísticas Oficiales	166



CARTA DEL DIRECTOR DEL PROYECTO GEM EN ESPAÑA

El informe que tiene usted en sus manos es fruto de un riguroso e ingente trabajo de investigación en una de las materias que más influyen en el desarrollo económico, la generación de riqueza, la creación de empleo y el incentivo a la innovación en cualquier sociedad: la creación de empresas.

El Global Entrepreneurship Monitor (Proyecto GEM), que este año cubre ya su séptimo ejercicio, es sin duda el más riguroso y extenso trabajo de investigación que sobre la materia de Creación de Empresas (Entrepreneurship en su acepción anglosajona), se desarrolla en todo el mundo. Una media de 40 países cubren anualmente todo el proceso de investigación y desarrollo del informe que se publica de manera puntual analizando la TEA (Tasa de Actividad Emprendedora), la situación de la actividad emprendedora en cada sociedad y, en definitiva, proporcionando recomendaciones a gobiernos y agentes sociales para su mejora.

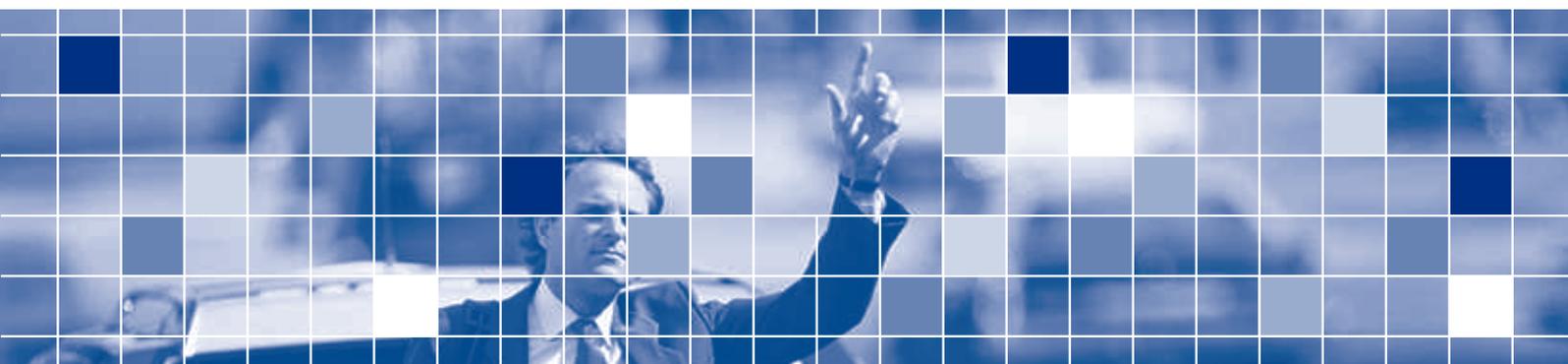
En España, y desde el inicio de esta actividad, el Instituto de Empresa, y más concretamente un magnífico equipo de investigadores y expertos del Centro Internacional de Creación de Empresas que tengo el honor de dirigir, son los responsables de todo el proceso, bajo la Dirección Técnica de la Doctora Alicia Coduras, las Doctoras Cristina Cruz y Rachida Justo. No podía ser de otra manera, el Instituto de Empresa, desde sus orígenes ha sido considerada una de las principales escuelas del mundo en materia de Entrepreneurship y sin duda, el GEM es la principal pieza de investigación a nivel mundial sobre la materia.

En estos siete años de actividad GEM en España, el estudio ha evolucionado, ha crecido, se ha consolidado, ha comenzado a formar parte de la estadística oficial, ha conseguido atraer el interés del sector público, de la academia y del mundo corporativo. Además, en España, gracias a un proyecto de diversificación geográfica y a la Creación hace ya cuatro años de una versión regional el estudio, o R.E.M. (Regional Entrepreneurship Monitor), hemos conseguido aumentar y enriquecer enormemente la muestra y la penetración del estudio, obteniendo un reflejo mucho más fiel de la realidad del fenómeno de la creación de empresas en las diferentes regiones y autonomías españolas. Detrás de este importante esfuerzo se hallan muchas de las principales universidades y centros de investigación españoles, con sus expertos al frente, un amplísimo número de patrocinadores del mundo corporativo y también instituciones, y organismos públicos que hacen posible la existencia del proyecto REM. Como coordinador de este ingente esfuerzo regional, quiero también reconocer la labor del Doctor Ricardo Hernández, Coordinador del REM y Director de REM Extremadura.

El trabajo que van a comenzar a leer les revelará las principales claves de cómo está la situación y cuáles son las perspectivas del fenómeno emprendedor en nuestro país. Las buenas noticias: mejora la tasa de actividad y, de manera creciente, los responsables de las políticas públicas entienden la relación entre Creación de Empresas y Crecimiento Económico. Las malas: seguimos estando algo lejos de sociedades más avanzadas, especialmente en los aspectos más culturales del fenómeno y en el apoyo y reconocimiento social a la figura del Emprendedor.

Espero, como todo el equipo que ha hecho posible este informe, que su lectura les sea sobre todo útil.

Ignacio de la Vega
Director Centro Internacional de Creación de Empresas
Director G.E.M. España



dos mil 05

*Informe Ejecutivo
GEM España*

I. Introducción al GEM Fase II

II. El Proyecto GEM: Conceptualización y Modelo teórico

III. Resumen ejecutivo



Introducción metodológica al GEM Fase II

El Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) ha cumplido 7 años en el contexto internacional y 6 en España. Tras esta fase de consolidación, se inicia una segunda en la que se aborda una nueva forma de presentación de los datos, que pretende ser más clara y acorde con lo que los agentes involucrados en el apoyo a la creación de empresas desean y necesitan.

Entre los motivos que han aconsejado la apertura de esta nueva etapa destaca el hecho de que los indicadores de nivel de actividad emprendedora que viene proporcionando GEM de forma exhaustiva, no siempre se interpretan bien, habiéndose llegado a la conclusión de que es necesaria la inclusión de una explicación más amplia de los aspectos conceptuales del Proyecto y de la metodología que lo sustenta en nuestros informes, tanto a nivel nacional y regional, como internacional.

Algunos de los indicadores que se utilizan en GEM, especialmente el índice TEA (Total Entrepreneurial Activity), siendo metodológicamente correcto y sólido, no siempre es bien interpretado en la comunidad científica y en las instituciones a las que se dirigen los Informes GEM. Este hecho se viene produciendo debido a la participación en el Proyecto de distintos perfiles de países en cuanto a crecimiento y desarrollo (especialmente a partir del año 2002), por lo que, a partir del 2005, se proporcionan algunos resultados agrupados por conjuntos diferenciados más homogéneos que permiten, posteriormente, hacerse una idea de lo que está sucediendo en el contexto global. Estos dos grandes conjuntos son países de la OCDE por un lado y resto de países por el otro, aunque también se ofrecen otros clusters regionales o basados directamente en el nivel de desarrollo de las naciones.

El índice TEA¹, el indicador más conocido del Proyecto, se puede interpretar correctamente si se lee el siguiente comentario:

El motivo de la confusión que genera el ver el TEA en un solo gráfico para el conjunto de países participantes en cualquier edición GEM, procede de la costumbre que tenemos investigadores, políticos y otros agentes relacionados con la creación de empresas, de trabajar con números absolutos de empresas, en lugar de hacerlo con porcentajes de emprendedores sobre una población. Así, como en términos porcentuales, las primeras posiciones de los gráficos de actividad emprendedora (medida mediante el TEA) son ocupadas por países en vías de desarrollo, la primera impresión que se llevan muchas personas que los consultan, sin saber que subyace detrás de los mismos, es de que “algo no debe de estar bien”. Sin embargo, tanto los datos como los gráficos son absolutamente correctos si se saben interpretar. Por ejemplo, el país que tiene un mayor nivel de actividad emprendedora en la edición 2005 es Venezuela con un 25%. Algunas personas pensarán que no es posible que Venezuela “supere” a EEUU (que tiene un índice del 12,44%), por poner un caso. Y, efectivamente, Venezuela no supera a EEUU en el sentido en que están pensando esas personas. Así, si se eleva el porcentaje de Venezuela a su población adulta, resulta que, para este país se estimaría que existen unos tres millones ochocientos mil empresas en fase early stage, mientras que, en EEUU, si se eleva el porcentaje del 12,44% a su población adulta, existen en torno a 23 millones de empresas en dicha fase. Lo que hay que interpretar del resultado anterior es que, proporcionalmente hablando, la población de Venezuela es más emprendedora que la de EEUU, y así debe ser, puesto que como país menos desarrollado que es, tiene mucha menor oferta de empleo en multinacionales, actividades funcionariales y otras típicas de países desarrollados, por lo que su población tiene mayor necesidad de emprender para sobrevivir que la de EEUU. El TEA, como suma del porcentaje de población adulta involucrada en start ups y en baby business, o iniciativas emprendedoras de hasta 3 meses y de entre 3 y 42 meses de actividad, es absolutamente correcto y no hace referencia ni al número de empresas ni a su calidad, a menos que se eleve dicho porcentaje a la población y se estudien las características de las empresas en términos de dimensión, sector y otros atributos.



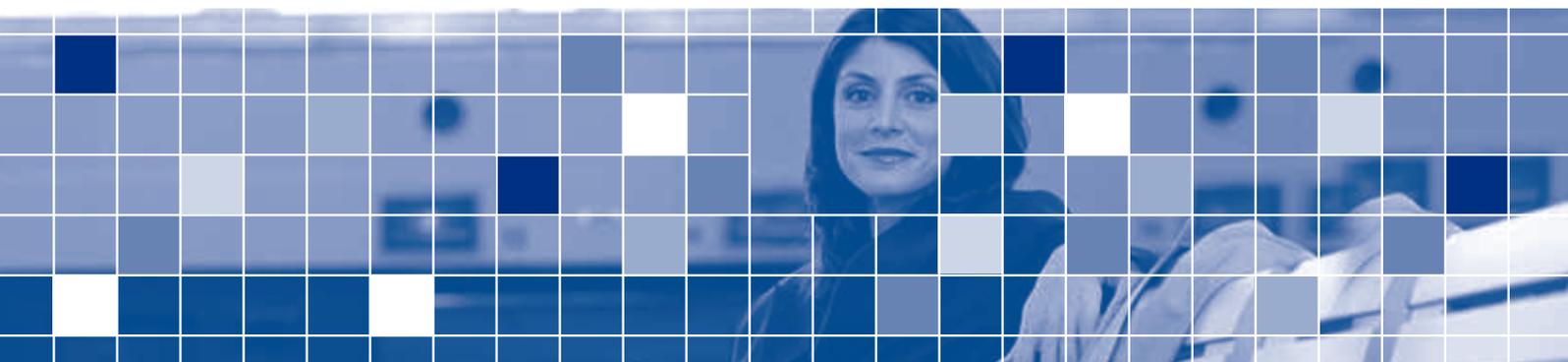
(1) TEA = Total Entrepreneurial Activity, índice elaborado mediante la suma del porcentaje de empresas nacientes y nuevas captadas por las encuestas GEM en la población adulta de los países participantes.

Por lo tanto, en el ámbito internacional, es absolutamente normal que países como Uganda, la India, Méjico y otros, tengan índices de actividad emprendedora superiores a los de los Estados Unidos, el Reino Unido, Australia y resto de países desarrollados, lo cual, hasta la fecha, ha llamado negativamente la atención de buena parte de los investigadores de este campo por no entender qué estaban leyendo en realidad. Cuando se inició el Proyecto, se comparaban países de la OCDE y de niveles de desarrollo equiparables, con lo cual, los “rankings” que se establecían del índice TEA no suscitaban recelos y se veían coherentes. Posteriormente, al crecer el Proyecto e intervenir países en vías de desarrollo, estos tipos de rankings no mostraban resultados comprensibles a primera vista y generaron cierta confusión, dando pie a comentarios de cierto desprestigio inmerecido de los resultados de la investigación. En el ámbito regional de países, como por ejemplo España, se puede ver claramente que ese tipo de comportamiento se reproduce a la perfección al comparar los índices TEA de las Comunidades Autónomas. Por eso, es absolutamente normal que Extremadura encabece la lista de regiones en cuanto a ser la más emprendedora, ya que, por el momento, es una región menos desarrollada que Madrid o Cataluña. El que tenga proporcionalmente una población más emprendedora no significa que tenga más empresas que Madrid o Cataluña: simplemente significa que, proporcionalmente, hay más personas que escogen la alternativa de ser empresario en el conjunto global de su población. El que los resultados generales del Proyecto se reproduzcan a nivel regional en cualquier país está garantizando que GEM caracteriza bien los motivos por los cuales unos países son más emprendedores que otros, uno de los temas más importantes de análisis del estudio. Las nuevas ediciones del Proyecto van permitir comprender mejor todo esto, explicando de forma clara y racional que la actividad emprendedora tiene características diferenciales en cada tramo de desarrollo de las naciones y regiones, tema que comenzó a apuntarse en el Informe Global del 2004.

También, en referencia al TEA, se ha podido ver que en varias ocasiones se ha dicho que no es un índice y que está mal nombrado. Respecto de esta crítica, hay que responder que al TEA se le puede considerar perfectamente un número índice por ser un porcentaje y por ser posible establecer comparaciones interanuales acerca de su evolución. Por otro lado, dentro del ámbito académico, muchos sugieren que no se trata de un indicador que mida la Actividad Emprendedora Total. Sin embargo, este aspecto depende de la definición de entrepreneurship que se adopte. Hasta la fecha, GEM ha sufrido el mismo problema que el resto de la comunidad científica, pues no existe un acuerdo global acerca de cuál es la definición de entrepreneurship. En 1999 y, tras comparar la metodología que se iba a implantar en GEM con otras anteriores, el Investigador Principal del Proyecto y su Comité Científico, adoptaron la más amplia posible, dado que los datos recopilados permitían, y permiten elegir, la que cualquier investigador desee: entender el entrepreneurship sólo como empresas nacientes (start ups), como empresas nacientes y nuevas (start ups + baby business), como actividad empresarial total (start ups + baby business + established), con o sin determinadas características, eliminando o no a los emprendedores que además tienen otro trabajo, considerando el autoempleo o no, teniendo en cuenta a los emprendedores potenciales o no, etc. Por lo tanto, desde la óptica GEM, el TEA mide la actividad emprendedora total porque se centra en las fases iniciales del proceso emprendedor (naciente y nueva) y porque lo hace en el ámbito comparativo internacional. Los resultados de este indicador se pueden ampliar (añadiendo la actividad emprendedora potencial, la consolidada y el cierre de negocios), o recortar (centrarse sólo en la fase naciente), de manera que no existe otra base de datos más flexible y completa en ese sentido.

Al presentar esta edición 2005, los Informes GEM cambian parte de su formato e incluyen las explicaciones metodológicas necesarias para facilitar la interpretación de los resultados que configuran los distintos apartados, así como afianzar su fiabilidad y alcance, tratando de evitar las malas interpretaciones del pasado.

También, es importante resaltar que el mayor activo del Proyecto GEM, es que es el más amplio que se ha llevado a cabo hasta la fecha en cuanto a descripción y análisis del proceso emprendedor con carácter internacional, por lo que no hay ningún otro equiparable en:



- Medir las diferencias que existen entre el nivel de actividad emprendedora de los países participantes, como una muestra representativa del contexto internacional.
- Descubrir y analizar los principales factores que determinan el nivel de actividad emprendedora de los países y regiones participantes.
- Identificar las políticas públicas que pueden fomentar la creación empresarial.

Evidentemente, un Proyecto de las dimensiones del GEM, en que participa una media anual de 35 o más países, sufre un proceso de continua revisión, mejora y progreso, de forma que su comité científico y los equipos investigadores no han dejado ni dejan nunca de analizar la calidad de los datos, su interpretación, la metodología y los temas candentes que cada año pueden dar lugar a tópicos especiales dentro del estudio del proceso emprendedor.

Así, gracias al conocimiento y la experiencia acumulada en los años anteriores y las reflexiones de más de cien investigadores trabajando en el estudio, el Proyecto GEM ha sufrido un proceso de transformación que comprende cambios y mejoras significativas que van a seguir trabajándose a partir de esta edición. De estos cambios, cabe destacar especialmente los llevados a cabo en dos frentes:

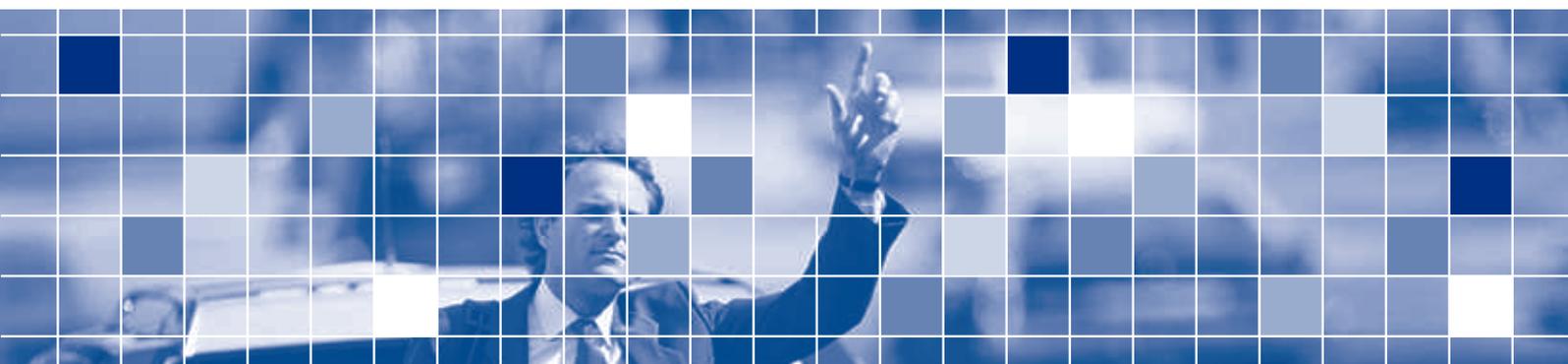
- Cambios relacionados con la recolección y documentación de los datos internacionales.
- Cambios relacionados con el uso y la interpretación de datos

En cuanto a la primera parcela, debido a la dimensión internacional del estudio, la calidad de los datos es un elemento crucial, de forma que se ha realizado un esfuerzo para mejorar el asesoramiento a los participantes en cuanto al sistema de recolección de datos, los parámetros de calidad exigidos, las tasas de respuesta admisibles y otros aspectos fundamentales. En el caso de España y sus Comunidades Autónomas, la metodología implementada en los trabajos de campo siempre ha sido muy sólida y los resultados coherentes.

En cuanto a los cambios relacionados con el uso y la interpretación de los datos, hasta ahora, GEM Global se había centrado mucho más en el estudio de la actividad emprendedora early-stage. Sin embargo, el proceso emprendedor es un fenómeno de múltiples facetas, de manera que, a partir de la edición 2005 se ofrecen datos de las principales fases del mismo: potencial, naciente, nueva, consolidada y otras, práctica que los equipos de investigación español vienen trabajando desde hace años.

Desde el punto de vista del Proyecto en España, la edición 2005, representa un notable avance en el estudio de temas que no se han tratado hasta la fecha, así como en el desarrollo regional del Proyecto, con la confección de 10 Informes preparados por los equipos de: Andalucía, Canarias, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Navarra y País Vasco.

Entre los nuevos temas que se analizan, destaca la actividad emprendedora de los inmigrantes, el papel de la banca en la financiación y apoyo a la creación empresarial, el nivel y las fuentes de asesoramiento que utilizan los emprendedores en España y en las Comunidades Autónomas participantes, una mejor caracterización de las empresas y negocios que se crean mediante el volumen de negocio que facturan, la percepción por parte de los expertos relativa a la creación de empresas de alto potencial de crecimiento, los motivos por los que se cierran empresas y otros.



El primer capítulo del Informe GEM 2005 para España se centra, a diferencia de ediciones anteriores, en la estimación de la actividad emprendedora plasmada en empresas en fase de early stage (nacientes o start ups y nuevas o baby business) y en la estimación de la dinámica empresarial madura, proporcionando cifras de empresas consolidadas (established business) y cierres de actividades de negocio y empresariales llevadas a cabo entre julio de 2004 y julio de 2005.

El Proyecto GEM no podría desarrollarse sin el apoyo de los patrocinadores que colaboran de diversa forma en el desarrollo del mismo. El equipo investigador del Departamento de Creación de Empresas del Instituto de Empresa, agradece especialmente su confianza a la Fundación Instituto de Empresa, a la Dirección General de la PYME, a la Fundación Cultural Banesto y a la Fundación INCYDE, en este aspecto, así como a todos los patrocinadores de los informes de las Comunidades Autónomas.

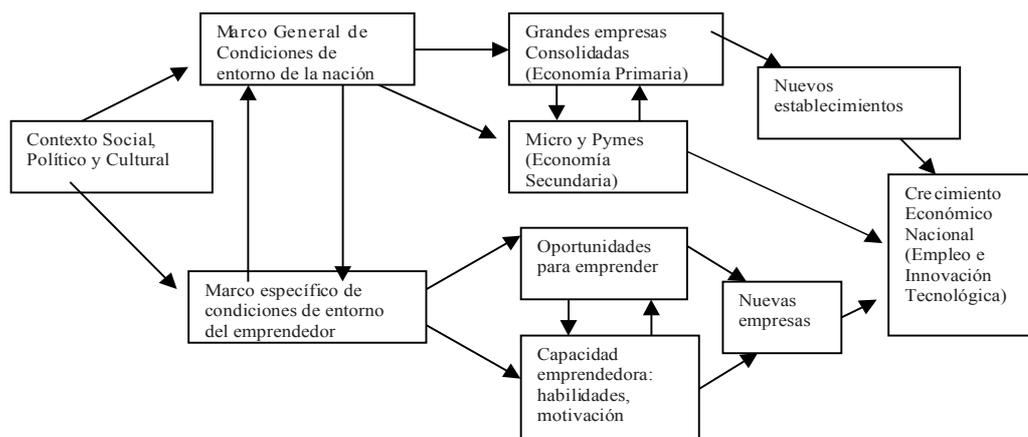
II. El Proyecto GEM: Conceptualización y Modelo teórico

El Proyecto GEM se ha convertido en un referente imprescindible para todos aquellos que desean estudiar y referirse al proceso emprendedor en un contexto internacional, y las nuevas directrices adoptadas cobran especial relevancia para poder informar mejor a los diseñadores de políticas públicas y lograr promover diferencias en los puntos en que hay mayor problemática para activar la creación de empresas en cada país².

El análisis tradicional del crecimiento económico tiende a centrarse en el estudio del papel de las grandes corporaciones, dejando a un lado el papel jugado por las PYMES y las nuevas iniciativas empresariales en la economía. A diferencia de otros estudios, GEM realiza una extensa aproximación a este papel y pone de manifiesto la contribución económica de las PYMES en los países. A lo largo de estos años, el estudio ha establecido la existencia de una relación entre el crecimiento económico nacional y el nivel agregado de actividad económica con las PYMES nacientes, nuevas y consolidadas. Las empresas nacientes y nuevas generan innovación, crean nichos de mercado e incrementan la competitividad promoviendo una mayor eficiencia económica. La Figura nº 1 es una representación sintética del modelo conceptual GEM con respecto al crecimiento económico.

(2) Maria Minitti, GEM Global Report, 2005. LBS and Babson College.

Figura nº 2 El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM



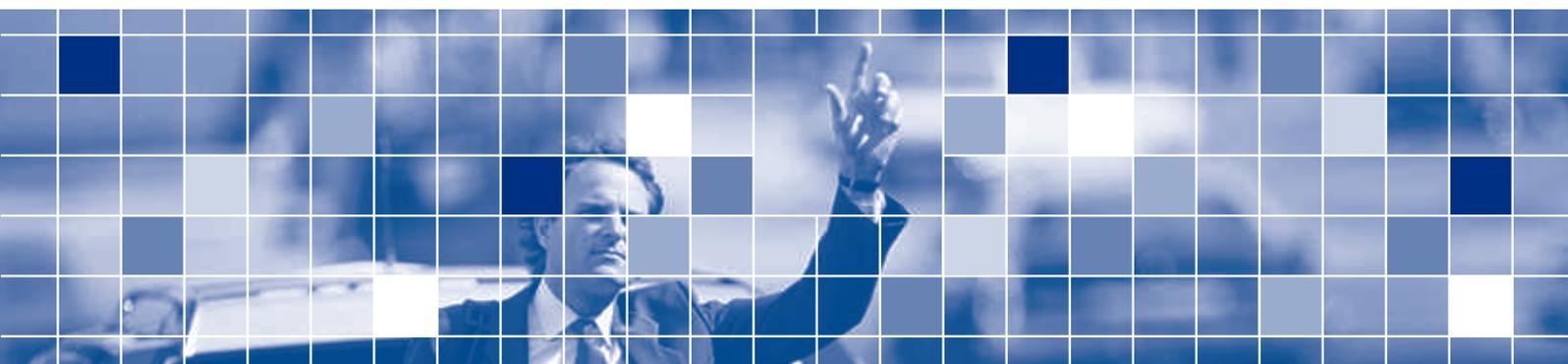
La relación entre la actividad emprendedora, las grandes corporaciones y la actividad macroeconómica es compleja. Diferentes niveles de desarrollo determinan el entorno en el cual se toman las decisiones de emprender, de forma que, en definitiva, determinan el tipo, cantidad y calidad de las iniciativas o actividad emprendedora de un país. A cambio, el tipo, calidad y cantidad de las iniciativas emprendedoras contribuyen (de una forma que todavía no es suficientemente conocida), al crecimiento y desarrollo de un país. Este “círculo virtuoso”, caracteriza la relación entre la actividad emprendedora y la actividad económica total. Dentro de un tiempo, la disponibilidad de series temporales permitirá a nuestros investigadores analizar la relación causal entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico, así como el papel jugado por la PYME en referencia a la competitividad y productividad de los países. Mientras tanto, GEM permitirá aprender mucho acerca del proceso emprendedor, así como relacionar el impacto de políticas y acontecimientos diversos sobre el mismo, utilizando los datos de los países para ver cómo el distinto nivel de desarrollo influye en el tipo, calidad y cantidad de las iniciativas correspondientes a la actividad emprendedora³.

III. Resumen ejecutivo

Entre los resultados obtenidos por el equipo investigador que confecciona el Informe GEM para España, en el año 2006, destacan los siguientes:

En el ámbito internacional, se sigue poniendo de manifiesto una amplia variación en las tasas de actividad emprendedora y su calidad. Los países en vías de desarrollo tienden a proporcionar porcentajes más elevados de población involucrada en empresas nacientes y nuevas que los desarrollados. Así, la tasa media de actividad emprendedora en los primeros se sitúa alrededor de un 10%, mientras que para los segundos está cerca de un 6,5%, siendo esta diferencia, estadísticamente significativa. Las empresas creadas en los países en vías de desarrollo son de menor volumen y calidad y tienen menos esperanza de vida que las que se crean en países desarrollados. Todo ello se debe a una mayor proporción de empresas creadas por necesidad en los países de menor renta, así como a su menor potencial de desarrollo y crecimiento y al uso de tecnologías menos avanzadas, aunque sean nuevas en su contexto.

(3) Maria Minitti. GEM Global Report, 2005.



En todos los países, la mayoría de las empresas no son innovadoras y solo pequeños porcentajes de empresarios afirman estar ofreciendo productos o servicios completamente nuevos. En general, los emprendedores nacientes y nuevos tienden a ser más innovadores que los consolidados y, alrededor de un 10% de este colectivo enfrenta menos competencia que el resto, cifra que sólo alcanza al 6% de las empresas maduras.

En España, la tasa de actividad emprendedora *early stage* se ha recuperado ligeramente con respecto a su registro del 2004. Los resultados obtenidos indican que un 5,4% de nuestra población adulta participa de una actividad empresarial naciente o nueva. La tasa de actividad emprendedora se va consolidando como un indicador fiable y coherente con la evolución de la situación económica, política y social del país en cada momento temporal en que se ha medido.

El número total de empresas nacientes y nuevas en el 2005 supera el 1.500.000, lo que supone un incremento del orden del 5%, aproximadamente, con respecto al 2004. Las empresas consolidadas se estiman en torno a los 2.209.000, con un incremento del 1,1% con respecto al 2004. La mortalidad de empresas se mantiene estable y con un índice relativamente bajo, todo lo cual tiende a indicar un panorama discreto pero positivo para nuestro tejido empresarial.

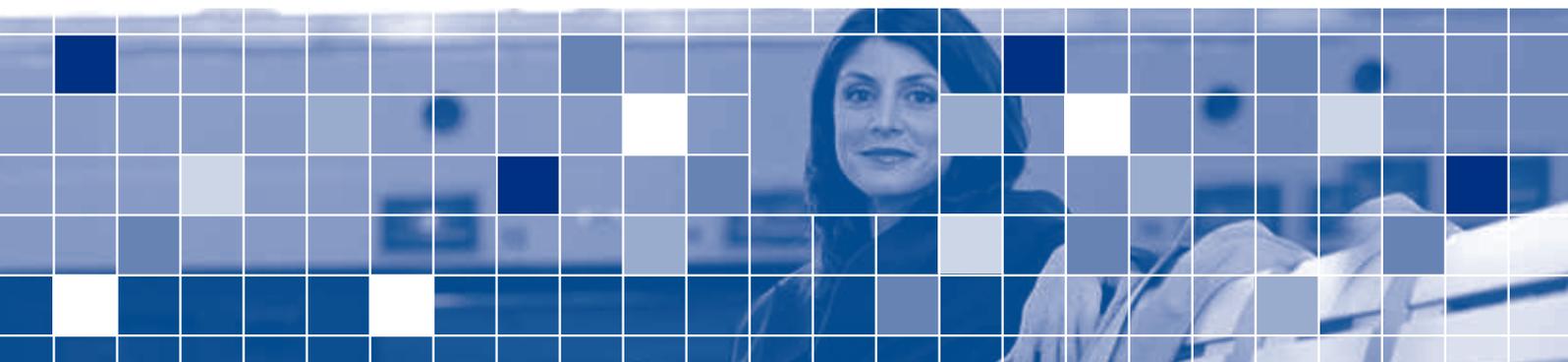
La recesión del 2004 no ha derivado en un incremento significativo de la mortalidad de empresas. El exceso de competencia (resultado de la reiterada falta de innovación en las iniciativas emprendedoras españolas), la falta de financiación (otro aspecto señalado como deficiente en nuestro país en informes anteriores), la jubilación (un aspecto lógico y que afecta a una parte de los ceses de actividad de forma natural) y falta de clientela (emparentado con el primero y también con aspectos de estrategia y planificación), son los factores más característicos del cierre de negocios en nuestro país.

Los datos del GEM 2005 español, reflejan una cierta continuidad con el perfil socioeconómico del emprendedor establecido en ediciones anteriores. Así, el emprendedor español, es mayoritariamente varón, con una edad media de 41,68 años, una renta mensual media próxima a los 1.800 euros y un nivel de estudios que se sitúa habitualmente en grado medio, pero que cada vez tiende más hacia el grado superior (diplomados y licenciados).

La actividad emprendedora femenina aumenta con respecto a años anteriores en España: el ratio hombre/mujer del TEA Español para este año es de 0,58, colocando a España en la novena mejor posición de los países de la OCDE y la quinta de la Unión Europea, muy por encima de países tradicionalmente conocidos por su sistema igualitario como son Dinamarca y Holanda.

La gran mayoría de actividades captadas por las encuestas GEM en cualquiera de sus fases (naciente, nueva o consolidada), no sobrepasa los 2 millones de euros de facturación, lo que conduce a clasificarlas como *microempresas*. Sin embargo, en conjunto, las empresas en fase de *early stage* (nacientes y nuevas) tienen mayor proporción de casos en tramos superiores de volumen de negocio que las consolidadas, lo cual es un síntoma de que la calidad de las iniciativas emprendedoras está mejorando, tal y como se desea desde el punto de vista de las políticas públicas. En cuanto a número de empleados, la inmensa mayoría también corresponde a una dimensión de *microempresa*, si bien, a medida que las empresas se consolidan, se aprecia una tendencia hacia una mayor dimensión de plantilla. Así, entre las consolidadas, el 0,2% se pueden clasificar como medianas y el 0,1% como grandes, tramos que no aparecen en las nacientes, las nuevas o el *early stage* en general.

La actividad emprendedora inmigrante en España presenta características de gran interés. Por un lado, existen varios tipos de colectivos: inmigrantes que vienen por necesidad e inmigrantes que vienen por otros motivos. Dentro de los primeros, se puede distinguir a inmigrantes que vienen con altos niveles de formación y a inmigrantes que no los tienen. Las características de cada tipo de inmigrante inciden directamente en el tipo de negocio que crean y el sector en que emprenden. Los inmigrantes son, proporcionalmente, más emprendedores que los españoles y, aunque entre ellos predomina el



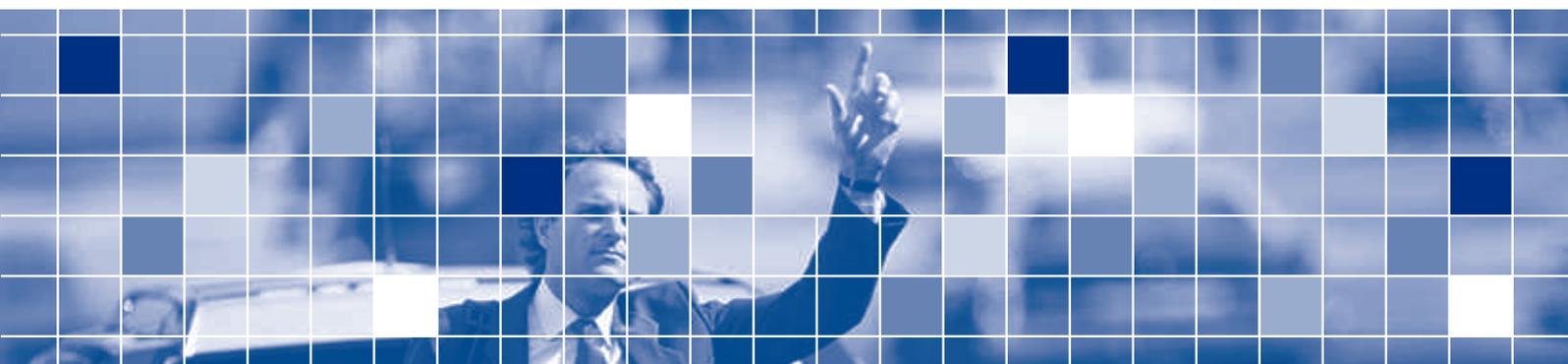
aprovechamiento de oportunidades, la proporción de casos de necesidad, sobre el total, es superior que en el caso de los nativos. Los inmigrantes tienden a reproducir las características de la actividad emprendedora de los países de donde proceden. En España y otros países, la inmigración por necesidad puede afectar sensiblemente a la tasa de actividad emprendedora por necesidad. Los inmigrantes emprenden siendo más jóvenes y en sus colectivos hay una importante presencia femenina.

Emprender es más caro el año 2005 que el 2004. El capital semilla medio necesario experimenta una subida significativa y, los apoyos financieros cambian muy lentamente. El propio emprendedor y la banca constituyen las principales fuentes de financiación de las start ups del 2005. Los business angel y las ayudas públicas complementan de forma relevante las necesidades de financiación y, el capital riesgo sigue sin despuntar a nivel general, concentrándose en actividades muy específicas y con buenas expectativas de rendimiento. Los datos del 2005 ponen de manifiesto que los inversores tipo business angel se retraen mucho en épocas de recesión y tardan en recuperar la confianza, incidiendo, con su espera, en el desarrollo de un índice de actividad emprendedora inferior al esperado. En la banca comienza a percibirse un giro de aproximación hacia el emprendedor, si bien, todavía le falta agilidad y flexibilidad para cubrir las expectativas de buena parte de este colectivo.

La percepción de oportunidades para emprender es inferior a la del año 2004. El 27,8% de la población española de 18 a 65 años ha percibido buenas oportunidades para emprender en su zona para los seis meses siguientes al momento de la entrevista. Este indicador se situaba el año pasado en 39,32%, por lo que se advierte un descenso del 29,3% que responde a la recesión registrada en las perspectivas de creación empresarial del 2004. El análisis temporal de este indicador pone de manifiesto la existencia de un retardo de un año con respecto al indicador de actividad emprendedora total: la población percibe lo que ha sucedido en los meses anteriores y basa su pronóstico en las evidencias que tiene en el momento de la entrevista, es decir, el resultado heredado del año anterior.

En el 2005, el estado general de las condiciones de entorno a que se enfrenta el emprendedor en España, en opinión de los expertos, pone de manifiesto que el acceso a la infraestructura física, la disponibilidad y acceso a infraestructura comercial y de servicios para empresas siguen siendo algunos de nuestros mejores activos. El apoyo al crecimiento y desarrollo de empresas, que se mide por primera vez, sale "aprobado" y los programas gubernamentales también. El resto de factores no alcanzan el nivel de "adecuados", siendo el peor el relativo a la educación primaria y secundaria en cuanto a la inclusión de materias que fomenten el espíritu emprendedor en general. La capacidad de reacción del mercado interno se sigue percibiendo como lenta y poco adecuada. La transferencia tecnológica e I+D y el apoyo financiero, mejoran muy ligeramente, pudiendo ser que esta mejora responda a las políticas que se están fraguando en torno a estos temas prioritarios. España sigue ocupando una posición precaria en relación al poyo financiero de la actividad emprendedora, si bien muchos países vecinos de la UE presentan una situación similar (Alemania y Dinamarca) o pero (Italia). Los Países Bajos y el Reino Unido son los mejor situados dentro del conjunto, por lo que se refiere a la UE. Las Políticas gubernamentales que han mejorado más son las que se refieren a trámites burocráticos, mientras que sigue siendo desfavorable la posición de España en términos de apoyo al emprendedor en temas fiscales, prestaciones sociales y otros. En Programas Gubernamentales nos acercamos a la media internacional.

La actividad emprendedora early stage (emprendedores nacientes y nuevos) presenta interesantes diferencias regionales y de evolución. Las Comunidades Autónomas que en el 2005 superan la media española son todas con excepción de Castilla y León, el País Vasco y la Comunidad Valenciana. La recesión del 2004 se está recuperando en todas las regiones a diferentes ritmos, salvo en el caso de Andalucía, la Comunidad Valenciana y el País Vasco, Comunidades en las que ha persistido. Madrid y Canarias, que mostraron tasas de actividad emprendedora relativamente bajas en el 2004 frente a lo esperado por sus características, son las que han mostrado una recuperación más espectacular y acorde con su probado dinamismo. En cuanto a la empresa consolidada, medida como porcentaje de la población adulta que declara ser propietario-gerente de una empresa o negocio que lleva más de 42 meses operando, las Comunidades Autónomas menos desarrolladas en este aspecto son Galicia, Andalucía y Extremadura. La Comunidad Valenciana aglutina el máximo porcentaje y Cataluña y Madrid ocupan posiciones más bajas de lo esperado, si bien, en este análisis siempre hay que recordar que no se hace referencia al número, calidad y dimensión de las empresas sino sólo a su porcentaje de presencia en la población.



Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en España

1.1. Actividad emprendedora registrada en la población adulta española

1.2. Dinámica empresarial en la población adulta española

1.3. Actividad emprendedora en el contexto internacional

1.4. Dinámica empresarial en el contexto internacional GEM

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



Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en España

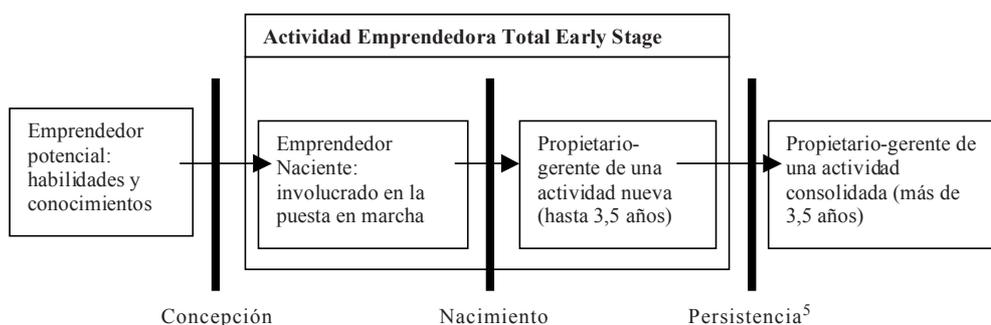
1.1 Actividad emprendedora registrada en la población adulta española

En el seno del Proyecto GEM, se adopta una definición amplia de entrepreneurship, con el ánimo de permitir que los datos recogidos por el Consorcio Internacional, sean utilizados por la Comunidad Científica Internacional, de acuerdo con las diversas corrientes que existen en torno a este concepto.

Según esta definición, se considera que son emprendedores activos todos los adultos (entre 18 y 65 años) que se hallan inmersos en el proceso de puesta en marcha de un negocio o empresa, del cual van a poseer parte o todo y/o que, actualmente, son propietarios-gerentes de un negocio o empresa joven. Esta definición incluye el autoempleo.

En los informes GEM se estima la actividad emprendedora de los países y regiones participantes a partir del porcentaje de personas que cumplen las premisas de la definición anterior, en una muestra representativa de la población adulta que es encuestada en cada nación⁴. Así, del proceso emprendedor descrito por la siguiente figura, GEM aporta una estimación del porcentaje de población adulta inmerso en negocios o empresas en fase de “early stage”, es decir, naciente o nueva.

Figura nº 2 El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM



Por consiguiente, el nivel de actividad emprendedora bruto total registrado en la población adulta española para el año 2005 es el siguiente:

Tabla nº 1 Actividad emprendedora total registrada en la población española en el 2005

Actividad Emprendedora Early Stage en la Población Adulta Española 2005		
Estimaciones al 95% de confianza, error $\pm 0,7\%$	Número	Porcentaje de PA
Empresas nacientes o Start ups	653.766	2,3%
Empresas nuevas o Baby Business	888.990	3,1%
Actividad emprendedora total en fase de early stage (hasta 42 meses de operatividad)	1.542.756	5,4%



(4) Los detalles acerca de la realización de esta encuesta y su fiabilidad están ampliamente descritos en el apartado dedicado a la metodología del Proyecto. Ver Anexo I.

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

A lo largo del informe se analizan en profundidad estos datos de forma que no sólo se presentan las cifras brutas, sino que se caracterizan en función de muy diversas variables que permiten evaluar la calidad de los negocios registrados y su potencial de crecimiento.

El desglose de la actividad emprendedora pone de manifiesto que el porcentaje de actividades nacientes (42,4%) es inferior al de nuevas (57,6%) en el conjunto total. Si tenemos en cuenta que la actividad emprendedora del año 2004 se situaba en un 5,15% de la población y que este tipo de desglose era similar, podemos afirmar que sigue existiendo una actitud prudente entre los potenciales emprendedores y que la recuperación de niveles como los registrados en el 2001 y en el 2003 (en los que la actividad emprendedora se situó por encima del 6%), es un poco más lenta que otras ocasiones. Sin embargo, dicha recuperación se está produciendo en términos globales y, como se ve en los informes regionales, de forma más rápida en unas zonas que en otras. La conclusión que se extrae es que las empresas nuevas siguen con la tendencia a consolidarse y que las empresas nacientes, se van creando, cuando menos, al mismo ritmo que el año anterior.

La actividad emprendedora se recupera en España, en el 2005 tras cierta recesión detectada en el 2004 y se sitúa en 5,4%.

El ritmo de recuperación no es uniforme y depende de cada región. Sin embargo, para el conjunto de España es un poco lento comparado con otras ediciones y representa un 5% aproximadamente.

1.2 Dinámica empresarial en la población adulta española

El número estimado de empresas consolidadas (es decir, que están operando más de 42 meses) en la población es el siguiente:

Tabla nº 2

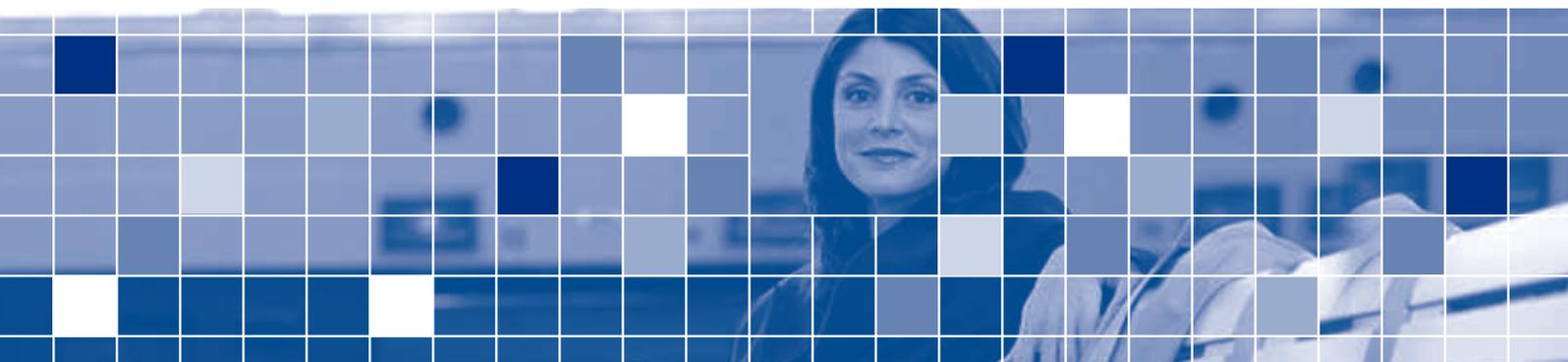
Empresas consolidadas en la Población Adulta Española 2005		
Estimaciones al 95% de confianza, error $\pm 0,7\%$	Número	Porcentaje de PA
Empresas consolidadas o established business	2.208.935	7,7%

Teniendo en cuenta el incremento de la población de 18-65 años experimentado en España, que supone un 6%, aproximadamente, este indicador ha experimentado un crecimiento de alrededor de un 1,1%, lo cual es un buen síntoma, pues coincide con la tendencia antes señalada de consolidación de parte de las empresas que estaban en fases de early stage el año pasado y anteriores.

Por otro lado, el cierre de iniciativas de negocio, empresariales o autoempleo, estimado en la población adulta española es el siguiente:

Tabla nº 3

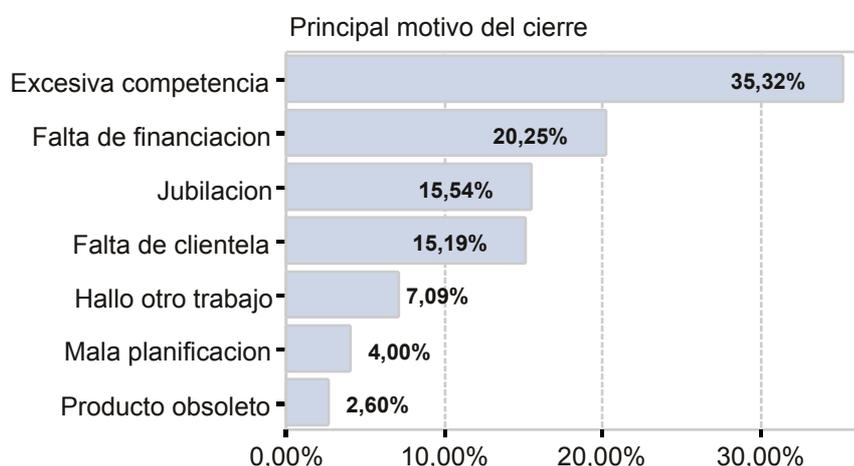
Cierre de negocios, empresas o cese de autoempleo en la Población Adulta Española 2005		
Estimaciones al 95% de confianza, error $\pm 0,7\%$	Número	Porcentaje de PA
Iniciativas que han cerrado o cesado	408.392	1,4%



Teniendo en cuenta el incremento de población adulta antes comentado, este indicador permanece prácticamente inalterable, habiendo experimentado una ligera subida del 0,2% aproximadamente. Por consiguiente, la recesión del 2004 no ha derivado en un incremento significativo de la mortalidad de empresas y, se puede decir que, en ese sentido, se mantienen los niveles habituales, si bien, sigue siendo deseable reducirla y evitar que la tendencia registrada estos años cambie su sentido y empeore.

La encuesta a la población adulta del año 2005 explora por primera vez, los motivos por los cuales se producen estos cierres. Los resultados apuntan hacia un exceso de competencia (resultado de la reiterada falta de innovación en las iniciativas emprendedoras españolas), falta de financiación (otro aspecto señalado como deficiente en nuestro país en informes anteriores), jubilación (un aspecto lógico y que afecta a una parte de los ceses de actividad de forma natural) y falta de clientela (emparentado con el primero y también con aspectos de estrategia y planificación).

Figura nº 3 Distribución de las respuestas obtenidas acerca del principal motivo que ha impulsado el cierre de actividades de negocio, empresariales y autoempleo



Por consiguiente, del total de cierres estimados, aproximadamente una cuarta parte obedecen a motivos que no están relacionados con una mala gestión, planificación o falta de apoyo, mientras que cerca de un 75% sí que lo están, lo que induce a pensar en la necesidad de medidas correctoras para evitar esta mortalidad. De forma especial, es necesaria una mejor formación de los emprendedores potenciales para que no cometan errores al evaluar el mercado en que se quieren instalar y para que sepan hacer planes de negocio y viabilidad del producto o servicio que piensan ofrecer. Asimismo, es necesario fomentar la innovación y el análisis de la competencia. Si estos aspectos se mejoran, paralelamente lo harán los canales de financiación, pues los inversores, la banca y las ayudas públicas se interesarán más por proyectos bien estructurados e innovadores que por los que no cuidan estos aspectos y tienen escasas garantías de desarrollo y permanencia.

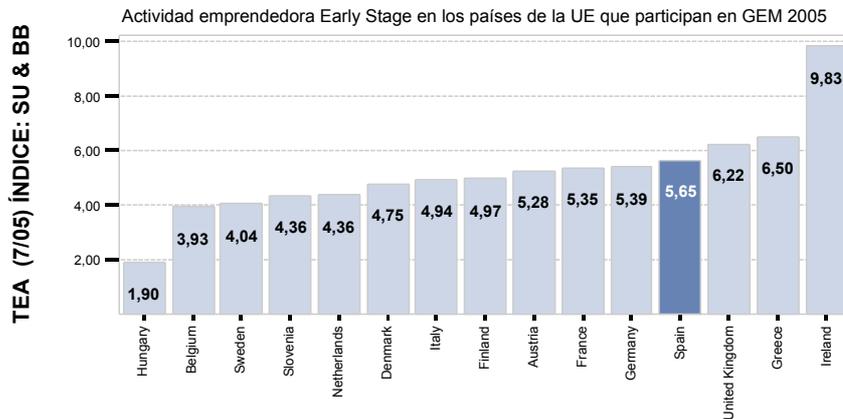
1.3 Actividad emprendedora en el contexto internacional

Los resultados presentados en los apartados anteriores se basan en la encuesta a la población adulta llevada a cabo en España y se han calculado ponderando a cada individuo en función del sexo y grupo de edad en relación a las cifras de dicha población facilitadas por el INE. Sin embargo, para establecer las comparaciones internacionales, el Proyecto GEM Global, utiliza una única fuente de referencia: la base de datos internacional de población que publica el US Census. Al existir ciertas diferencias entre las cifras de población española del INE y las del US Census (casi siempre algo infravalorada), los indicadores que proporciona GEM Global se aproximan a los que se calculan por parte de este equipo investigador en España, pero tienen ligeras diferencias. Nuestro equipo ha adoptado siempre la postura de ofrecer los datos para España en función de los datos INE y las comparaciones internacionales en función de los datos facilitados por el Consorcio GEM para establecer la posición de España en el contexto internacional. Con todo, las diferencias son mínimas y entran perfectamente en el intervalo de confianza que se genera en torno a las estimaciones, de forma que lo más importante es ofrecer datos lo más fieles posible para España y disponer de una referencia general acerca de nuestro posicionamiento en el contexto internacional que, de otra forma, no sería posible. Nótese en los resultados de esta sección, que en el contexto internacional, España, presenta un porcentaje de actividad emprendedora del 5,65%, mientras que los cálculos basados en la población facilitada por el INE, nos han proporcionado una cifra del 5,4%.

Seguidamente, se presentan los resultados comparativos acerca del nivel de actividad emprendedora en las naciones participantes en el Proyecto GEM 2005, atendiendo a diversas agrupaciones regionales y siempre teniendo en cuenta que se ofrece el porcentaje de población adulta inmerso en actividades en fase de early stage, es decir, nacientes (menos de 3 meses operacionales) y nuevas (entre 3 y 42 meses operacionales). Tradicionalmente, en el Proyecto GEM, a este porcentaje se le conoce como índice TEA (Total Entrepreneurial Activity).

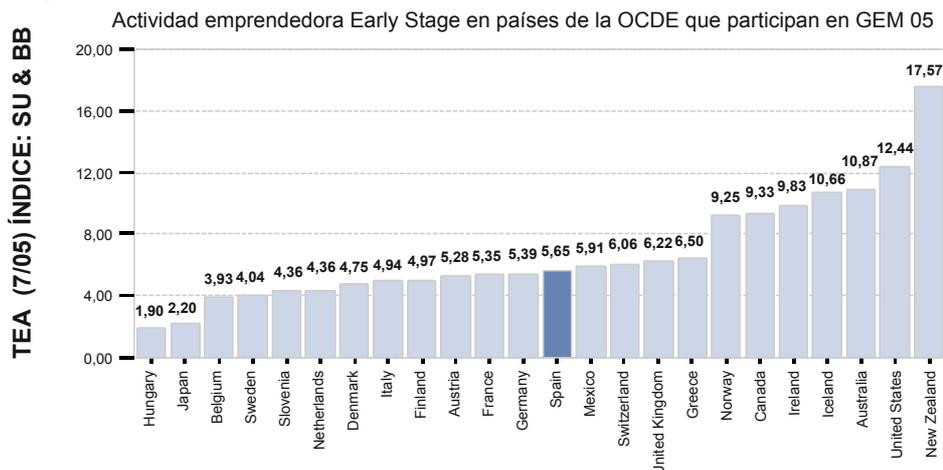
En la figura nº 4 se muestra la posición relativa de España entre los principales países que componen la Unión Europea. Las conclusiones que se han ido extrayendo en estos 6 años de análisis de datos internacionales señalan que la actividad emprendedora responde a diversos modelos. Por un lado, en los países desarrollados en que todavía existe una amplia cobertura de empleos funcionariales y de grandes empresas y multinacionales, la actividad emprendedora es discreta y se va desarrollando paulatinamente a medida que el mercado laboral lo demanda. España es un país de este tipo, junto con el Reino Unido, Francia, Italia, Alemania, Dinamarca, Finlandia, Suecia y similares. Grecia es un país menos desarrollado, en el cual se percibe un mayor volumen de actividad emprendedora que hay que atribuir a una mayor necesidad, proporcionalmente hablando, de la población a emprender. Hungría está en un caso parecido, pero con una característica diferencial: el trasfondo político no es el mismo y la población tiene más trabas burocráticas para emprender, a lo que hay que añadir la falta de financiación para poner en marcha un negocio, todo lo cual proporciona una tasa muy baja de actividad. Irlanda viene creciendo en términos de actividad emprendedora desde hace varios años y se va desmarcando del resto de países de la UE en este aspecto, debido a una amplia campaña de impulso hacia esta alternativa profesional. Se trata de un país más pequeño cuyo mercado laboral se está saturando más rápidamente, de forma que la reacción hacia emprender, está teniendo una evolución más rápida que la de otros países de mayor dimensión en que también se va produciendo este fenómeno mucho más lentamente.

Figura nº 4 Actividad emprendedora en el contexto de la Unión Europea



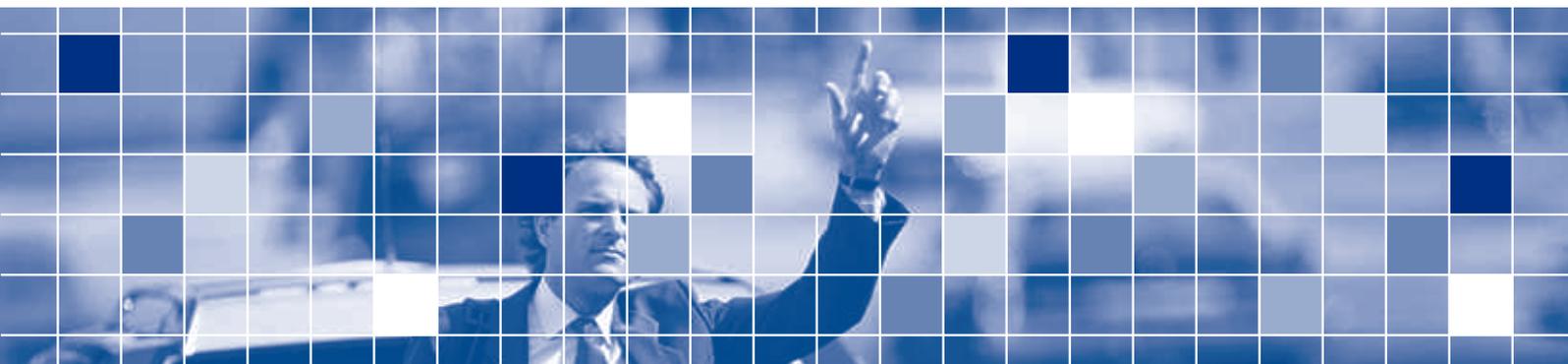
Seguidamente, se muestra nuestra posición relativa en el contexto de la OCDE, siempre teniendo en cuenta que, en este apartado, no se analiza la calidad y dimensión de las actividades emprendedoras de los países, sino simplemente se muestra la tasa bruta de participación de la población adulta en dichas actividades. Así, el caso de Japón se explica fácilmente por la gran cantidad de empleo existente en grandes compañías y en la administración pública, mientras que Nueva Zelanda se ha caracterizado siempre por tener una población muy emprendedora por tradición y forma de organización del país, derivada de una forma de vida muy colonial y comercial. Se pueden ver, por consiguiente, los diversos modelos de países desarrollados junto a algunos que están culminando este proceso como Méjico, Grecia, Hungría, Croacia y Eslovenia.

Figura nº 5 Actividad emprendedora en el contexto de la OCDE



Los resultados del proyecto GEM han puesto de manifiesto que tener una alta tasa de actividad emprendedora en la población no es sinónimo de desarrollo en términos brutos. La Figura nº 6, muestra la situación en los países que no están en el seno de la OCDE. Las tasas de actividad emprendedora son elevadas y superiores a las de la mayoría de países desarrollados, especialmente, en el caso de Jamaica, Tailandia y Venezuela, pero tras ellas subyace una mayor necesidad de emprender por parte de la población y una menor calidad de las iniciativas emprendedoras en términos de dimensión, innovación, creación de empleo, internacionalización y otras características relevantes. A medida que crece el empleo en grandes compañías y en la función pública, la actividad emprendedora baja y se sitúa en tasas más parecidas a las que se observan en países de la OCDE que responden a este modelo estructural. En definitiva, a largo plazo, es de esperar que estos países sufran una evolución parecida a la de los desarrollados y que, por tanto, su tasa de actividad emprendedora en la población descienda paulatinamente, hasta que se sature el mercado laboral y sea necesario desarrollarla de nuevo, o hasta que el capital disponible sea excedente y necesite ser invertido en iniciativas propias o de otros.

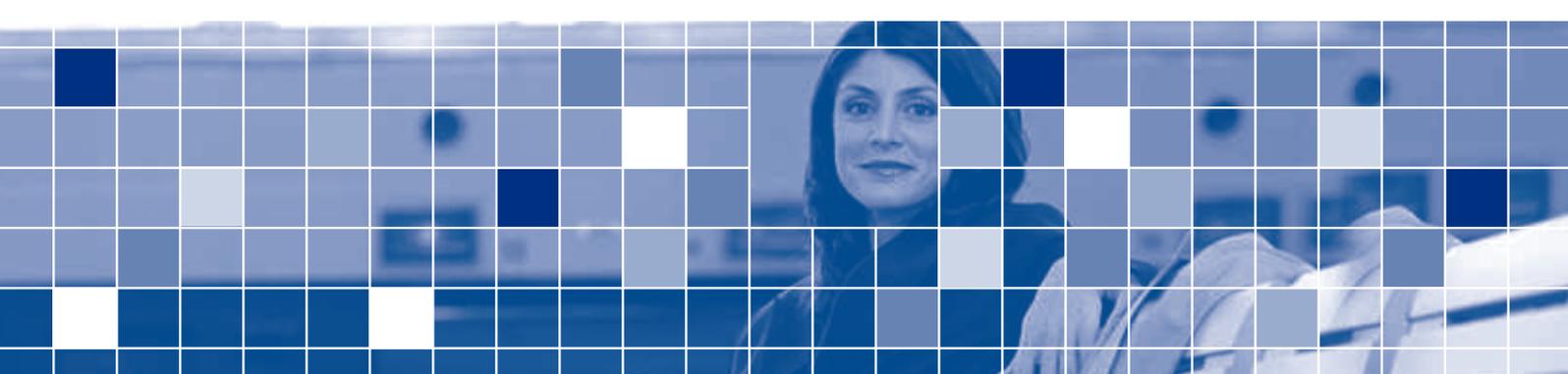
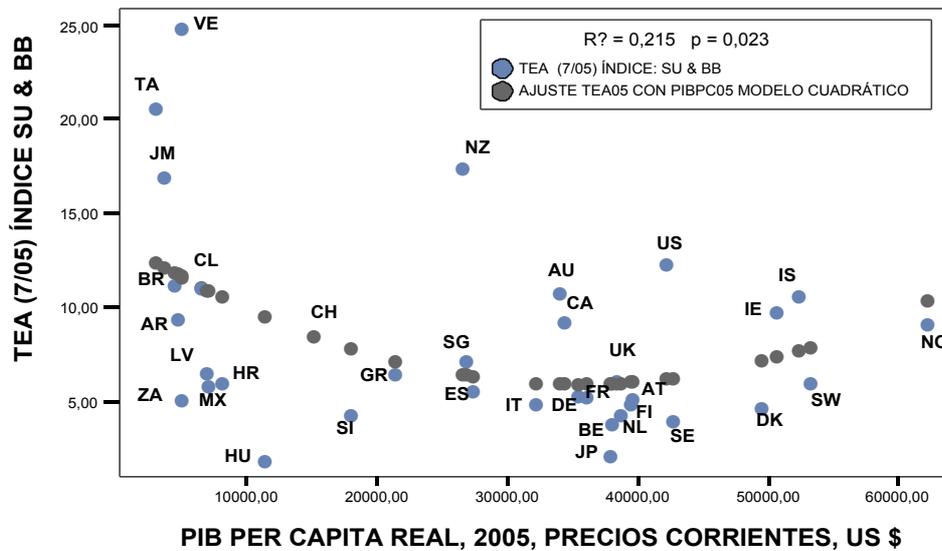
Figura nº 6 Actividad emprendedora en países no integrados en la OCDE



La principal conclusión que permiten extraer los resultados GEM tras 6 años de trabajo y observación, es que la tasa de actividad emprendedora de los países responde a un ciclo evolutivo de larga duración, de forma que no sólo tiene un impacto en el crecimiento económico, sino que éste y el nivel de desarrollo de los países explican el momento que atraviesa dicha evolución en cada tipo de país. Por eso, cuando GEM ofrece un gráfico de situación internacional global, éste no se puede interpretar sin tener en cuenta el nivel de desarrollo de cada nación y su estructura macroeconómica y demográfica, ya que sin hacer estas consideraciones, sería absurdo pretender que Venezuela tiene una actividad emprendedora de mayor dimensión que la de EEUU o la de Alemania, por poner un ejemplo. El gráfico nos dice que, en proporción, hay más personas adultas inmersas en actividades emprendedoras en Venezuela que en EEUU o Alemania, pero no nos informa acerca de su dimensión, calidad e impacto en la economía, aspectos que se analizan posteriormente.

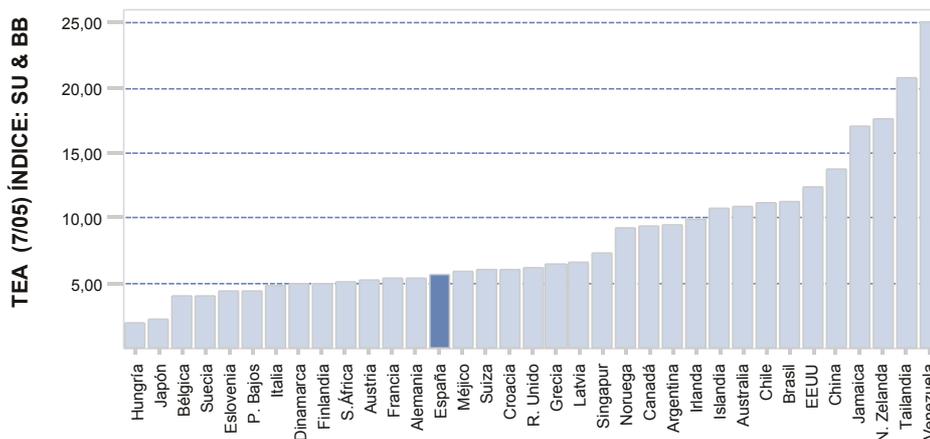
Es por este motivo que, antes de presentar el gráfico internacional con la actividad emprendedora de todos los países participantes medida en función del porcentaje de población adulta que está desarrollando iniciativas emprendedoras en fase de early stage o TEA, se recomienda consultar la siguiente figura que muestra cómo el indicador TEA depende significativamente de grado de desarrollo de los países representado por el PIB real per capita a precios corrientes del 2005.

Figura nº 7 Relación de dependencia del TEA respecto del nivel de desarrollo de los países GEM 2005 como conjunto total



Teniendo en cuenta todo lo anterior, la actividad emprendedora en fase de early stage, como tasa bruta de población adulta que desarrolla este tipo de actividades y, sin tener en cuenta su número, calidad, dimensión o cualquier otra característica, en el conjunto de países participantes en GEM 2005, es la que se muestra en la siguiente gráfica:

Figura nº 8 Actividad emprendedora como porcentaje de la población adulta que desarrolla actividades en fase de early stage en los países GEM05, sin analizar su calidad y dimensión



1.4 Dinámica empresarial en el contexto internacional GEM

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

Al igual que en el apartado anterior, es necesario mostrar estos resultados para la UE, la OCDE y países no integrados en la OCDE antes de hacerlo de forma global, para evitar errores de interpretación, pues la calidad y dimensión de la dinámica empresarial no es comparable entre determinados grupos de países. Así, por ejemplo, en la UE, se puede apreciar cómo Grecia encabeza la gráfica porque proporcionalmente hay más negocios y empresas consolidados entre su población que en las restantes pero, sin embargo, debemos tener en cuenta su menor desarrollo y que la calidad y dimensión de estas empresas no es comparable con las de otros países como, por ejemplo, Alemania. El paralelismo entre esta gráfica y la referente a actividad emprendedora es evidente y muestra la estrecha relación entre ambos conceptos.

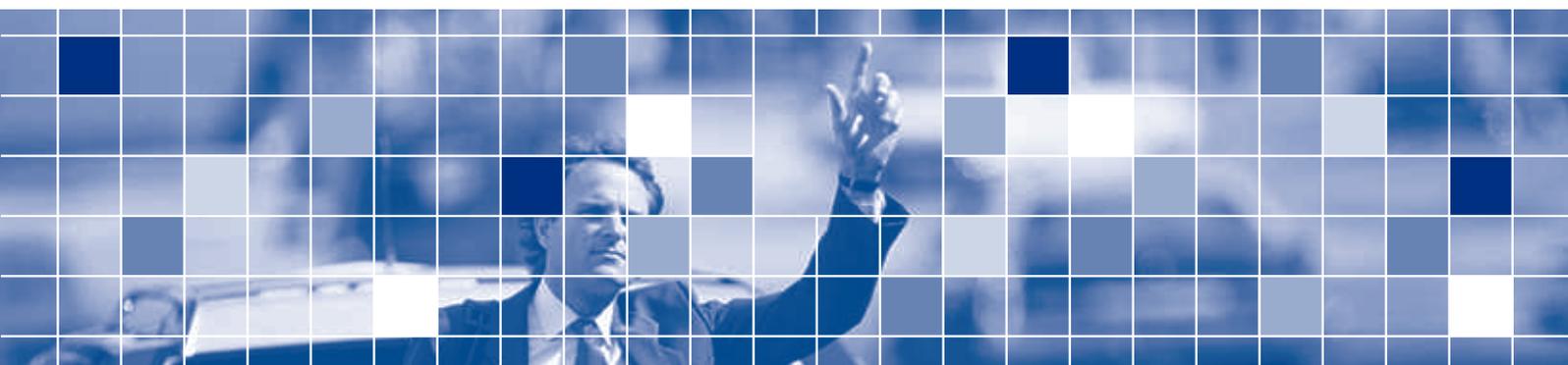
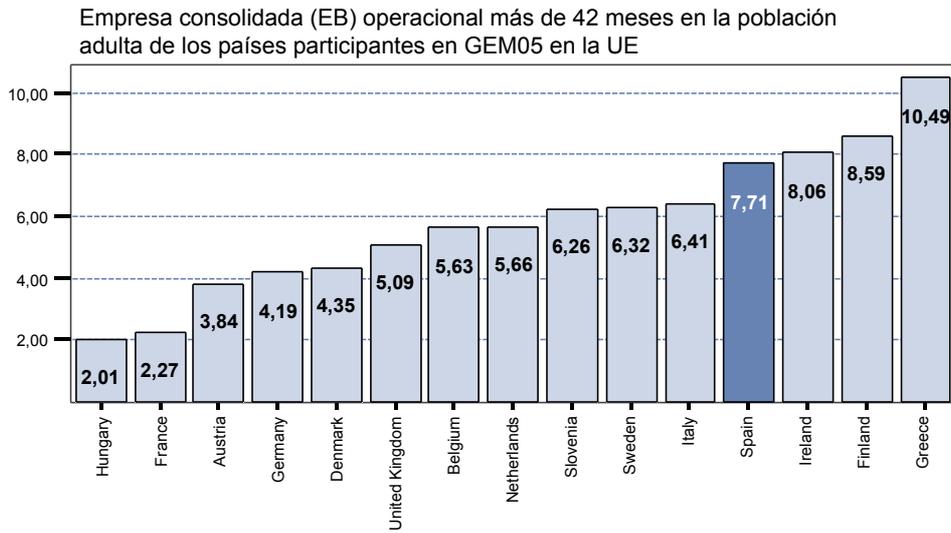
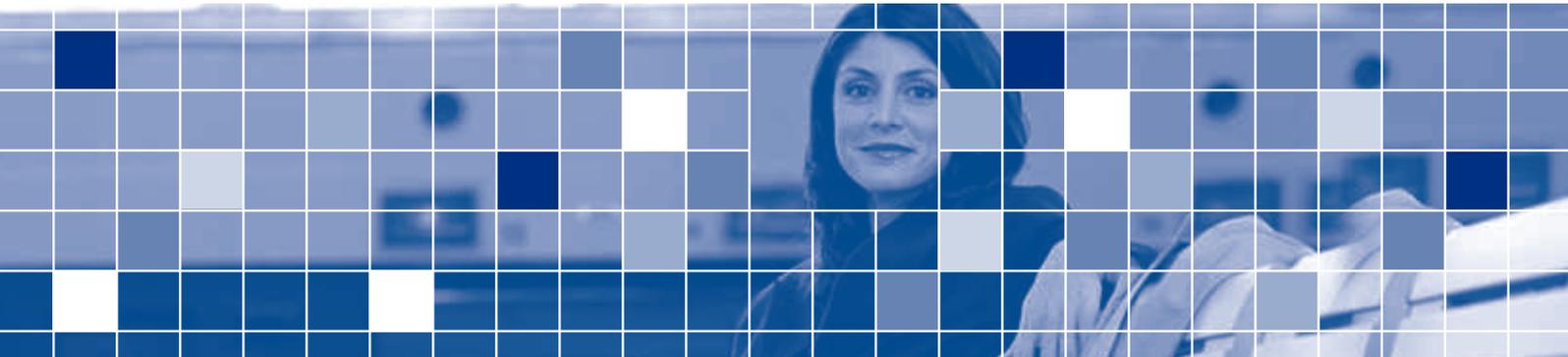
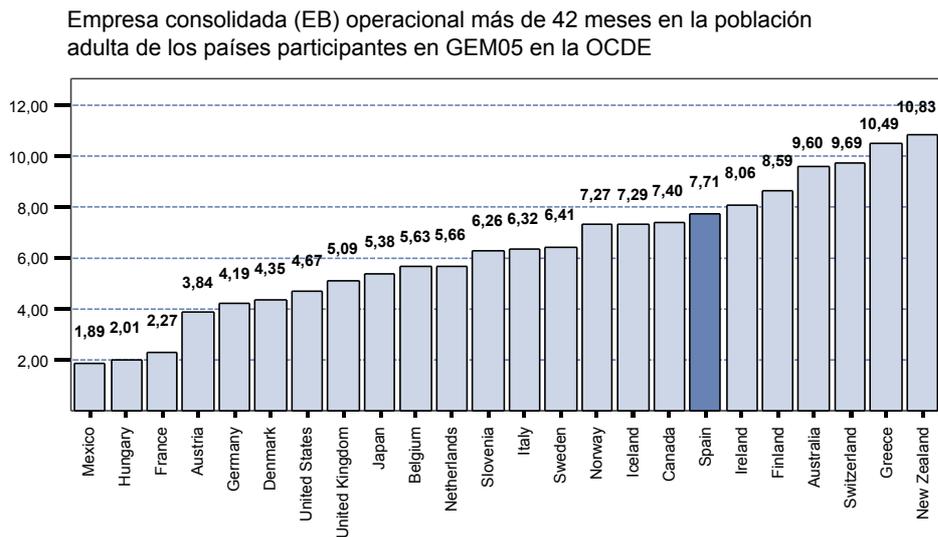


Figura nº 9 Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en el contexto de la Unión Europea



A continuación se pueden ver estos resultados para el conjunto de países de la OCDE que han participado este año en GEM y, de nuevo, el hecho de que existen diversos modelos de comportamiento condicionados por el desarrollo de los países y algunas de sus características macroeconómicas y culturales.

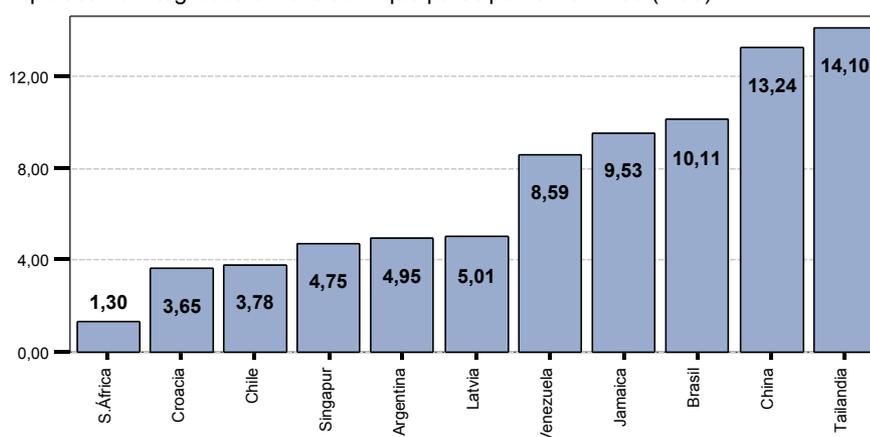
Figura nº 10 Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en el contexto de la OCDE



Asimismo, el siguiente gráfico muestra la dinámica empresarial de los países que no están integrados en la OCDE, contexto en el que destaca Tailandia, si bien, hay que tener en cuenta que, en este tipo de gráficos no se compara ni el número, ni la dimensión de estas empresas ni su calidad.

Figura nº 11 Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en países no integrados en la OCDE

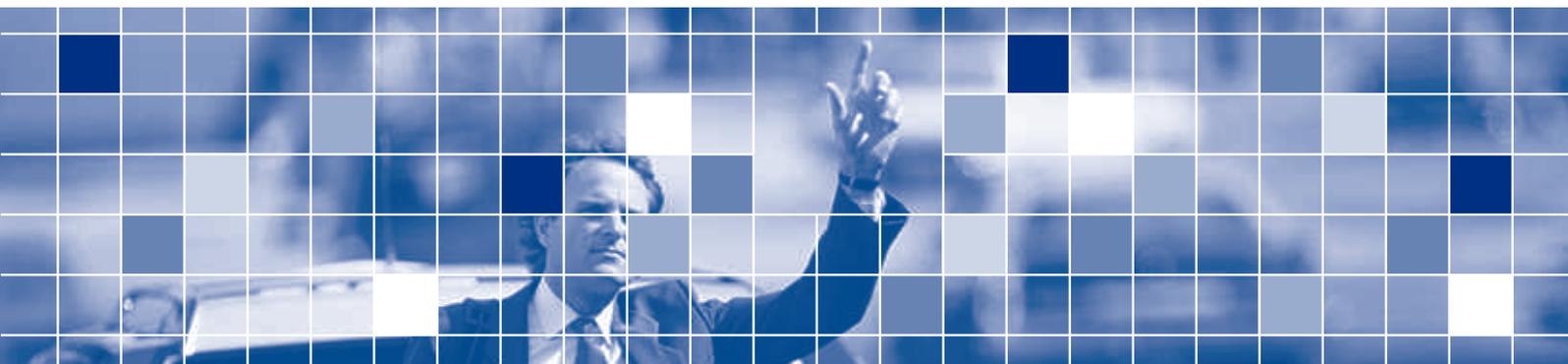
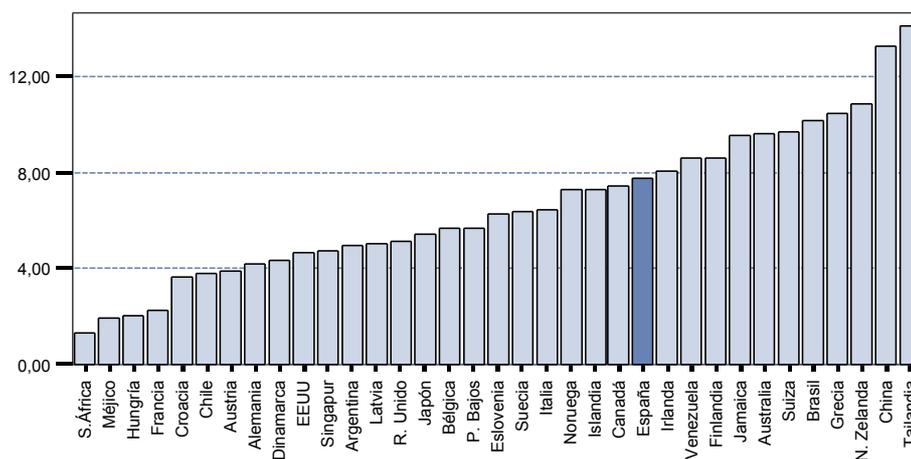
% de Empresa consolidada (EB) operacional más de 42 meses en la población de países no integrados en la OCDE que participan en GEM05 (7/05)



Finalmente, se presenta la gráfica de todos los países que integran el GEM 2005, de forma que la población que más proporción tiene de negocios, empresas y autoempleo consolidado es la de Tailandia. Advertir que, al no hablar en términos absolutos, estas cifras no significan nunca que Tailandia tenga más empresas que EEUU, por ejemplo, puesto que las respectivas poblaciones adultas están integradas por números de personas muy distintos. Simplemente se pone de manifiesto que, proporcionalmente hablando, existe un mayor tejido empresarial en la población de Tailandia, aunque su calidad y dimensión no sea comparable con la de EEUU.

Figura nº 12 Empresa consolidada detectada en la población de todos los países GEM 2005

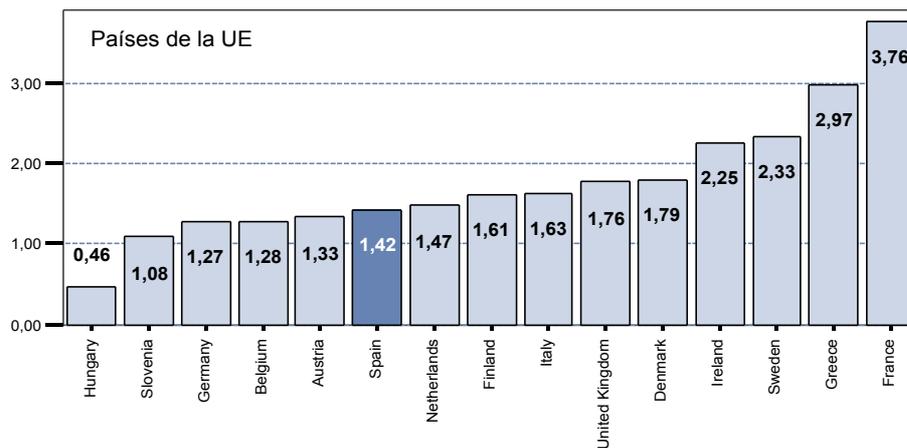
% Empresas consolidadas (EB, 07/05) operacionales más de 42 meses



La descripción de la dinámica empresarial, se completa con el estudio del cierre de negocios detectado en forma de porcentaje en la población adulta de los países. El motivo de cierre sólo se ha analizado en España, por lo que no se dispone de datos para otros países.

Figura nº 13 Porcentaje de cese de actividades en la población de los países de la UE que participan en GEM 2005

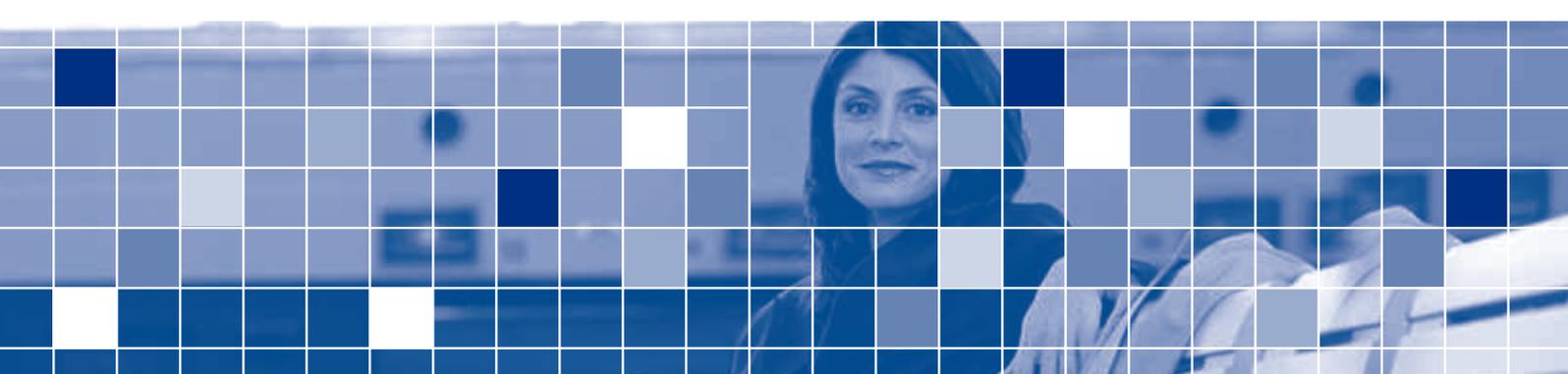
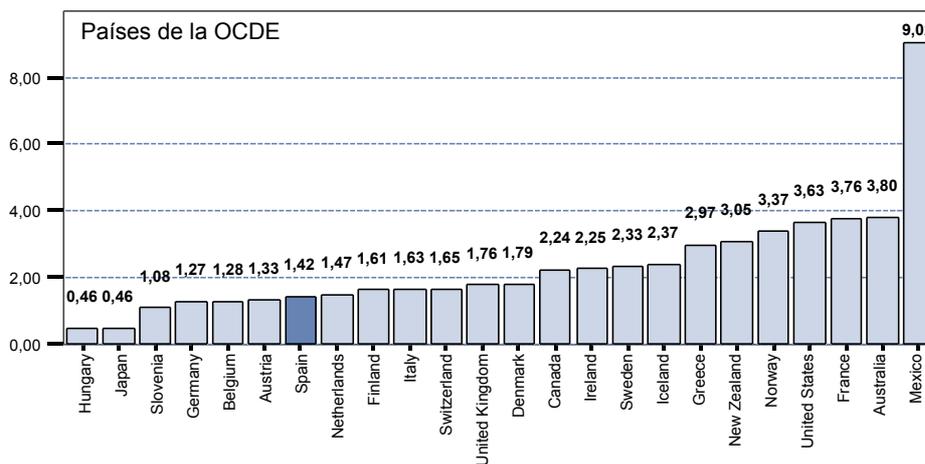
% Respuesta afirmativa: ¿Ha cerrado una actividad o negocio en los últimos 12 meses? (7/05)



España ocupa un lugar favorable con respecto a este indicador, tanto en el seno de la UE como en el de la OCDE, donde la nación más desfavorecida es Méjico.

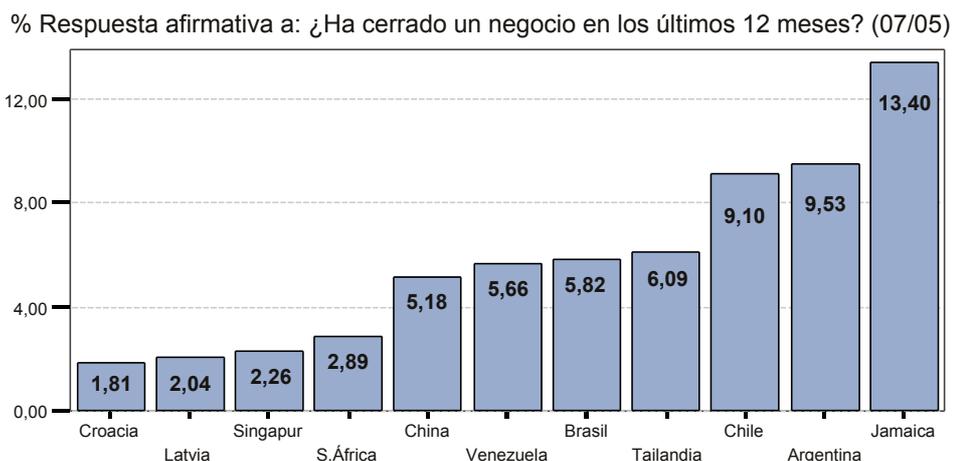
Figura nº 14 Porcentaje de cese de actividades en la población de los países de la OCDE que participan en GEM 2005

% Respuesta afirmativa: ¿Ha cerrado un negocio o actividad en los 12 últimos meses? (7/05)



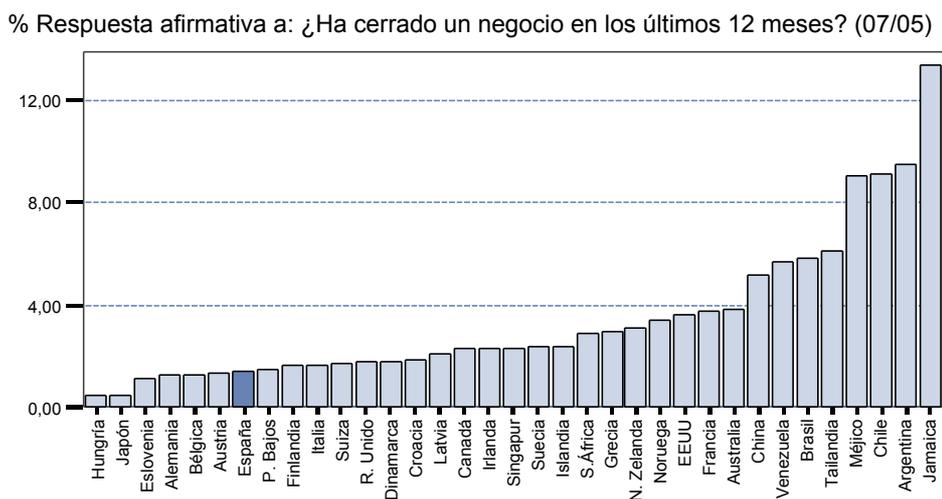
Fuera de la OCDE, los países GEM más afectados por este indicador de cese de actividades son Jamaica y Argentina.

Figura nº 15 Porcentaje de cese de actividades en la población de los países no integrados en la OCDE que participan en GEM 2005



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

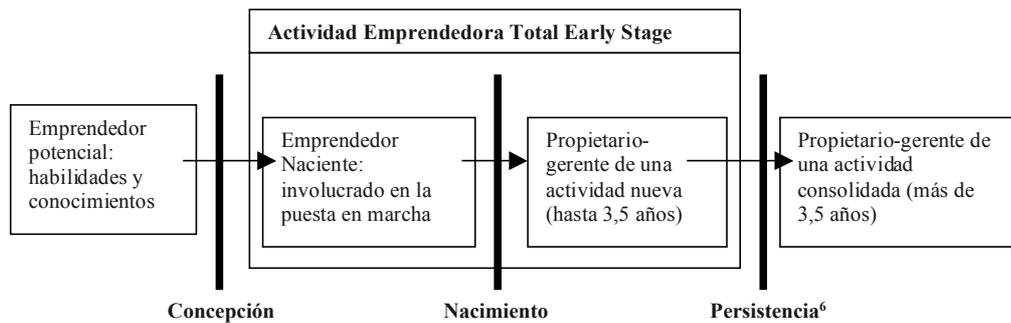
Figura nº 16 Porcentaje de cese de actividades en la población de todos los países que participan en GEM 2005



1.5 Potencial emprendedor en la población adulta española y en el contexto internacional

Los apartados anteriores han establecido la situación del año 2005 con respecto a la segunda y tercera parte del esquema que explica el proceso emprendedor tal y como se concibe en el proyecto GEM, tanto en referencia a España, como al ámbito internacional.

Figura nº 17 El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM



En este apartado se ofrece una síntesis de los datos que hacen referencia a la primera parte de este esquema, es decir, en relación al emprendedor potencial. La encuesta a la población adulta permite tantear qué porcentaje de la población está considerando emprender en los próximos tres años. Más adelante, en el apartado dedicado a la motivación, se analiza en profundidad la posesión de habilidades y conocimientos para emprender en la población.

Así, en España, a la pregunta: *¿Espera acometer un start up en los próximos 3 años?*, la tasa de respuesta obtenida es la siguiente:

Tabla nº 4

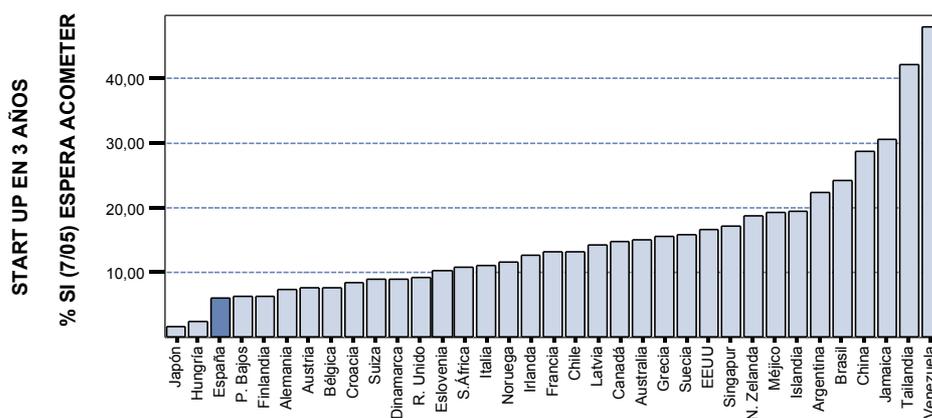
Emprendedores Potenciales en la Población Adulta Española 2005		
Estimaciones al 95% de confianza, error $\pm 0,7\%$	Número	Porcentaje de PA
Emprendedores potenciales	1500378	5,3%

Por consiguiente, este resultado pone de manifiesto que, de no modificarse sustancialmente nuestro panorama económico y social en los próximos años, la tendencia a emprender se mantendrá, cuando menos, en niveles similares al registrado en el 2005.

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

En el plano internacional, si se observan los resultados para todo el conjunto de países GEM, se aprecian grandes disparidades, motivadas, como se viene explicando, por los diversos niveles de desarrollo, la necesidad ante la falta de alternativas de trabajo y otros. España está bastante alineada con algunos países de la Unión Europea (Países Bajos, Finlandia, Bélgica y Alemania) acerca de este indicador y, si la situación económica mejora, tiene expectativas de lograr niveles más elevados como los registrados en el 2001 y el 2003 o superiores.

Figura nº 18 Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de todos los países GEM 2005



Capítulo 2: Tipos de comportamiento emprendedor

2.1. Introducción

2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

2.3. Principales motivos que están impulsando la decisión de emprender por oportunidad en España y en el contexto internacional

2.4. Desarrollo del proceso emprendedor



Capítulo 2: Tipos de comportamiento emprendedor

2.1 Introducción

La actividad emprendedora registrada en los países y regiones participantes en el Proyecto GEM obedece a dos motivaciones principales: la necesidad de emprender frente a mejores alternativas de trabajo y el aprovechamiento de oportunidades de negocio que son detectadas por emprendedores potenciales.

Para establecer qué porcentaje de la población emprende o ha emprendido anteriormente por estos dos motivos fundamentales, la encuesta a la población adulta contiene una serie de preguntas especialmente dedicadas a investigar este tema. Hasta la edición 2004 simplemente se preguntaba a los entrevistados inmersos en el proceso emprendedor si lo hacían por necesidad u oportunidad, aclarando qué se entendía por cada cosa. A partir de la edición 2005 se refina este apartado con preguntas de control que permiten clasificar a los individuos con mayor precisión en estos dos grandes apartados. Así, además de responder a la pregunta simple (haber puesto en marcha un negocio para aprovechar una oportunidad, por no tener mejores opciones de trabajo, una combinación de las dos anteriores o búsqueda de mejores oportunidades a pesar de tener trabajo), se ha añadido otra pregunta en la cual los entrevistados tienen que identificar una motivación más específica, tal como: deseo de mayor independencia, aumento de los ingresos personales, simplemente mantener el nivel de ingresos u otro caso que deben explicar. Finalmente, la batería se completa con una explicación de si primero le vino la idea de negocio, o el deseo de emprender, o ambas cosas fueron simultáneas. Cruzando estas variables entre sí, se avanza en la investigación del comportamiento emprendedor y se elimina el subjetivismo a que pudiera estar sometida la primera pregunta.

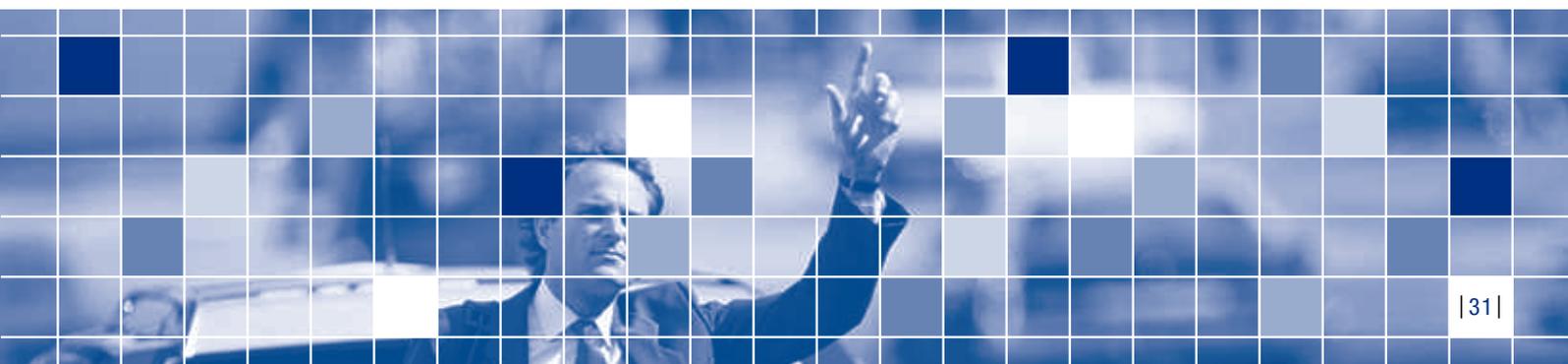


2.2 Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

La siguiente tabla resume las cifras relativas a los diversos comportamientos emprendedores en España, distinguiendo entre las personas que están en fase de start up y que poseen una empresa nueva o baby.

Tabla nº 5 Tipos de comportamiento emprendedor en España tomando como base el total de la población adulta española

Tipo de motivación	Start Up	Baby Business	Early stage total (SU+BB)
Porcentaje sobre la población española y número de personas			
Oportunidad pura	(1,4%) 399172	(1,8%) 518526	(3,2%) 907272
Oportunidad en parte	(0,6%) 173378	(0,7%) 204764	(1,3%) 364520
Necesidad	(0,3%) 81216	(0,5%) 148462	(0,8%) 227228



Los resultados muestran el claro predominio de la motivación de emprender por oportunidad, típica de los países desarrollados.

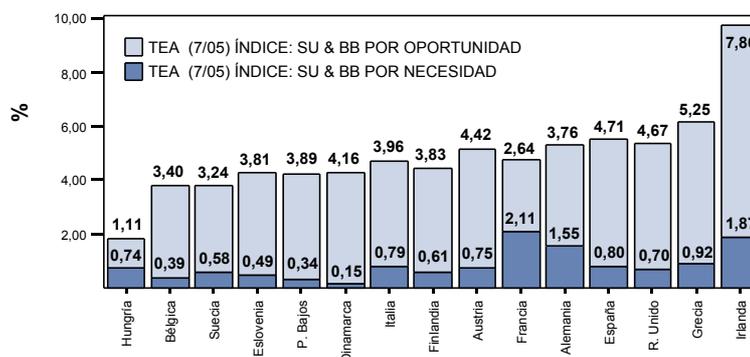
Utilizando la nomenclatura de ediciones anteriores en que se mostraba el índice de actividad emprendedora total (TEA) por oportunidad y necesidad, la evolución temporal de este indicador es la que se puede ver en la siguiente tabla. En general, la actividad emprendedora por oportunidad desciende un 2,8% respecto al año anterior y la actividad emprendedora por necesidad aumenta un 29%, mientras aparece de nuevo un pequeño porcentaje de motivaciones diferentes de las dos anteriores.

Tabla nº 6 Evolución del tipo de comportamiento emprendedor early stage en España como porcentaje de la población adulta y como porcentaje de la actividad emprendedora total early stage registrada cada año.

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

La posición relativa de España acerca de los indicadores anteriores en el contexto internacional es positiva. Así, en su entorno regional natural, la Unión Europea, España muestra una situación de bonanza al mantener uno de los niveles más elevados de actividad emprendedora por oportunidad de este conjunto de países. La diferencia observada entre el resultado comparativo internacional (4,71%) y el mostrado en la tabla anterior (4,40%) obedece a que, en el primer caso se utilizan datos de población del US Census para todos los países, mientras que el dato de la tabla anterior ha sido calculado para España con los datos de población del INE. Al observar el gráfico llama la atención el elevado nivel de actividad emprendedora por necesidad en Francia. Esta mayor proporción se puede explicar por el hecho de que es un país con alta tradición de inmigración y, como se verá más adelante, los inmigrantes que proceden de países en vías de desarrollo, emprenden en una proporción considerable por necesidad. Este dato pone de manifiesto un fenómeno que irá afectando a los países de la UE que reciban importantes contingentes de inmigrantes de países menos desarrollados, entre los que se hallan España y también Alemania. El pasado año, el informe GEM para España reflejó por primera vez el impacto que comenzaba a tener la actividad emprendedora inmigrante en nuestro país. Ahora, en el 2005, hemos podido ver cómo ha aumentado la actividad emprendedora por necesidad, hecho que se relaciona con la inmigración y también, en parte, con la saturación del mercado laboral en cuanto a su oferta de empleo “estable, seguro y bien remunerado”, que empuja a muchos recién licenciados a plantearse la alternativa de convertirse en empresarios.

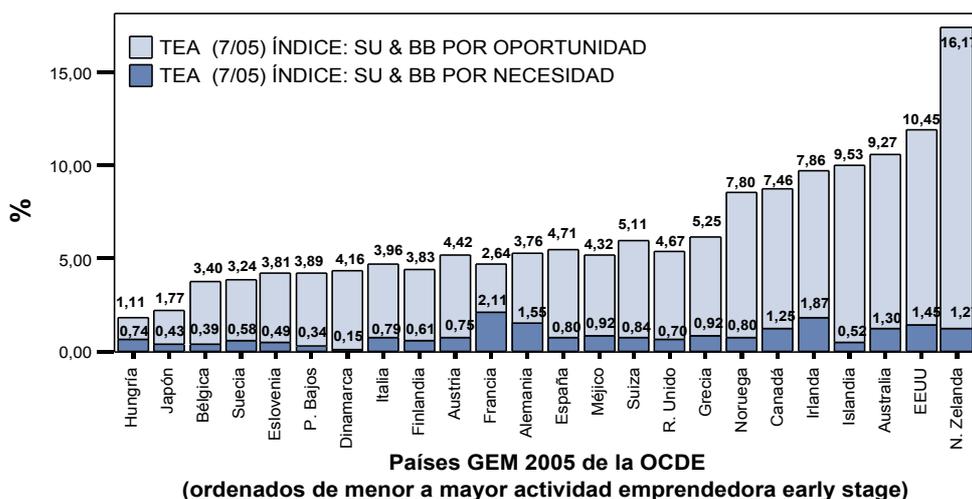
Figura nº 19 Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en la UE



Países de la UE en GEM 2005
(ordenados de menor a mayor porcentaje de población emprendedora early stage)

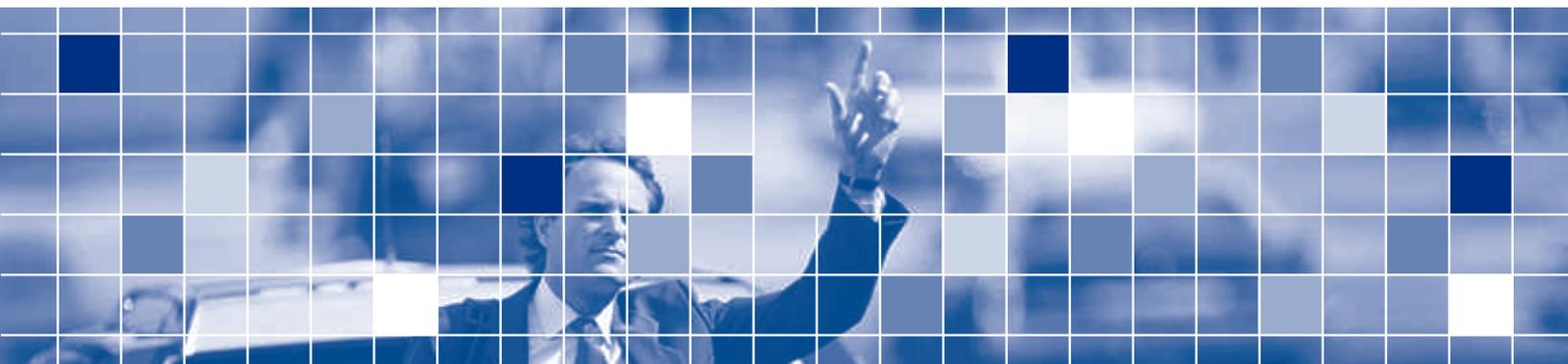
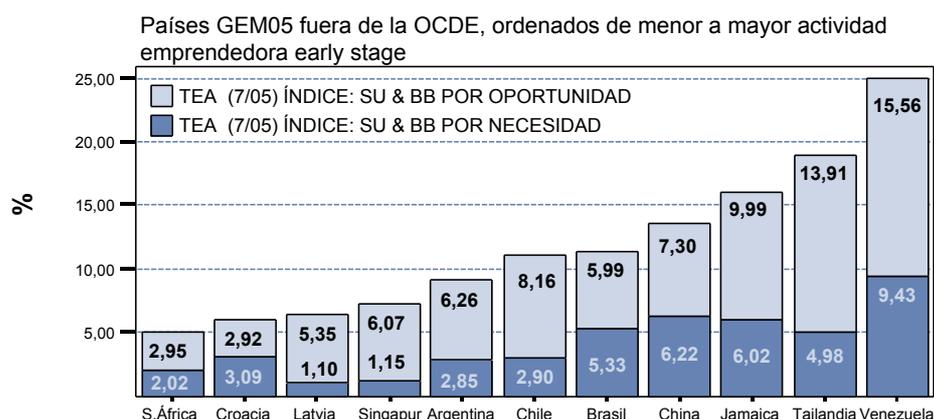
En un contexto más amplio como es el de la OCDE, España ocupa una posición acorde con su nivel de desarrollo y características macroeconómicas, que no guarda relación con la distribución de actividad empresarial de Nueva Zelanda o de los Estados Unidos, países con otra tradición y arraigo del entrepreneurship en general.

Figura nº 20 Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en la OCDE



En definitiva, los países de la OCDE, salvo excepciones, muestran unos niveles de actividad emprendedora en la población por necesidad, muy bajos, mientras que, en el siguiente gráfico, se puede apreciar que la mayoría de países en vías de desarrollo, del cual son claros ejemplos Venezuela, Jamaica, Brasil y Tailandia, tienen niveles superiores al 5%. Este hecho demuestra que no es comparable la actividad emprendedora que se desarrolla en estos países con la que tiene lugar en los desarrollados, pues buena parte de ella obedece a la falta de alternativas de empleo de la población y se trata de negocios y empresas de calidad inferior a la de los emprendedores de los países desarrollados. Con todo, volviendo al tema de la inmigración, es necesario tener en cuenta que parte de este fenómeno se está trasladando a los países en que se van ubicando los inmigrantes de países menos desarrollados.

Figura nº 21 Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad fuera de la OCDE



2.3 Principales motivos que están impulsando la decisión de emprender por oportunidad en España y en el contexto internacional

Cuando un emprendedor potencial detecta una oportunidad y toma la decisión de llevar a cabo un start up, además de aprovechar esa oportunidad, el emprendedor lleva a cabo la iniciativa impulsado por otros motivos concretos que están relacionados con su desarrollo personal y profesional. El Proyecto GEM explora por primera vez estos motivos. Del total de emprendedores en fase de early stage en España que han emprendido por oportunidad, y que han respondido a estas preguntas complementarias, se desprende que más de la mitad ha seguido adelante con el objetivo de alcanzar una mayor independencia personal. Asimismo, un 34,5% lo ha hecho para aumentar su nivel de ingresos y un 11,1% buscando simplemente mantener su nivel actual de ingresos. Los resultados detallados para emprendedores en fase de start up, baby business y early stage total se muestran en la siguiente tabla.

Tabla nº 7 Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender en España

Motivo para emprender por oportunidad	Start up	Baby business	Early stage (SU+BB)
Independencia	52,5%	56,5%	54,4%
Aumentar ingresos	39,8%	29,0%	34,5%
Mantener ingresos actuales	7,8%	14,5%	11,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

En el contexto internacional se puede ver por primera vez cómo cambia el comportamiento en cuanto a motivación ante el aprovechamiento de oportunidades para emprender en los diferentes países que configuran el GEM 2005. Así, en la siguiente figura, referida únicamente a los emprendedores en fase de early stage (start ups y baby business), España se coloca a la cabeza como país en que los emprendedores que aprovechan una oportunidad lo hacen buscando una mayor independencia, mientras que en otros países es más importante otro tipo de motivación. En Croacia llama la atención la elevada proporción de emprendedores que aprovechan la oportunidad simplemente para mantener su nivel de ingresos, hecho que contrasta con el caso del Reino Unido, Alemania y Grecia en que no se dan casos de este tipo. Los resultados indican que existen diferencias culturales importantes entre los emprendedores por oportunidad del conjunto internacional GEM, abriéndose un interesante apartado que será motivo de investigaciones más profundas fuera del informe ejecutivo.

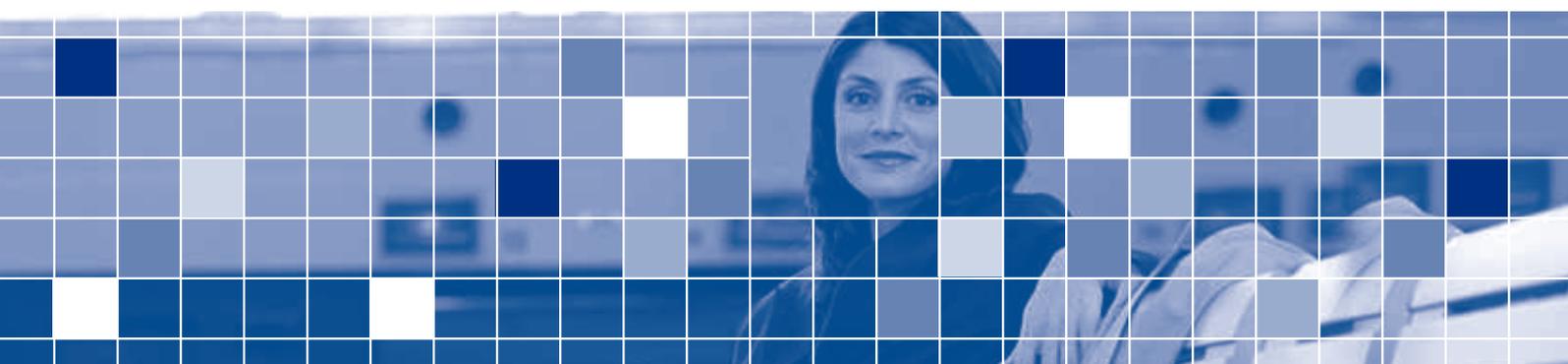
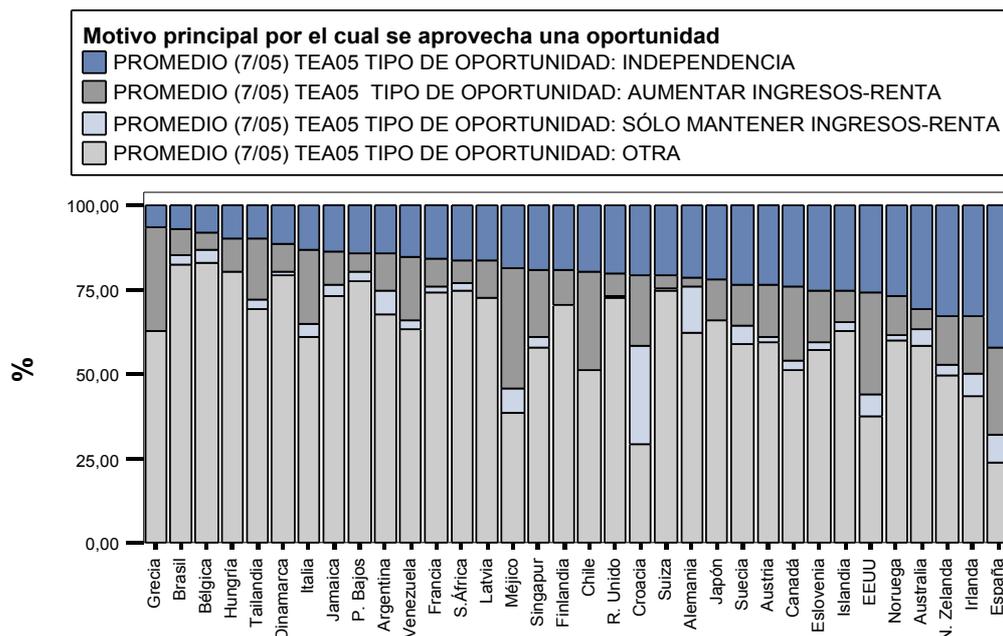


Figura nº 22 Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender en los países GEM en su conjunto



2.4 Desarrollo del proceso emprendedor

La forma concreta en que el emprendedor potencial se convierte en activo también está altamente relacionada con el tipo de comportamiento emprendedor, por lo que por primera vez se ha explorado el desarrollo del proceso de puesta en marcha. Para ello se ha preguntado a los empresarios si la idea de negocio les vino antes de tomar la decisión de emprender o si primero sintieron el deseo de emprender sin saber muy bien en qué tipo de empresa. Los resultados obtenidos para empresarios nacientes por un lado, y nuevos y consolidados por otro, son los siguientes:

Tabla nº 8 ¿Qué viene antes: la idea de negocio o el deseo de emprender?

	Empresarios nacientes (start up)	Empresarios nuevos y consolidados (baby y established business)
La idea de negocio vino primero	38,1%	38,2%
El deseo de emprender vino primero	24,7%	17,1%
Ambas cosas fueron simultáneas	37,2%	39,0%
No sabe	0,0%	3,1%
No contesta	0,0%	2,6%
Total	100,0%	100,0%

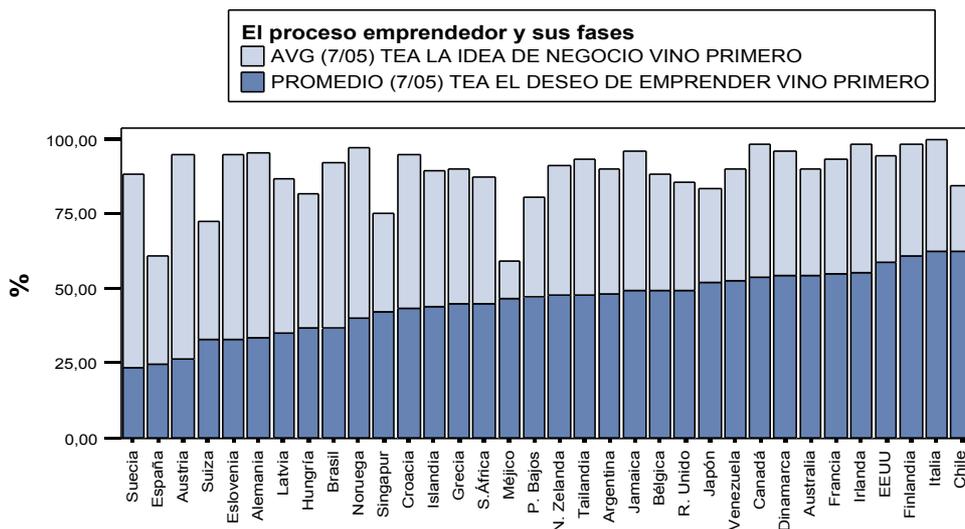


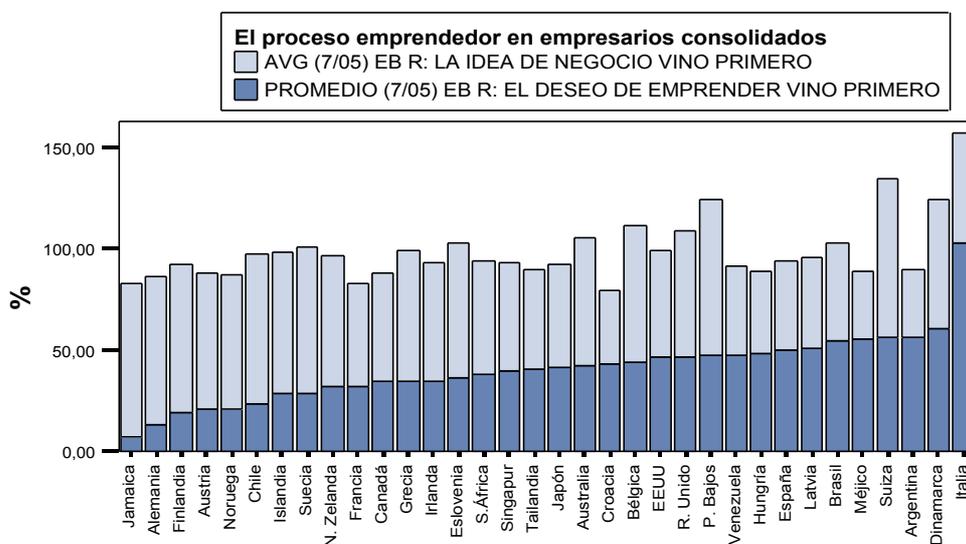
En general, los resultados para empresarios nacientes por un lado, y nuevos y consolidados por el otro, son similares: la idea de negocio viene antes, o es simultánea al deseo de emprender y, el deseo de emprender antes de tener clara la idea se presenta en menor medida. Por consiguiente, la mayoría actúa siguiendo una secuencia lógica. Sin embargo, no hay que perder de vista que entre los empresarios nacientes hay casi un cuarto del conjunto global que tiene antes el deseo de emprender que la idea concreta. Este resultado se relaciona con dos hechos: por un lado el incremento de la actividad emprendedora por necesidad y, por otro, con la mortalidad empresarial. En ese sentido, un resultado como este pone de manifiesto la tan comentada falta de planificación previa que se detecta entre los emprendedores y que es necesario corregir. Por supuesto, esto no tiene porqué ser así en todos los casos, pero no hay duda de que hay un porcentaje notable de personas que deciden emprender sin tener previamente una idea clara de negocio y que, consecuentemente, pueden iniciar una actividad poco estructurada y planificada teniendo más posibilidades de fracasar.

La secuencia lógica a que hacemos alusión en el párrafo anterior, cambia en algunos países, como se puede ver en la siguiente figura. De nuevo, los factores culturales y el grado de desarrollo se muestran como influyentes en la mentalidad de los emprendedores de diversas regiones. Países en vías de desarrollo o con una amplia tradición emprendedora, muestran como el deseo de emprender viene antes que la idea de negocio en una amplia proporción. Países como Suecia, Austria y Alemania, muestran la situación opuesta. La novedad de estos temas y el amplio conjunto de variables del proyecto, seguro que van a proporcionar trabajos de investigación detallada acerca de este apartado que no tienen cabida en este informe, pero que prometen desvelar incógnitas de carácter cultural acerca de las diferencias regionales internacionales en la mentalidad emprendedora.

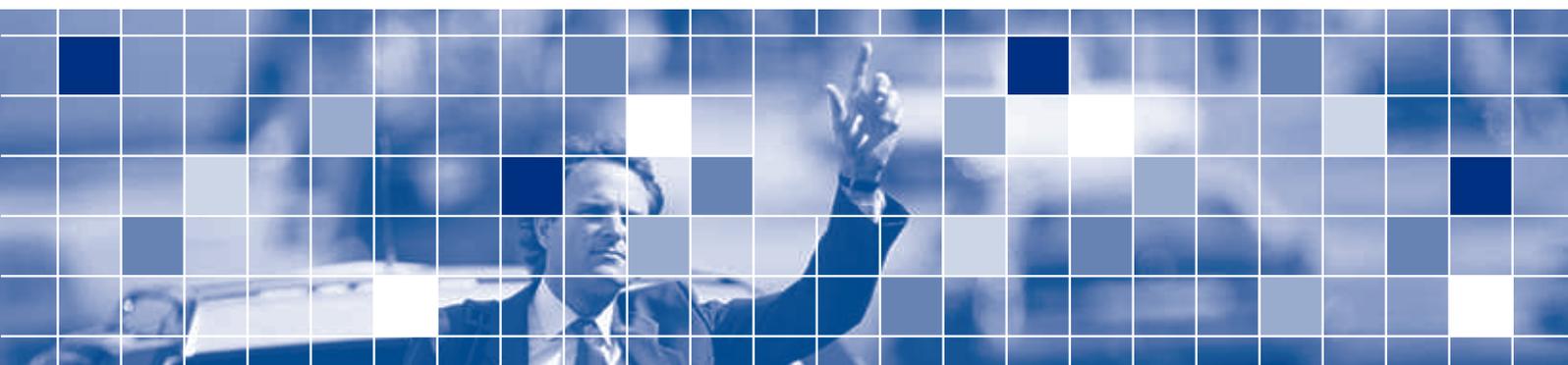
Por otro lado, al investigar este mismo tema en los emprendedores ya consolidados, es decir, que poseen una empresa activa por más de 42 meses, el panorama cambia completamente y, a nivel mundial se puede afirmar que es mucho más frecuente el caso de emprender habiendo tenido antes la idea de negocio que el deseo. En este conjunto de empresarios hay que investigar si existe diferencia entre los que llevan más y menos tiempo activos y otros aspectos que permitan extraer conclusiones acerca de porqué se produce esta diferencia tan significativa entre la fase early stage y la consolidada en la mayoría de países.

Figura nº 23 Forma en que se desarrolla el proceso emprendedor para emprendedores en fase de early stage y consolidada en los diversos países GEM 2005





Países GEM 2005



Capítulo 3: Perfil socioeconómico del emprendedor español

3.1. Género

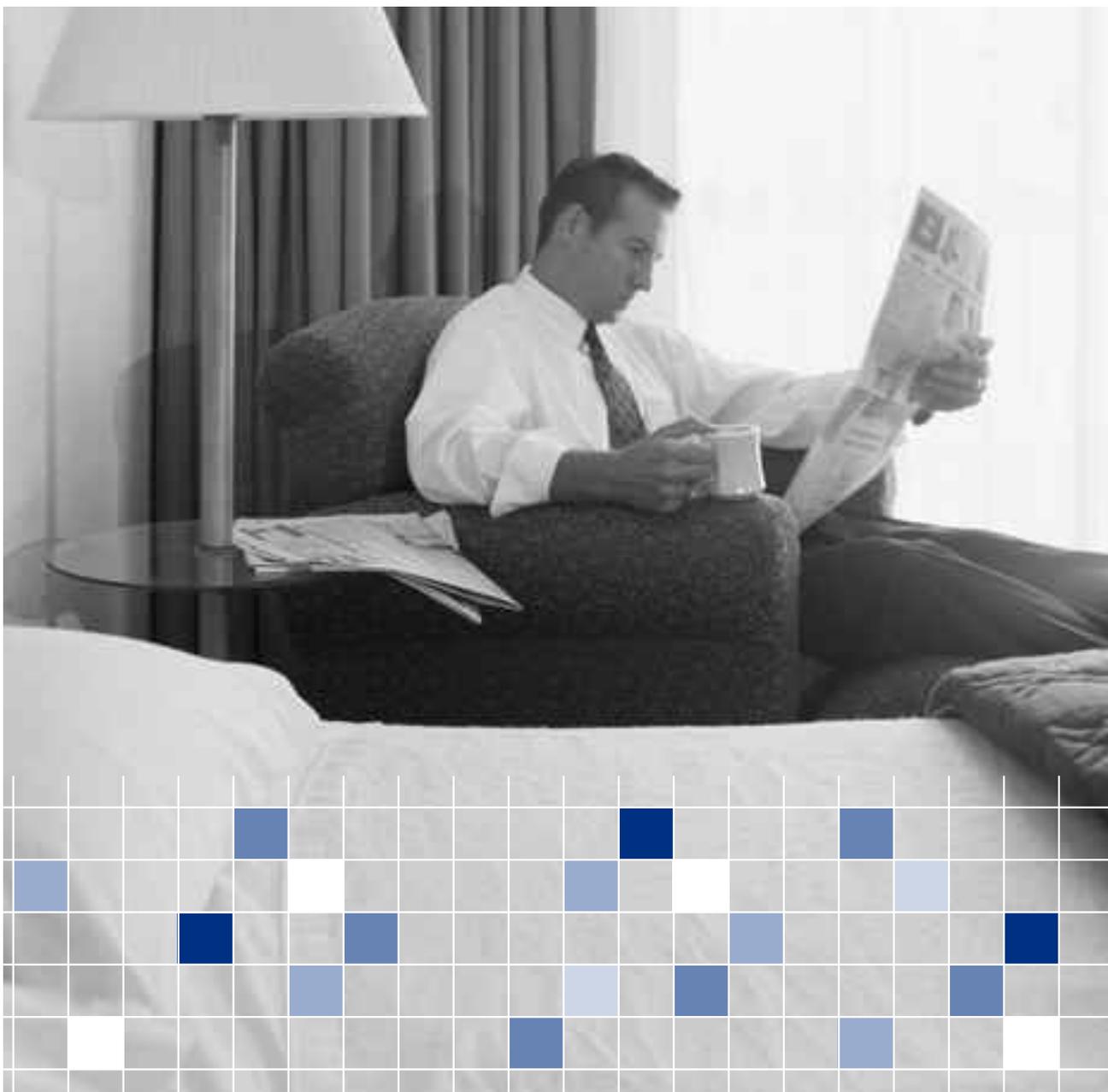
3.2. Edad

3.3. Educación

3.4. Nivel de renta

3.5. El proceso emprendedor en zona rural y en zona urbana

3.6. Tipo de dedicación



Capítulo 3: Perfil socioeconómico del emprendedor español

En este capítulo se proporcionan los datos correspondientes al perfil del emprendedor español activo entendiendo por éste, según la definición ofrecida en el Capítulo 1 del informe, a aquellos adultos entre 18 y 65 años que están inmersos en negocios o empresas en fase de “early stage”, es decir nacientes y nuevas.

Adicionalmente, y siguiendo la nueva filosofía adoptada por el Comité Científico del GEM a partir de esta edición 2005, se ofrecen también datos sobre las características de los emprendedores potenciales (aquellos que tienen pensado crear un negocio en los próximos tres años) y los datos más relevantes referidos a los propietarios-gerentes de actividades consolidadas.

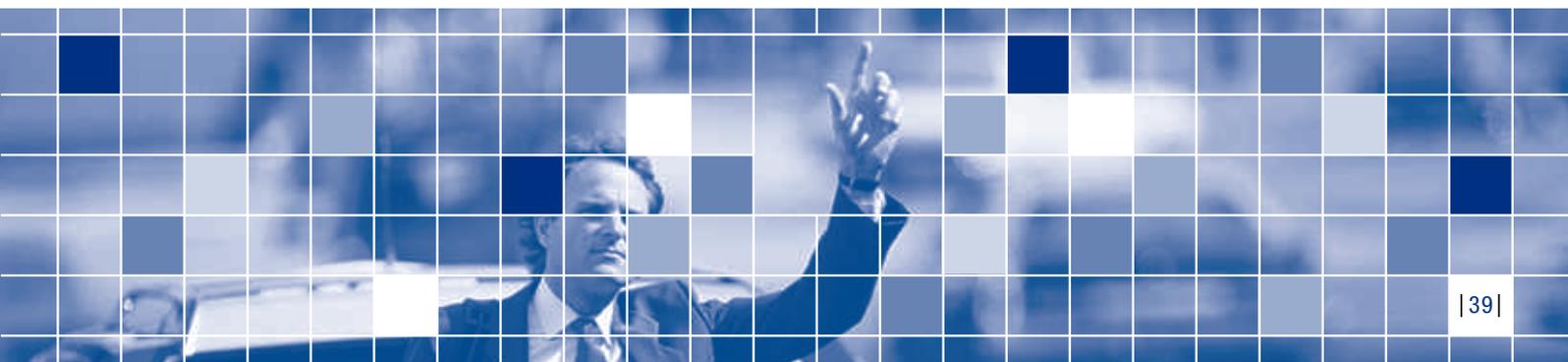
En términos generales, los datos recogidos en el GEM 2005 reflejan una cierta continuidad con el perfil socioeconómico del emprendedor establecido en ediciones anteriores. Así, el emprendedor español, es mayoritariamente varón, con una edad media de 41,68 años, una renta mensual media próxima a los 1800 euros y un nivel de estudios que se sitúa habitualmente en grado medio, pero que cada vez tiende más hacia el grado superior (diplomados y licenciados). El desglose de la actividad emprendedora por el momento en que se halla dentro del proceso (potencial, early stage, consolidada y cese) muestra además que apenas existen diferencias significativas en el dibujo de este perfil en función de que se trate de un emprendedor de una fase u otra. Con todo, algunas distribuciones muestran tendencias de cambio interesantes, como es el caso del sexo, que se comentan más ampliamente en el capítulo dedicado a la actividad emprendedora de la mujer.

3.1 Género

La creciente importancia concedida en los últimos años al estudio de la actividad emprendedora desde una perspectiva de género, tanto desde las instituciones públicas como privadas, como desde la comunidad académica, tuvo su reflejo en la edición del informe GEM del año anterior, en el que por primera vez se dedicó un capítulo completo al estudio de la mujer emprendedora. Continuando con esta iniciativa, la edición de este año también dedica el siguiente capítulo al estudio de la mujer emprendedora y empresaria en España, por lo que las diferencias de género sobre el perfil del emprendedor serán tratadas con profundidad en dicho capítulo.

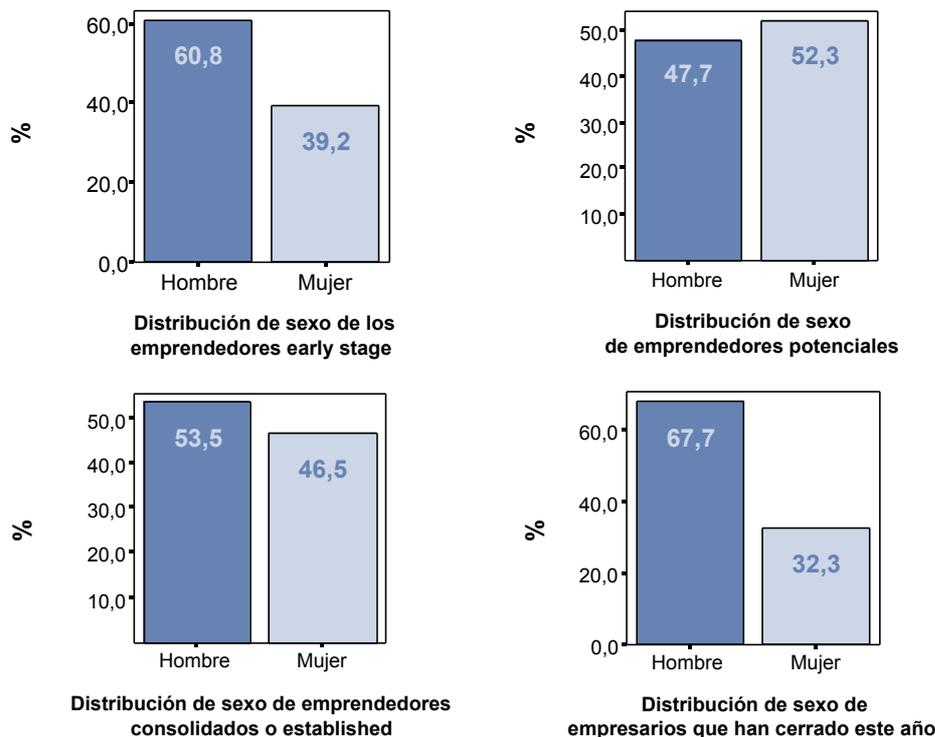
La distribución de la población emprendedora early stage por género muestra que el 60,8% de los emprendedores son hombres y el 39,2% son mujeres. Esto supone un salto cuantitativo, a favor de la mujer emprendedora, de cierta importancia respecto a las ediciones anteriores del GEM, en las que se reflejaba un estancamiento de la población femenina emprendedora en torno al 30%. Las posibles causas de este resultado se comentan detalladamente en el próximo capítulo, si bien se puede adelantar que la atención de diversos organismos al colectivo femenino y la recuperación global de la actividad emprendedora con respecto al año anterior, están entre los factores que, a nuestro juicio, explicarían parte de este importante y positivo avance.

Por otro lado, entre los emprendedores potenciales se vislumbra la consolidación del incremento de la actividad emprendedora de la mujer, pues este año supera en proporción de intenciones al hombre.



En el conjunto de emprendedores consolidados, que poseen un negocio que viene operando más de tres años y medio, la distribución entre sexos es más equilibrada de lo que cabe suponer viendo los datos de la actividad early stage. De ello se deduce que la mujer acusa más los periodos de recesión, pero tiende a consolidar sus negocios, dato que se refuerza con la menor proporción de mujeres en la distribución de sexo del colectivo que ha cerrado un negocio en los últimos 12 meses anteriores al trabajo de campo. La Figura nº 24 muestra las cuatro distribuciones comentadas.

Figura nº 24 Distribución del sexo de los emprendedores early stage, potenciales, consolidados y que han cerrado un negocio en los últimos 12 meses (07-04/07-05) en España

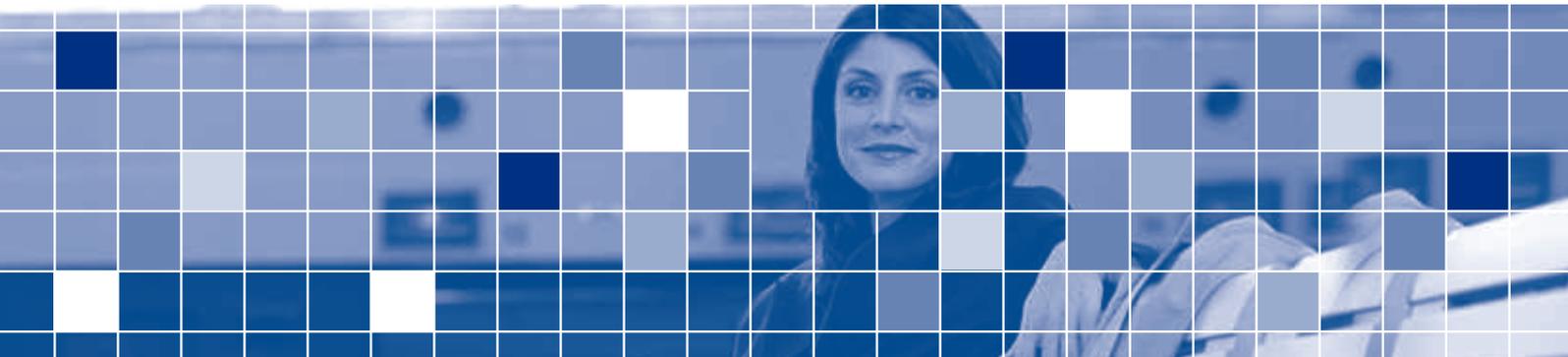


3.2 Edad

La siguiente tabla muestra la edad media de los emprendedores españoles según la fase en la que se hallan en el proceso emprendedor. Los resultados indican que el español emprende más bien tarde y que los jóvenes todavía no consideran esta alternativa profesional como la más atractiva tras finalizar los estudios. Esta situación se viene repitiendo desde que se inició el Proyecto GEM hace seis años.

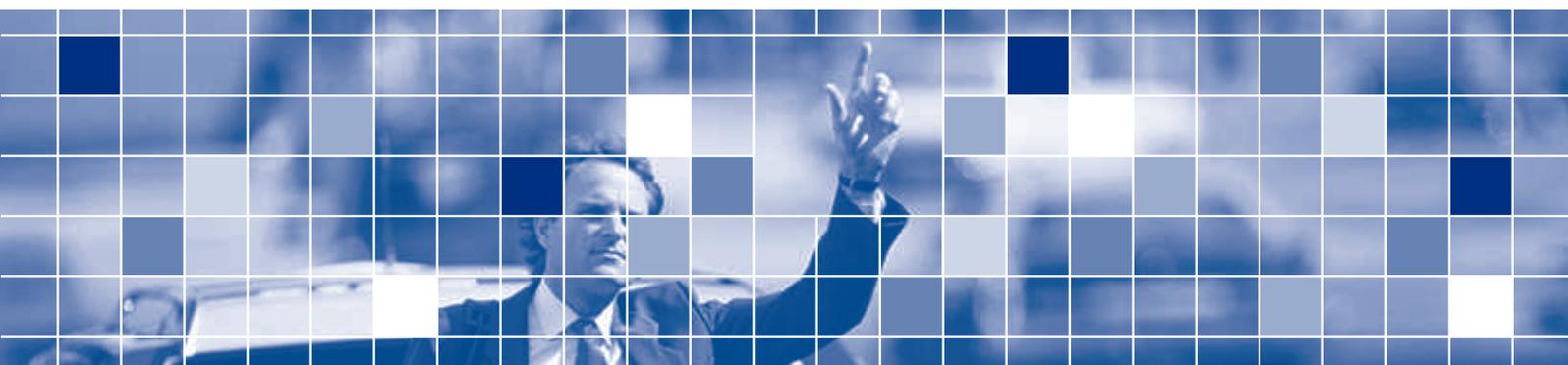
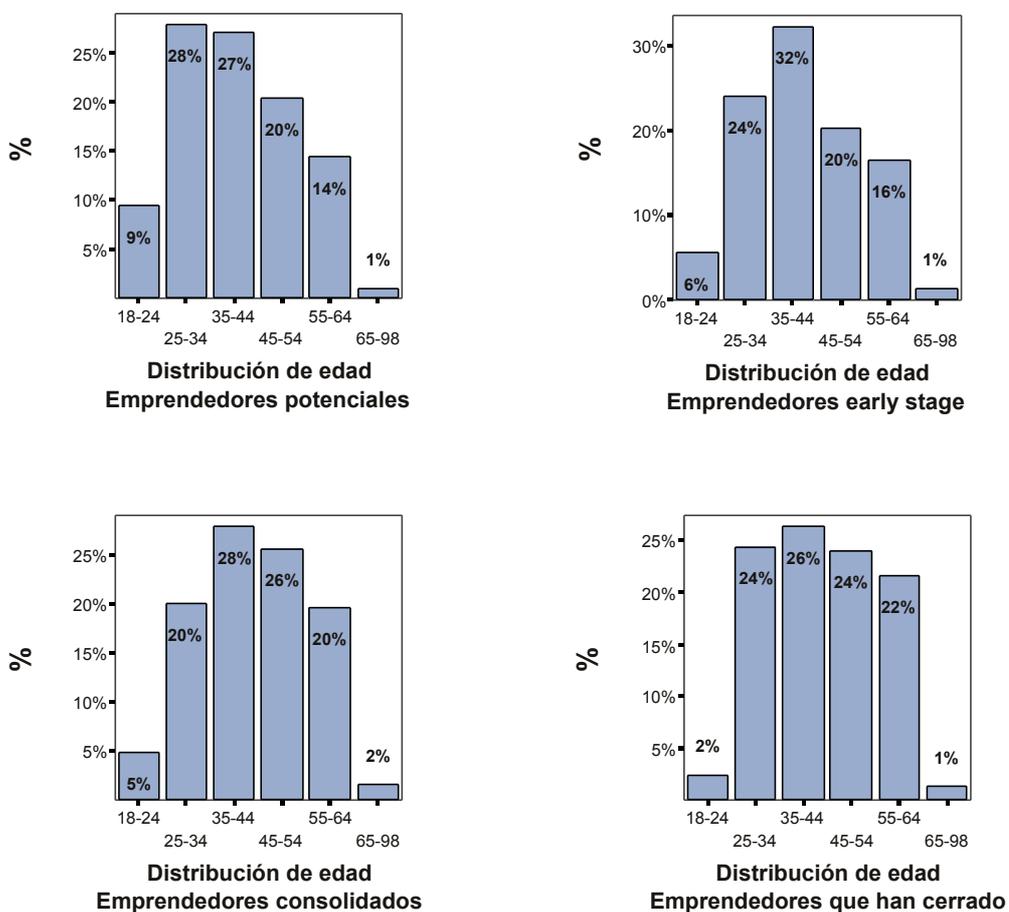
Tabla nº 9 Edad media del emprendedor español según la fase activa en que se encuentra

Emprendedor potencial		Emprendedor Early stage		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha cerrado	
Media	D.Típica	Media	D.Típica	Media	D.Típica	Media	D.Típica
40,14	12,54	41,68	11,56	43,57	11,88	44,15	11,76



Las distribuciones por tramos de edad (ver Figura nº 25) para los cuatro colectivos considerados: emprendedores potenciales, early stage, consolidados y que han cerrado, son similares y, salvo la primera que es más asimétrica a la derecha, tienden a comportarse según una Normal, es decir, una distribución acampanada que contiene pocos casos en los extremos y la gran mayoría en el centro. Los resultados ponen de manifiesto una mayor juventud en el caso de los emprendedores potenciales, aunque no tan acentuada como sería deseable para el caso español y plantea una interesante reflexión: ¿Es esta diferencia un reflejo de un mayor espíritu emprendedor y mayor optimismo de los jóvenes ante el futuro que logrará situar nuestra tasa emprendedora juvenil a nivel de los países desarrollados en general?, o por el contrario ¿es un reflejo de las dificultades que existen en nuestro país a la hora de poner en marcha una empresa, dificultades que finalmente desaniman a nuestros potenciales jóvenes emprendedores a convertir en realidad su deseo de ser empresarios?. Es de esperar que posteriores ediciones del GEM nos ayuden a encontrar la respuesta a este interrogante.

Figura nº 25 Distribuciones de edad de los emprendedores según la fase del proceso emprendedor en que se hallan: potencial, early stage, consolidada o cierre.



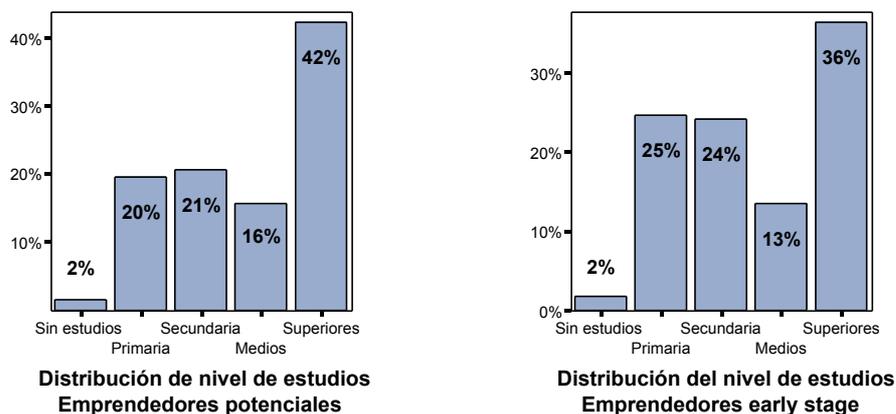
Por otro lado, el aumento de la importancia del colectivo mayor de 55 años podría responder en parte al aumento que se viene observando en España en el número de jubilaciones anticipadas. Según un estudio realizado por el IESE⁷, el setenta por ciento de los planes de retiro anticipado se han llevado a cabo en los últimos seis años, mientras que sólo el treinta por ciento lleva aplicándose desde los años ochenta. Además, el citado estudio establece que de los 70.000 trabajadores que actualmente se prejubilán en España cada año, en torno al 43% continúa trabajando "por sentirse útil y tener un complemento económico". Parece lógico suponer por tanto que el autoempleo sea una de las formas contempladas por estos trabajadores para permanecer activos en el mercado laboral.

En cualquier caso estos datos, contrarios a la tendencia internacional que suele mostrar al grupo de jóvenes entre 25-34 años como los más activos en creación de empresas debe llevarnos a reflexionar sobre las causas que explican la falta de dinamismo empresarial entre nuestra población más joven.

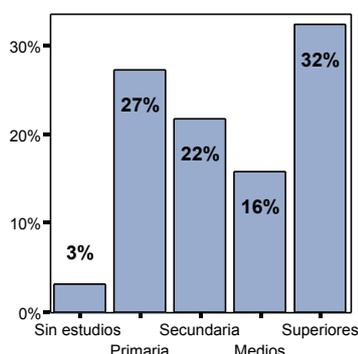
3.3 Educación

El nivel educacional del emprendedor español mejora al mismo ritmo que lo hace el nivel de estudios de nuestra sociedad en general. Como se puede apreciar en las siguientes distribuciones, apenas quedan reductos de emprendedores sin estudios, si bien no hay que descartar que estas cifras vuelvan a incrementarse en los próximos años por un efecto derivado de la actividad desarrollada por emprendedores inmigrantes que no han tenido las mismas oportunidades que los españoles en este sentido. La proporción de emprendedores con estudios superiores sigue una evolución de tipo creciente, de forma que en el conjunto de los potenciales hay un 42% con este tipo de titulación (licenciatura, diplomatura o tercer ciclo), porcentaje que va descendiendo a medida que nos adentramos en el proceso emprendedor hasta llegar al 30% que se registra en la fase consolidada. A medida que desciende la proporción de emprendedores con estudios superiores, se incrementan los porcentajes de personas con estudios primarios, secundarios, etc. La evolución es lógica y, de seguir esta tendencia, hay que esperar una mayor calidad en las iniciativas empresariales a medio plazo, puesto que se sustentarán en una mayor y mejor formación de sus impulsores. Todo ello, vendrá, acompañado, tal y como hemos mencionado anteriormente, del fenómeno emprendedor de los inmigrantes de países en vías de desarrollo que tardará años en seguir una evolución parecida a la que aquí se presenta.

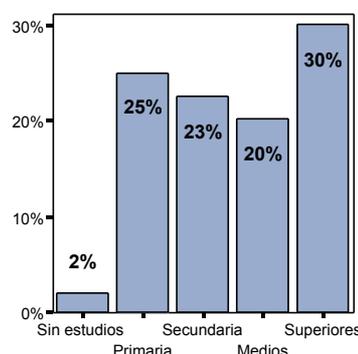
Figura nº 26 Nivel de estudios de los emprendedores según la fase en que se hallan del proceso emprendedor: potenciales, early stage, consolidados, o que han cerrado.



(7) Gómez, Sandalio. "Las prejubilaciones y su impacto en la persona, la empresa y el sistema de pensiones". Documento de trabajo IESE, 2003.



**Distribución del nivel de estudios
Emprendedores consolidados**

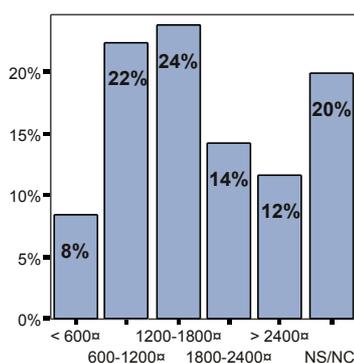


**Distribución del nivel de estudios
Emprendedores que han cerrado**

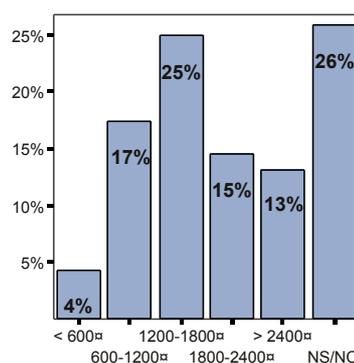
3.4. Nivel de renta

El nivel de renta de los emprendedores españoles es variable y los tramos superiores aumentan a medida que se consolida su posición, disminuyendo a favor de los inferiores en aquellos que cierran, ya sea por jubilación u otros motivos. Asimismo, se observa la reticencia a informar acerca de esta variable a medida que el emprendedor consolida su posición (casos de no respuesta), tendencia menos observada en los que afrontan un cierre o son emprendedores potenciales. Las preguntas relacionadas con los ingresos siempre despiertan recelo en los entrevistados, de forma que hay que concluir que una parte de las respuestas pueden estar infravaloradas y que parte de los emprendedores con potencia financiera se ocultan tras la no respuesta. En el apartado referente a financiación, hace años que se ha comprobado que más del 50% de los emprendedores ponen todo el capital semilla del start up, por lo que su nivel de renta tiene que ser el adecuado para enfrentarlo. Sea como fuere, los datos recogidos apuntan hacia un 45% de emprendedores, en cualquiera de las fases en que se hallen, con rentas inferiores a los 1800 euros al mes, frente a algo más de un 25% con rentas superiores a esa cifra.

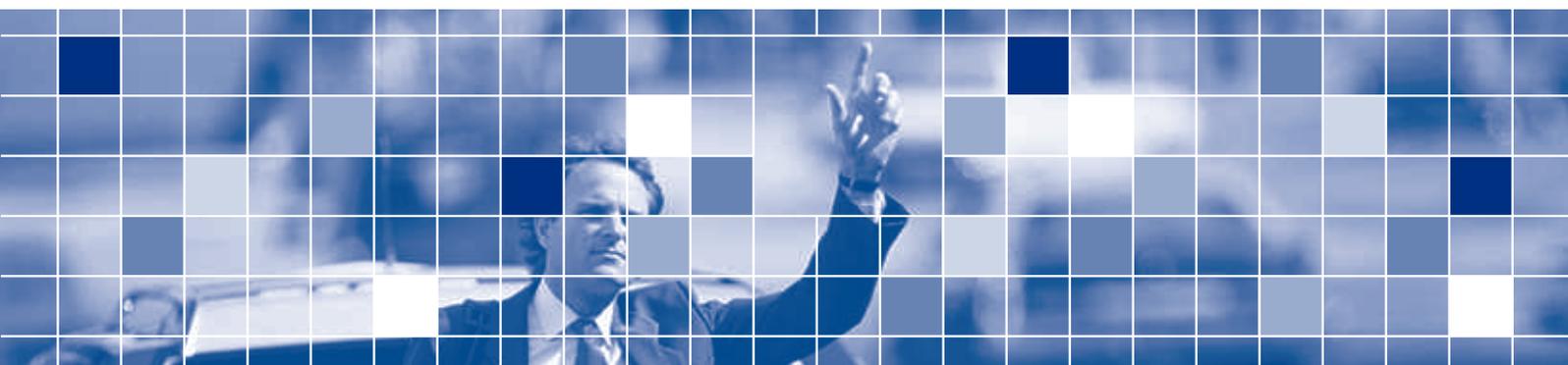
Figura nº 27 Distribuciones del nivel de renta mensual de los emprendedores españoles según la fase del proceso emprendedor en que se hallan: potencial, early stage, consolidada o cierre.

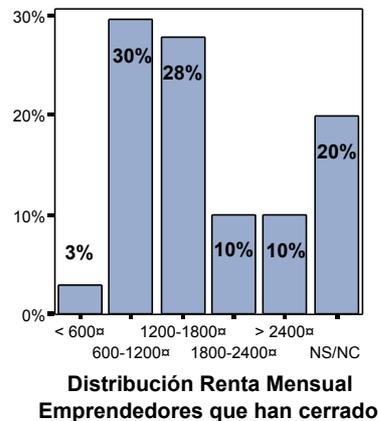
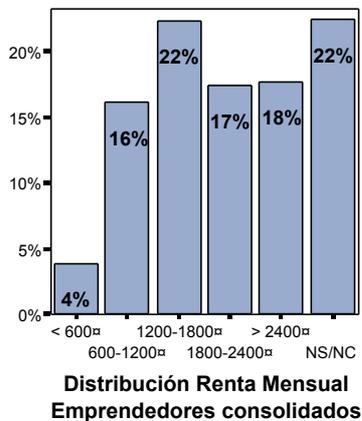


**Distribución Renta Mensual
Emprendedores potenciales**



**Distribución Renta Mensual
Emprendedores Early Stage**

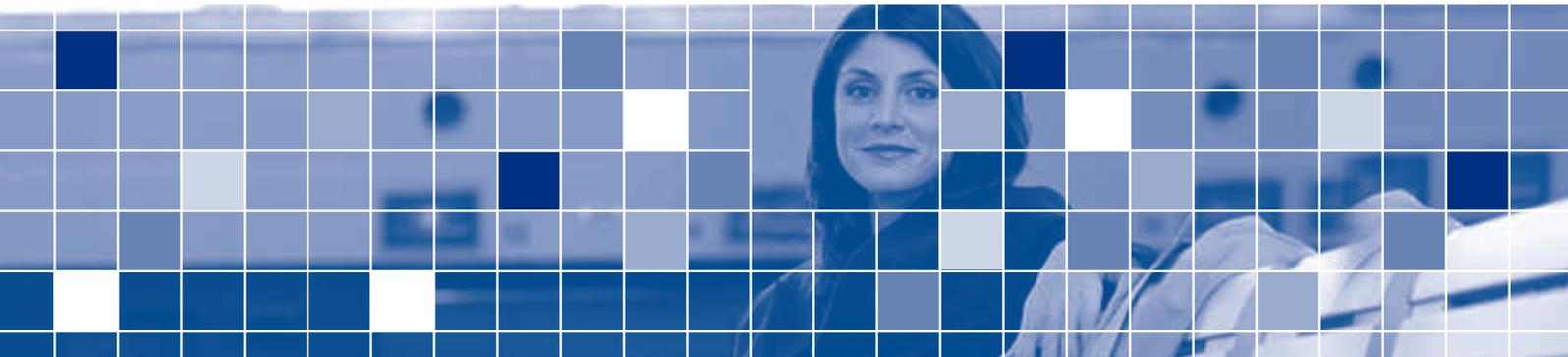
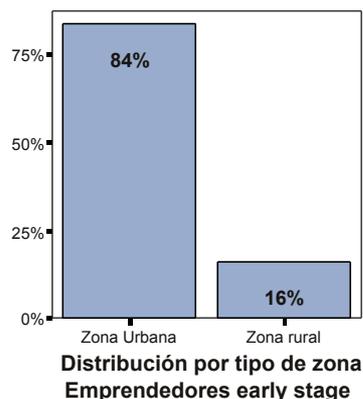


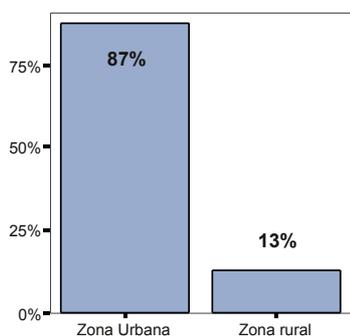


3.5 El proceso emprendedor en zona rural y en zona urbana

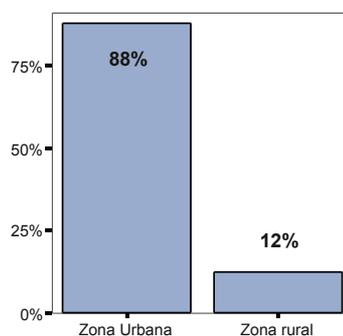
Otra de las características del emprendedor español es su acusada tendencia a ubicarse en zonas urbanas, de más de 5000 habitantes. Desde que se inició el estudio en España, se viene advirtiendo acerca de la importancia que tiene el fomento de la creación de empresas en poblaciones pequeñas, cuyos costes inmobiliarios son inferiores, y que tienen necesidad de potenciar el empleo de sus poblaciones para frenar la inmigración y colocar a aquellos que se desplazan para realizar sus estudios y que quieren regresar a sus lugares de origen para trabajar. Los resultados indican que, por el momento, dicha tendencia persiste y que, además, no parece que vaya a cambiar a medio plazo, pues no existen diferencias estadísticamente significativas entre los emprendedores de las diversas fases del proceso, de forma que los potenciales no apuntan hacia una mejora en este punto en concreto. Esto nos lleva a insistir en la necesidad de políticas de desarrollo local que fomenten la actividad emprendedora en las zonas rurales.

Figura nº 28 Distribución de los emprendedores en zona rural y urbana según el momento en que se hallan en el proceso emprendedor





**Distribución por tipo de zona
Emprendedores consolidados**



**Distribución del tipo de zona
Emprendedores que han cerrado**

3.6 Tipo de dedicación

La mayoría de los emprendedores, se hallen en la fase que se hallen del proceso, trabajan con dedicación completa en la actividad emprendedora que están desarrollando. Por consiguiente, en el caso español, hay que concluir que ese rasgo constituye una característica más a añadir al perfil de nuestros emprendedores. Sin embargo, la dedicación completa es superior a medida que se avanza en el proceso emprendedor. Así, en la Tabla nº 10 se puede ver claramente como la proporción de empresarios con dedicación completa aumenta a través de las fases naciente, nueva y consolidada.

Tabla nº 10 Porcentaje de emprendedores con dedicación plena y parcial según la fase en que se hallan del proceso emprendedor

	Emprendedores nacientes (SU)	Emprendedores nuevos (BB)	Emprendedores consolidados (EB)
Dedicación parcial	11,3%	6,2%	4,2%
Dedicación completa	88,7%	93,8%	95,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

La implicación económica de este resultado es clara: la actividad emprendedora proporciona empleo a tiempo completo a más del 88% de los emprendedores, resultado que, elevado a la población española de 18-65 años significa una creación de empleo directo en torno a 3.200.492 puestos a tiempo completo, sin contar con el empleo generado por estos emprendedores en sus empresas y el generado a tiempo parcial. En definitiva, el proceso emprendedor proporciona autoempleo a tiempo completo al 11,13% de la población española de 18-65 años, contribuyendo principalmente a esta cifra el emprendedor que se consolida y que persiste en su actividad por más de tres años y medio. Es por este motivo, que resulta imprescindible mejorar y cuidar la fase de nacimiento de las empresas para que nazcan con vocación de consolidación y crecimiento.

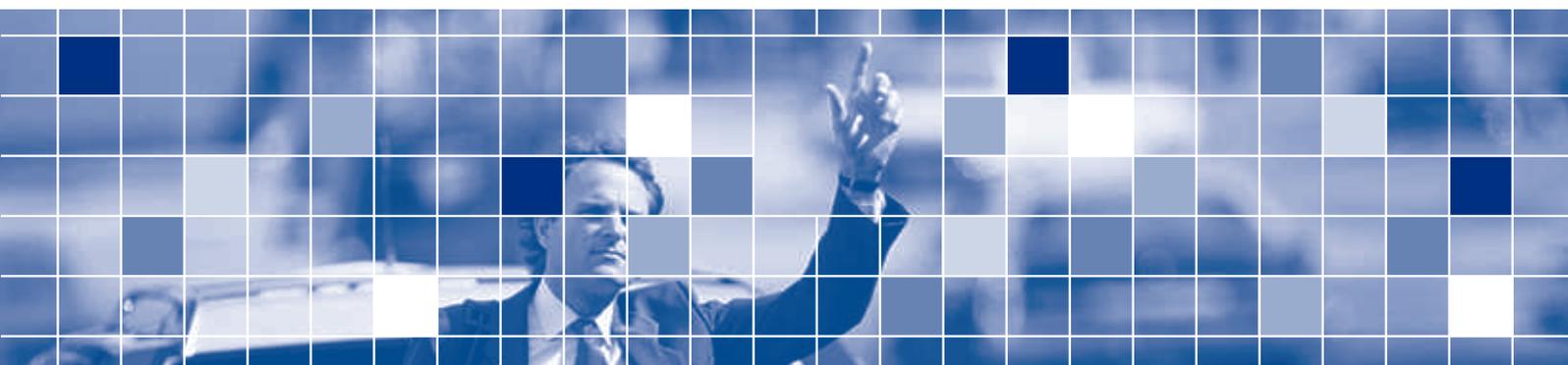


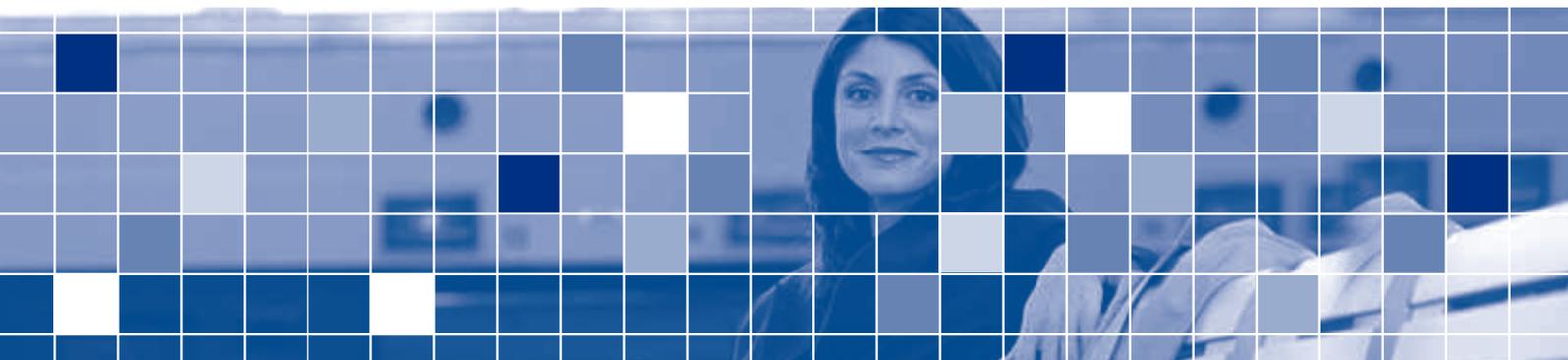
Tabla nº 11 Autoempleo directo a tiempo parcial y completo que generan los emprendedores en las distintas fases del proceso emprendedor en España

Autoempleo directo generado por los emprendedores sobre la población española de 18-65 años				
	Emprendedores nacientes (SU)	Emprendedores nuevos (BB)	Emprendedores consolidados (EB)	Total autoempleo directo
Empleos a tiempo parcial (estimación)	74133 (0,25%)	34448 (0,11%)	92358 (0,32%)	200939 (0,699%)
Empleos a tiempo completo (estimación)	579633 (2,01%)	524338 (1,82%)	2096521 (7,29%)	3200492 (11,13%)

Un aspecto complementario referente a estos resultados es el análisis de la fuente de ingresos que representa la actividad emprendedora para los emprendedores con dedicación parcial. En el estudio se distinguen dos tipos de emprendedores con dedicación parcial: aquellos para los cuales la actividad emprendedora es la fuente principal de ingresos y aquellos para los cuales es una fuente subsidiaria o secundaria. Como se puede apreciar, en los resultados de la Tabla nº 12 la actividad emprendedora a tiempo parcial es fuente de ingresos secundarios para la mayoría de los emprendedores nacientes y aún más para los consolidados, mientras que para los que están en fase de consolidación, la tendencia es muy igualada e incluso la fuente principal supera a la secundaria. La explicación reside en que, para el empresario naciente, en un amplio porcentaje (41,5% en nuestro estudio), el start up se inicia mientras se está desarrollando otro trabajo, de forma que es lógico que la fuente de ingresos que proporciona sea secundaria hasta alcanzar una fase más consolidada. Cuando se llega a dicha fase, el ingreso pasa a ser fuente principal en un porcentaje mucho más amplio de casos (fase baby o de entre 3 y 42 meses), que es el resultado que se aprecia en los emprendedores nuevos, de forma que la mayoría puede acabar con dedicación completa a su actividad. En cuanto a los consolidados, es normal que su fuente de ingresos procedente de esta actividad sea secundaria o complementaria, pues llevando más de tres años y medio en ella a tiempo parcial, ya han puesto de manifiesto que no se trata de su actividad principal y que simplemente buscan en ella un complemento a los ingresos que obtienen por otro lado. Analizando la motivación de estos empresarios, para haber emprendido, la mayoría manifiesta que fue para aumentar sus ingresos (41,2%), aunque también se refieren a su independencia (28,6%) y, en menor medida, a su subsistencia (12,3%), lo cual también justifica el tener que realizar una actividad extra.

Tabla nº 12 Tipo de fuente de ingresos que representa la actividad emprendedora a tiempo parcial llevada a cabo por emprendedores nacientes, nuevos y consolidados

Emprendedores que trabajan a tiempo parcial en su empresa:	Emprendedores nacientes (SU)	Emprendedores nuevos (BB)	Emprendedores consolidados (EB)
Fuente de ingresos principal	36,77%	51,37%	29,16%
Fuente de ingresos secundaria	63,23%	48,63%	70,84%
Totales	100,00%	100,00%	100,00%



Capítulo 4: El proceso emprendedor de la mujer en España

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

4.2. El apoyo institucional a la mujer emprendedora

4.3. Género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora

4.3.1. El temor al fracaso

4.3.2. Habilidades y conocimientos para la creación de empresas

4.3.3. Conocer a un emprendedor

4.3.4. Percepción de oportunidades para la creación de empresas

4.4. Conclusiones



Capítulo 4: El proceso emprendedor de la mujer en España

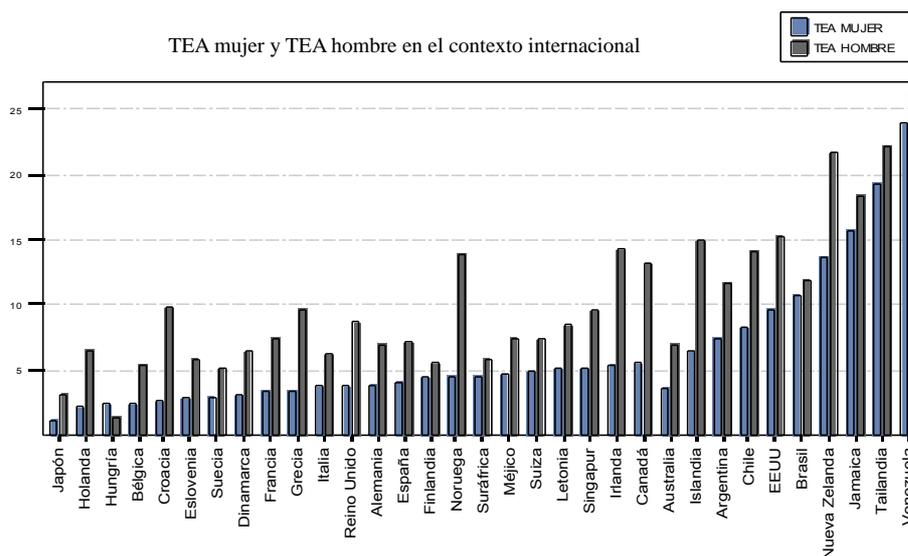
4.1 La actividad emprendedora femenina en España desde una perspectiva internacional

Tratar de ofrecer una explicación al patrón de actividad emprendedora desarrollada por la mujer supone uno de los objetivos más importantes en el campo de la investigación relacionada con la creación de empresas. En un contexto en el que la mujer española cuenta ya con una amplia representación dentro del colectivo emprendedor, entender en qué se traduce su participación en términos de objetivos, estilos de gestión y tipo de empresas, se convierte en un elemento fundamental para estimar su contribución a la economía y el desarrollo del país.

Siguiendo este objetivo, el estudio GEM viene analizando desde el año 2002 la actividad emprendedora femenina en España, pudiendo identificar algunos patrones estables de la misma así como algunas evoluciones interesantes que se examinan a continuación.

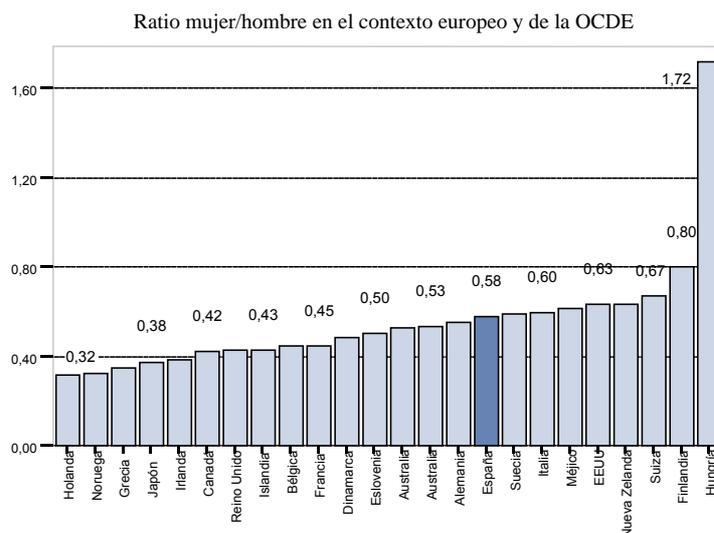
El análisis de la situación de España en el contexto internacional en función del TEA femenino (ver Figura nº 29) muestra una posición moderada de nuestro país, con un índice de actividad del 4,15%. Este índice, analizado con respecto al TEA masculino, que alcanza un 7,17%, sitúa no obstante a España en una posición relativamente equilibrada desde una perspectiva de género con respecto a otros países como Noruega o Canadá donde la disparidad en el ratio hombre/mujer del TEA es muy elevada.

Figura nº 29 Actividad emprendedora early stage de ambos sexos en los países GEM 2005



Así la figura nº 30 revela que el ratio mujer/hombre del TEA Español para este año es de 0,58, colocando a España en la novena mejor posición de los países de la OCDE y la quinta de la Unión Europea, muy por encima de países tradicionalmente conocidos por su sistema igualitario como son Dinamarca y Holanda.

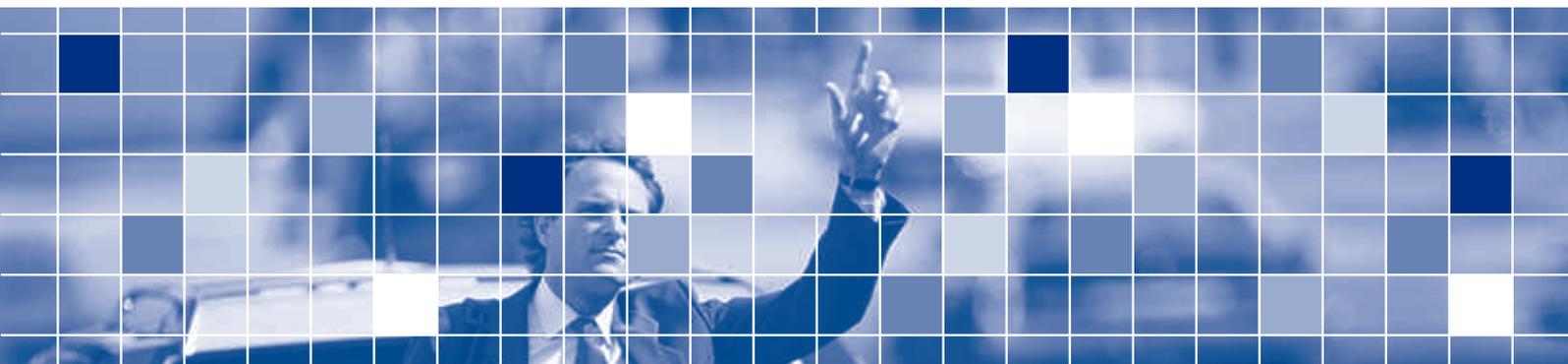
Figura nº 30 Número de mujeres emprendedoras en fase early stage por cada hombre emprendedor en la misma fase en el contexto europeo y de la OCDE



Por otra parte, y en relación a los años anteriores, el ratio mujer/hombre para el TEA en España ha experimentado un aumento sustancial, incrementándose casi un 50% en este último año. Este resultado, a primera vista sorprendente, encuentra su explicación en la relación que existe entre el TEA total y el TEA femenino. En las ediciones anteriores del GEM (ver por ejemplo, Coduras y Justo, 2002, p.36) ya habíamos recalcado que un descenso en el ritmo de creación de empresas parecía afectar de forma mucho más acusada a la actividad emprendedora femenina que a la masculina. La tabla nº 13 indica, en efecto, que durante el año 2002, una disminución del 41% en el TEA se había traducido en una caída del 50% del TEA mujer contra sólo un 10% para el de hombre. Del mismo modo, la recuperación económica del año 2003, reflejada en un incremento del 47% del TEA total en España, había beneficiado especialmente al colectivo femenino con un aumento de su TEA de un orden del 58%. Este año, el TEA femenino y el TEA masculino parecen haber tomado sendas aún más dispares ya que la ligera mejora del TEA nacional (un 10%) ha sido copada prácticamente en su totalidad por las mujeres. El resultado final es un ratio mucho más equilibrado que el registrado en años anteriores, y casi equivalente al de la media del GEM que alcanza un 0,59.

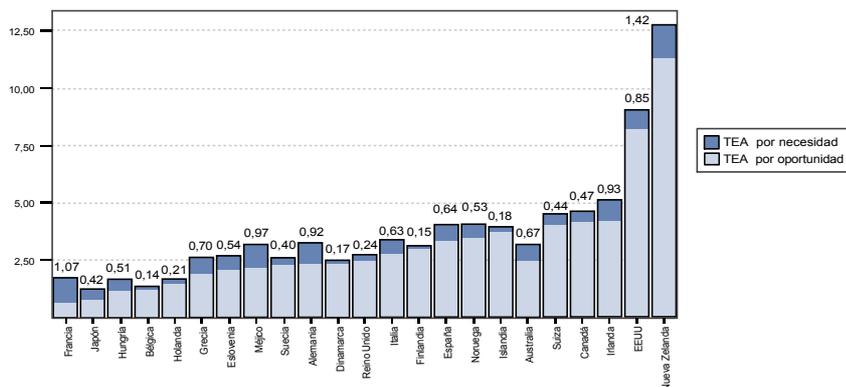
Tabla nº 13 Evolución histórica del TEA femenino en España

Año	2001	2002	2003	2004	2005
		Δ	Δ	Δ	Δ
TEA	7,78	4,59	6,77	5,15	5,65
		- 41%	+ 47%	- 24%	+ 10%
TEA Mujer	5,19	2,58	4,07	2,91	4,15
		- 50%	+ 58%	- 29%	+ 43%
TEA Hombre	7,35	6,59	9,46	7,38	7,17
		- 10%	+ 43%	- 21%	- 3%
Ratios TEA mujer/ TEA hombre					
Ratio para España	0,71	0,39	0,43	0,39	0,58
Media GEM del ratio	0,51	0,52	0,55	0,55	0,59



Por lo tanto, se puede decir que la actividad emprendedora femenina en España, aunque lejos de alcanzar la paridad con la del hombre, goza de una mejora constante y sostenida. Sin embargo, es importante resaltar que la evaluación de la participación de la mujer española en la actividad emprendedora no ha de realizarse exclusivamente en base a la proporción relativa de mujeres emprendedoras, sino que también es importante analizar el tipo de actividad desarrollada, es decir, si está dirigida al autoempleo o si también contempla la creación de valor y el aprovechamiento de oportunidades. Así, la figura nº 31 indica que las emprendedoras españolas emprenden en más de un 80% de los casos para aprovechar una oportunidad (TEA por necesidad 0,64 y TEA por oportunidad 3,41) lo cual es un dato optimista.

Figura nº31 Comparación internacional de TEA femenino por necesidad y oportunidad

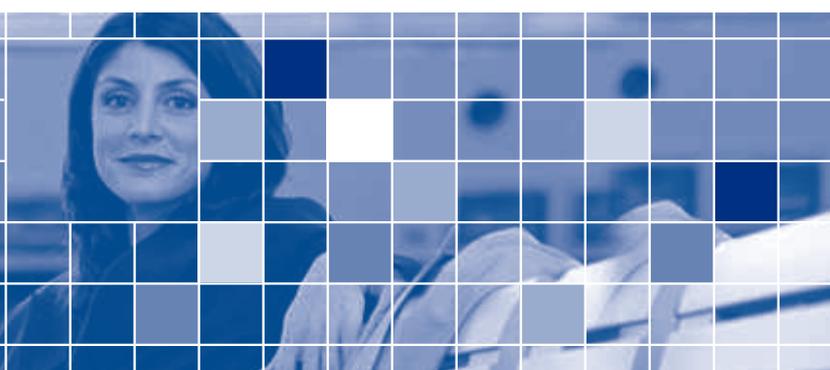


4.2 El apoyo institucional a la mujer emprendedora

En términos generales, no existen diferencias notorias en cuanto al género de las personas que se benefician de asesoramiento público o privado a la hora de crear una empresa. Nuestro estudio demuestra que su uso sigue siendo marginal tanto en el caso de las mujeres como en el de los hombres, con un porcentaje de emprendedores que recurre a estos servicios que oscila entre un 1 y un 19%. Un análisis en profundidad del comportamiento de las mujeres y hombres emprendedores en España refleja no obstante algunas diferencias. Así, la tabla nº 14 indica que las mujeres emprendedoras reciben asesoramiento empresarial en menor medida que los hombres. Estas disparidades, aunque significativas, son en general mínimas (en promedio, dos puntos porcentuales), siendo algo más importante cuando la entidad proveedora de este servicio es una universidad, una consultora o una empresa de servicio.

Tabla 14 EL uso de asesoramiento en creación de empresas en función del género

Tipo de institución	Mujer			Hombre		
	Si (%)	No (%)	Total	Si (%)	No (%)	Total
Instituciones y Organismos Estatales	19	81	100%	19	81	100%
Conserjería de su Comunidad	13	87	100%	14	86	100%
Cámara de Comercio	13	87	100%	14	86	100%
Universidad	5	95	100%	9	91	100%
Parque Científico y Tecnológico	1	99	100%	3	97	100%
Asociaciones Empresariales	9	91	100%	10	90	100%
Ayuntamiento	11	89	100%	12	88	100%
Cajas de ahorro	13	87	100%	15	85	100%
Bancos	15	85	100%	16	84	100%
Entidades de Capital Riesgo	3	97	100%	4	96	100%
Consultoras	7	93	100%	9	91	100%
Empresas de servicios	6	94	100%	8	92	100%



El análisis de las diferencias de género cobra algo más de relevancia cuando se estudia el tipo de asesoramiento recibido por parte del emprendedor. Según se refleja de la tabla nº 15 los emprendedores reciben mas asesoramiento que las mujeres en materias tan cruciales para la creación y supervivencia de un negocio como son los trámites administrativos y jurídicos, la financiación o la investigación y el desarrollo.

Tabla 15 Tipo de asesoramiento recibido en función del género

Tipo de asesoramiento	Mujer			Hombre		
	Si(%)	No(%)	Total	Si(%)	No(%)	Total
Orientación y análisis de la idea empresarial	15	85	100%	16	84	100%
Elaboración Plan de Empresa	14	86	100%	16	84	100%
Proceso de constitución y trámites admin.	17	83	100%	22	78	100%
Financiación	20	80	100%	24	76	100%
Ayuda o subvenciones públicas	12	88	100%	15	85	100%
Análisis de mercado y producto	8	92	100%	9	91	100%
Asesoramiento jurídico	16	84	100%	22	78	100%
Servicios I+D+i	3	97	100%	7	93	100%
Asesoramiento tecnológico	8	92	100%	9	91	100%
Formación	12	88	100%	16	84	100%

En conclusión, podemos decir que no existen diferencias importantes en España en cuanto al uso de ayudas y asesoramiento institucional público y privado por parte de las mujeres y hombres emprendedores. Estas similitudes pueden explicarse por la multiplicación y el desarrollo constante, en las últimas décadas, de los programas encaminados a mejorar la participación de la mujer en el conjunto de los emprendedores (Belso Martínez, 2003) tal y como se desprende del plan de acción del Unión Europea y de los planes nacionales y regionales en España para la igualdad de género.

Es preciso resaltar no obstante que existe un debate, todavía sin resolver, sobre la utilidad de los programas de apoyo a la creación de empresas específicamente dirigido a mujeres y el contenido idóneo que han de tener. En el caso de España, por ejemplo, Lamolla (2005) indica en su estudio que gran parte de los programas de formación y fomento a la actividad emprendedora femenina tienen como enfoque principal el autoempleo, y están por tanto dirigidos aquellos estratos de la población femenina con menos formación y experiencia laboral. Pese a su importancia, este tipo de ayudas adolece de un sesgo hacia la mujer que emprende única y exclusivamente por necesidad. Ahora bien, nuestro estudio demuestra que, al igual que los hombres, las mujeres españolas emprenden para aprovechar una oportunidad de negocio en más del 80% de los casos. Sería por tanto interesante reflexionar sobre la necesidad de ayudas dirigidas a otros sectores del colectivo emprendedor femenino como son las empresas con alto potencial de crecimiento.

4.3 Género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora

El estudio GEM analiza, año tras año, el impacto diferencial de los factores demográficos, económicos e institucionales en la actividad emprendedora femenina y masculina. Este año, se incorporan en el análisis de género unos elementos de decisión, de índole psicológica y social, de los que también depende el comportamiento emprendedor. La propensión de un individuo a correr el riesgo de crear una empresa depende en efecto de un conjunto de percepciones subjetivas que éste se forma sobre la actividad emprendedora (Arenius y Minniti, 2005) . El examen de estos factores en el caso español y en función del género arroja algunos resultados interesantes que se detallan a continuación.



4.3.1 El temor al fracaso

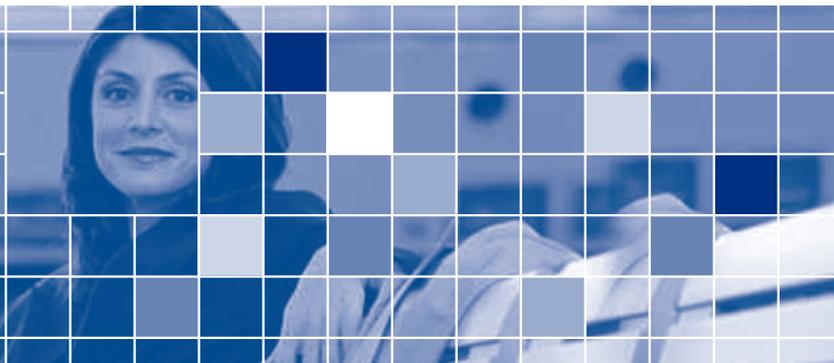
Como se ha venido demostrando en las ediciones anteriores del GEM, el temor al fracaso es una barrera psicológica importante que frena a muchos emprendedores potenciales. En España, el peso del estigma social de “fracasado” tiene no obstante un impacto diferente en función del género. Si bien las mujeres parecen en general más temerosas que los hombres y se declaran particularmente sensibles a este factor psicológico, esta diferencia es más notoria en la población adulta no emprendedora con un 51% de mujeres considera el miedo al fracaso como un freno personal a la creación de empresas contra solo un 46% de hombres en la misma situación. En cambio, dentro del colectivo emprendedor, estas diferencias solo alcanzan punto porcentual (el 27% de las mujeres contra un 26% de los hombres).

Existen varias posibles explicaciones a estas diferencias. En primer lugar, y en relación a la población adulta en general, los estudiosos en creación de empresas han argumentado de forma recurrente que las mujeres creaban relativamente pocas empresas por tener una mayor aversión al riesgo que los hombres (ver por ejemplo, Sexton and Bowman-Upton, 1986^v). En este sentido, la elevada representación femenina en el grupo de los que temen al fracaso podría ser el reflejo de esta aversión.

No obstante, en el caso español, esta tendencia disminuye cuando se analiza la población emprendedora. Una vez superada la predisposición inicial a rechazar la incertidumbre inherente a la creación de un negocio propio, las mujeres emprendedoras tenderían entonces a arrojar actitudes diferentes del resto de las mujeres y más propias de un emprendedor. Tal y como aducen Starr y Yudkin (1996)^y, los emprendedores a menudo deben desviarse de las normas sociales imperantes para lanzar su negocio. Resulta por tanto posible que en el caso de las mujeres emprendedoras, que a veces han de superar barreras sociales añadidas, éstas ostenten características psicológicas sustancialmente distintas a las de las mujeres y más parecidas a las de sus compañeros emprendedores.

Tabla nº 16 Comparación de los factores psico-sociales en función del género

		Emprendedores (%)		No emprendedores (%)	
		Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Temor al fracaso le frena a crear empresa	Si	27	26	51	46
	No	73	74	49	54
	Total	100%	100%	100%	100%
Tiene habilidades para la creación de empresas	Si	86	90	45	48
	No	14	10	55	52
	Total	100%	100%	100%	100%
Conoce emprendedor	Si	48	59	26	40
	No	52	41	74	68
	Total	100%	100%	100%	100%
Percibe oportunidades empresariales en su zona	Si	45	55	35	37
	No	56	45	65	63
	Total	100%	100%	100%	100%



4.3.2 Habilidades y conocimientos para la creación de empresas

Una de las diferencias más importantes entre las mujeres y hombres emprendedores y que ha sido señalada repetidamente en la mayoría de los estudios existentes sobre el tema, radica en la formación y las habilidades para la creación de empresas. Así, si los niveles de educación, y especialmente en países desarrollados como España, no parecen diferir sustancialmente entre hombres y mujeres emprendedoras, sí existen diferencias en cuanto al tipo de formación recibida. Varias investigaciones (Honing-Haftel and Martin, 1986; Brush, 1992) indican por ejemplo que las emprendedoras suelen poseer diplomas en humanidades mientras que la formación académica cursada por los emprendedores tiende a estar enfocada en conocimientos más aplicables a la gestión y creación de un negocio como es la administración de empresas, la ingeniería u otras disciplinas técnicas. Esta diferencia repercute a su vez en el tipo de experiencia profesional previa a la creación de empresas. También en este aspecto, las mujeres emprendedoras están en clara desventaja con respecto a sus homólogos masculinos, que poseen en promedio más años de experiencia laboral (Boden and Nucci, 2000^{vi}), y han desempeñado en mayor medida puestos directivos (Srinivasan, Wood, Cooper 1994^{vii}).

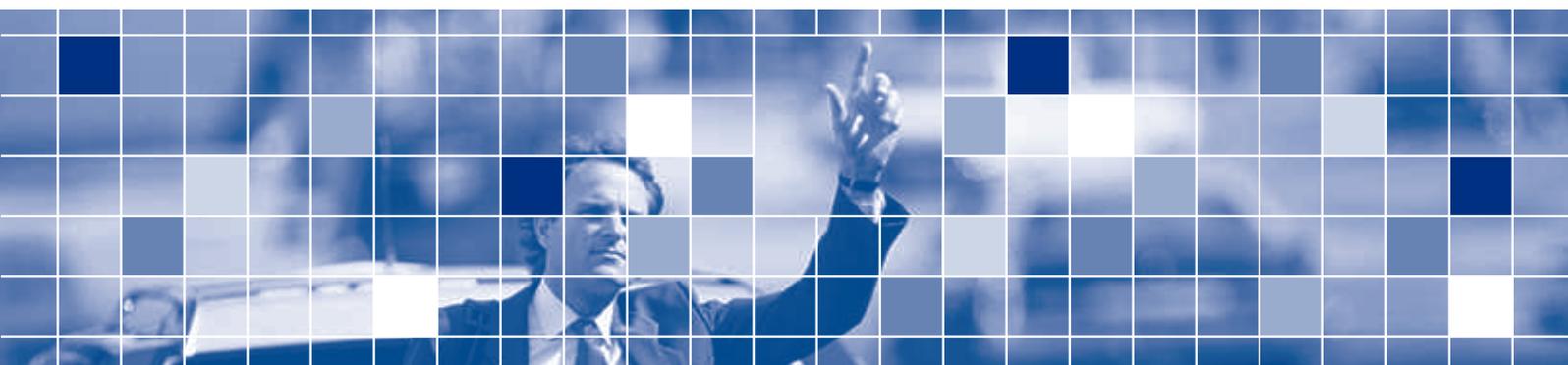
La situación de las emprendedoras españolas no es, en este sentido, distinta a la descrita en los estudios aquí mencionados. Tal y como muestra la tabla nº 16, el porcentaje de mujeres adultas encuestadas que declararon poseer las habilidades y los conocimientos necesarios para crear empresas (un 45% de las no-emprendedoras y un 86% de las emprendedoras) es sistemáticamente inferior al de los hombres (un 48% de los no emprendedores y un 90% de los emprendedores). Es preciso mencionar no obstante que estas diferencias pueden atribuirse, por lo menos en parte, no sólo a diferencias reales, sino también a diversas percepciones sobre su propia capacidad para emprender. Algunos estudios han demostrado por ejemplo que una de las barreras más significativas a la actividad emprendedora femenina radicaba en las percepciones negativas que tenían las mujeres de sí mismas (por ejemplo, Shragg, Yacuk, y Glass, 1992^{viii}).

4.3.3 Conocer a un emprendedor

Indudablemente, el hecho de conocer a un emprendedor tiene una influencia positiva sobre la propensión emprendedora de un individuo. El emprendedor ejerce a menudo como un modelo (conocido como role model en inglés) en su entorno cercano, y los que le rodean suelen tener una mejor percepción de auto-eficacia en temas relacionados con la creación de empresas (Baron, 2000)^{ix} al reducirse la ambigüedad y la incertidumbre sujeta a este tema. Por otra parte, la presencia de un emprendedor en la red de social de un individuo genera en este último mayor confianza propia en su capacidad para la actividad emprendedora, mediante la proporción continua de consejo y apoyo (Aldrich, 1999)^x.

En su estudio de la actividad emprendedora en 34 países del GEM, Minniti, Arenius y Langowitz(2004)^{xi} demostraron la existencia de una relación positiva entre el porcentaje de mujeres que conocían un emprendedor y la tasa de actividad emprendedora femenina. En el caso de España, la falta de modelos a seguir que estimule a las mujeres a crear un negocio puede explicar en parte la tasa todavía moderada de actividad emprendedora femenina. Nuestros datos indican, en efecto, que las mujeres españolas parecen disponer de una red de relaciones menos enfocada a la actividad emprendedora que los hombres. Así, sólo un 48% de las emprendedoras y un 26% de las no-emprendedoras declararon conocer en su entorno cercano a un emprendedor, contra un 59% y 40% de los hombres respectivamente.

Si bien la relación entre género, redes sociales y actividad emprendedora no ha sido suficientemente investigada, la mayoría de los estudios existentes aducen que el género tiene más influencia sobre el uso que el emprendedor da a estas redes para mejorar las probabilidades de éxito de una empresa que sobre su composición (Carter, 2001)^{xii}. Este resultado apunta a la necesidad de fomentar no sólo la difusión de modelos de mujeres emprendedoras en España, sino también la participación activa de las mujeres emprendedoras en redes asociativas públicas y privadas de promoción empresarial.



4.3.4 Percepción de oportunidades para la creación de empresas

Los resultados de nuestro estudio indican que las mujeres españolas, tanto si son emprendedoras como si no lo son, perciben menos oportunidades para la creación de empresas que los hombres (ver tabla nº 16). Este dato refleja la posible desventaja en la que se encuentran las mujeres en cuanto a formación específica en creación de empresas, lo cual influye en una menor capacidad para detectar posibles oportunidades de negocios. Asimismo, cabe suponer que una percepción negativa de sus habilidades para la creación de empresas por parte de las mujeres incide en una menor receptividad hacia las oportunidades existentes. Será no obstante necesario testar estas suposiciones empíricamente para asegurarse de las posibles causas explicativas de las diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a percepción de oportunidades.

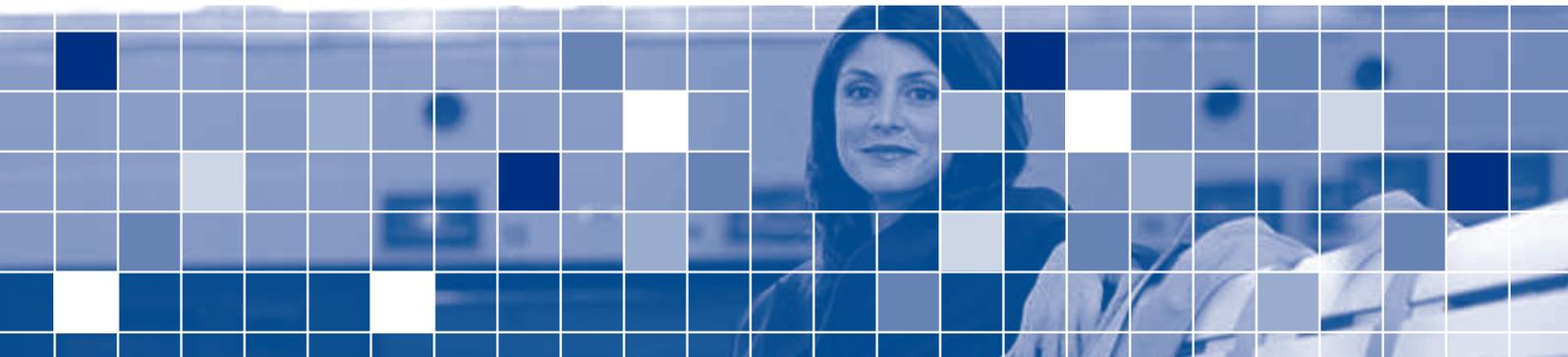
4.4 Conclusiones

Los estudios sobre la figura de la mujer emprendedora y sobre las particularidades del proceso de creación de empresas por parte de las mujeres han proliferado desde finales de la década de los ochenta, siendo la causa de este interés el nítido aumento del número de empresas creadas por el colectivo femenino, y la visibilidad de su impacto económico. Esta realidad ha impulsado la multiplicación de ayudas y programas de apoyo a las emprendedoras en España, con el objetivo de ayudarlas a sobrellevar algunas de las barreras a las que se enfrentan.

Una práctica frecuente tanto entre los académicos como entre los agentes privados y políticos interesados en la creación de empresas ha sido el hablar en términos genéricos de “la mujer emprendedora”. Esto refleja una visión generalizada de que las mujeres emprendedoras representan un grupo homogéneo con determinadas características claramente diferenciadas de los emprendedores masculinos, justificando por lo tanto medidas genéricas encaminadas a fomentar la actividad emprendedora femenina, sin contemplar las necesidades o problemas específicos que pueden experimentar distintos tipos de mujeres emprendedoras.

Sin embargo, la población emprendedora Española viene experimentando desde hace algunos años una diversificación creciente basada, tanto en el perfil de la emprendedora en cuestión, como en el tipo de empresa creada. Así, la emprendedora española puede responder a una multitud de perfiles: por un lado, se encuentra la ejecutiva que, al no poder romper el “techo de cristal” en la empresa para la que trabaja, opta por la libertad y la motivación personal que le proporciona el lanzar una iniciativa empresarial. Este tipo de emprendedora tiende a crear una empresa con alto potencial de crecimiento y los obstáculos a los que se enfrenta son a menudo diferentes de los que conoce una emprendedora que ha creado un pequeño negocio con el objetivo de salir del desempleo.

Asimismo, un estudio reciente (Justo, Cruz, De Castro y Coduras, 2005) sugiere que las motivaciones, expectativas y necesidades de las emprendedoras varían sustancialmente en función de la etapa personal en las que éstas se encuentran, siendo las jóvenes solteras mucho más orientadas hacia los objetivos financieros que las madres con hijos menores, cuyas expectativas suelen centrarse más en la flexibilidad laboral y la autonomía. Una de las principales recomendaciones que se desprenden de nuestro análisis es por tanto el de adaptar las medidas gubernamentales de apoyo a cada tipo de emprendedora para así conseguir una máxima eficacia de las mismas.



Capítulo 5: Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en España

5.1. Introducción

5.2. Dimensión de las actividades derivadas del proceso emprendedor medidas a través del volumen de negocio y el número de empleados

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

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

5.5. Innovación en las empresas nacientes, nuevas y consolidadas

5.6. Uso de nuevas tecnologías en las empresas nacientes, nuevas y consolidadas

5.7. Expansión en el mercado y nivel de competencia de las empresas nacientes, nuevas y consolidadas

5.8. Internacionalización de las empresas nacientes, nuevas y consolidadas



Capítulo 5: Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en España

5.1 Introducción

El proceso emprendedor en España genera mayoritariamente empresas de pequeña dimensión: micro-Pymes y Pymes fundamentalmente. Dado el enorme interés que suscitan los temas relacionados con la internacionalización, el potencial de crecimiento, la innovación y la expansión de las Pymes, el Proyecto GEM entiende que forma parte de su cometido el observar la evolución de este tipo de factores dinamizadores del tejido empresarial de los países, así como el advertir de su estado anualmente. En este capítulo se presentan los resultados de este análisis, en el que los equipos investigadores españoles han añadido por vez primera nuevos detalles que ayudan a obtener conclusiones más precisas y a diseñar recomendaciones más concretas.



5.2 Dimensión de las actividades derivadas del proceso emprendedor medidas a través del volumen de negocio y el número de empleados

A partir del 1 de enero de 2005, la Comisión Europea recomendó la utilización de la nueva definición de Pyme facilitada por su aparato legislativo para unificar los criterios de clasificación de las actividades empresariales⁸. La siguiente tabla muestra esta nueva clasificación:

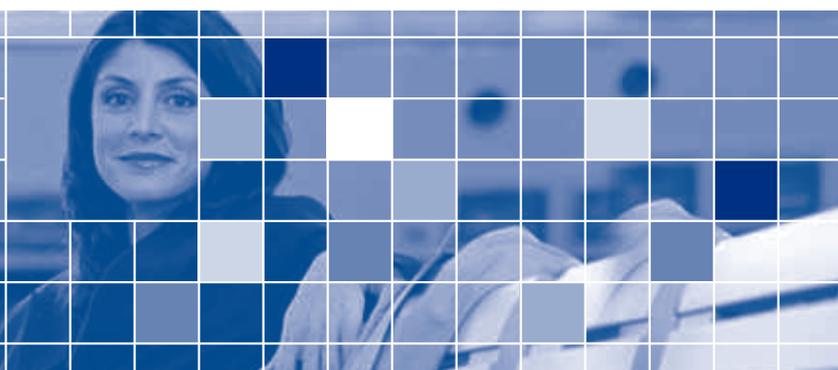
Tabla nº 17 Nueva clasificación de la Pyme recomendada por la Comisión Europea

Tipo de Empresa	Trabajadores	Volumen de negocio
Microempresa	Menos de 10	Hasta 2 millones de euros
Pequeña empresa	Entre 10 y 49	Entre 2 y 10 millones de euros
Mediana empresa	Entre 50 y 249	Entre 10 y 50 millones de euros

(8) Definición de microempresa, pequeñas y medianas empresas a partir de 1 de enero de 2005. Síntesis de la legislación de la Comisión Europea. De fácil consulta a través de Internet.

Es por este motivo que los equipos de investigación españoles decidieron preguntar a los emprendedores por el volumen de su negocio además de hacerlo por el número de empleados que tienen en el momento de la entrevista.

Con estos dos datos, ha sido posible caracterizar las actividades emprendedoras, aproximándonos por primera vez a su dimensión tal y como la contempla la Comisión Europea.



La descripción individual del volumen de negocio pone de manifiesto que la gran mayoría de actividades en cualquiera de sus fases no sobrepasa los 2 millones de euros de facturación, lo que las hace candidatas a microempresas. Sin embargo, hay que destacar que entre las empresas nacientes la proporción de este tramo es menor, lo que se puede explicar mediante la atención a dos causas: por una parte un mayor desconocimiento del volumen de negocio por estar trabajando sólo hasta 3 meses en él y, por otro lado, nacer con un mayor potencial porque el clima económico, el fomento a la creación empresarial y el nivel de formación lo permite. Estas causas estarían generando mayores tramos de empresarios nacientes que “no saben” y de empresarios nacientes con volumen de negocio estimado entre 2 y 10 millones de euros, bastante superior al de las otras categorías de empresarios analizadas. En conjunto, las empresas en fase de early stage tienen mayor proporción de casos en los tramos superiores de volumen de negocio que las consolidadas, lo cual es un síntoma de que la calidad de las iniciativas emprendedoras está mejorando, tal y como se desea desde el punto de vista de las políticas públicas.

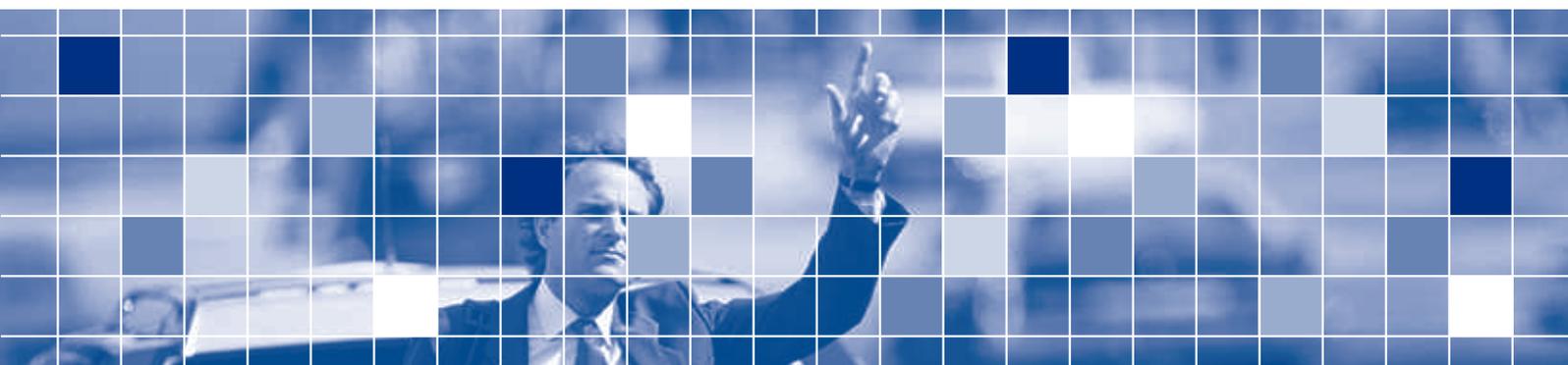
Tabla nº 18 Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por su tramo de volumen de negocio

Tramos de volumen de negocio	Emprendedores nacientes (SU)	Emprendedores nuevos (BB)	Emprendedores early stage (SU y BB)	Emprendedores consolidados (EB)
Hasta 2 mill eu	62,6%	80,4%	71,15%	84,0%
2-10 mill eu	15,5%	7,1%	11,47%	5,1%
10-50 mill eu	4,3%	1,3%	2,85%	1,1%
Más de 50 mill eu	0,3%	1,6%	0,95%	0,9%
No sabe	16,2%	6,4%	11,48%	6,7%
Rechaza	1,1%	3,2%	2,09%	2,0%
Total	100,0%	100,0%	100,00%	100,0%

La otra variable que configura la dimensión de las empresas es el número de empleados que tienen en el momento de la entrevista. La descripción individual de esta variable proporciona una estimación del porcentaje de empresas en cada fase del proceso emprendedor que tienen los tramos de clasificación, en términos de plantilla, propuestos por la Comisión Europea. Tal y como es de esperar, la inmensa mayoría está en una dimensión de microempresa, si bien, a medida que las empresas se consolidan, también se aprecia una tendencia hacia una mayor dimensión de plantilla. Así, entre las consolidadas, el 0,2% se pueden clasificar como medianas y el 0,1% como grandes, tramos que no aparecen en las nacientes, las nuevas o el early stage en general.

Tabla nº 19 Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por su tramo de número actual de empleados

Tramos de empleo incluyendo al emprendedor	Emprendedores nacientes (SU)	Emprendedores nuevos (BB)	Emprendedores early stage (SU y BB)	Emprendedores consolidados (EB)
1-9 empleados	93,3%	91,2%	92,31%	88,6%
10-49 empleados	6,7%	8,8%	7,69%	11,1%
50-249 empleados	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
250 y + empleados	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%
Total	100,0%	100,0%	100,00%	100,0%



A partir de los datos de las variables sobre volumen de negocio y empleo, debería resultar relativamente sencillo clasificar las actividades emprendedoras captadas por nuestro trabajo de campo en función de la clasificación recomendada por la UE. Sin embargo, como se puede apreciar en los resultados de la tabla siguiente, esto no es así. El problema reside en que muchas empresas no se ajustan exactamente a una de las combinaciones de la clasificación (por ejemplo, empresas con 1-9 trabajadores que facturan más de 2 millones de euros, caso que se produce en un 46,6% de las empresas nacientes fuera de clasificación, y otras combinaciones). Asimismo, hay empresas que han facilitado el número de empleados pero no el volumen. Por consiguiente, a los casos que no se ajustan a la clasificación oficial se les ha asignado la categoría de “otro caso” y, como muestran los resultados, su proporción es notable:

Tabla nº 20 Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase según la clasificación de dimensión que obtienen en la escala recomendada por la Comisión Europea

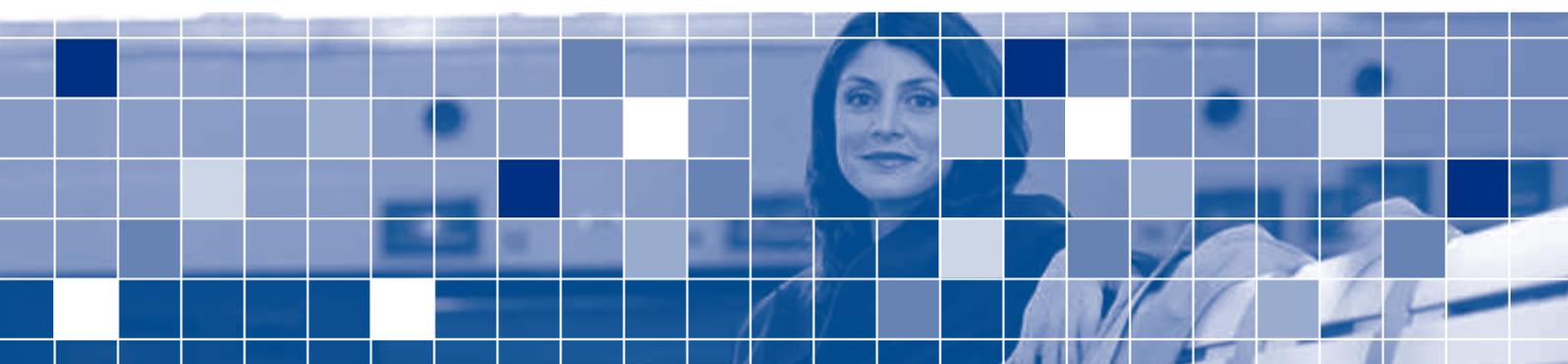
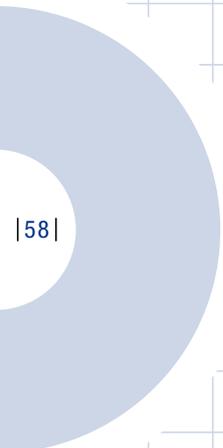
Dimensión	Emprendedores nacientes (SU)	Emprendedores nuevos (BB)	Emprendedores early stage (SU y BB)	Emprendedores consolidados (EB)
Microempresa	58,7%	73,5%	67,32%	77,0%
Pequeña	1,3%	1,5%	1,41%	0,9%
Mediana	0,0%	0,0%	0,00%	0,0%
Grande	0,0%	0,0%	0,00%	0,1%
Otro caso	40,0%	25,0%	31,25%	22,0%
Total	100,0%	100,0%	100,00%	100,0%

Las conclusiones son diversas: por un lado, se advierte la enorme dificultad de clasificar las actividades empresariales en las cuatro grandes categorías que está tratando de imponer la UE. Para poder proporcionar detalles de la dimensión de los negocios y empresas se necesitaría una clasificación más refinada, pues entre un 20 y un 45% de las empresas no se ajustan a la propuesta. Actualmente, con las nuevas tecnologías, muchas empresas tienen un número de empleados muy reducido y pueden realizar facturaciones muy notables, por poner un ejemplo. Por consiguiente, podría resultar más informativo proporcionar datos cruzados de tramos de empleo y volumen de facturación. Por otro lado, no hay duda de que, a pesar de las dificultades de este sistema de clasificación, entre un 50 y un 75% de los negocios y empresas que configuran la actividad resultante del proceso emprendedor tienen una dimensión micro. Los datos de evolución parecen alentadores en el sentido de que a medida que las empresas se consolidan tienden a crecer, pero un análisis detallado de los casos indica que se trata de una evolución lenta.

5.3 Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor

Para estimar el crecimiento potencial en términos de empleo que son capaces de generar los integrantes del proceso emprendedor, se pregunta a los empresarios entrevistados cuántos puestos de trabajo esperan tener al final de los 5 próximos años del momento de la entrevista.

El tratamiento de las respuestas de esta pregunta junto a la que proporciona el número de empleados actual, permite establecer si la empresa tiene expectativas de crecimiento y la dimensión del mismo. La Tabla nº 21 muestra unos datos tentativos que se comentan a continuación.



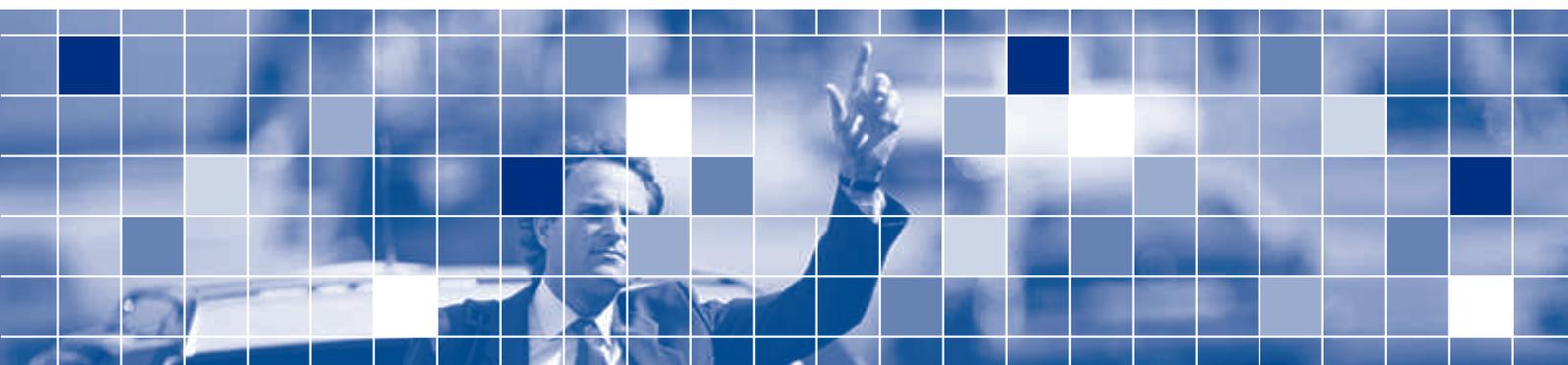
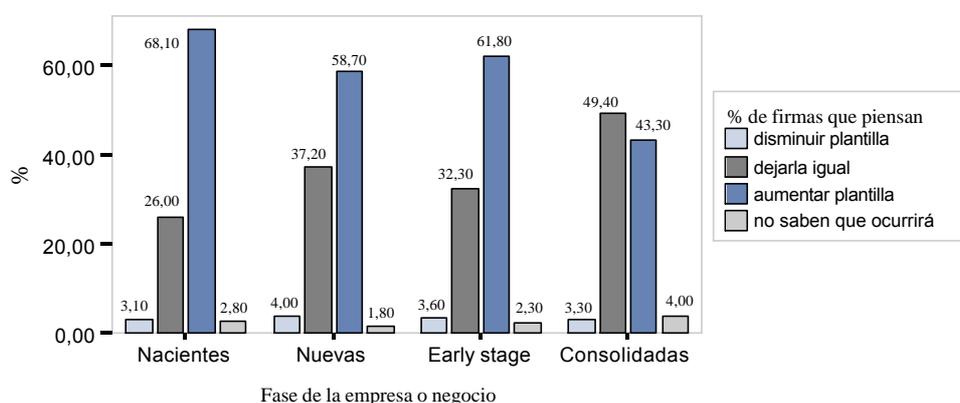
Los datos de empleo en el momento de la entrevista señalan que, por término medio, las empresas nacientes tienen una media de 5,13 personas (contando con el emprendedor) al nacer y esperan tener al cabo de 5 años a 6,85, es decir, siempre hablando en promedio, experimentar un crecimiento medio individual del 33,5% en empleo. Por otro lado, las empresas nuevas presentan una media de 5,20 personas y esperan crecer un 39,8%, algo más que las nacientes. El conjunto de las empresas en fase de early stage tiene una media de 5,10 personas empleadas (incluyendo al emprendedor) y esperan crecer una media del 37,8% respecto a sus plantillas. Finalmente, las empresas consolidadas presentan una plantilla media algo más pequeña pero una dispersión mucho mayor en torno a ella (ver desviación típica) y esperan un crecimiento medio del 24,8%. Por consiguiente, en términos promedio, los datos apuntan hacia una actividad emprendedora con mayor voluntad de generación de empleo que la de años anteriores, todo ello, dentro de una evolución positiva lenta y moderada.

Tabla nº 21 Tamaño promedio de las plantillas actuales y esperada para dentro de 5 años en las actividades que configuran nuestro proceso emprendedor

Fase del proceso	Empleo actual (personas)		Empleo en 5 años (personas)	
	Media	D. Típica	Media	D. Típica
Empresas nacientes	5,13	4,92	6,85	6,35
Empresas nuevas	5,20	6,32	7,27	8,29
Empresas early stage	5,10	5,67	7,03	7,50
Empresas consolidadas	5,08	10,08	6,34	7,97

Un análisis más profundo de las respuestas proporcionadas por los empresarios permite estimar el porcentaje de empresas y negocios que esperan tener alguna variación en su plantilla, ya sea positiva o negativa. La Figura nº 32 muestra una situación evolutiva en las expectativas de crecimiento, de manera que las empresas nacientes son más optimistas en este aspecto y, a medida que avanzamos en el proceso de consolidación, este potencial se va perdiendo, aunque no baja del 48%. Por consiguiente, se trata de un dato positivo el que las empresas nacientes del 2005 hayan comenzado con voluntad de aumentar plantilla en un 68% de los casos. La disminución de plantilla es ligera en todos los tramos del proceso emprendedor.

Figura nº 32 Expectativas de situación de las plantillas a 5 años vista en todos los tipos de empresas que integran el proceso emprendedor en España



A partir de la información obtenida, se ha estimado el número de empleos totales que se puede esperar como derivado del proceso emprendedor del 2005 para dentro de 5 años. En su lectura, hay que tener presente que dicha estimación está sujeta a diversos factores tales como: el margen de error muestral para un nivel de confianza del 95%, que es del $\pm 0,70\%$, las posibilidades reales de cumplimiento de expectativas de los emprendedores que tienen intención de crecer y otros. Con todo, dada la amplitud de la muestra y su representatividad, se puede afirmar que las siguientes cifras constituyen una buena aproximación a este importante dato. La última fila de la Tabla nº 22 muestra el número total estimado de empresas que tienen intención de crecer en empleo en los próximos cinco años, independientemente de si son nacientes, nuevas o consolidadas. La ampliación mínima de plantilla sería de 1 persona y la máxima de 75 personas. Con una media de 3,2 empleos por empresa y con una desviación estándar discreta de 4,5 personas, el número total estimado de empleos que generarían estas empresas en cinco años se aproxima a 5.400.552 puestos. Asimismo, en las otras filas de la tabla se puede ver la contribución a esta cifra por parte de cada tipo de empresa según la fase en que se halle dentro del proceso emprendedor. La tendencia que se observa es de mayor generación de empleo a medida que se consolidan las iniciativas.

Tabla nº 22 Estimación del crecimiento total en empleo generado por el proceso emprendedor del año 2005 en España

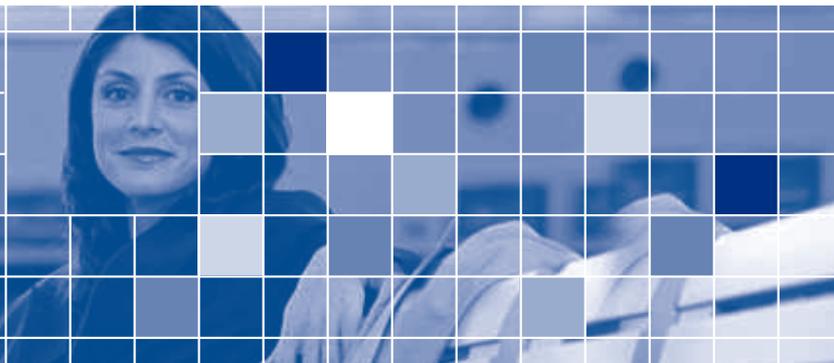
Tipo	Empresas	Mínimo	Máximo	Empleos totales	Media	Desv. típ.
Nacientes	445.127	1,00	75,00	1.146.523,96 puestos	2,5757	3,46886
Nuevas	527.752	1,00	51,00	1.973.772,69 puestos	3,7400	4,87352
Consolidadas	955.401	1,00	75,00	3.293.316,11 puestos	3,4471	4,87210
Todas	1.685.659	1,00	75,00	5.400.552,12 puestos	3,2038	4,52848

La implicación económica de este resultado es que pone de manifiesto el potencial de la actividad empresarial en todas sus facetas para generar riqueza y crecimiento en cualquier país en que se fomente y se apoye. No hay duda de que este resultado parece muy positivo para España, incluso aunque se cumpliera al 50%, pues demuestra que la actividad emprendedora puede generar un notable contingente de puestos de trabajo, y que las medidas que se puedan tomar para apoyarla casi siempre tendrán un retorno positivo para la sociedad y la economía. La creación de empleo derivada del proceso emprendedor beneficia al mercado laboral, al desarrollo de las expectativas de muchos recién licenciados y también ayuda a la inserción laboral de la mujer y de la población inmigrante.

La evolución de los indicadores de creación de empleo derivados de la actividad emprendedora es favorable, pues considerando sólo el crecimiento esperado en las empresas nacientes y nuevas, este indicador ha experimentado un incremento positivo, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla nº 23 Evolución del crecimiento esperado en empleo en las empresas en fase de early stage

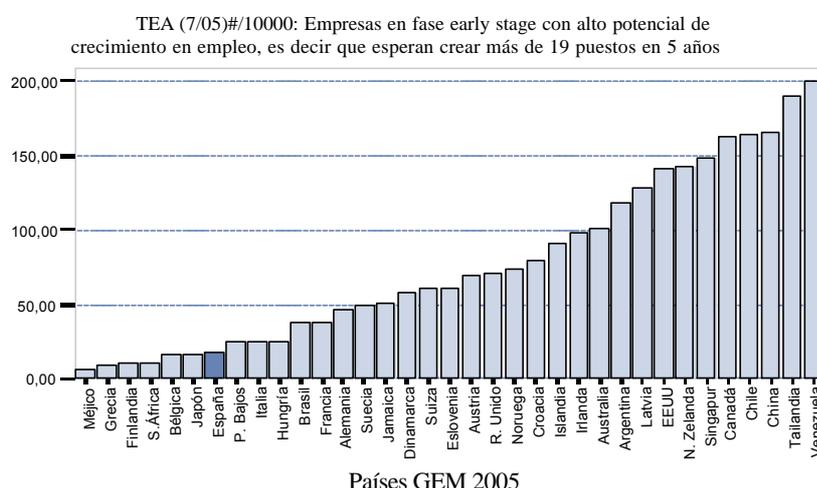
Porcentaje total que representa el crecimiento esperado en las empresas nacientes y nuevas sobre su empleo actual total estimado, incluyendo al emprendedor		
Año	%	Variación
2004	31,99%	
2005	34,55%	+ 8,00%



A falta de una serie temporal más larga sobre este indicador concreto, se puede concluir que la recuperación experimentada por la actividad emprendedora en el 2005 ha influido también en la activación de la generación de empleo, aunque paralelamente se puede aventurar que las medidas de fomento de dicha actividad están incidiendo en un mayor estímulo de los empresarios en favor del crecimiento de sus iniciativas, especialmente en las empresas que se van consolidando. En la edición 2006 se podrá ver si esta suposición es acertada o si esta mejora ha sido coyuntural.

Desde una perspectiva internacional, España sigue ocupando, al igual que en años anteriores, una posición desfavorable con respecto al número de empresas en fase de early stage que tienen un alto potencial de crecimiento en empleo. La Figura nº 33 muestra dicha posición en el conjunto global de países participantes en la edición GEM 2005.

Figura nº 33 Clasificación de los países GEM 2005 en función de su número de empresas early stage con potencial de rápido crecimiento en empleo



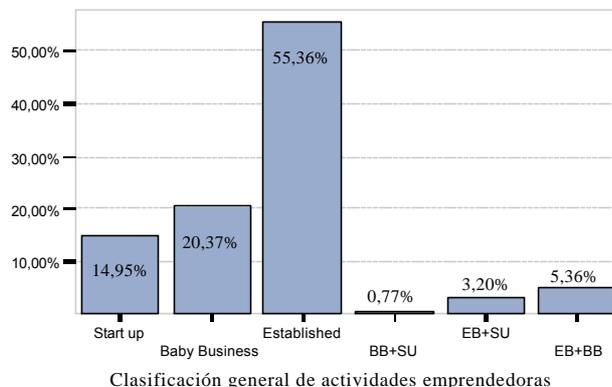
5.4 Actividad emprendedora de las empresas integradas en el proceso emprendedor

Entendemos por actividad emprendedora de empresas o “intrapreneurial activity” la creación de iniciativas de expansión y/o ramificación que tienen lugar en empresas ya existentes, es decir que han sido clasificadas como baby business o established business. En este apartado se proporciona una estimación del porcentaje de actividades de este tipo.

La Figura nº 34 muestra la clasificación de todas las actividades empresariales que configuran el proceso emprendedor español descrito por la edición GEM 2005. A través de sus resultados, se puede ver que, del total de actividades empresariales captadas, se hallen en la fase que se hallen, un total del 9,33% desarrolla actividades emprendedoras, ya sea desde una posición consolidada o en vías de consolidación. El desglose de esta cifra según la etapa de madurez de la empresa, pone de manifiesto que cuanto más consolidada está la empresa más probabilidades tiene de desarrollar una nueva iniciativa empresarial.



Figura nº 34 Clasificación general de las actividades que integran el proceso emprendedor del 2005 en España



La evolución de estos indicadores es positiva: así, comparando con el 2004, el porcentaje de empresas nuevas que generan start ups se ha incrementado en un 5,5%; el porcentaje de empresas consolidadas que generan start ups se ha incrementado en un 40,3% y el porcentaje de empresas consolidadas que posee empresas nuevas se ha incrementado en un 489%.

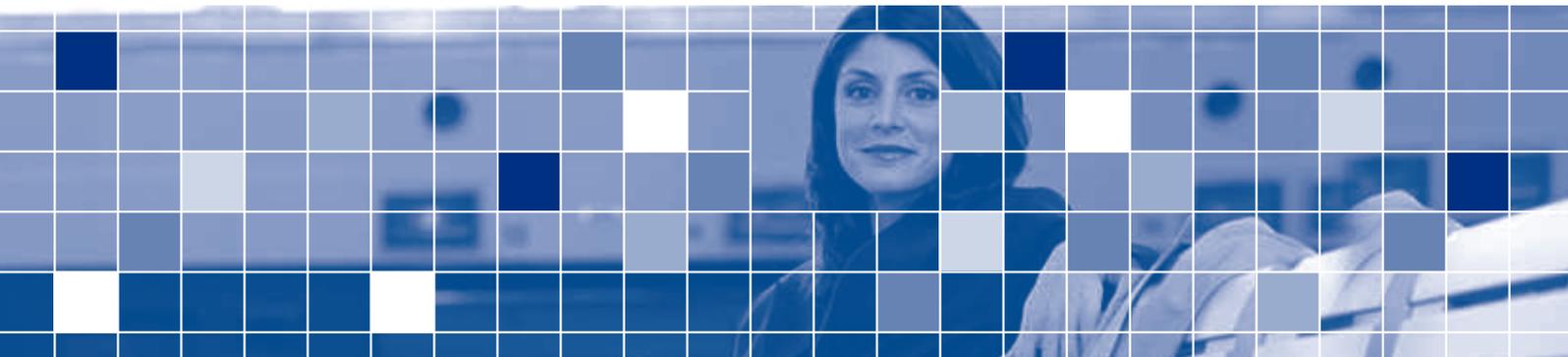
Tabla nº 24 Actividad emprendedora en empresas nuevas y consolidadas 2005

Actividad emprendedora de empresas	Año 2004	Año 2005	Variación
Empresas nuevas que generan start ups	0,73%	0,77%	+5,5%
Empresas consolidadas que generan start ups	2,28%	3,20%	+40,3%
Empresas consolidadas que poseen nuevas	0,91%	5,36%	+489%

Este espectacular desarrollo confirma la estabilidad del tejido empresarial que se viene describiendo desde hace tres años en el Proyecto GEM español: la tasa de cierre de negocios se mantiene baja y con una tendencia discreta a la baja, lo que favorece el crecimiento y la consolidación de las iniciativas.

Un dato muy esperanzador, que podría indicar el inicio de una inversión de la tendencia mostrada hasta la fecha por España en cuanto a actividad emprendedora de sus empresas, es que, del total de empresas nuevas y consolidadas, el año 2004 sólo un 2,5% experimentaba un desarrollo emprendedor, mientras que el año 2005, este porcentaje pasa a ser del 11%, lo que representa una variación positiva y espectacular del 340%. De confirmarse esta tendencia el año 2006, podría afirmarse que en España se está corrigiendo uno de los datos más preocupantes en los últimos años: la falta de potencial de crecimiento de nuestras empresas.

La búsqueda de los factores que propician el crecimiento en las empresas es un tema candente por el enorme interés que tiene de cara al diseño de políticas públicas. La información que proporciona GEM es rica, pero limitada para abordar este apartado, en cuanto a detalles de estrategia, habilidades de dirección y otras variables que con gran probabilidad inciden en un mayor o menor desarrollo de las iniciativas empresariales. Hasta donde alcanzan los datos de las entrevistas GEM, se han podido constatar diferencias significativas entre los rasgos de los emprendedores cuyas empresas crecen y los de aquellos



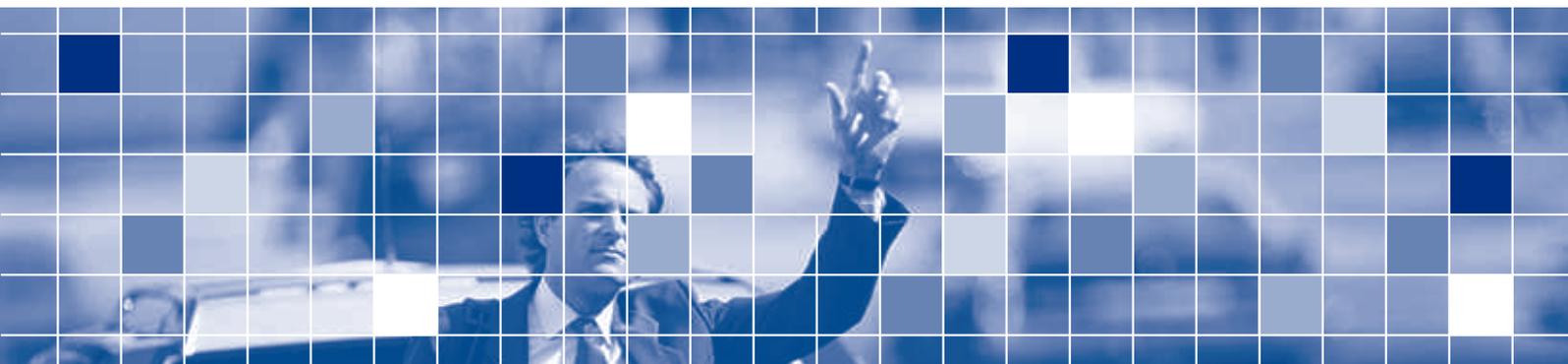
cuyas empresas no crecen. Entre estas diferencias destacan, en el aspecto socio-económico: una mayor proporción de hombres que de mujeres, una edad media más baja y un nivel de estudios y de renta superior con respecto en los empresarios cuyas empresas crecen. Por otro lado, y también dentro del colectivo cuyas empresas crecen, hay una mayor proporción de empresarios que ve buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses en su zona, y una mayor proporción de business angels o inversores informales en iniciativas de otros. Asimismo, las empresas que crecen tienen una plantilla media de empleados superior y el empleo medio esperado para dentro de cinco años también es mayor que en las empresas que no crecen. Las empresas que crecen no se concentran en ningún sector en especial y se distribuyen de forma parecida entre el transformador, el de servicios y el orientado al consumo, no apareciendo casos en el extractivo. Para profundizar sobre este tema, el equipo investigador español, bajo el patrocinio de la Fundación Cultural Banesto y la DGPYMES, está desarrollando un nuevo Proyecto de Investigación que tratará de determinar y analizar los factores que propician el crecimiento en las empresas. El trabajo de campo de este proyecto se realiza directamente sobre empresas y contempla variables que no tienen cabida en GEM y que, sin embargo, se supone que deben incidir directamente en la probabilidad de que una empresa se convierta en emprendedora. Los resultados de este estudio estarán disponibles poco tiempo después de la presente edición del GEM.

5.5 Innovación en las empresas nacientes, nuevas y consolidadas

Conseguir que la empresa española nazca y se desarrolle con voluntad de innovación es una de las metas perseguidas en la actualidad. Sin embargo, como veremos en este apartado, todavía es largo el camino a recorrer para lograr este propósito en un porcentaje notable de la actividad emprendedora naciente, nueva y consolidada. El entorno es un factor clave para que estas expectativas se vayan produciendo y, España no se ha destacado, en las últimas décadas y en el ámbito internacional, como un país que fomente la cultura innovadora. Esta afirmación es dura si se tiene en cuenta que exportamos personas con gran preparación y capacidad científica que desarrollan sus proyectos en otros países.

Los siguientes gráficos muestran la situación española entre el 2002 y el 2005 en un conjunto de variables relacionadas con la innovación, medidas internacionalmente. La conclusión que se puede extraer de su visión es que en España hay que trabajar desde los fundamentos para lograr que el entorno que rodea a nuestros emprendedores potenciales estimule su capacidad innovadora.

Así, en los dos primeros gráficos se aprecia el escaso impacto de las patentes de nuestros residentes en el resto de países GEM y el enorme impacto de las patentes que se registran en nuestro país por parte de extranjeros. En países como Alemania, el desequilibrio entre estas dos partidas no es tan grande como en el caso español, por poner un ejemplo próximo a nosotros y, consecuentemente, el cobro de royalties derivados del uso de licencias y patentes es elevado. El caso de EEUU es el más notable en este terreno y España ocupa una posición muy lejana pero acorde con varios vecinos de la UE.



En el cuarto gráfico se aprecia el moderado nivel de cooperación tecnológica existente entre nuestras empresas, uno de los terrenos en que se está trabajando actualmente para lograr una mejora. Finalmente, en la Figura nº 39 se ve la desfavorable situación de la transferencia tecnológica entre universidad y empresa que es discreta en todos los países y precaria en el nuestro al estar lejos de alcanzar la media (5 puntos en la escala).

Figura nº 35 Patentes registradas por residentes de cada país GEM en el extranjero en el 2002

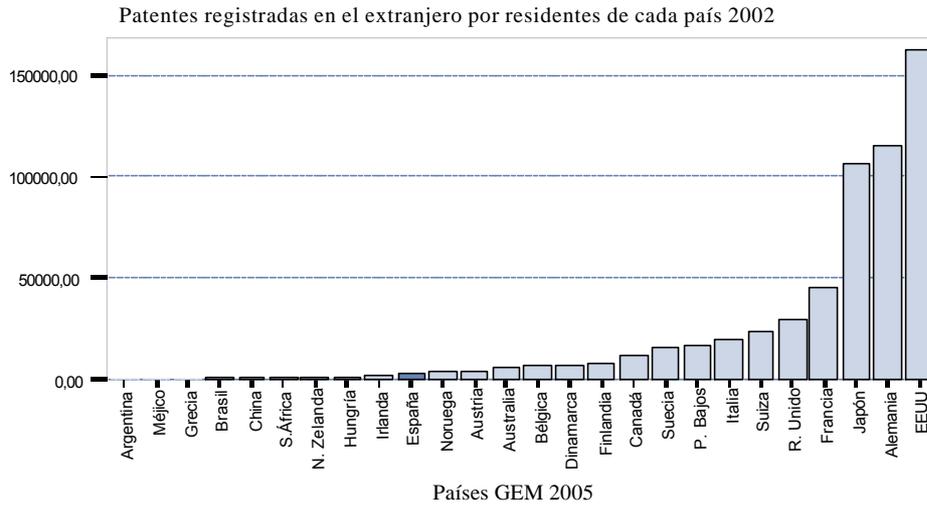


Figura nº 36 Patentes registradas por extranjeros en cada país GEM en el 2002

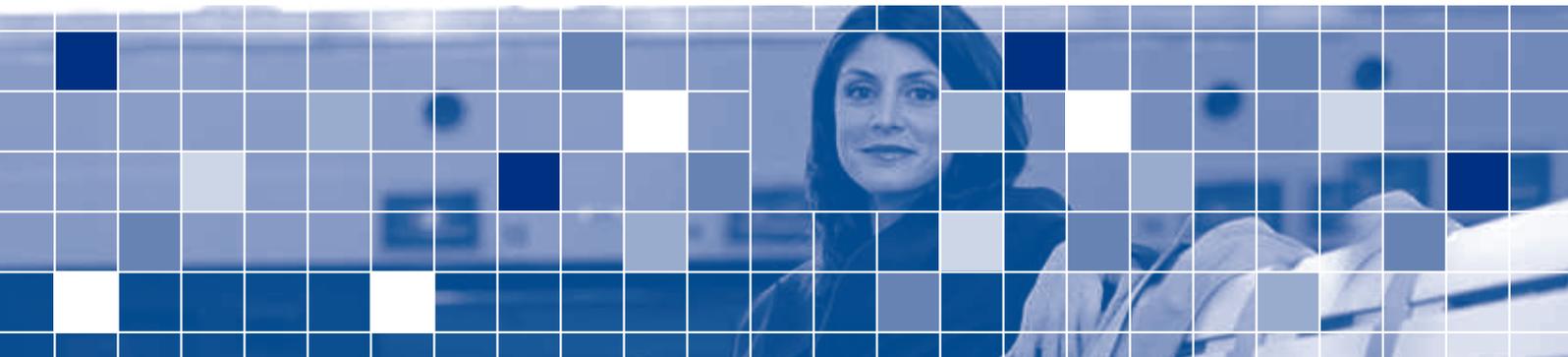
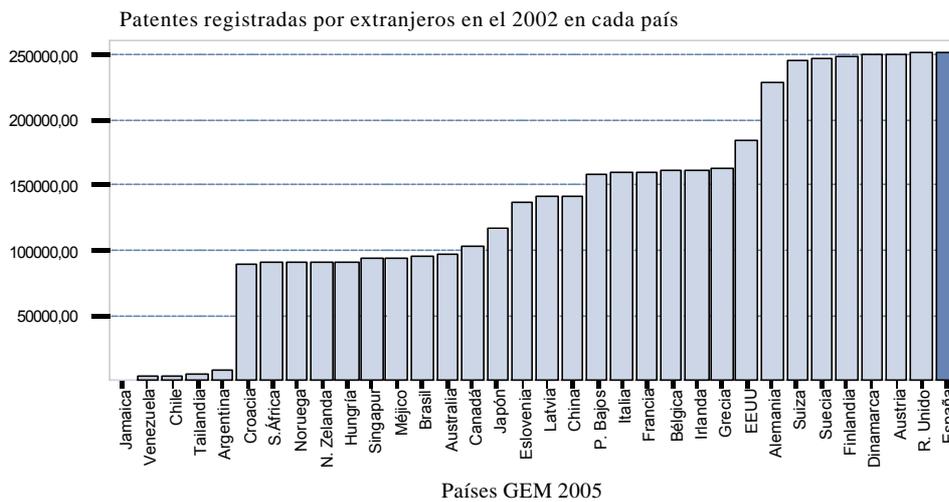


Figura nº 37 Royalties cobrados por licencias y fees en cada país GEM en el 2003

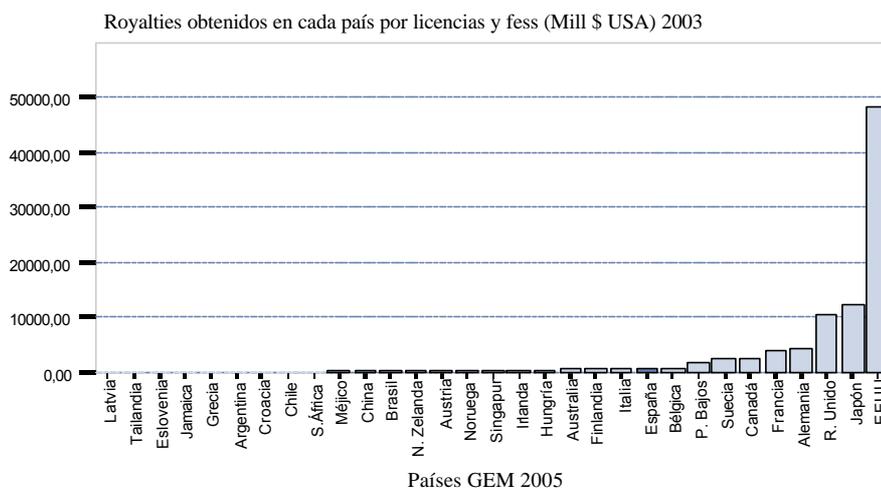


Figura nº 38 Resultados de la encuesta internacional sobre cooperación tecnológica entre empresas 2005 (escala de 0-10 puntos, nula- muy desarrollada)

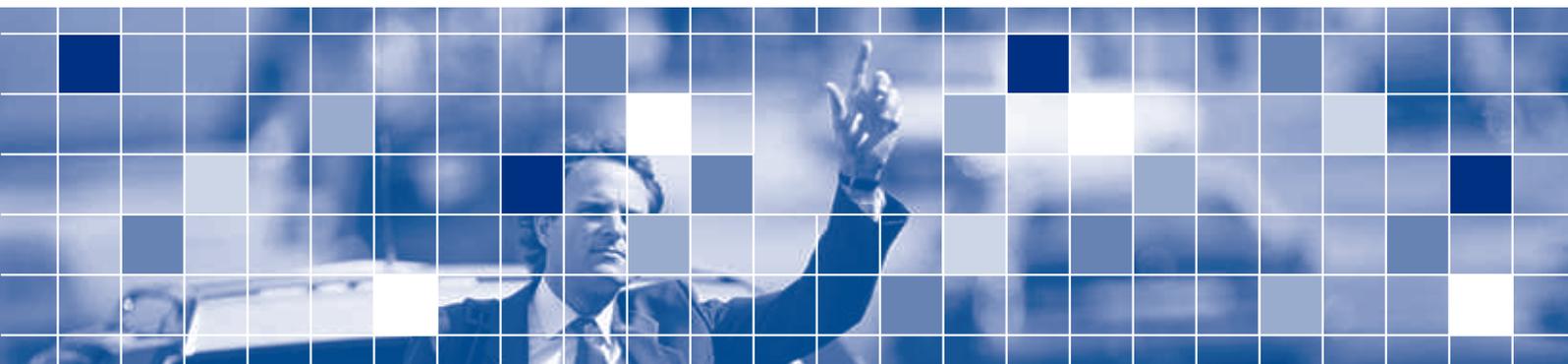
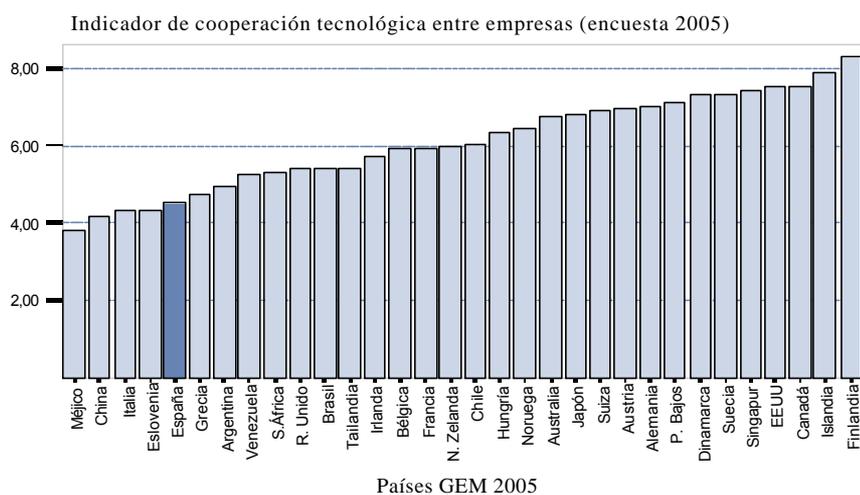


Figura nº 39 Resultados de la encuesta internacional sobre transferencia tecnológica de las universidades a las empresas 2005 (escala de 0-10 puntos, nula- muy desarrollada)

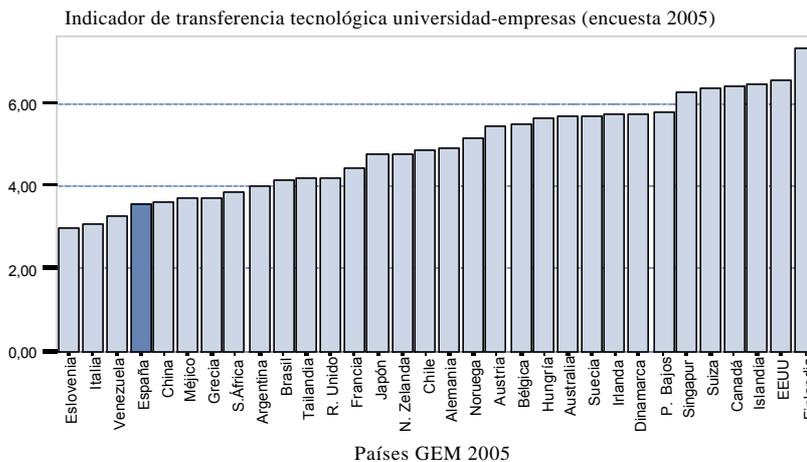
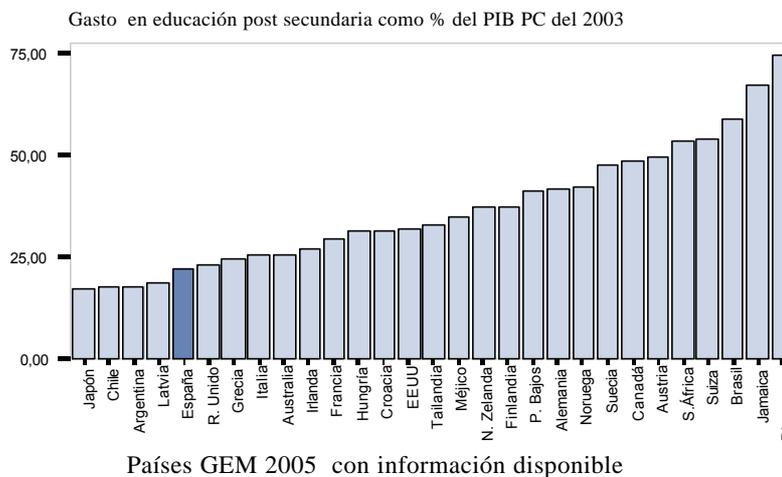


Figura nº 40 Gasto en educación post-secundaria como % del PIB per capita (datos estandarizados para poder establecer la comparación internacional)



El Proyecto GEM permite estimar el porcentaje de empresas innovadoras en todas sus fases. Para ello, los empresarios indican en la encuesta si el producto/servicio principal que ofrecen es nuevo para todos sus clientes, sólo para algunos o para ninguno. La Tabla nº 25 y el gráfico de la Figura nº 41 muestra los resultados de esta consulta, en los cuales se aprecia un discreto porcentaje de empresas innovadoras en cada fase, destacando en este aspecto las que llevan operando entre 3 y 42 meses o empresas nuevas. En general, la empresa consolidada es menos innovadora, pero el dato más preocupante para España es que más de la mitad de sus empresas, independientemente de la fase en la que se hallen, no son innovadoras. Esta situación es similar a la del año 2004, por lo que, a raíz de los resultados obtenidos, las medidas políticas que se están tomando para invertir esta tendencia, todavía no tienen reflejo en la caracterización de este aspecto en nuestro tejido empresarial.

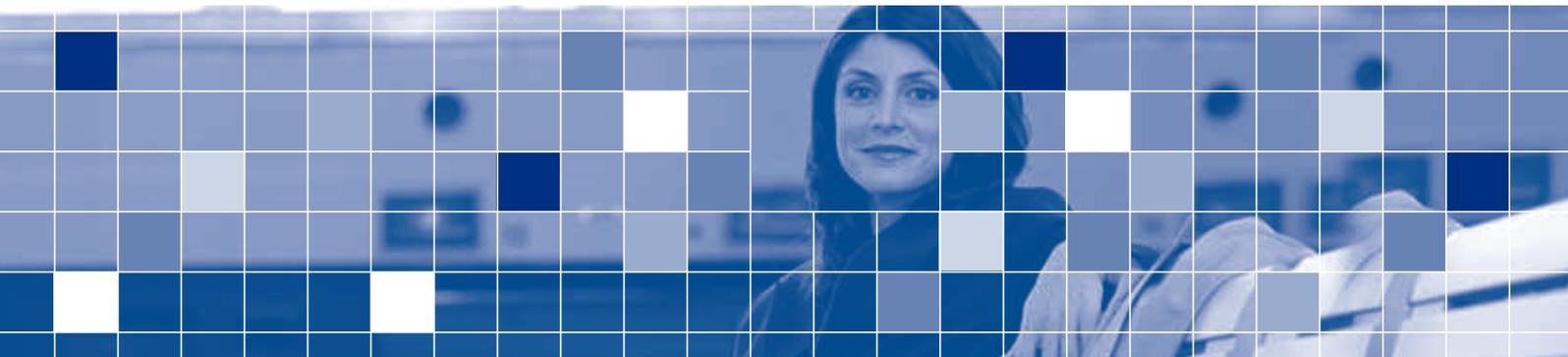
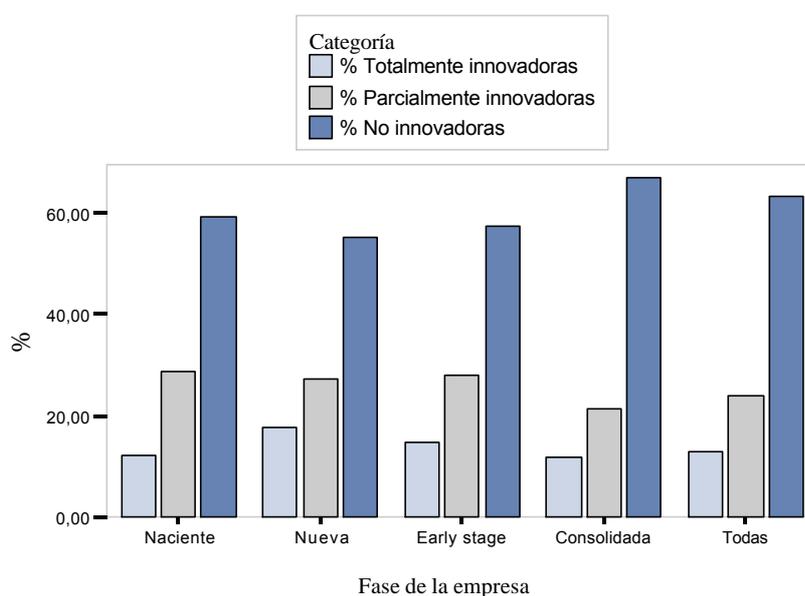


Tabla nº 25 Porcentaje de empresas innovadoras en todas las fases activas del proceso emprendedor en España

Tipo de empresa	Completamente innovadora		Algo innovadora		No innovadora		Total	
	%	N	%	N	%	N	%	N
Nacientes	12,0%	78184	28,8%	188545	59,2%	387037	100%	653766
Nuevas	17,7%	107694	27,3%	165696	55,0%	334119	100%	607510
Early stage	14,73%	185878	28,08%	354241	57,17%	721156	100%	1261276
Consolidadas	11,8%	257499	21,3%	470881	66,7%	1460499	100%	2188879
Todas	12,85%	443377	23,91%	825122	63,23%	2181655	100%	3450155

Figura nº 41 Innovación según la fase en que se hallan las empresas en España

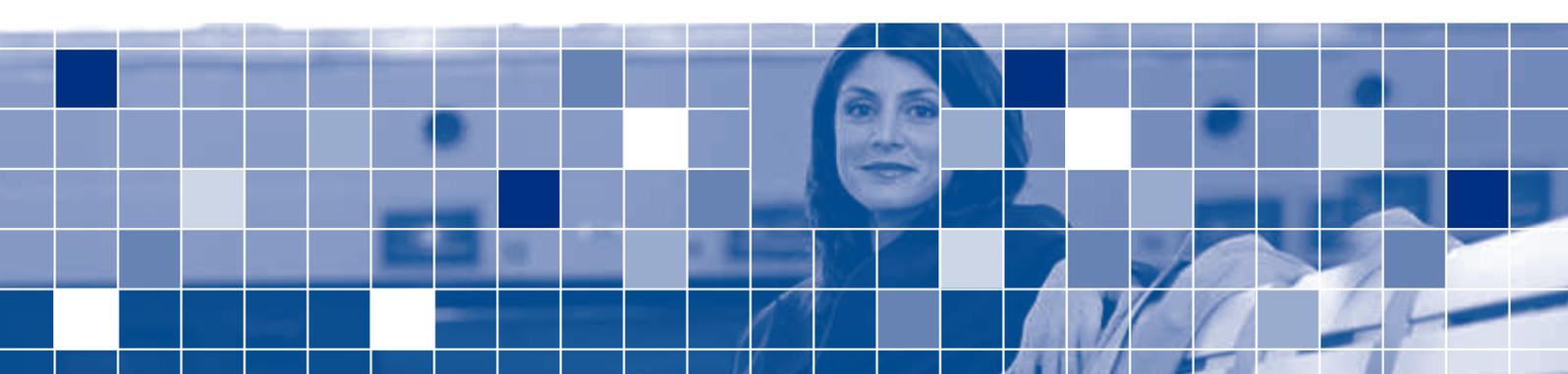
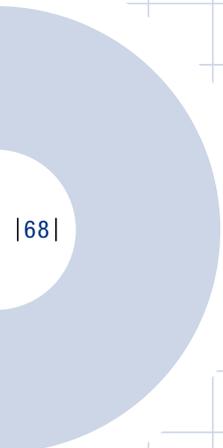
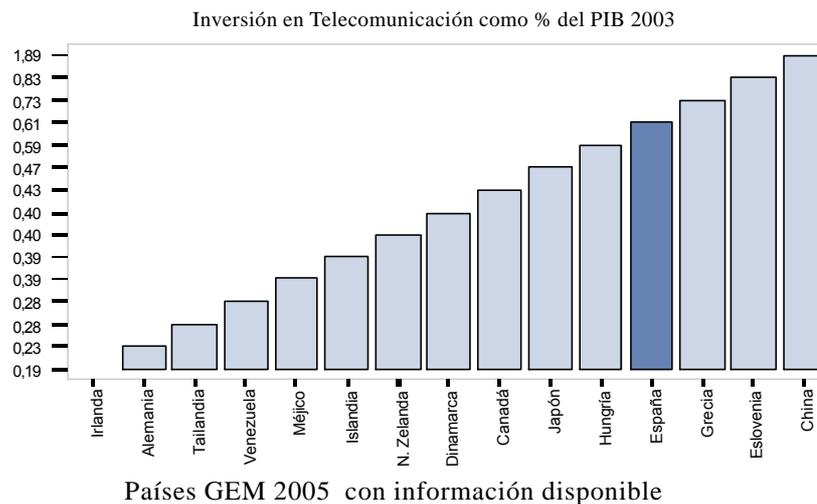
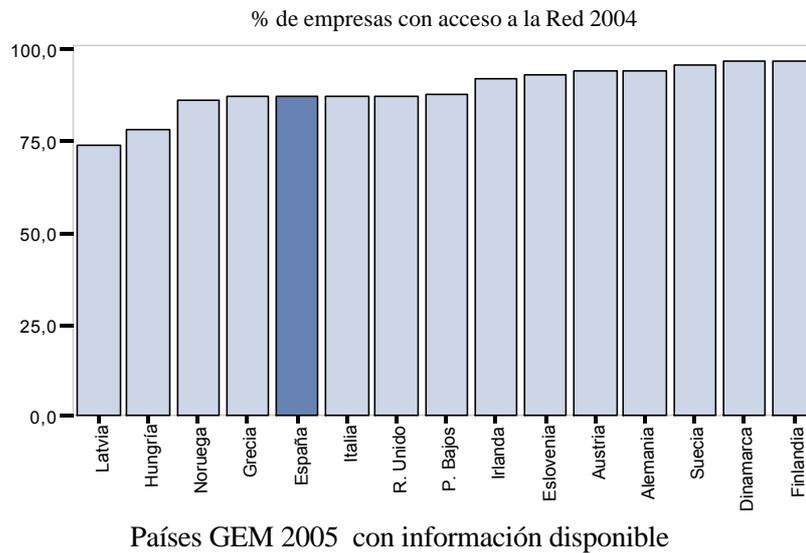


5.6 Uso de nuevas tecnologías en las empresas nacientes, nuevas y consolidadas

En los últimos cinco años se viene considerando como muy importante la innovación acompañada del uso de nuevas tecnologías para que una empresa se considere “actualizada”. El hecho de que las tecnologías que se han hecho más populares sean las de comunicación, se está traduciendo en cierta confusión a la hora de catalogar a las empresas como tecnológicamente equipadas o incluso como innovadoras. Por consiguiente, es importante matizar que la innovación no tiene por qué venir acompañada de una tecnología de este tipo, ni de otro concreto. La innovación hace referencia a cualquier modalidad nueva de presentar un servicio o producto o, por supuesto, de producirlo, con el uso o no de tecnologías de la comunicación o de cualquier otro tipo.

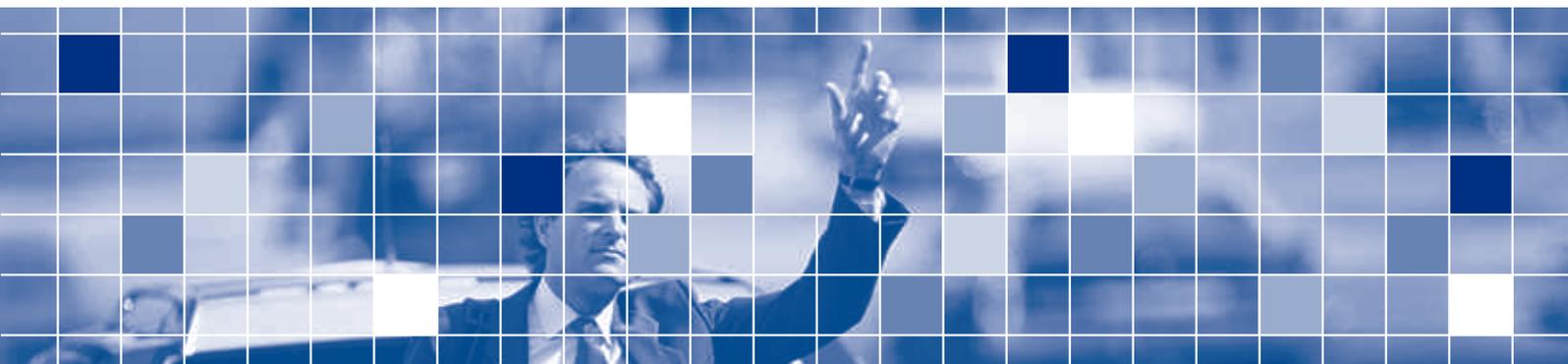
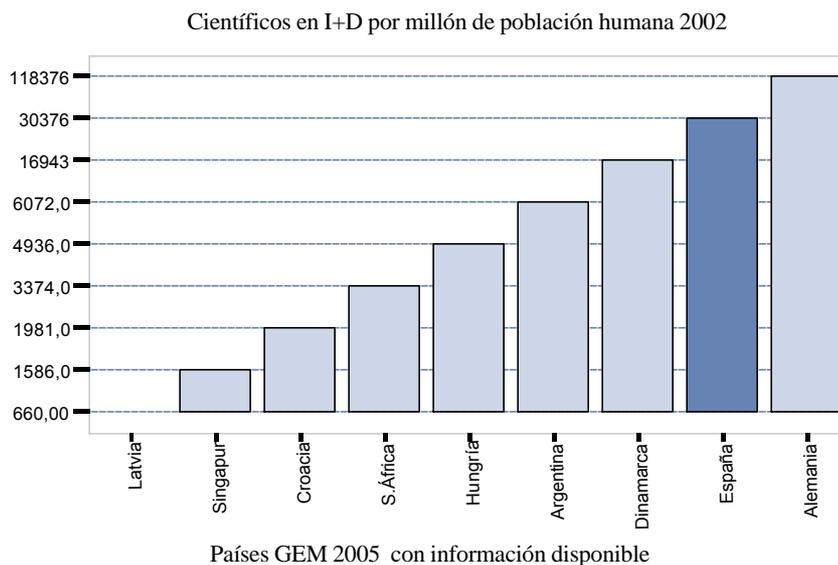
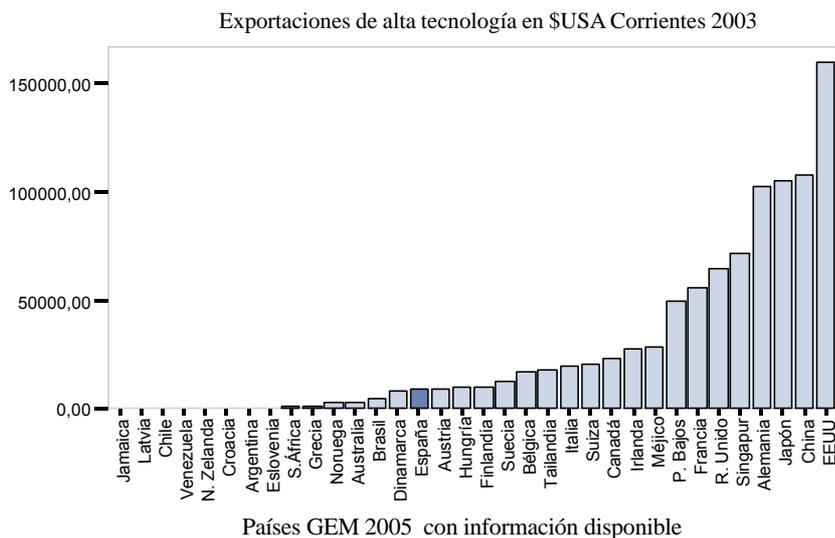
Para establecer el entorno tecnológico en que se mueven los emprendedores españoles, hemos efectuado un repaso a la situación internacional de algunos indicadores relevantes relacionados con este campo. Al hacerlo, observamos como las estadísticas tienden a centrarse, inevitablemente, en las TIC (Tecnologías de Información y Comunicación). La posición de las empresas españolas relativa a su presencia en Internet es bastante buena (supera el 75%) y similar a la de los principales países de la UE, tal y como se puede apreciar en la Figura nº 42, en que también se aprecia la importante inversión en telecomunicación en nuestro país.

Figura nº 42 Presencia en Internet de las empresas en los países GEM 2005 para los que se dispone de esta información, e inversión en Telecomunicación como % del PIB (dato estandarizado para poder llevar a cabo la comparación internacional)



Mucho más desfavorable es nuestra posición en el entorno de las exportaciones de alta tecnología, campo en el que nuestro país está atrasado y, dato que establece indirectamente el nivel de desarrollo tecnológico de nuestra industria en cuanto a los productos que ofrece en este sector. En franca contradicción con este dato, es notable nuestra posición, aunque sea comparando solamente con la de Alemania, respecto al número de personas por cada millón de habitantes que están dedicadas a I+D.

Figura nº 43 Exportación de alta tecnología en \$USA corrientes 2003 y científicos dedicados a I+D por cada millón de personas en la población



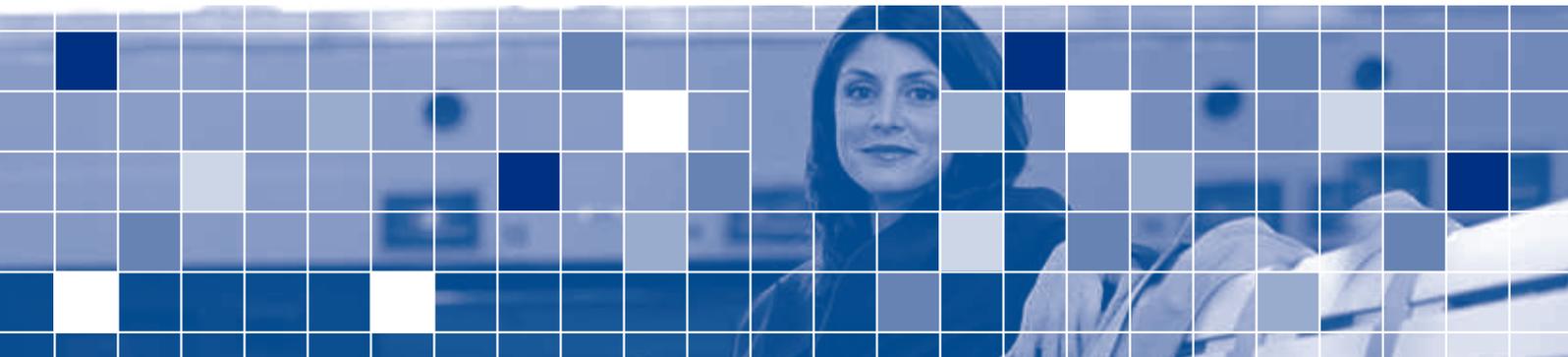
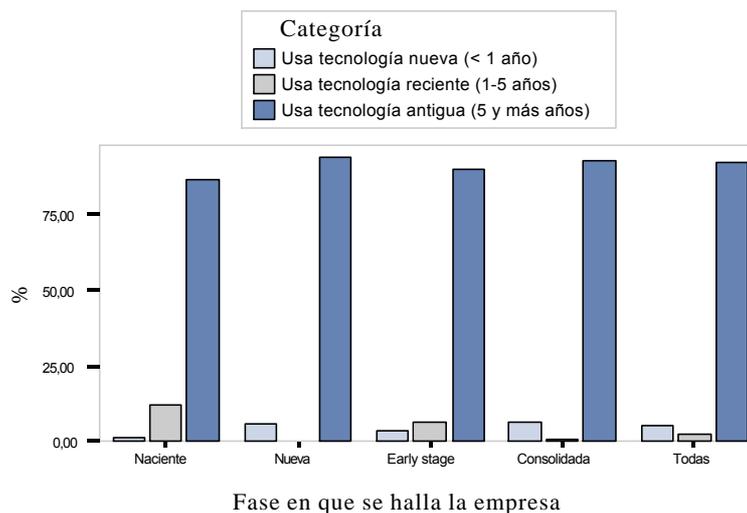
La conclusión acerca del entorno es que España tiene el terreno “abonado” para dar el salto hacia el desarrollo tecnológico de nuestras empresas, pero que hay factores que le impiden darlo. Así, nuestra formación es buena puesto que exportamos capital humano científico a otros países, pero nuestro gasto en educación superior es bajo. Muchos de nuestros recién licenciados, que tienen un gran potencial para la investigación, no encuentran la forma de canalizar sus aspiraciones ni en la Universidad (por falta de presupuesto) ni en la empresa (por falta de formación en ese campo y por las dificultades para conseguir financiación). Por otro lado, las infraestructuras tecnológicas de comunicación son buenas, pero los empresarios adolecen de lo contrario que los científicos: tienen preparación en temas empresariales pero poca formación o conocimientos sobre producción apoyada por tecnologías. Consecuentemente, el “abono” no da los frutos que tendría que dar, por lo que es necesario hallar el camino que una las dos corrientes principales: la científica-ingeniera y la empresarial.

En este entorno, el Proyecto GEM tiene capacidad para estimar cuántas de nuestras empresas en cada fase del proceso emprendedor están utilizando nuevas tecnologías para producir productos y ofrecer servicios. La forma en que se mide este aspecto es preguntar a los emprendedores si la tecnología necesaria para llevar a cabo su producción estaba disponible un año antes de la entrevista, entre 1 y 5 años antes o desde hace más de 5 años. Los resultados muestran que nuestra empresa, se halle en la fase que se halle, no suele utilizar nuevas tecnologías de producción y oferta de servicios. El porcentaje de uso de tecnologías asequibles menos de un año antes de la entrevista es muy bajo en todas las categorías y, lo único que se aprecia es que las consolidadas, tienden a renovar más y que las nacientes buscan en mayor proporción que las otras, el uso de tecnologías recientes.

Tabla nº 26 Uso de nuevas tecnologías en la empresa española

Tipo de empresa	Tecnología Nueva (menos de 1 año)		Tecnología Reciente (1-5 años)		Tecnología antigua (más de 5 años)		Total	
	%	N	%	N	%	N	%	N
Naciente	1,7	11132	11,7	76403	86,6	566232	100	653766
Nueva	5,7	34730	0,2	1052	94,1	571728	100	607510
Early stage	3,6	45863	6,1	77451	90,2	1137965	100	1261276
Consolidada	6,4	139787	0,4	9214	93,2	2039878	100	2188879
Todas	5,3	185650	2,5	86665	92,1	3177843	100	3450155

Figura nº 44 Distribución del uso de las tecnologías según su antigüedad para cada tipo de empresa en el proceso emprendedor

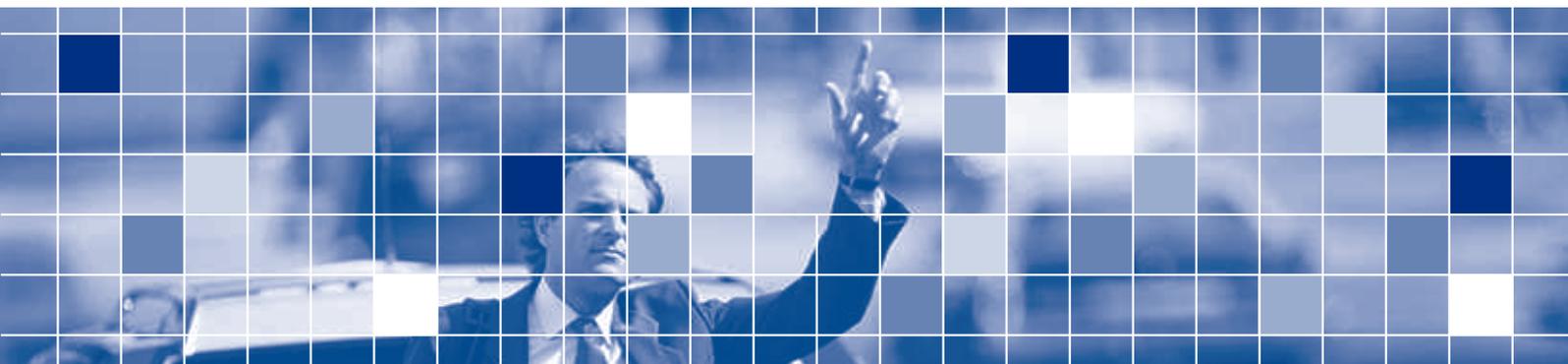
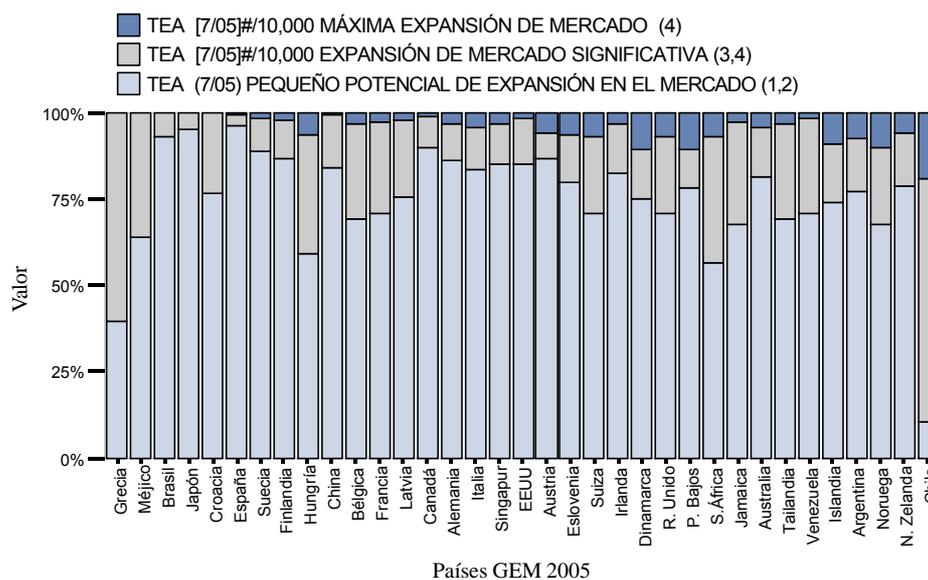


5.7 Expansión en el mercado y nivel de competencia de las empresas nacientes, nuevas y consolidadas

Otro aspecto relevante que atañe a la caracterización de la actividad emprendedora es el potencial de expansión en el propio mercado de las empresas que nacen y están en proceso de consolidación. El Proyecto GEM estudia este tema a partir de las respuestas que proporcionan los emprendedores acerca del grado de conocimiento de sus productos y servicios en su mercado habitual. Si el producto o servicio principal es nuevo en el mercado, se considera que la empresa está creando un nicho de mercado y, por consiguiente, expandiéndose en el mismo, en estos términos (no en el sentido de expansión geográfica o de ampliación de red de clientes). A medida que aumenta el grado de conocimiento de sus productos o servicios, se considera que la empresa tiene menos potencial de expansión en cuanto a apertura de nuevos huecos en su mercado habitual e incluso, en otros.

La Figura nº 45 muestra que el potencial de expansión en el mercado, en cuanto a creación de nuevos nichos de mercado, de la actividad emprendedora es relativamente escaso en la mayoría de países. Las actividades emprendedoras chilenas parecen destacar en el conjunto global con un mayor potencial de expansión, pero, en general, las distribuciones son parecidas en todos los países, predominando la falta de dicho potencial. España no es una excepción, siendo destacable que, en comparación con el resto de países más desarrollados, su proporción de empresas con alto potencial de expansión es bajo. Por consiguiente, estamos lejos de tener una situación, en este aspecto, parecida a la de Irlanda, el Reino Unido, Alemania, Holanda y otros vecinos de la UE.

Figura nº 45 Expansión de mercado de las actividades emprendedoras early stage en el ámbito internacional

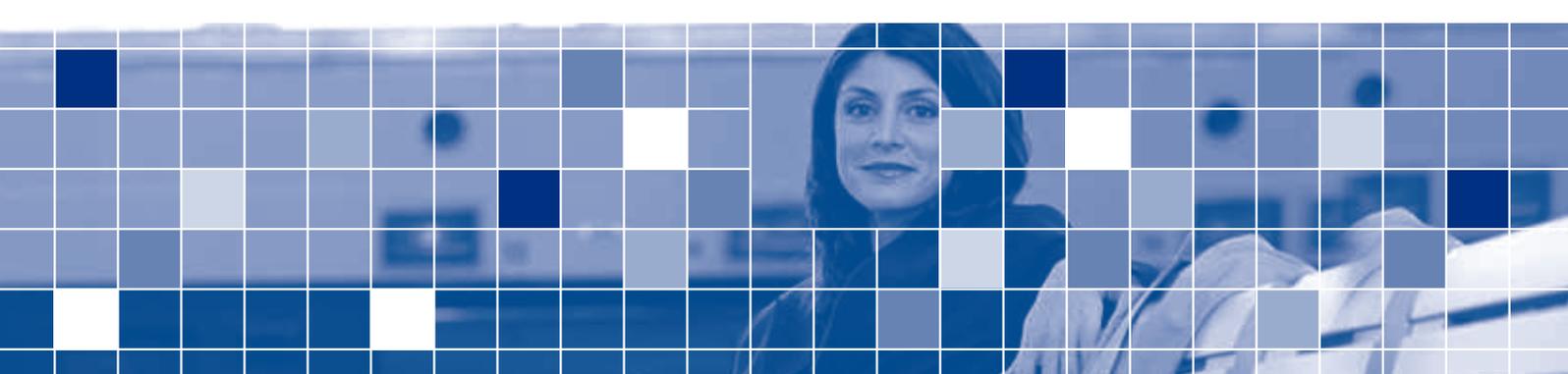
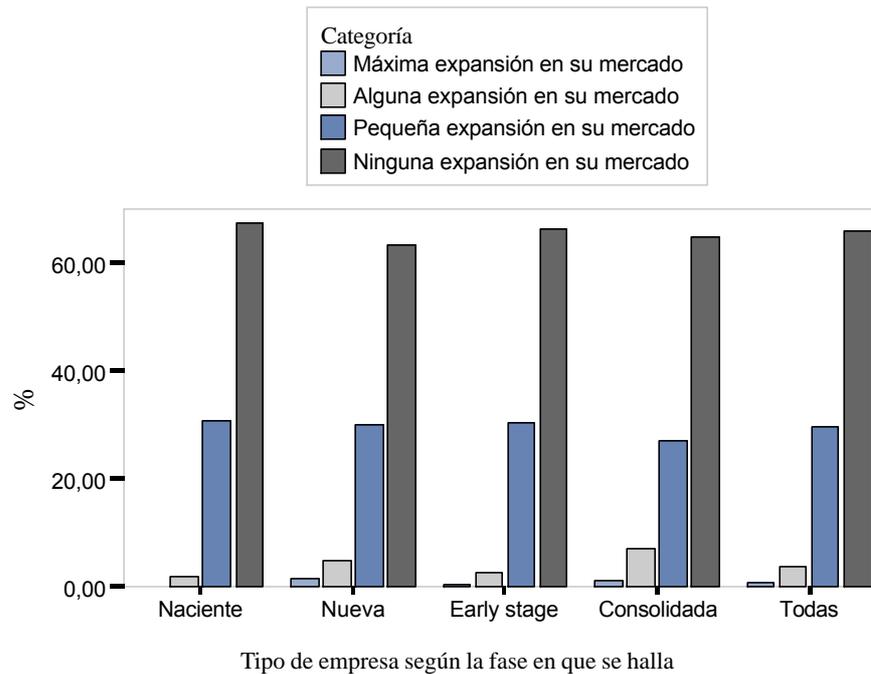


El análisis detallado de los datos españoles pone de manifiesto que las empresas nacientes suelen replicar actividades productivas y de servicios ya existentes y que son las consolidadas las que, dentro de una tónica moderada, se plantean en mayor proporción diversificar y expandirse. Las implicaciones económicas de estos resultados atañen a la competitividad y al potencial de crecimiento de las empresas españolas, de forma que fomentar su espíritu de innovación y diversificación contribuye a asegurar su estabilidad y consolidación. Lo más importante desde el punto de vista de políticas públicas es procurar que las empresas españolas se armonicen con la situación internacional, es decir, que la proporción de empresas con potencial de expansión en el mercado sea un poco mayor y parecida a la de los países de la UE, ya que pretender que todas creen nuevos nichos de mercado es poco viable e innecesario, pues siempre tienen que existir empresas que repliquen los productos y servicios de otras al no poder una sola abastecer a todo el mercado. Lo importante es que las empresas estén al día y observen a la competencia para equilibrarse con ella.

Tabla nº 27 Porcentaje de empresas nacientes, nuevas, early stage, consolidadas y de todas las categorías conjuntamente que tienen algún grado y ningún grado de expansión su mercado

Tipo de empresa	Máxima expansión de mercado		Alguna expansión de mercado		Pequeña expansión de mercado		Ninguna expansión de mercado		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Naciente	0	0	11132	1,7	200662	30,7	441972	67,6	653766	100
Nueva	4150	1,5	12795	4,6	83723	30,2	176639	63,7	277306	100
Early stage	4150	0,4	23927	2,6	284385	30,5	618611	66,5	931072	100
Consolidada	2856	1,0	20379	6,9	79958	27,0	192740	65,1	295933	100
Todas	7006	0,6	44306	3,6	364343	29,7	811351	66,1	1227005	100

Figura nº 46 Nivel de expansión en el mercado para las empresas que se hallan en cualquier fase del proceso emprendedor

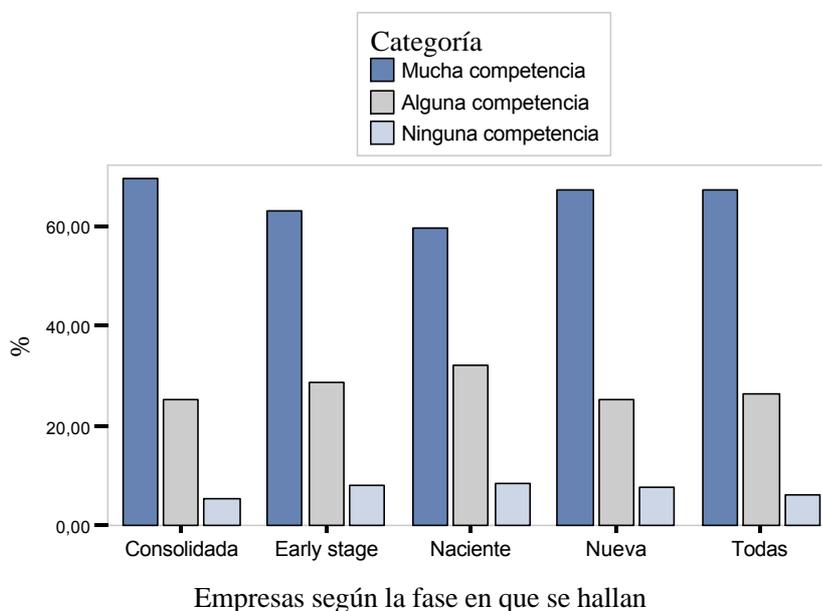


Junto al potencial de expansión en el mercado, GEM analiza el nivel de competencia que tienen las empresas españolas. Los resultados indican que, en general, más del 60% de nuestras empresas esperan tener mucha competencia, lo cual equivale a pensar que la mayoría de ellas replican actividades empresariales o de servicios ya existentes en su mercado. Sin embargo, las empresas nacientes, dentro de un panorama similar, son las que esperan menores niveles de competencia, lo cual es un síntoma positivo de que muchas de ellas nacen con voluntad de poner en marcha ideas innovadoras o, cuando menos, que no repliquen las que existen en el mercado en que emprenden.

Tabla nº 28 Nivel de competencia estimado para las empresas nacientes, nuevas, early stage, consolidadas y conjunto global

Tipo de empresa	Mucha competencia		Alguna competencia		Sin competencia		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Naciente	389025	59,5	208953	32,0	55788	8,5	653766	100
Nueva	408992	67,3	153134	25,2	45384	7,5	607510	100
Early stage	798017	63,3	362087	28,7	101172	8,0	1261276	100
Consolidada	1522097	69,5	552260	25,2	114522	5,2	2188879	100
Todas	2320114	67,2	914347	26,5	215694	6,2	3450155	100

Figura nº 47 Distribución del nivel de competencia esperado en las empresas españolas según la fase en que se hallan del proceso emprendedor

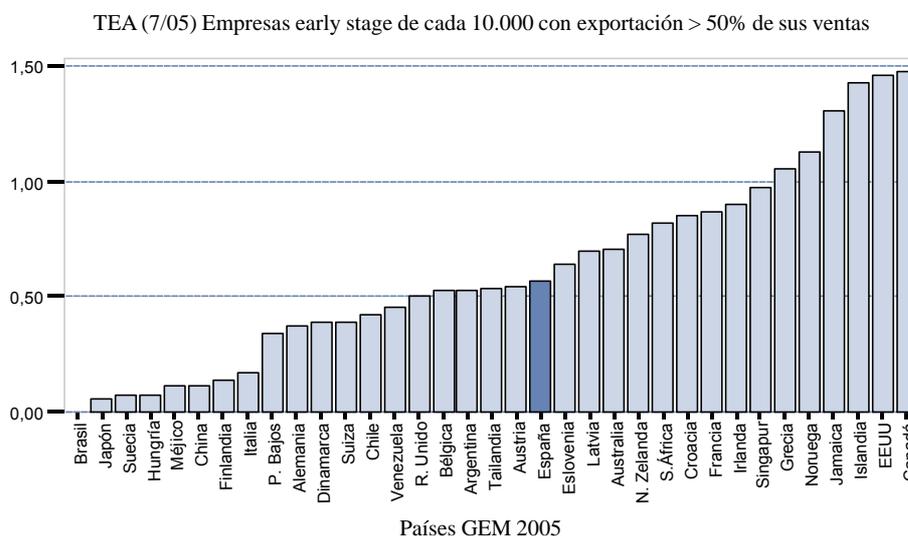


Tras la observación de los resultados de este apartado, se concluye que la empresa española tiene poco potencial de expansión en el mercado y se enfrenta a un grado de competencia elevado en su mercado. Se trata de una situación habitual en la mayoría de países GEM, pero algo acentuada en el caso español con respecto a sus vecinos de la UE. La innovación y la diversificación son las claves para corregir esta tendencia y, aunque no se puede aspirar a que todas las empresas lo hagan, sería deseable que los emprendedores potenciales identificasen nuevos nichos de mercado no explotados en España y que emprendiesen con voluntad de expansión, crecimiento, competitividad y generación de empleo, el tema clave que subyace en torno a todo el proceso emprendedor.

5.8 Internacionalización de las empresas nacientes, nuevas y consolidadas

La caracterización de la actividad emprendedora en España no estaría completa sin un análisis de su grado de internacionalización. GEM proporciona datos de actividad exportadora e intensidad de la misma. La situación de la actividad emprendedora española en el contexto internacional en cuanto a alto potencial de exportación es discreta pero bastante acorde con la que presentan sus vecinos inmediatos de la UE e incluso mejor que la de algunos de ellos.

Figura nº 48 Situación internacional del nivel alto de exportación de las empresas en fase de early stage o actividad emprendedora de los países participantes en GEM 2005



Los datos concretos sobre actividad exportadora de las empresas españolas en el 2005, son los que recogen la Tabla nº 29 y la Figura nº 49 . En ellas se observa que el porcentaje de empresas exportadoras es muy similar y moderado en todas las categorías. Por consiguiente, al ser éste un tema que se desea fomentar, para la PYME española en su conjunto, las actuaciones sobre esta materia deben dirigirse a todos los empresarios en general: los potenciales emprendedores, los nacientes, los nuevos y los consolidados. Sin embargo, hay que tener en cuenta que no todos los sectores y actividades se prestan a la internacionalización, por lo que es importante diseñar actuaciones concretas de formación e información acerca de los sectores en que es más factible, explicando la forma de establecer contactos, acuerdos, negociaciones, sedes y otras relaciones con el exterior, así como todo lo relacionado con la tramitación, legislación y resto de aspectos relativos a esta materia.

Tabla nº 29 Estimación de las actividades de internacionalización de las empresas españolas en el 2005

	Exportan		No exportan		NS/NC		Total	
	%	N	%	N	%	N	%	N
Nacientes	17,0	110951	73,9	483248	9,1	59567	100	653766
Nuevas	15,4	140641	48,6	445278	36,0	329568	100	915487
Early stage	16,0	251592	59,2	928526	24,9	389135	100	1569253
Consolidadas	16,6	367964	80,7	1783703	2,6	57268	100	2208935
Todas	16,4	619556	71,8	2712229	11,8	446403	100	3778188

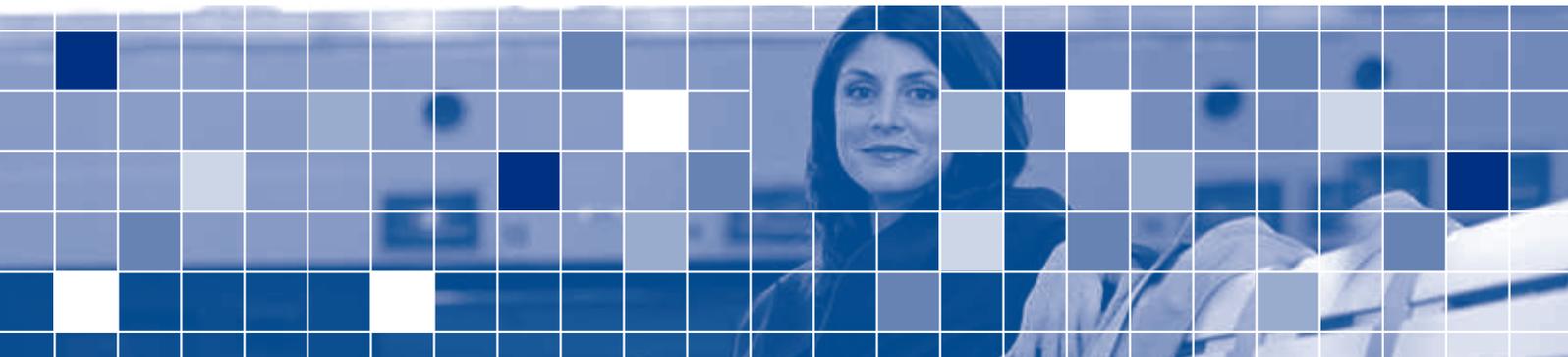
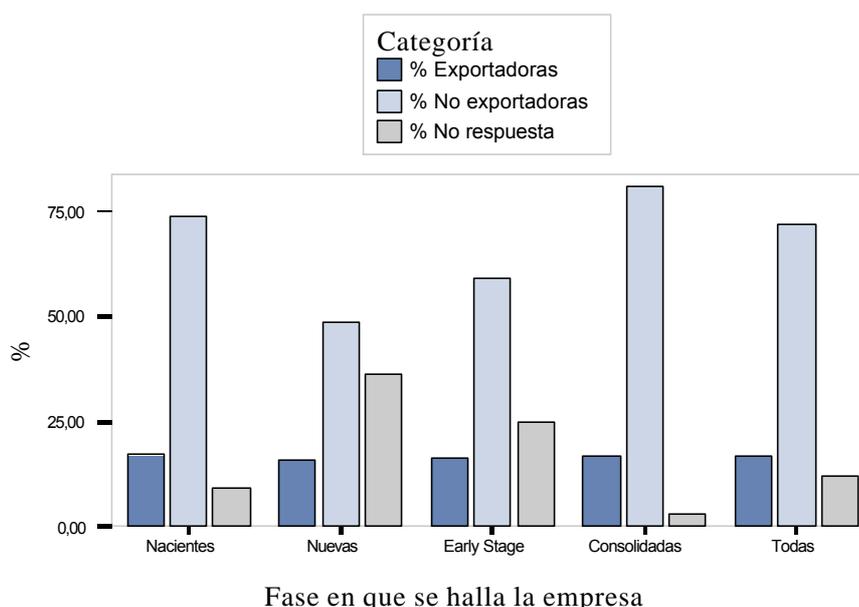


Figura nº 49 Actividad de internacionalización estimada para las empresas españolas según la fase en que se hallan del proceso emprendedor en el 2005

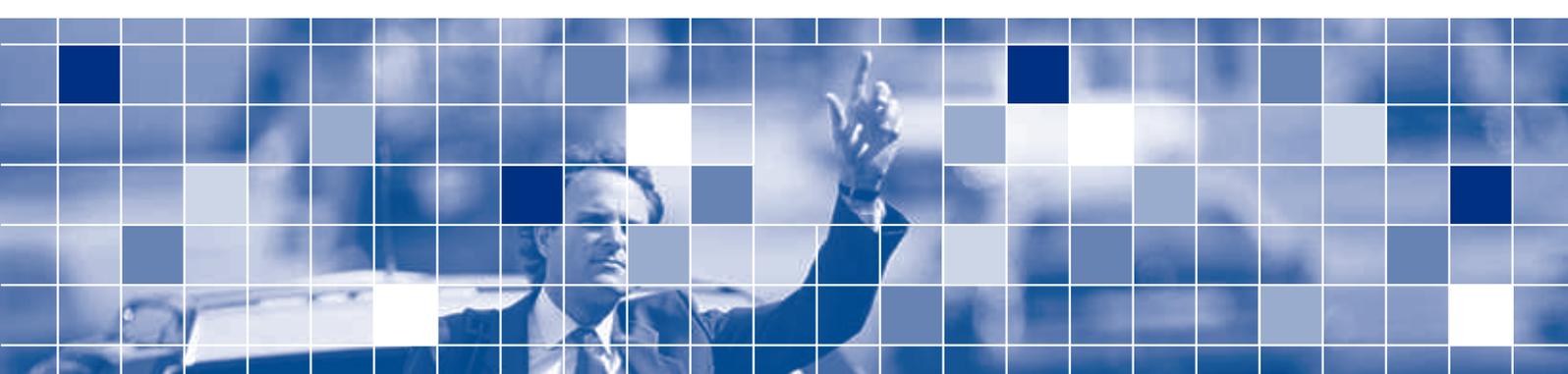


La obtención de este y otros datos mediante encuesta está sujeta a tasa de no respuesta. En el caso de la internacionalización, llama la atención la elevada tasa de no respuesta entre los emprendedores nuevos (entre 3 y 42 meses de actividad). Al ser este el primer año que se ofrecen estos datos en un informe GEM español, no se dispone de una explicación satisfactoria acerca de este fenómeno. En cualquier caso, es una cifra inusual que puede estar relacionada con situaciones intermedias en que el emprendedor se esté planteando la posibilidad de exportar, o que esté llevando acciones aún no consumadas para ello, o bien, se deba simplemente a un defecto de forma en la entrevista. En la edición 2006 se pondrá especial atención sobre esta pregunta para vigilar su evolución de respuesta.

Seguidamente, en la Tabla nº 30 se pueden visualizar los datos referentes a la intensidad de la internacionalización de nuestras empresas.

Tabla nº 30 Estimación de la intensidad de las actividades de internacionalización de las empresas españolas en el 2005, según los datos obtenidos por el Proyecto GEM

Intensidad	Nacientes		Nuevas		Early Stage		Consolidadas		Todas	
	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N
No exporta	73,9	483248	48,6	445278	59,2	928526	80,7	1783703	71,8	2712229
1-25%	1,9	12623	3,2	29594	2,7	42217	4,1	91604	3,5	133821
26-50%	4,5	29685	3,2	29349	3,8	59034	4,7	103777	4,3	162811
51-75%	6,4	41532	5,0	45366	5,5	86898	3,4	74736	4,3	161634
76-90%	3,2	20722	0,8	7750	1,8	28472	1,4	31936	1,6	60408
91-100%	1,0	6390	3,1	28581	2,2	34971	3,0	65910	2,7	100881
NS/NC	9,1	59567	36,0	329568	24,9	389135	2,6	57268	11,8	446403
Total	100	653766	100	915487	100	1569253	100	2208935	100	3778188



Como puede apreciarse, existen ciertas diferencias en cuanto a la intensidad exportadora de las empresas españolas. Contrastadas estadísticamente mediante un contraste de diferencia de proporciones o test de la Chi Cuadrado, los resultados indican que son más exportadoras las empresas nuevas (3-42 meses de actividad) y, especialmente, las empresas emprendedoras que han creado nuevos start ups o baby business⁹. La Figura nº 50 muestra estas diferencias significativas. La exportación depende de muchos otros factores tales como el sector, la edad y el sexo del emprendedor, su nivel de renta y estudios, su aversión al riesgo y otros. La fase en que se halla la empresa aporta un grado de explicación discreto a este fenómeno. Por otro lado, la intensidad de la actividad exportadora, en el conjunto de las empresas que exportan, también depende en cierta medida de la fase en que se hallen dentro del proceso emprendedor y de su propia actividad emprendedora. En este sentido, tienden a exportar mayores porcentajes de sus ventas las empresas consolidadas y aún más las consolidadas que a su vez se han expandido. Estas diferencias, también contrastadas estadísticamente, se muestran en la Figura nº 51.

Figura nº 50 La actividad de internacionalización de las empresas españolas en el 2005, depende en cierta media de la fase en que se halle la empresa y de su propia actividad emprendedora, según los datos obtenidos por el Proyecto GEM

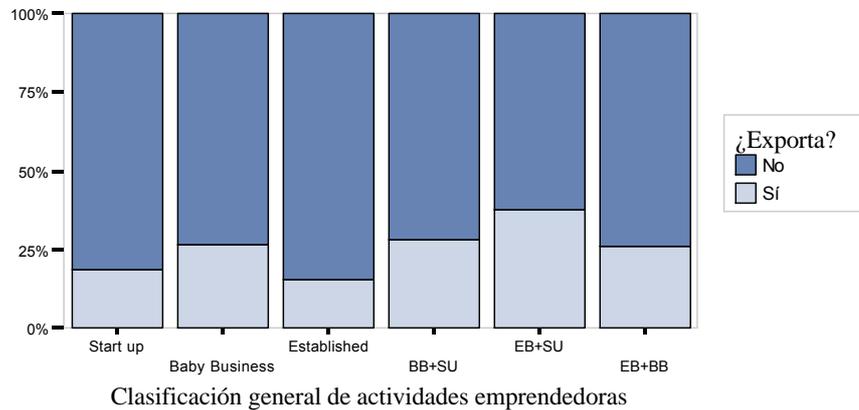
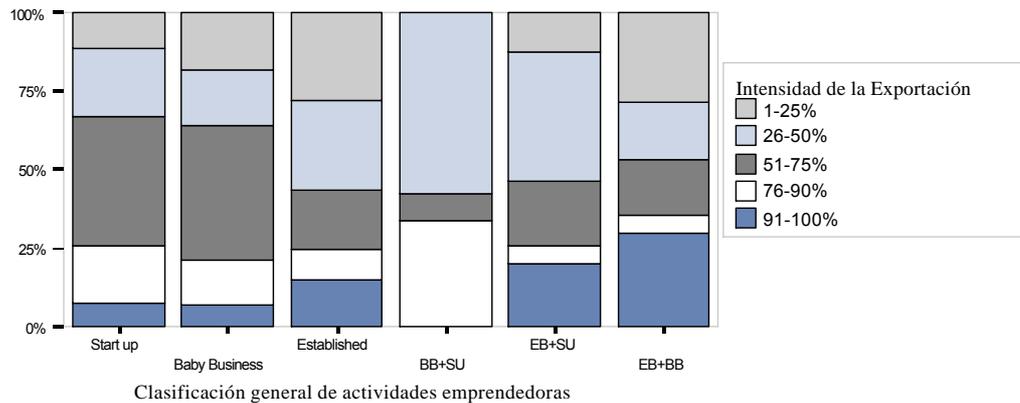
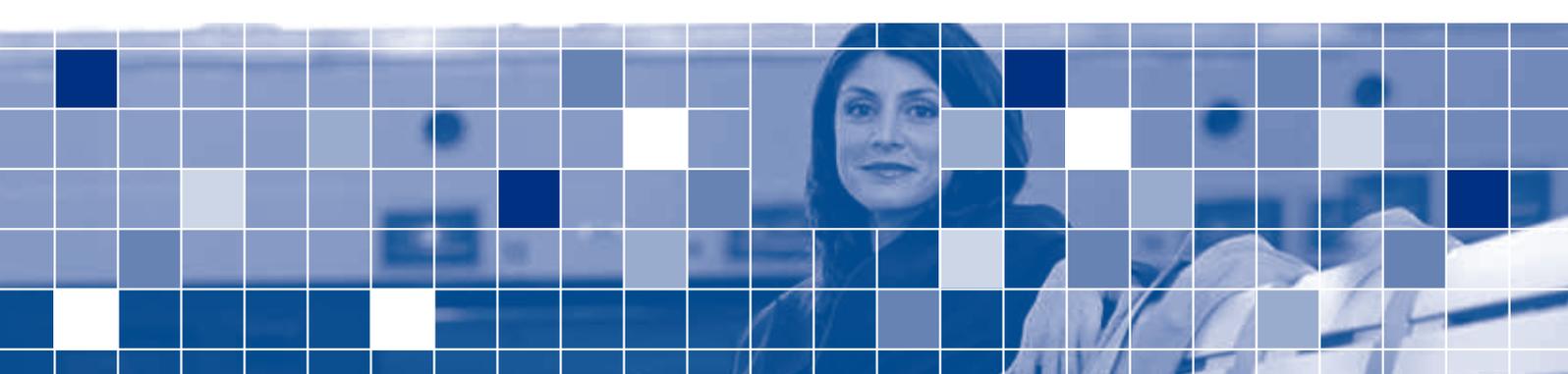
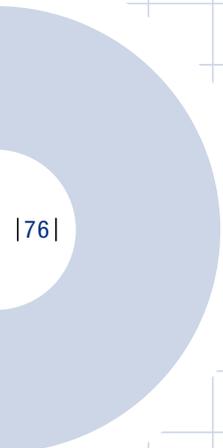


Figura nº 51 La intensidad de actividad de internacionalización de las empresas españolas en el 2005, depende en cierta media de la fase en que se halle la empresa y de su propia actividad emprendedora, según los datos obtenidos por el Proyecto GEM



(9) Las pruebas χ^2 acerca de las hipótesis de que exportación y la intensidad de la exportación dependes de la fase en que se halle la empresa son significativas, con unos valores del estadístico χ^2 de 70321,988 y 90927,7 y una significación $p = 0,000$ en ambos casos.



Capítulo 6: Actividad emprendedora e inmigración en España

6.1. Introducción

6.2. Actividad emprendedora early stage de inmigrantes en España

6.3. El proceso emprendedor del inmigrante en España

6.4. Perfil del emprendedor inmigrante

6.4.1. Emprendedor inmigrante que ha venido por necesidad a España

6.4.2. Emprendedor inmigrante que ha venido por otro motivo a España

6.5. Características de las empresas creadas por los inmigrantes en España

6.5.1. Emprendedor inmigrante que ha venido por necesidad a España

6.5.2. Emprendedor inmigrante que ha venido por otro motivo a España

6.6. Financiación de la actividad emprendedora naciente de inmigrantes en España



Capítulo 6: Actividad emprendedora e inmigración en España

6.1 Introducción

En la última década, el fenómeno de la inmigración ha adquirido una enorme relevancia constituyendo una fuente de esperanza para la proporción de empleo y medios de subsistencia a personas que no pueden conseguirlos en sus países de origen. España se halla entre los destinos más solicitados, ya sea para establecerse o como país de paso para acceder a otros de la Unión Europea. La situación geográfica de España, el envejecimiento de su población por tener la tasa más baja de natalidad de la UE y el desarrollo, han propiciado la admisión de grandes contingentes de inmigrantes dispuestos a realizar las tareas propias de empleos que cada vez son menos ocupados por los españoles: asistencia doméstica, labores agrícolas, servicios de restauración en general, limpieza, construcción y otros.

Sin embargo, el fenómeno de la inmigración también conlleva otros aspectos como el de aprovechamiento de la bonanza económica y el continuo desarrollo del sector turístico e inmobiliario junto al incipiente despertar del sector biotecnológico, todo lo cual está atrayendo a inversores y empresarios de países desarrollados que ven en España un país de nuevas oportunidades y muy agradable para vivir.

Por consiguiente, en España se aprecia un doble contingente de inmigrantes: los que provienen de países en vías de desarrollo, y los que provienen de países desarrollados, siendo éste último de menor dimensión que el primero. Como es lógico, parte de estos inmigrantes deciden emprender en nuestro país, por lo que forman parte de nuestro tejido empresarial. El Proyecto GEM en España, analiza por primera vez las características del fenómeno emprendedor de los inmigrantes, amparándose en el hecho de que ha transcurrido suficiente tiempo como para comenzar a captar iniciativas emprendedoras de estos colectivos telefónicamente.

La estadística oficial confeccionada por el INE para proporcionar cifras de inmigración, habla de inmigrantes comunitarios y no comunitarios. Sin embargo, entre los no comunitarios quedan registrados inmigrantes que proceden de países desarrollados (tales como Estados Unidos, Canadá, Japón y otros), por lo que el análisis del fenómeno emprendedor inmigrante en España debe hacerse por grupos regionales de países más y menos desarrollados.

Acercas de los resultados que se ofrecen en este capítulo hay que llamar la atención del posible sesgo derivado de que la técnica de recogida de información de esta parte del Proyecto GEM, se lleva a cabo mediante encuesta telefónica. Así, en el caso de la parte de población que es inmigrante, hay más probabilidades de que respondan personas de habla hispana, o que saben español ya sea porque llevan suficiente tiempo en nuestro país o porque ya conocían nuestro idioma. Asimismo, existen más probabilidades de que respondan telefónicamente los que se han podido establecer de forma legal en nuestro país, que los que desarrollan negocios ilegales o que no tienen un local acondicionado con teléfono.

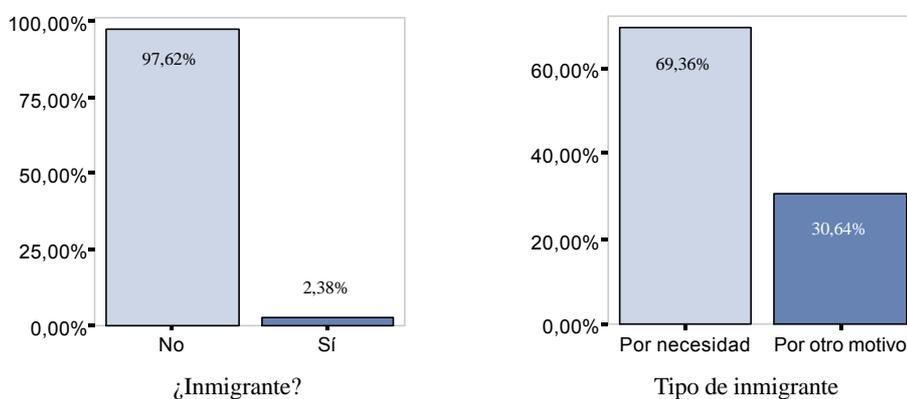


6.2 Actividad emprendedora early stage de inmigrantes en España

La encuesta de población adulta que lleva a cabo el Proyecto GEM en España estima que un 2,38% de dicha población está constituida por inmigrantes. Nuestro equipo de investigación ha clasificado a los inmigrantes en dos grandes grupos: los procedentes de países menos desarrollados, o que promueven la inmigración por su especial situación económica, social y política, y los procedentes de países desarrollados, o que no tienen una especial situación que promueva la inmigración. Al primer grupo se le ha llamado de “inmigrantes por necesidad” y al segundo de “inmigrantes por otro motivo”. En el primer grupo se incluyen, mayoritariamente, las personas que proceden de países africanos, latinoamericanos y algunos de oriente medio y Asia. En el segundo grupo se incluyen las personas que proceden de los países desarrollados de Europa, América y Asia.

Las siguientes figuras muestran el porcentaje estimado de inmigrantes adultos en España y de su clasificación.

Figura nº 52 Proporción de inmigrantes en la población adulta española según la encuesta de población adulta del Proyecto GEM en España (estimación al 95% de confianza con un error del $\pm 0,7\%$) y distribución de este colectivo según su tipología



La primera conclusión que han permitido extraer estos datos es que en España predomina la inmigración por necesidad (o procedente de países con situaciones económicas, sociales y políticas que favorecen la inmigración), aunque no es desdeñable la proporción de inmigrantes que vienen a nuestro país por otros motivos.

De este conjunto total de inmigrantes, existe a su vez, una parte que emprende y otra que está empleada o en otras situaciones. El proyecto GEM ofrece, por primera vez, los datos relativos a la actividad emprendedora de los inmigrantes. La tabla nº 31 contiene un resumen de las cifras más significativas.

Tabla nº 31 Actividad emprendedora total early stage de los inmigrantes en España

Tipo de actividad emprendedora	Total Inmigrantes	Inmigrantes por necesidad	Inmigrantes por otro motivo
% empresas nacientes	9,2%	10,1%	7,1%
% empresas nuevas	3,7%	3,7%	3,6%
% empresas early stage	12,9%	13,8%	10,8%
Población de referencia	685.159 personas	475206 personas	209953 personas

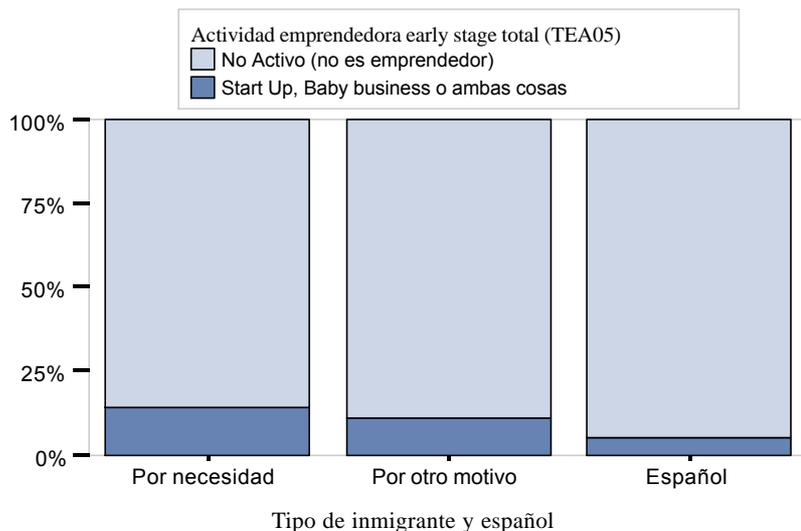


La segunda conclusión que se extrae de los datos relativos al colectivo de inmigrantes es que, proporcionalmente, **los inmigrantes son más emprendedores que los españoles, especialmente, los que vienen a nuestro país por necesidad**. Desde el punto de vista estadístico, se ha efectuado un contraste de diferencia de proporciones, que ha salido significativo y que permite hacer esta afirmación de forma contundente¹⁰. La Tabla nº 32 y la Figura nº 53 permiten visualizar las diferencias entre los tres colectivos considerados: inmigrantes por necesidad, inmigrantes por otro motivo y españoles, así como constatar el hecho de que la tasa de actividad emprendedora total de España tiene una parte (0,2%) que se debe a los emprendedores inmigrantes.

Tabla nº 32 Relación de dependencia del índice de actividad emprendedora early stage del tipo de relación que tienen las personas entrevistadas con España

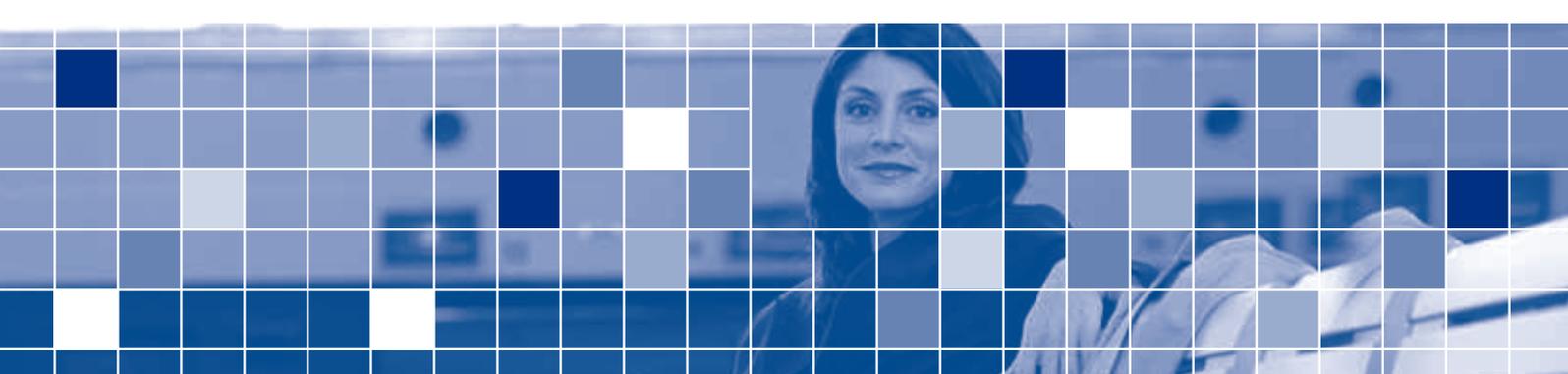
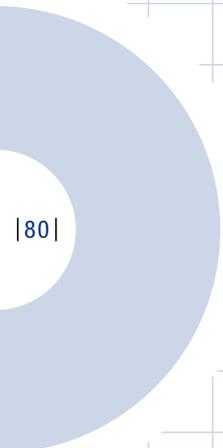
Contraste Chi Cuadrado significativo: $\chi^2 = 80838$ $p = 0,000$	Inmigrante por necesidad	Inmigrante por otro motivo	Español	Total
No es emprendedor	86,2%	89,2%	94,8%	94,6%
Start up, Baby business o ambas cosas	13,8%	10,8%	5,2%	5,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Figura nº 53 Diferencias en la tasa de actividad emprendedora total early stage entre los españoles y los inmigrantes por necesidad y por otro motivo



(10) Prueba χ^2 cruzando las variables Tipo de inmigrante-español y actividad emprendedora total early stage (TEA). Contraste significativo. Valor de la $\chi^2 = 80838,4$ con significación $p = 0,000$.

El impacto de la actividad emprendedora de los inmigrantes está cobrando importancia y puede afectar a las tasas de actividad emprendedora por necesidad en varios países, entre los cuales comienza a estar España. Los siguientes datos ponen de manifiesto que los emprendedores inmigrantes reproducen, en parte, la situación que se observa en los países en vías de desarrollo: una proporción mayor de actividades emprendedoras desarrolladas por necesidad (dentro del predominio de la oportunidad) que en los países desarrollados. Así, en países como Francia, de larga tradición inmigrante de sus antiguas colonias, el índice de actividad emprendedora early stage por necesidad es inusualmente elevado para un país desarrollado y, en España, este año, ese mismo índice ha experimentado un ligero pero significativo



aumento. La explicación puede radicar, precisamente, en el aumento de la actividad emprendedora de los inmigrantes. De ser cierta esta suposición, los países desarrollados con mucha inmigración que se va consolidando, podrían mostrar a medio plazo tasas de actividad por necesidad inesperadas en función de lo que hasta ahora se venía observando en los datos GEM. El fenómeno es interesante y es necesario seguir su evolución para ajustar las políticas públicas, pues puede parecer que aumenta la necesidad de emprender en la población autóctona, cuando en realidad es la inmigrante la que debe ser objeto de atención. En definitiva, **este tipo de incremento de la tasa de actividad emprendedora por necesidad, puede dar lugar a confusión en su interpretación social y económica si no se tiene en cuenta su posible procedencia.**

Los análisis que muestran las tablas nº 33 demuestran que los supuestos comentados anteriormente tienen fundamento, pues la tasa de actividad emprendedora por necesidad es significativamente superior entre los emprendedores inmigrantes que han venido a nuestro país por necesidad. Asimismo, los resultados demuestran que los emprendedores que vienen a nuestro país por otro motivo, están emprendiendo por aprovechamiento de oportunidades en mayor proporción que los españoles y que el resto de inmigrantes.

Tablas nº 33 Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en los emprendedores inmigrantes y en los españoles

Prueba Chi Cuadrado significativa		Tipo de inmigrante			Total
$\chi^2 = 32180,54$ $p = 0,000$		Por necesidad	Por otro motivo	Español	
Desarrolla una actividad early stage por oportunidad	NO	91,8%	90,0%	95,7%	95,6%
	SI	8,2%	10,0%	4,3%	4,4%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Prueba Chi Cuadrado significativa		Tipo de inmigrante			Total
$\chi^2 = 76622,22$ $p = 0,000$		Por necesidad	Por otro motivo	Español	
Desarrolla una actividad early stage por necesidad	NO	95,7%	99,3%	99,3%	99,2%
	Sí	4,3%	,7%	,7%	,8%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

6.3 El proceso emprendedor del inmigrante en España

La Tabla nº 34 muestra los datos más relevantes del proceso emprendedor en España desglosados en función de si los implicados en el proceso son españoles, inmigrantes que han venido por necesidad o inmigrantes que lo han hecho por otro motivo.

Los resultados ponen de manifiesto el acierto de haber comenzado a estudiar el proceso emprendedor en España en el 2005, pues es ahora cuando ha transcurrido el tiempo suficiente como para que las actividades emprendedoras comiencen a consolidarse y a legalizarse en muchos casos, cuando se puede ver su impacto y su potencial.



Los datos sugieren que los inmigrantes por necesidad se plantean en mayor proporción que los que vienen por otro motivo, el emprender en los próximos tres años en nuestro país. Asimismo, les corresponde una mayor proporción de las empresas nacientes creadas este año y de las nuevas que se han generado en los últimos 42 meses. A medida que nos adentramos en el proceso emprendedor, la presencia de los inmigrantes por necesidad disminuye, prueba de que sus actividades son muy recientes. Así, en el apartado de empresas consolidadas sólo les corresponde un 0,9% del total, porcentaje que es inferior al que muestran los inmigrantes que vienen por otros motivos, aunque la diferencia no sea excesiva. Finalmente, el porcentaje de cierres registrados en la población total que corresponde a los inmigrantes es muy pequeño, aunque el número de negocios que subyace tras el mismo sea importante.

Tabla nº 34 Descripción del Proceso Emprendedor teniendo en cuenta la aportación de los inmigrantes en España

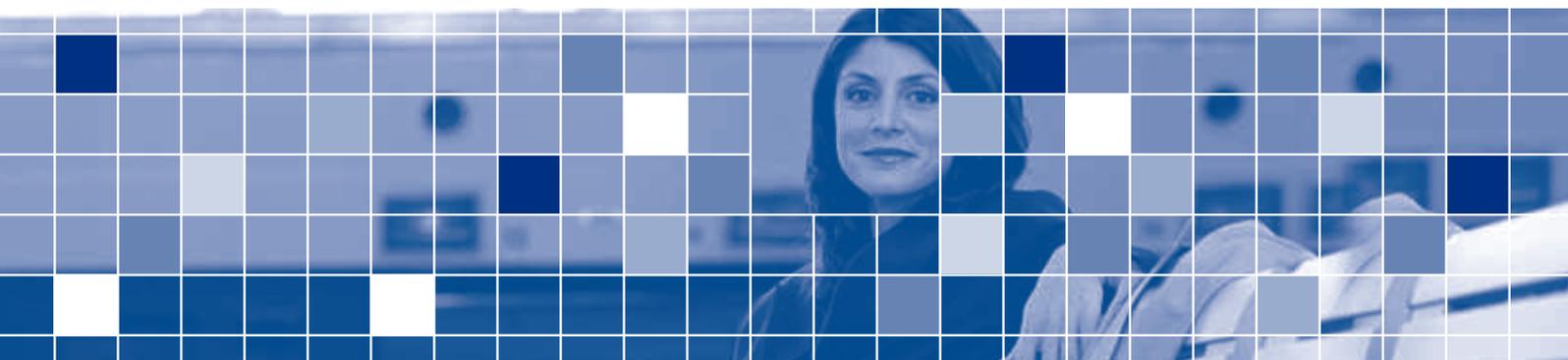
Emprendedores potenciales en la población adulta total	Españoles	Inmigrantes por necesidad	Inmigrantes por otro motivo
28359704 (100%)	1386243 (4,9%)	104560 (0,37%)	9575 (0,033%)
Distribución de las empresas nacientes	Españoles	Inmigrantes por necesidad	Inmigrantes por otro motivo
653766 (100%)	590713 (90,4%)	48094 (7,4%)	14959 (2,6%)
Distribución de las empresas nuevas	Españoles	Inmigrantes por necesidad	Inmigrantes por otro motivo
915487 (100%)	889581 (97,2%)	18286 (2,0%)	7619 (0,83%)
Distribución de las empresas consolidadas	Españoles	Inmigrantes por necesidad	Inmigrantes por otro motivo
2208935 (100%)	2166505 (98,1%)	20734 (0,9%)	21696 (1,0%)
Distribución de los cierres	Españoles	Inmigrantes por necesidad	Inmigrantes por otro motivo
28712443 (100%)	400783 (1,4%)	2988 (0,010%)	4621 (0,016%)

6.4 Perfil del emprendedor inmigrante

6.4.1 Emprendedor inmigrante que ha venido por necesidad a España

La gran mayoría de los emprendedores que son inmigrantes y que han venido a España por necesidad, proceden de América Central y del Sur. A pesar de que pueda existir cierto sesgo en esta cifra, debido al idioma y a que las entrevistas son telefónicas, lo cierto es que el análisis se corresponde bastante bien con la realidad porque, al centrarnos en el colectivo de empresarios, los que se han ido consolidando responden al gran contingente de personas procedentes de Argentina y Colombia que llegaron hace más de 10 años, en el momento en que la situación de ambos países era más delicada y muchos de los nacientes proceden de Ecuador, Venezuela Bolivia, Perú, Argelia, Marruecos y República Dominicana, países en los que la situación económica ha empeorado más recientemente.

Un 50,5% de estos emprendedores son mujeres y un 49,5% hombres, de forma que hay 1,02 mujeres emprendedoras por cada hombre en este colectivo. La edad media de estos emprendedores es de 38,4 años (inferior a la española), con una desviación típica de 10,2 años. Llevan residiendo en España una media de 12,2 años, con una desviación de 11,6 y no tienen una movilidad excesiva dentro de España, pues por término medio, llevan residiendo en la misma zona 10,8 años, con una desviación de 10,1.



Un 43,6% de estos emprendedores tiene estudios superiores (recordemos que la mayoría procede de Argentina y que hay fuerte presencia de personas procedentes de Colombia y Méjico), un 13,3% tiene estudios medios, un 18,7% tiene estudios de secundaria, un 19,1% de primaria y un 5,4% no tiene estudios.

Un 14,9% de estos emprendedores no ha querido proporcionar datos sobre su nivel de renta, el 9,7% ingresa menos de 600 euros al mes, el 24,5% entre 600 y 1200, el 29,9% entre 1200 y 1800, un 6,0% entre 1800 y 2400 y un 15% más de 2400 euros al mes.

El 89,2% de estos emprendedores opera en zona urbana y el 10,8% en zona rural.

Figura nº 54 Zona de procedencia de los emprendedores inmigrantes que han venido por necesidad

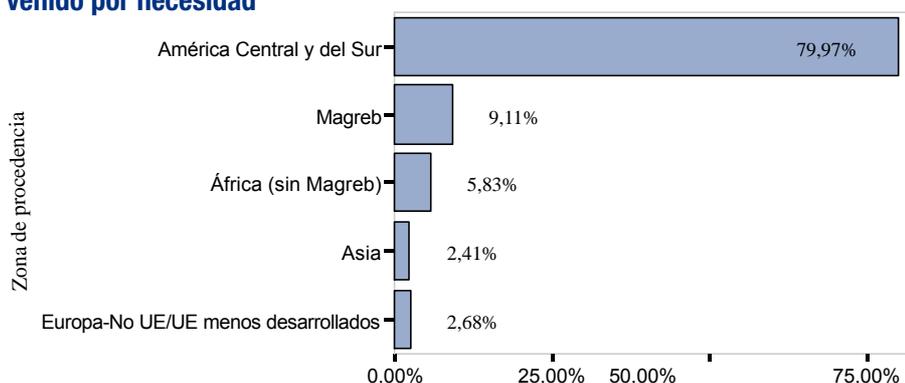
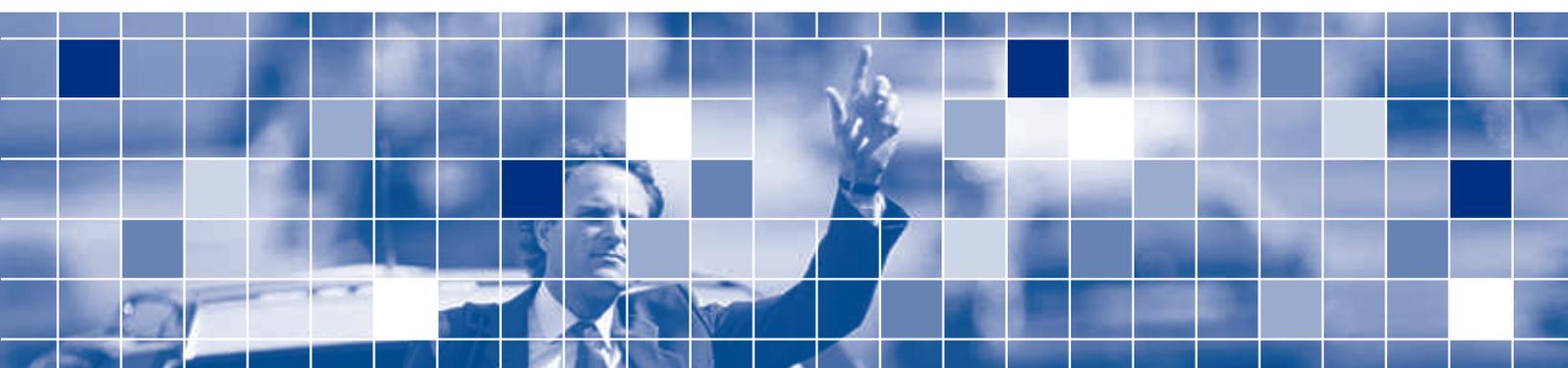


Tabla nº 35 País concreto de procedencia de los emprendedores inmigrantes que han venido por necesidad

Países o zonas de procedencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Argentina	17919	21,8	21,8
Venezuela	10312	12,5	34,3
Perú	9618	11,7	46,0
Bolivia	7039	8,6	54,5
Colombia	6399	7,8	62,3
México	5395	6,6	68,9
Argelia	5044	6,1	75,0
Brasil	3352	4,1	79,1
Marruecos	2453	3,0	82,0
Uruguay	2136	2,6	84,6
Camerún	2014	2,4	87,1
Serbia	2014	2,4	89,5
Senegal	1539	1,9	91,4
Chile	1479	1,8	93,2
India	1331	1,6	94,8
África	1052	1,3	96,1
Ecuador	851	1,0	97,1
Honduras	674	,8	97,9
República Dominicana	657	,8	98,7
Filipinas	657	,8	99,5
Nigeria	194	,2	99,8
Polonia	194	,2	100,0
Total	82321	100,0	



6.4.2 Emprendedor inmigrante que ha venido por otro motivo a España

La gran mayoría de los emprendedores que son inmigrantes que han venido a España por otros motivos aparentemente distintos de la necesidad, proceden de los países más desarrollados de la UE.

Un 51,6% de estos emprendedores son hombres y un 48,4% mujeres, de forma que hay 0,94 mujeres emprendedoras por cada hombre en este colectivo. Este sorprendente resultado en una muestra tan amplia y con un error muestral tan bajo, se puede explicar porque los países de procedencia tienen mayor tradición emprendedora y la integración laboral de la mujer fue anterior a la española. La edad media de estos emprendedores es de 39,61 años (algo más baja que la española), con una desviación típica de 8,1 años. Llevan residiendo en España una media de 19 años, con una desviación de 13 y no tienen una movilidad excesiva dentro de España, pues por término medio, llevan residiendo en la misma zona 17,3 años, con una desviación de 12,8.

Un 69,9% de estos emprendedores tiene estudios superiores (la mayoría procede de Francia, Italia y Suiza), un 5,2% tiene estudios medios, un 7,2% tiene estudios de secundaria, un 17,7% de primaria y no hay casos sin estudios.

Un 33% de estos emprendedores no ha querido proporcionar datos sobre su nivel de renta, el 4,9% ingresa menos de 600 euros al mes, el 6,8% entre 600 y 1200, el 28,7% entre 1200 y 1800, un 11,9% entre 1800 y 2400 y un 14,8% más de 2400 euros al mes. En definitiva, tienen un nivel de renta superior, por término medio que los inmigrantes por necesidad.

El 85,2% de estos emprendedores opera en zona urbana y el 14,8% en zona rural. Por consiguiente, operan en mayor proporción que los inmigrantes por necesidad (y que los propios españoles) en las zonas rurales.

Figura nº 55 Zona de procedencia de los emprendedores inmigrantes que han venido por otros motivos aparentemente distintos de la necesidad

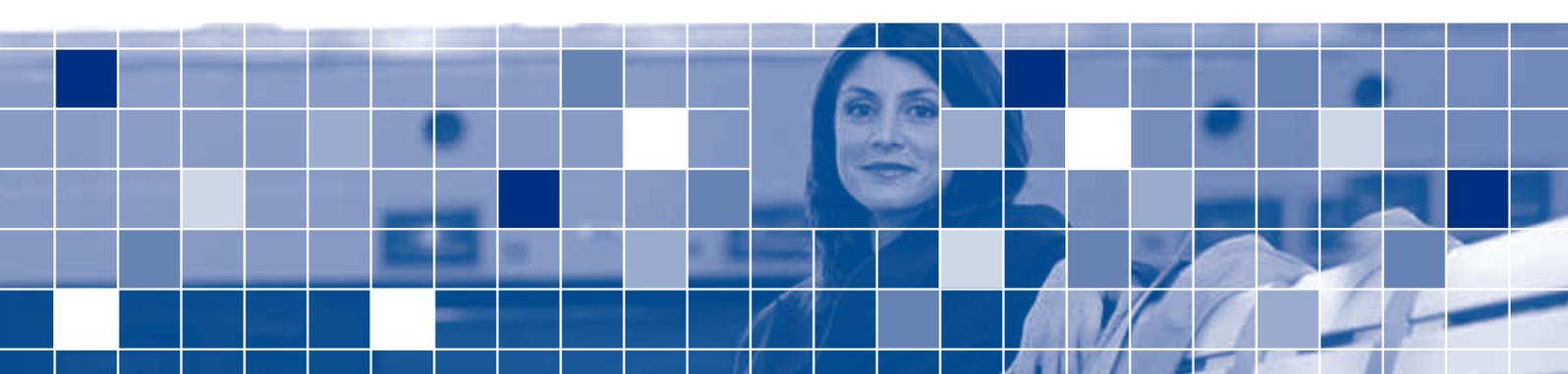
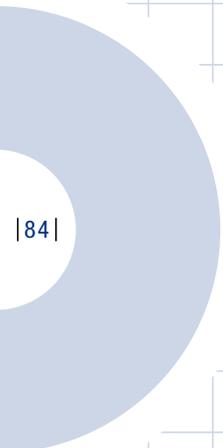
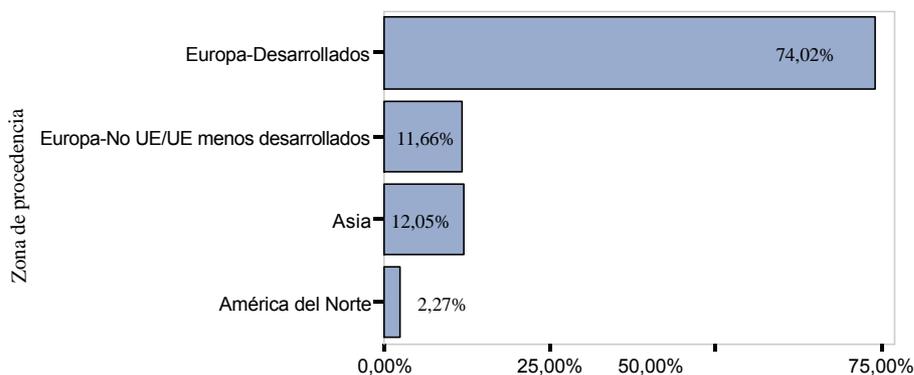


Tabla nº 36 País concreto de procedencia de los emprendedores inmigrantes que han venido por motivos aparentemente distintos de la necesidad

País o zona de procedencia	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Francia	10866	26,3	26,3
Italia	5849	14,2	40,5
Suiza	5632	13,6	54,1
Portugal	4818	11,7	65,7
Hong Kong	4310	10,4	76,2
Escocia	2607	6,3	82,5
Grecia	2014	4,9	87,4
Gales	1479	3,6	90,9
Estados Unidos	938	2,3	93,2
Alemania	863	2,1	95,3
Corea	669	1,6	96,9
Escandinavia	657	1,6	98,5
Bélgica	620	1,5	100,0
Total	41323	100,0	

El perfil del emprendedor inmigrante difiere del español en varios aspectos: en general, la mujer es mucho más emprendedora en este colectivo y, especialmente entre los calificados como inmigrantes que han venido por necesidad. En referencia a éstos últimos, hay que destacar que existe un contingente en que habría que diferenciar dos grupos: los que en su país tenían un estatus elevado por haber podido cursar estudios superiores, por ejemplo, que probablemente han venido a España a ampliar estudios y se han quedado, o que han venido simplemente en busca de oportunidades que pudieran satisfacer sus expectativas no cumplidas en sus países de origen. En ediciones posteriores del GEM español, se planteará la posibilidad de distinguir entre más de un tipo de necesidad si la muestra lo permite, para establecer mejor la situación de los emprendedores inmigrantes más desfavorecidos (sin estudios, con nivel de renta más bajo, etc.) Por otro lado, la edad media de los emprendedores inmigrantes es menor que la de los españoles y también se aprecia una mayor proporción de emprendedores inmigrantes operando en zonas rurales.

6.5 Características de las empresas creadas por los inmigrantes en España

6.5.1 Emprendedor inmigrante que ha venido por necesidad a España

Los inmigrantes por necesidad ponen en marcha muchos tipos de negocios. En el caso de los emprendedores nacientes, nuevos y consolidados destaca el negocio relacionado con bares, cafeterías, restaurantes, tiendas de comida e incluso hostelería. Asimismo, en segundo lugar destacan negocios relacionados con la salud, educación y servicios sociales en general en los empresarios nacientes, servicios al consumidor en los nuevos y transporte y comunicaciones en los maduros. La Figura nº 56 muestra las distribuciones de negocios de los empresarios nacientes, nuevos y consolidados por separado.

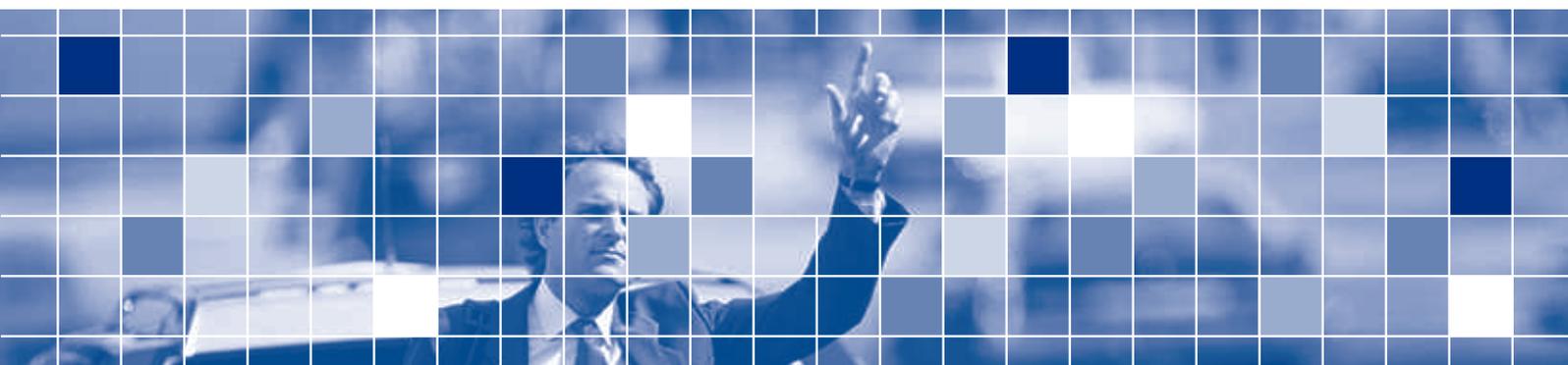
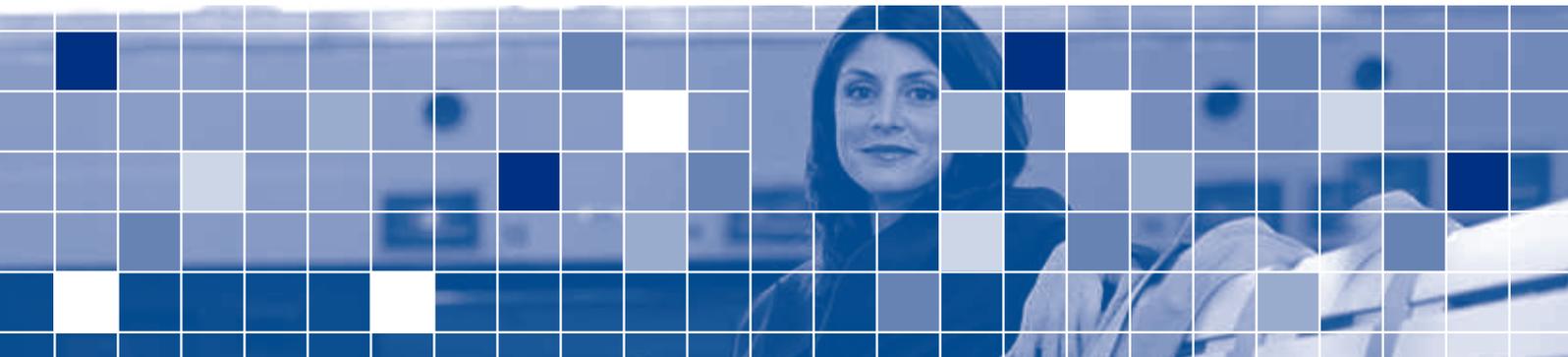
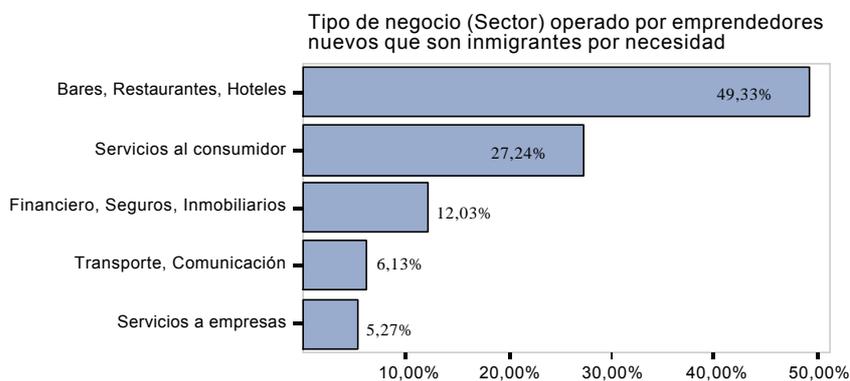
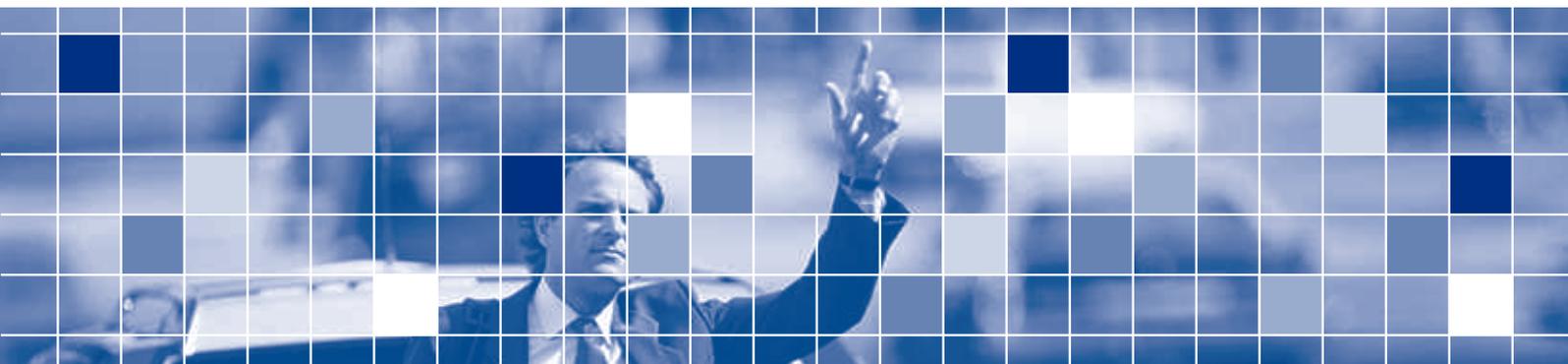
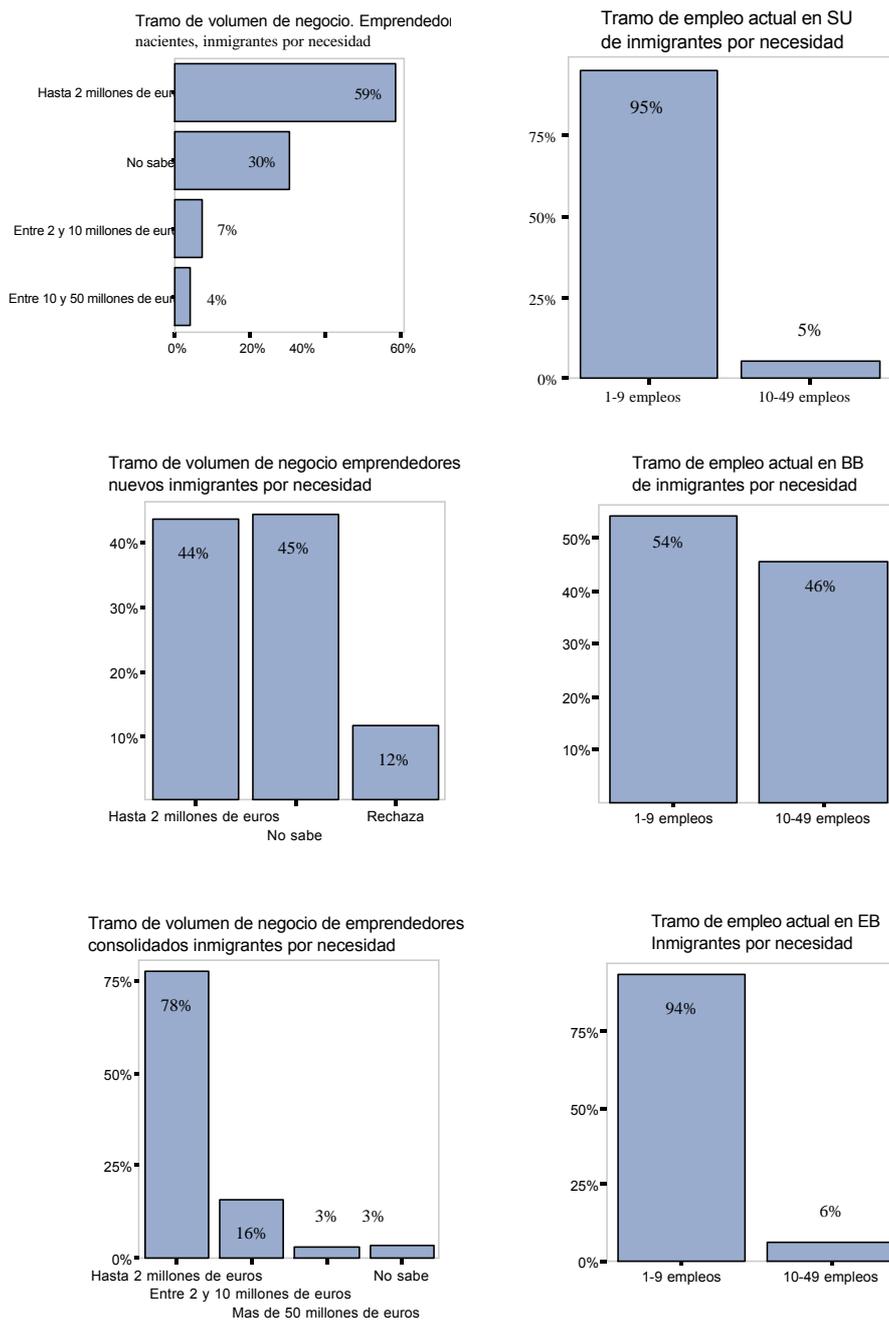


Figura nº 56 Sector de actividad de los negocios de los emprendedores inmigrantes por necesidad (nacientes, nuevos y consolidados)



Los tramos de volumen de negocio y número de empleos actuales ponen de manifiesto que las empresas nacientes de los inmigrantes por necesidad pueden ser, mayoritariamente micro o pequeñas empresas, si bien un 4% de ellas presenta una facturación notable que se aproxima al tamaño mediano.

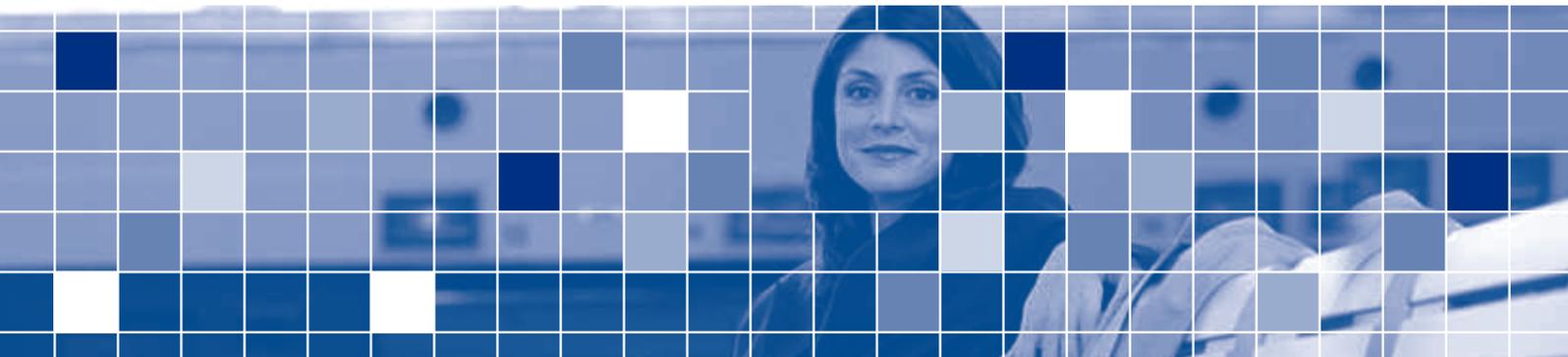
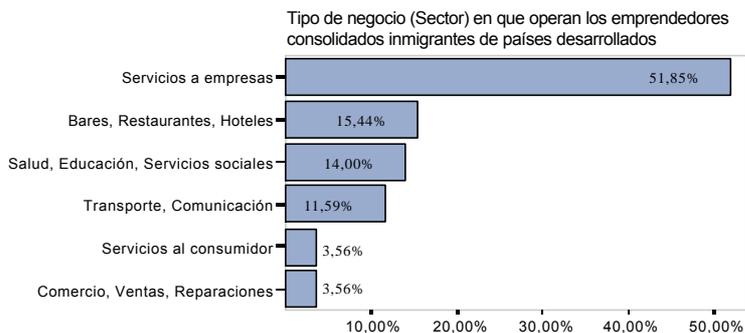
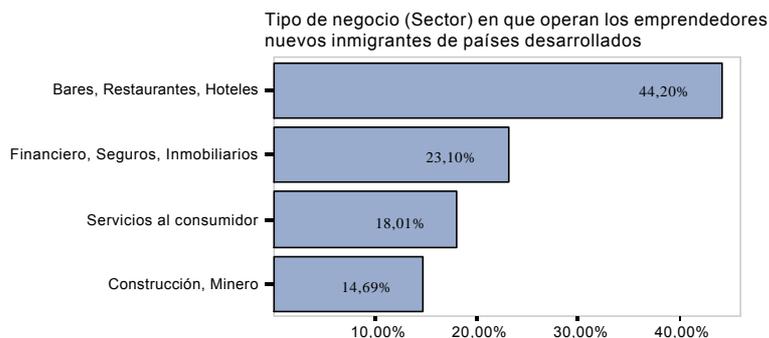
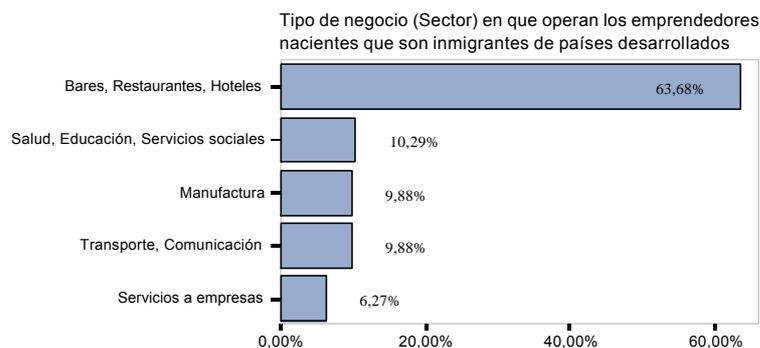
Figura nº 57 Volumen de negocio y plantilla actual de empleados en las empresas y negocios de emprendedores inmigrantes por necesidad, nacientes, nuevos y consolidados



6.5.2 Emprendedor inmigrante que ha venido por otro motivo a España

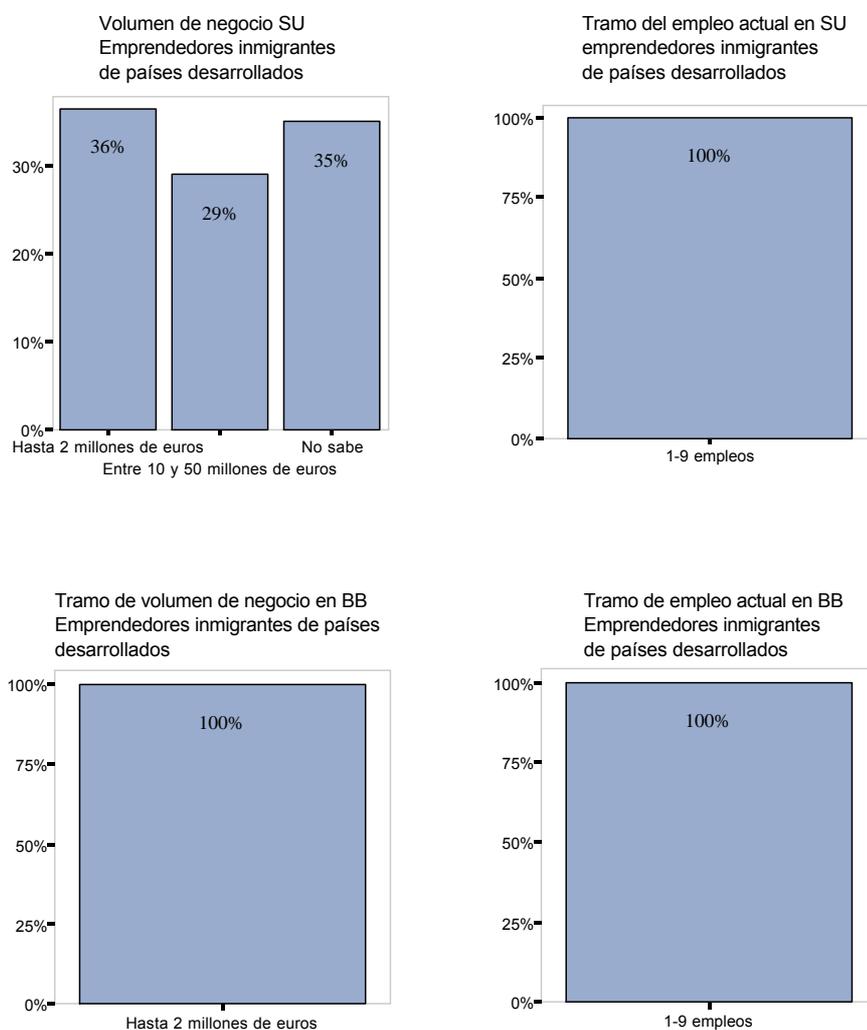
Los inmigrantes que vienen por motivos diferentes de la necesidad, al menos aparentemente ponen en marcha diversos tipos de negocios, pero más concentrados en sectores específicos. En el caso de los emprendedores nacientes y nuevos destaca el negocio relacionado con bares, cafeterías, restaurantes, tiendas de comida e incluso hostelería, tal y como sucede con los inmigrantes por necesidad. Sin embargo, los empresarios maduros se concentran en su mayoría en los servicios a empresas. El sector inmobiliario ha tenido una fuerte atracción para inmigrantes de países desarrollados, captado por el destacado número de iniciativas aportadas por emprendedores nuevos (entre 3 y 42 meses de actividad)

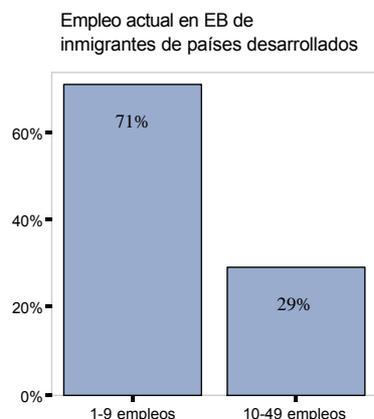
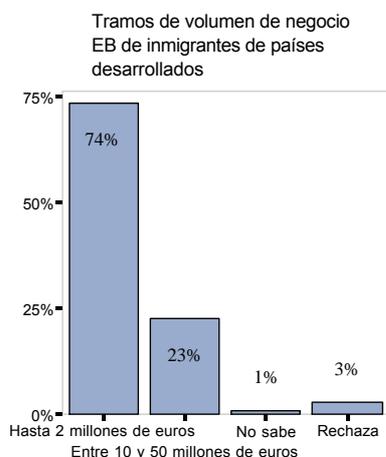
Figura nº 58 Sector de actividad de los negocios de los emprendedores inmigrantes por necesidad (nacientes, nuevos y consolidados)



Los tramos de volumen de negocio y número de empleos actuales ponen de manifiesto que las empresas nacientes de los inmigrantes que no vienen por necesidad pueden ser, mayoritariamente micro o pequeñas empresas, si bien un 29% de ellas presenta una facturación notable que se aproxima al tamaño mediano, aunque no se pueda clasificar como tal por el número de empleados siempre en la categoría de micro. En cualquier caso, los negocios nacientes de los emprendedores que vienen de países desarrollados presentan una mayor proporción de entidades con un volumen considerable de negocio en comparación con los de los emprendedores que vienen por necesidad. En el apartado de empresas nuevas, la situación cambia y todas se clasificarían como micro-empresas por volumen de negocio y plantilla. Finalmente, las empresas consolidadas se reparten entre micro, pequeñas y algunas medianas.

Figura nº 59 Volumen de negocio y plantilla actual de empleados en las empresas y negocios de emprendedores inmigrantes por motivos diferentes de la necesidad, nacientes, nuevos y consolidados





En definitiva, tal y como se puede ver en la Tabla nº 37 que compara algunos datos medios de caracterización de las empresas de inmigrantes y españoles, se observa que **los inmigrantes tienen empresas con más empleados que los españoles, esperan crear más empleo en cinco años pero, en cambio, crean negocios con un capital semilla necesario inferior al que estiman los españoles.** Los emprendedores inmigrantes de países desarrollados aportan menor porcentaje de ese capital para emprender, siendo los inmigrantes por necesidad los que mayor parte ponen.

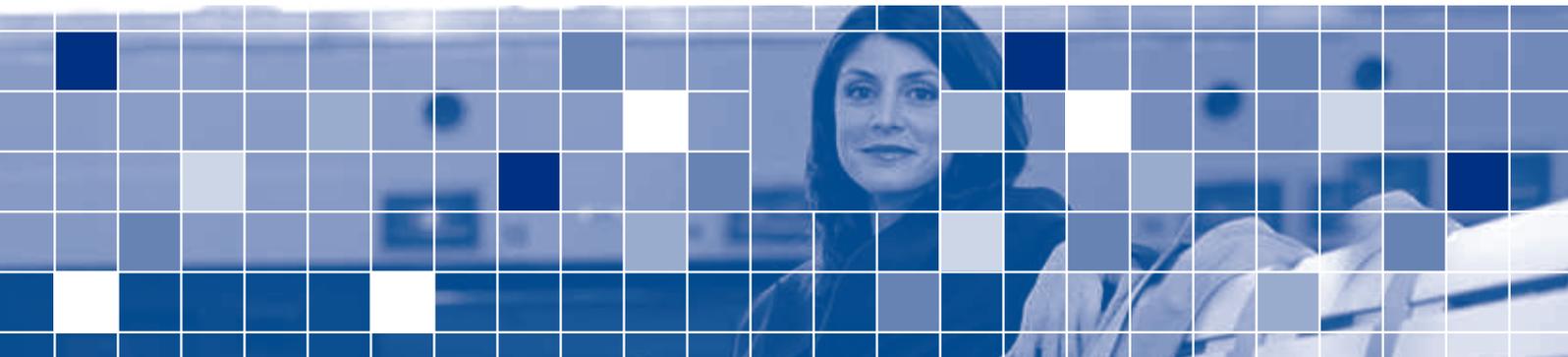
Tabla nº 37 Empleo y capital semilla según origen del emprendedor

Origen del empresario	Empleo actual total generado por el emprendedor (incluyendo a éste)	Empleo total dentro de 5 años, esperado por el emprendedor (incluyendo a éste)	Capital semilla total necesario para start up (euros)	% del capital semilla aportado por el emprendedor naciente
	Media	Media	Media	Media
Inmigrante por necesidad	5,12	7,56	41581	69,84
Inmigrante por otro motivo	6,07	9,30	48284	53,00
Español	4,84	6,28	53961	65,74

Finalmente, se completa este apartado con datos acerca de la actividad emprendedora en empresas de inmigrantes comparadas con las de españoles y de actividad de internacionalización en los mismos términos. Los datos indican que las empresas españolas tienen mayor proporción de empresas que crecen y, en cambio, menor proporción de empresas exportadoras. Los inmigrantes por necesidad son los que más actividad internacional llevan a cabo.

Tabla nº 38 Actividad emprendedora en empresas según origen del empresario

Origen del empresario	Actividad emprendedora en empresas		¿Exporta?	
	La empresa no es emprendedora y no crece	La empresa es emprendedora y crece	No	Si
	% de fila	% de fila	% de fila	% de fila
Inmigrante por necesidad	94,2%	5,8%	64,5%	35,5%
Inmigrante por otro motivo	92,9%	7,1%	67,9%	32,1%
Español	90,6%	9,4%	81,2%	18,8%
Total	90,7%	9,3%	80,7%	19,3%



6.6 Financiación de la actividad emprendedora naciente de inmigrantes en España

Los emprendedores nacientes que han emigrado a España por necesidad utilizan más diversidad de fuentes de financiación que los que han venido por otros motivos. La financiación de estos últimos se basa más en el crédito bancario (de mayor tradición en los países desarrollados de Europa) y mucho menos en la familia y los amigos o conocidos. Por otra parte, las ayudas gubernamentales no forman parte de sus alternativas de financiación, mientras que en el caso de los inmigrantes por necesidad, dicha fuente constituye un apartado importante. La Tabla nº 39 muestra los resultados comparativos acerca de este tema.

Tabla nº 39 Fuentes de financiación utilizadas por los inmigrantes para llevar a cabo el start up en España

Utilización de diversas fuentes de financiación para el start up por parte de los emprendedores inmigrantes nacientes (% de respuesta afirmativa)						
Tipo de emprendedor	Familia directa	Familia resto	Amigos vecinos...	Entorno laboral	Banca e Inst. Fin.	Programas Gubernam.
Naciente Inmigrante por necesidad	14,5%	4,7%	6,4%	8,4%	45,3%	15,5%
Naciente Inmigrante por otro motivo	6,3%	0,0%	0,0%	0,0%	44,7%	0,0%



Capítulo 7: Financiación del Proceso Emprendedor Español

7.1. Introducción

7.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha un start up en el 2005 en España

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

7.4. El retorno de la inversión realizada por el emprendedor

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

7.6. El perfil del Inversor Informal tipo Business Angel en España

7.7. El retorno de la inversión esperado por los inversores informales

7.8. El papel de las entidades bancarias y de ahorro en el proceso emprendedor

7.9. El papel del Capital Riesgo en el proceso emprendedor



Capítulo 7: Financiación del Proceso Emprendedor Español

7.1 Introducción

La captación de recursos para poner en práctica nuevas ideas o proyectos empresariales sigue siendo un obstáculo, en ocasiones insalvable, al que se enfrentan los emprendedores a la hora de llevar a cabo la creación de nuevas empresas. Una de las consecuencias más graves que de todo ello se deriva es un menor estímulo a la inversión, así como el desaprovechamiento del potencial de creación de empleo que estas nuevas empresas suponen para el crecimiento de la economía.

Reconociendo este fenómeno, el informe GEM analiza cada año en profundidad el proceso de financiación de las actividades empresariales, cubriendo desde aspectos relacionados con la autofinanciación hasta la importancia del capital riesgo, pasando por el análisis de la importancia de la financiación bancaria y el papel jugado por los inversores informales. La edición del 2005 incorpora además interesantes novedades con respecto a otros años, profundizando por ejemplo en el papel jugado por la financiación bancaria en relación al apoyo al emprendedor o en aspectos del capital riesgo no analizados hasta la fecha.

El objetivo que se persigue es tratar de detectar tendencias y emitir recomendaciones que puedan servir de ayuda tanto a los proveedores de fondos como a sus beneficiarios y que en conjunto, permitan mejorar la calidad del proceso emprendedor.



7.2 Capital semilla medio necesario para poner en marcha un start up en el 2005 en España

Según los resultados de la encuesta GEM para este año, el capital medio necesario para poner en marcha un negocio se sitúa en torno a los 54,886 Euros, una cantidad muy similar a la obtenida en la edición anterior (56,465 Euros). Sin embargo, a la vista de la elevada desviación típica, este dato medio puede no resultar representativo, por lo que analizamos otros indicadores menos susceptibles de estar afectados por valores atípicos. Es el caso de la mediana, la cual se observa que sigue una trayectoria ascendente pues si en el 2003 el 50% de los que estaban acometiendo un nuevo negocio necesitaba un capital inicial máximo de 20.000 Euros, que se incrementó a 30.000 en el 2004, en el 2005 esta inversión máxima requerida por la mitad de los emprendedores entrevistados se situó en los 40.000 Euros.

Así pues, estos resultados podrían estar indicando una tendencia creciente de la cantidad mínima necesaria para crear una nueva empresa aunque el análisis de la distribución por percentiles muestra que esta cantidad máxima ha disminuido en los tramos superiores, por lo que se puede concluir que existe una menor dispersión en el capital inicial requerido para iniciar una nueva empresa en España en el año 2005, comparado con años anteriores.

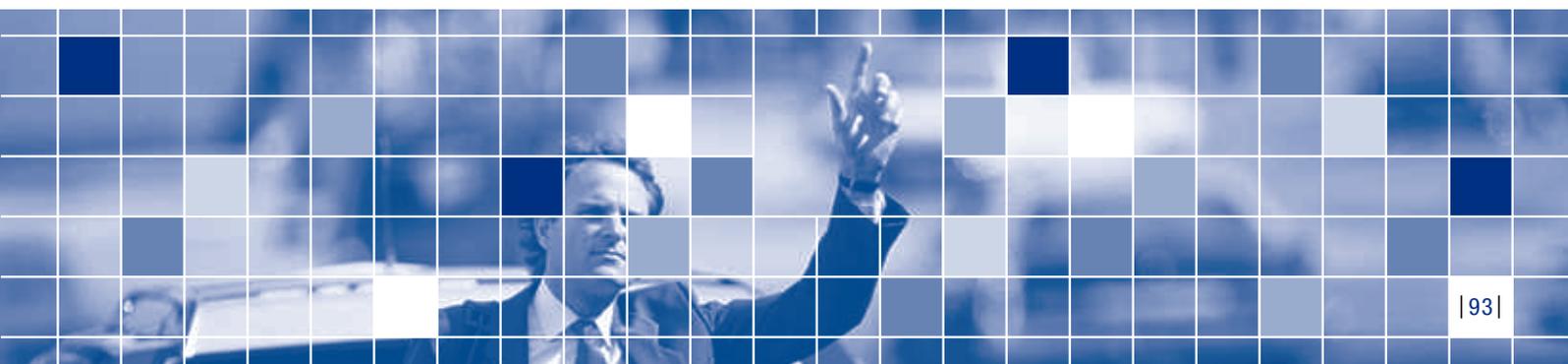


Tabla nº 41 Capital semilla medio necesario para start up y porcentaje medio aportado por el emprendedor naciente

		Capital semilla total necesario para start up (euros)	Capital semilla total aportado por el emprendedor para start up (euros)
N	Válidos	516556	516556
Media		54886,57	31355,41
Mediana		40000,00	25000,00
Moda		30000	30000
Desv. típ.		53479,774	26554,619
Mínimo		6000	1000
Máximo		400000	200000
Suma		28352006935	16196838712
Percentiles	10	18000,00	9000,00
	20	20000,00	12000,00
	30	30000,00	15000,00
	40	30000,00	20000,00
	50	40000,00	25000,00
	60	45000,00	30000,00
	70	60000,00	40000,00
	80	60000,00	45000,00
	90	105000,00	60000,00

Por término medio, los datos analizados muestran que, al igual que en las ediciones anteriores, la mayoría de estos fondos proceden de los bolsillos del propio emprendedor, quien aporta en media una cantidad de 31.355 Euros o un 64% del capital, porcentaje ligeramente inferior al del año pasado que se situaba en el 67%. El caso de las empresas totalmente autofinanciadas por su fundador sigue siendo el más frecuente, aunque es interesante destacar que, si bien el año anterior los emprendedores que habían puesto todo el capital representaban el 30% del total, en el 2005 éstos representan el 20%, según se deriva del análisis de los percentiles de la muestra.

Figura nº 60 Distribución del porcentaje de capital semilla aportado por los emprendedores nacientes en España

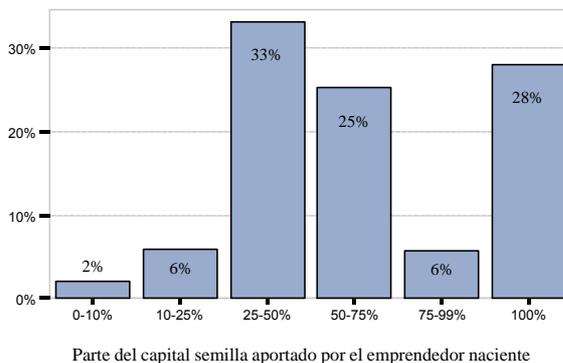


Tabla nº 42 Descripción del porcentaje del capital semilla aportado por el emprendedor naciente

% del capital semilla aportado por el emprendedor naciente

N	Válidos	
		653766
Media		64,7093
Mediana		66,6667
Moda		100,00
Desv. típ.		27,44518
Mínimo		2,31
Máximo		100,00
Percentiles	10	30,0000
	20	37,5000
	30	50,0000
	40	50,0000
	50	66,6667
	60	75,0000
	70	83,3333
	80	100,0000
	90	100,0000

Por consiguiente, los datos analizados en este apartado parecen sugerir un aumento en el capital mínimo necesario para iniciar una nueva empresa junto a una ligera disminución de las Start-up autofinanciadas en su totalidad, aunque la importancia de éstas sigue siendo innegable. En el siguiente apartado analizamos si este hecho se corresponde con una mejora en el acceso a las fuentes de financiación alternativas al alcance del emprendedor.

7.3 Las fuentes de financiación que se utilizan en el proceso emprendedor

Como se ha demostrado en el apartado anterior, la mayoría de los fondos necesarios para poner en marcha un negocio son aportados por el propio emprendedor, pero existen otras fuentes de financiación complementarias cuya importancia para el proceso emprendedor es necesario considerar. Este es precisamente el objetivo de este apartado, en el que se analiza en primer lugar la importancia de las diferentes fuentes de financiación utilizadas por los emprendedores (Tabla nº 43). En segundo lugar, dado que es posible que un emprendedor esté utilizando más de una fuente de financiación al mismo tiempo, en la edición del 2005 se analiza cuáles son las combinaciones de fuentes de financiación más utilizadas (Figuras 61 y 62). Adicionalmente, siguiendo con la metodología empleada a lo largo de todo el informe, distinguimos en todo momento entre emprendedores nacientes y nuevos, buscando las diferencias y similitudes entre la estructura de financiación de ambos tipos.



Tabla nº 43 Fuentes de Financiación Empleadas por los Emprendedores Nacientes y nuevos para el Start Up

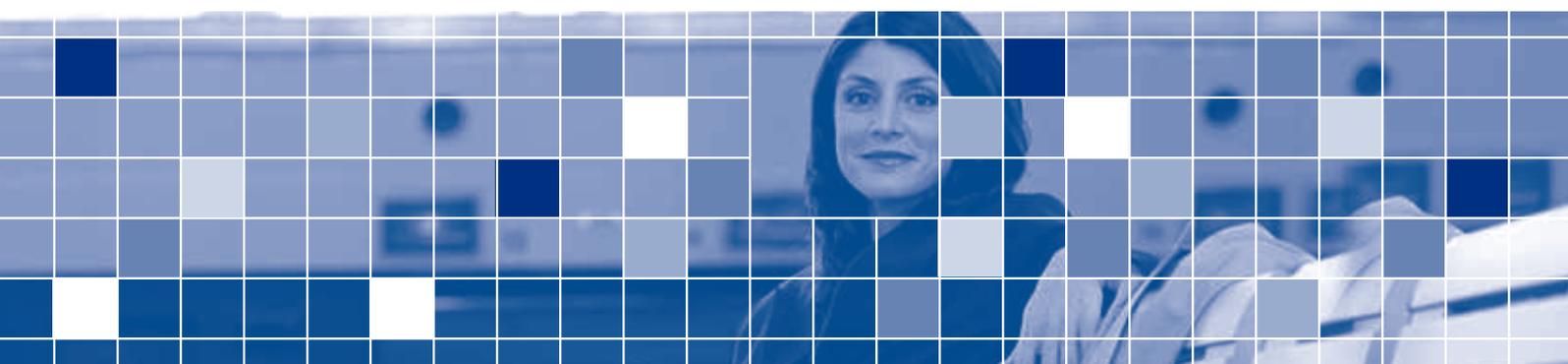
¿Ha recibido o espera recibir dinero para el Start up de?	Emprendedores Nacientes			Emprendedores Nuevos		
	% Sí	% No	% NS/NC*	% Sí	% No	% NS/NC*
Su familia directa	14,6	85,4	0,0	19,3	80,7	0,0
Otras relaciones familiares menos directas	5,0	95,0	0,0	7,5	92,5	0,0
Compañeros de trabajo	5,8	94,2	0,0	5,5	94,5	0,0
Amigos o vecinos	7,2	92,8	0,0	5,9	94,1	0,0
Bancos e instituciones financieras	55,8	43,0	1,2	55,4	44,6	0,0
Programas del Gobierno	22,6	75,8	1,7	14,0	86,0	0,0

* NS/NC = No sabe / No Contesta

Los resultados demuestran que, al igual que ocurría en años anteriores, los bancos juegan un papel muy importante en la financiación de las empresas que se crean en España para ambos tipos de emprendedores. Así, un 55% de los emprendedores nacientes y nuevos ha recibido o espera recibir financiación bancaria para financiar su negocio, además de ser la fuente más utilizada en ambos casos, así como la fuente más utilizada en combinación con otras.

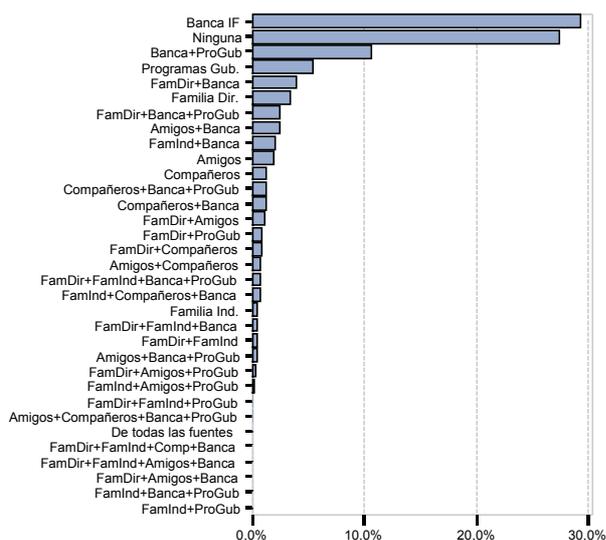
El papel de las instituciones gubernamentales como proveedor de fondos para la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales es también muy destacable, sobre todo en el caso de los emprendedores nacientes, entre los cuales más del 22% afirma que ha recibido o espera recibir dinero procedente de programas gubernamentales, siendo también para este grupo la segunda fuente financiación más utilizada, en solitario o en combinación con la financiación bancaria, por encima de la combinación Familiares Directos + Banca. No ocurre así para los emprendedores nuevos, para quienes la familia directa juega un papel más importante a la hora de aportar fondos para la nueva empresa, tal y como se indica en el Gráfico 62. Esta diferencia en el apoyo gubernamental a favor de los empresarios nacientes podría ser un reflejo del mayor apoyo que se ofrece desde estas instituciones al lanzamiento de nuevos proyectos (caso de empresarios nacientes) frente al apoyo ofrecido en fases más avanzadas de los mismos (caso de empresarios nuevos).

En cualquier caso, la mayor importancia del apoyo de la financiación que procede de Programas Gubernamentales que se detecta este año es un dato para el optimismo, pues es un reflejo de la cada vez mayor concienciación por parte de las autoridades españolas de la importancia de fomentar el proceso emprendedor a través de la concesión de ayudas que a la vista de los resultados parece que empiezan a dar sus frutos.

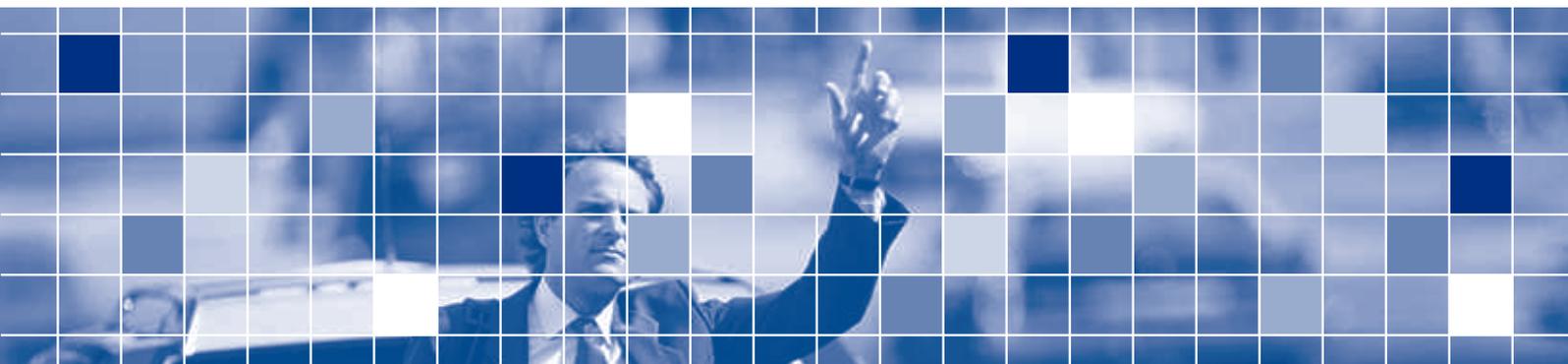
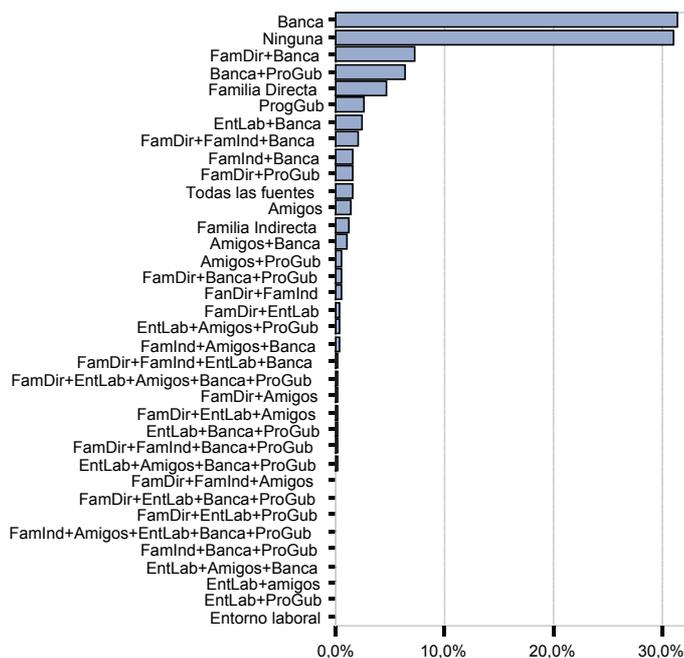


Figuras nº 61 y 62 Distribución de combinaciones de fuentes de financiación que han utilizado los emprendedores nacientes y nuevos para llevar a cabo el start up

Combinaciones de Fuentes de Financiación que han utilizado los emprendedores nacientes



Combinaciones de fuentes de financiación empleadas por los emprendedores nuevos(3-42 meses activos) para realizar su start up



7.4 El retorno de la inversión realizada por el emprendedor

Si como se ha constatado en varias ocasiones en los apartados anteriores, un elevado porcentaje de los emprendedores early stage españoles aportan una buena parte, cuando no todo, del capital semilla necesario para emprender, **saber qué espera obtener el emprendedor de esta inversión es importante a la hora de analizar el fenómeno emprendedor, pues nos ayudará a comprender en cierta medida la motivación que impulsa a estas personas a emprender.** En este sentido, al igual que se detectó el año pasado, tampoco este año hay dudas sobre el hecho de que todos los emprendedores se lanzan a la puesta en marcha de un negocio con la expectativa de obtener un beneficio económico, pues tal y como muestra el Gráfico 63, ninguno espera no recuperar nada de la inversión realizada y no llegan al 1% los que esperan obtener pérdidas. Las expectativas de beneficios del resto varían, siendo mayoría los que esperan obtener el doble de lo invertido. Asimismo, el tiempo medio de recuperación de la inversión se sitúa mayoritariamente en los dos años y al igual que se detectó el año pasado, no está directamente relacionado con el porcentaje que ha puesto el propio emprendedor.

Figura nº 63 Cantidad de retorno de la inversión que espera conseguir el emprendedor naciente y tiempo en que espera lograrlo

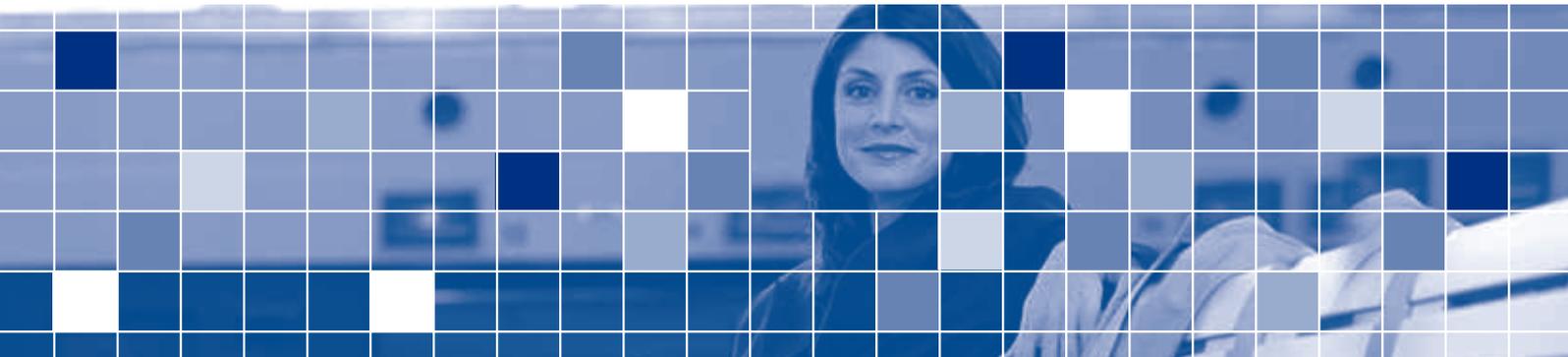
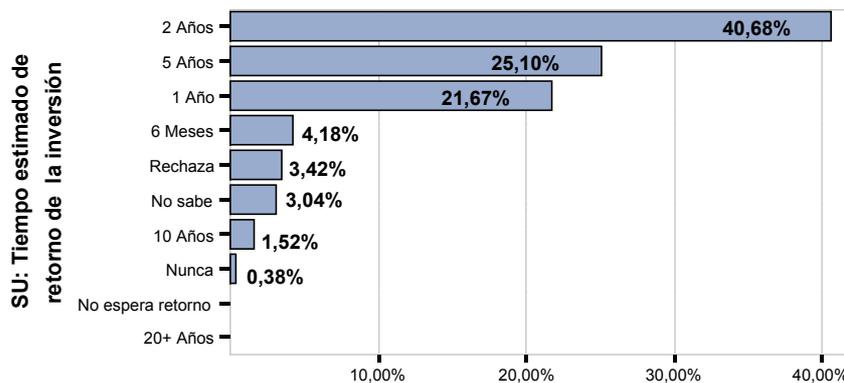
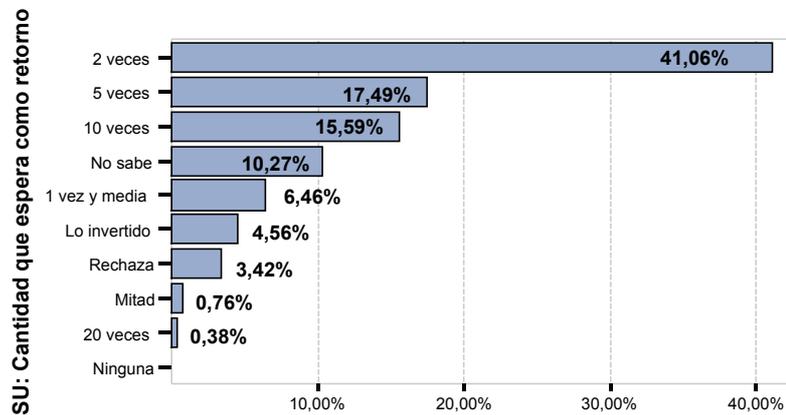
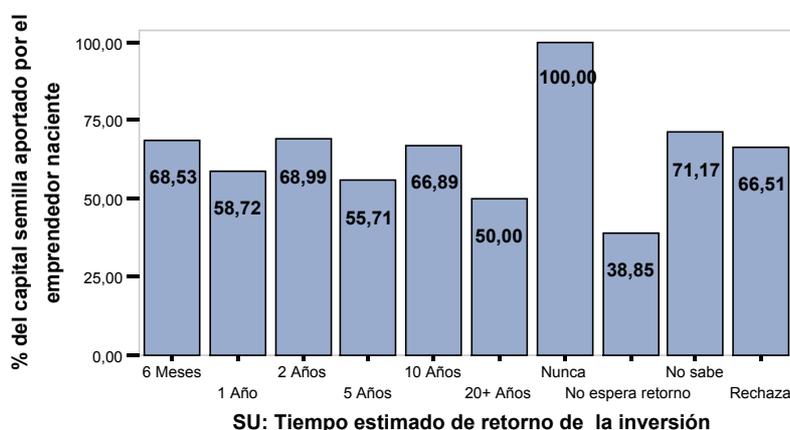
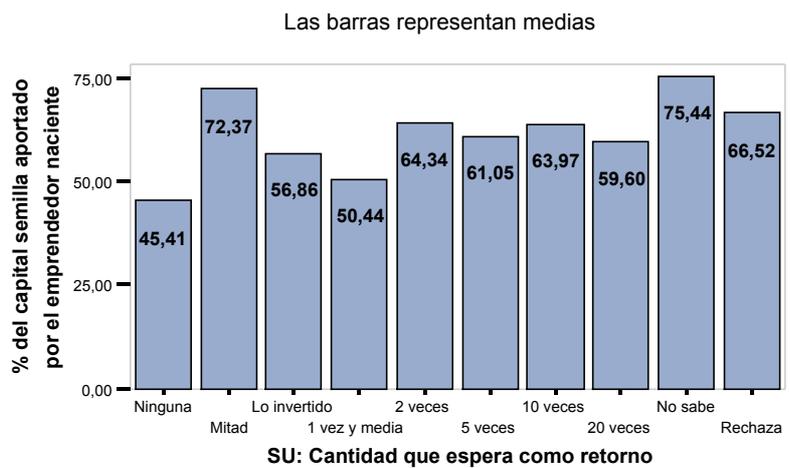
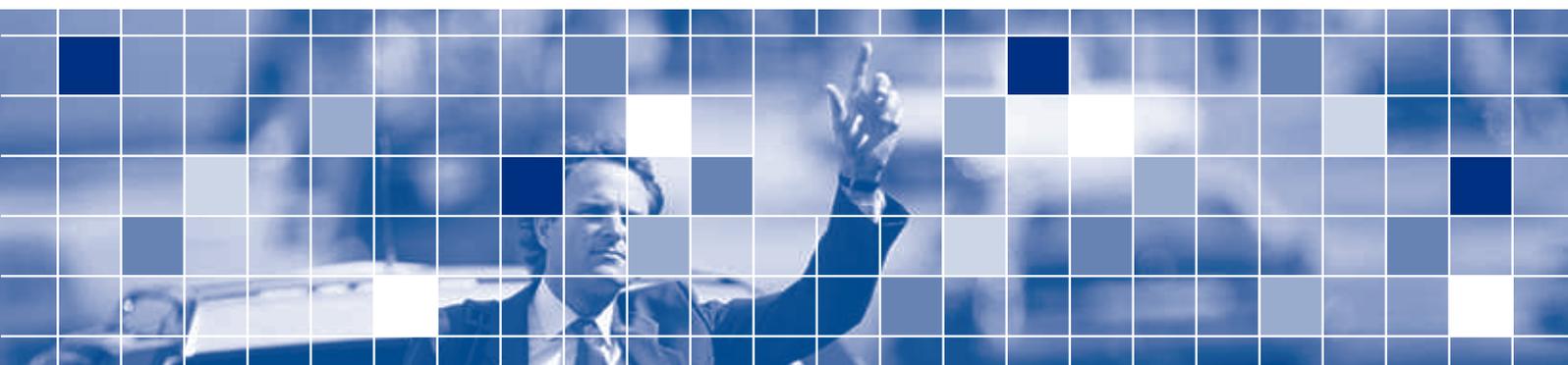


Figura nº 64 Cantidad media que espera como retorno el emprendedor naciente, y tiempo medio en que espera conseguirlo, según el porcentaje de capital semilla aportado por el mismo



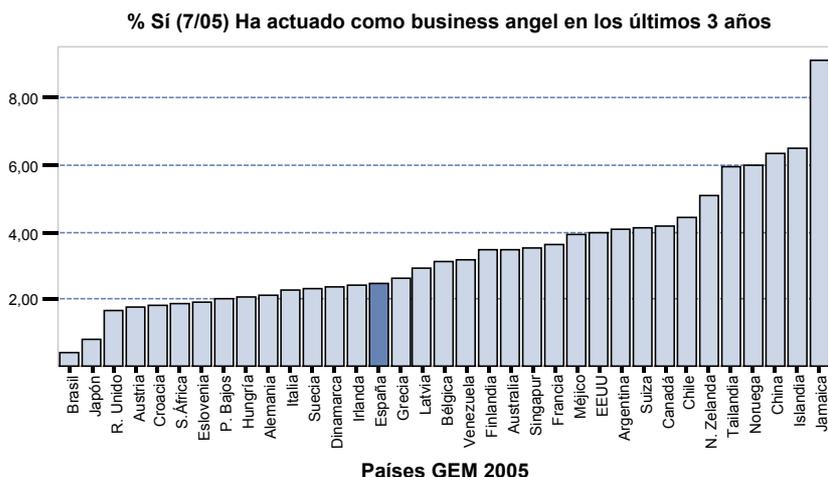
7.5 El papel del Inversor Informal tipo Business Angel en España y en el entorno GEM

En este apartado se profundiza en el análisis del perfil del inversor informal español, pues, aunque se viene detectando una cierta mejora en los canales de acceso a financiación bancaria y gubernamental para empresas de nueva creación, que constituyen las fuentes de financiación más importantes para el emprendedor (aparte de la autofinanciación), lo cierto es que, para este tipo de iniciativas, los inversores



informales siguen jugando un papel fundamental. Así, en el año 2005, el 2,46% de la población adulta española ha actuado como inversor informal, un porcentaje muy similar al del año pasado y que sitúa a nuestro país en línea con otros países de su entorno tal y como muestra la Figura nº 65.

Figura nº 65 Porcentaje de la población adulta que actúa como business angel informal en los países GEM 2005

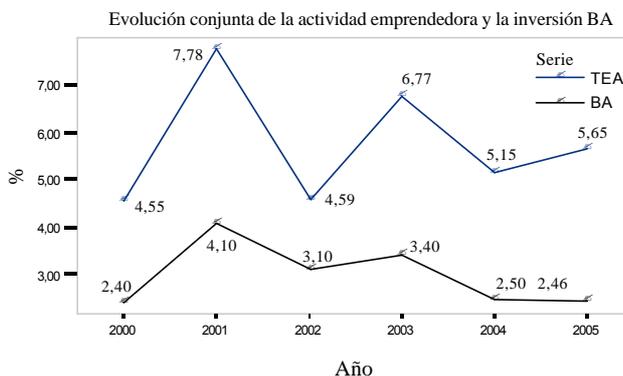


Por otra parte, a pesar de disponer de una serie temporal corta, los datos obtenidos a lo largo de las distintas ediciones del GEM permiten aventurar una relación positiva y significativa entre el porcentaje de emprendedores early stage en España y el porcentaje de business angel que les apoyan con su capital. Así, en la Figura 66 se observa que durante los años recesivos la inversión ha sido determinante de un menor nacimiento de empresas y cuando la coyuntura se ha recuperado, la inversión informal también lo ha hecho incidiendo en alguna medida en la recuperación de la actividad emprendedora:

Tabla nº 44 Porcentaje de la población adulta española que actúa como inversor informal tipo Business Angel: evolución temporal del indicador

Evolución del porcentaje de inversores informales en la población adulta española					
2000	2001	2002	2003	2004	2005
2,4%	4,1%	3,1%	3,4%	2,5%	2,46%

Figura nº 66 Actividad emprendedora e inversión informal en España, evolución conjunta de estos dos indicadores



7.6 El perfil del Inversor Informal tipo Business Angel en España

La Tabla 45 resume las principales características analizadas en torno al perfil del inversor informal en España en el 2005. A modo de resumen podríamos establecer que éste es preferentemente un emprendedor varón, en torno a los 43 años, con estudios universitarios, renta familiar media, que invierte preferentemente en negocios orientados al consumo una cantidad media en torno a los 19.000 Euros y al que le une una relación familiar directa con el beneficiario de la inversión.

Tabla nº 45 El perfil del inversor business angel informal español

El 58,3% de los inversores son hombres y un 41,7% son mujeres.

La edad media del business angel español es de 43,7 años, con una dispersión de 15,5 años. El 45% tiene entre 25 y 44 años, destacando un 22% que tiene entre 65 y 98 años.

El 33% ha cursado estudios superiores, el 19,7% medios, el 20,8% de secundaria, el 22% de primaria y un 4,2% no tiene estudios

Un 18,7% no ha querido revelar su nivel de renta. Un 18,5% supera los 2400 euros mensuales, un 17,2% está entre 1800 y 2400 euros mensuales y el resto responde a niveles más bajos de renta. En conjunto, casi un 38% tiene rentas elevadas.

La gran mayoría trabaja (92,2%), un 1,6% son jubilados, un 3,4% amas de casa, un 1,6% estudiantes y un 1,3% parados.

La mayoría (57,1%) trabaja por cuenta propia, un 35,1% lo hace por cuenta ajena y el 7,8% restante está en otras situaciones.

Un 20% de los business angels estaban acometiendo un start up independiente en el momento de la entrevista.

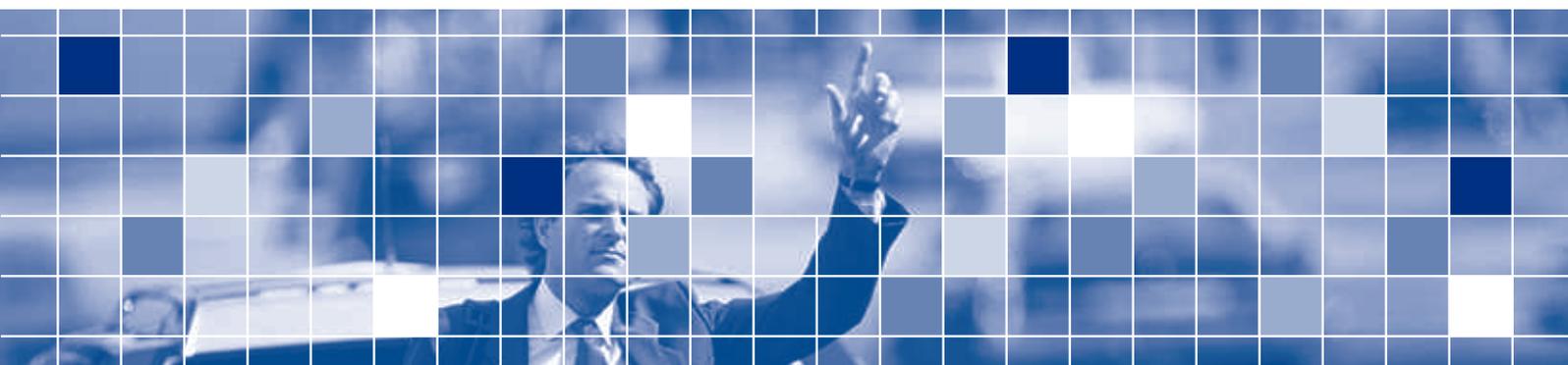
Un 10,7% estaban acometiendo un start up en combinación con otro trabajo en el momento de la entrevista.

Un 29,2% son propietarios gerentes de una empresa nueva o consolidada.

Un 20% espera acometer un nuevo start up en los próximos tres años, es decir, es un emprendedor potencial o un empresario que se va a expandir.

Un 9,2% ha cerrado o clausurado una actividad de negocio en los últimos 12 meses anteriores a la entrevista.

El 42% de estos inversores considera que actualmente es más fácil crear una empresa en comparación con 10 años atrás. Sin embargo, hay dispersión de opiniones, pues un 34,2% opina lo contrario. El 23,8% restante no sabe o no quiere responder a esta pregunta.



Un 37,9% de estos inversores ve buenas oportunidades de negocio en su zona para los próximos 6 meses tras la entrevista. La mayoría (49,3%) opina lo contrario y un 12,8% no lo sabe.

El 70% de estos inversores afirma poseer las habilidades y conocimientos suficientes como para acometer un start up de un pequeño negocio.

Para el 62,8% de estos inversores, el miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender. Por consiguiente, en este colectivo existe un amplio porcentaje de personas que no tiene aversión al riesgo que supone emprender.

El 45,4% prefiere que el nivel de vida no sea uniforme para toda la sociedad (más a favor de la competitividad), el 45,2% opina lo contrario y el 9,5% no sabe qué opinar.

El 66,1% de estos inversores opina que ser empresario es una buena opción profesional o elección de carrera.

El 65,6% opina que los emprendedores que tienen éxito alcanzan un buen estatus y nivel de vida dentro de la sociedad.

El 48,9% opina que los medios de comunicación no hacen buena cobertura de los emprendedores, el 48,8% opina lo contrario y el 2,2% no sabe.

La inversión media que realizan los business angel españoles en el 2005 es de 18.763,28 euros, con una desviación típica de 12.940,746. El mínimo invertido es de 1.000 euros y el máximo de 90.000 euros.

El tipo de negocio en el que invierten es muy variado, destacando claramente la inversión en bares, restaurantes y similares, los negocios comerciales, ventas, construcción, confección y textil, hostelería, socio-sanitario y otros. En conjunto, el 46,9% son inversiones en el sector orientado al consumo, el 26,7% en el sector transformador, el 24% en el de servicios a empresas, el 1,1% en el sector extractivo y el 1,3% en actividades de difícil clasificación.

Un 11,8% reside en zona rural y 88,2% en zona urbana.

El 56,5% de los business angel tiene una relación familiar directa con el beneficiario de su inversión. El 6,3% invierte en familia indirecta, 8,3% ayuda a compañeros de trabajo, el 19,2% a amigos y conocidos, el 2,3% a otros y el resto (7,4%) no sabe o no responde.

La comparación del perfil del inversor informal con el del 2004 muestra que, si bien no ha habido avances cuantitativos en cuanto al porcentaje de población que actuó como inversor informal en el 2005, sí que es posible detectar cambios cualitativos significativos, cuyas posibles implicaciones sobre la actividad emprendedora analizamos a continuación:

Sin duda el más importante es el cambio en el porcentaje de inversores informales que son, han sido o serán emprendedores. En efecto, si en el 2004, un 6,1% de los inversores informales en España declaró que estaba acometiendo una start up independientemente de otro trabajo, este porcentaje ha aumentado hasta el 20% en el 2005. Igualmente, el porcentaje de business angels que está acometiendo una start-up en combinación con otro trabajo ha pasado del 4% al 10,7%. Igualmente aumenta en un 13% el porcentaje del que es además propietario de un negocio nuevo o consolidado y los que esperan

crear un negocio en los próximos años pasan a representar el 20%, frente al 11% del año pasado. Por último, también aumentan en un 6% los que declaran haber cerrado un negocio en los últimos 12 meses. Todos estos datos parecen señalar una mayor procedencia de fondos para la financiación de nuevos proyectos empresariales que surgen del propio entorno emprendedor y quizá, podrían estar indicando una mayor importancia de las redes de business angels profesionales en España. Sin embargo, la importancia de la relación de proximidad, ya sea de tipo familiar o de amistad, del inversor con el emprendedor no disminuye, tal y como se refleja en la Tabla nº 45.

En línea con esta coincidencia de la figura de emprendedor e inversor informal está el aumento detectado en la edad media de éste último (de 40 a 43 años) así como la importancia de la categoría de los inversores informales mayores de 65 años, dato que estaría en consonancia con el aumento de la edad media detectada en el perfil del emprendedor. La evolución paralela entre la figura del emprendedor y la del inversor informal también se observa en cuanto a la distribución por sexos, pues al igual que en el caso de los emprendedores, también destaca en el caso del inversor informal el aumento de la tasa de participación de la mujer (41% frente a 31% en el año anterior). Este es un dato indicativo de cierta recuperación en la actividad emprendedora, pues la mayoría de las investigaciones coinciden en señalar que el colectivo femenino es más reactivo a la asunción de riesgos en fases recesivas que el masculino.

Igualmente a partir del aumento de la importancia de esta doble figura de empresario-inversor se explica la mejora significativa del porcentaje de los que opinan que poseen las habilidades necesarias para llevar a cabo una Start up, que pasa a representar el 70% del total de inversores frente al 58,4% del año anterior así como los que creen que los emprendedores que tienen éxito alcanzan un alto status en la sociedad (del 55% al 65%). El resto de las opiniones de los inversores en relación a distintos aspectos del proceso emprendedor (la percepción de oportunidades de negocio, la atención de los medios de comunicación a nuevos negocios y empresarios etc.) son muy similares a las de años anteriores.

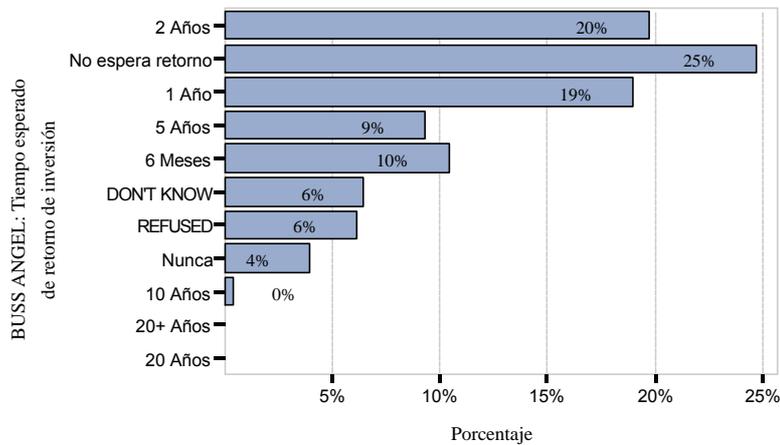
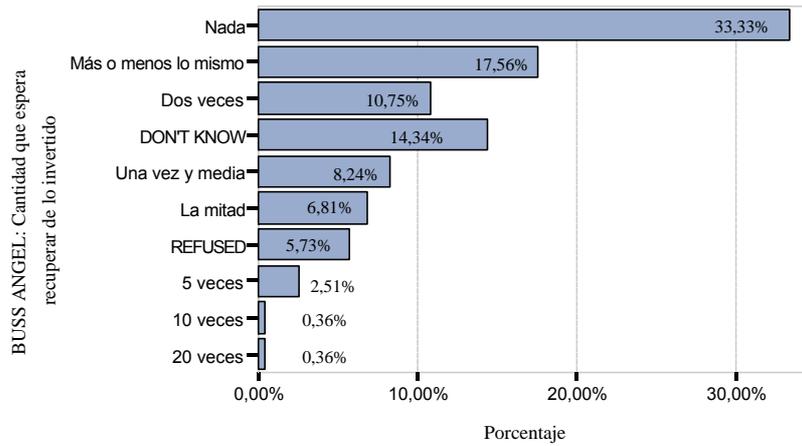
Otro cambio significativo es la evolución de la distribución por renta de estos inversores que muestra una tendencia muy distinta a la detectada el año pasado: si bien el 2004 se produjo un incremento del 11% de los inversores pertenecientes al tramo de renta superior, que pasaron a representar el 28,7%, en el 2005 la importancia de éstos disminuye en un 10% a favor de los inversores situados en el tramo de renta media, que se puede interpretar gracias a la mayor presencia de inmigrantes en el proceso emprendedor. Sin embargo, a pesar de estos cambios, la cantidad media aportada para la puesta en marcha de los nuevos proyectos es muy similar a la del año anterior.

7.7 El retorno de la inversión esperado por los inversores informales

Los datos sobre la rentabilidad y periodo medio de recuperación de la inversión para estos inversores confirman el hecho detectado el año pasado de que, a la hora de aportar fondos para iniciar un proyecto empresarial, para una importante proporción de los inversores informales españoles prima más la relación con el emprendedor que las expectativas de beneficios futuros del proyecto que se va a poner en marcha. En efecto, tal y como se muestra en la Figura nº 67 la suma del porcentaje de inversores informales que no esperan un retorno de la inversión realizada, junto a aquellos que no esperan recuperar ésta nunca alcanza el 29%, porcentaje ligeramente superior al del año pasado en el que esta suma se situó en el 25%. El tiempo de recuperación de la inversión es muy diverso predominando como ya se ha comentado lo que no esperan ningún retorno y situándose entre uno y dos años el horizonte temporal estimado más frecuente para dicha recuperación. En la figura 67 pueden verse estos resultados y el resto de la distribución de los tiempos de retorno.



Figura nº 67 Cantidad que espera obtener como retorno el business angel español y tiempo en que tiene expectativas de lograrlo



El desglose por tipo de inversor informal revela además, que el porcentaje de inversores que lo hacen "a fondo perdido" es aún mayor dentro de las categorías de inversores informales que pertenecen al entorno familiar del emprendedor, y que los que esperan un retorno muy elevado, más de 10 veces lo invertido, son exclusivamente aquellos que pertenecen al entorno laboral del emprendedor. En la Figura 68 se puede ver la relación de estos tiempos en función los distintos tipos de inversores informales detectados. En línea con lo destacado anteriormente, la familia directa es la que espera los periodos de recuperación más largos (10 años).

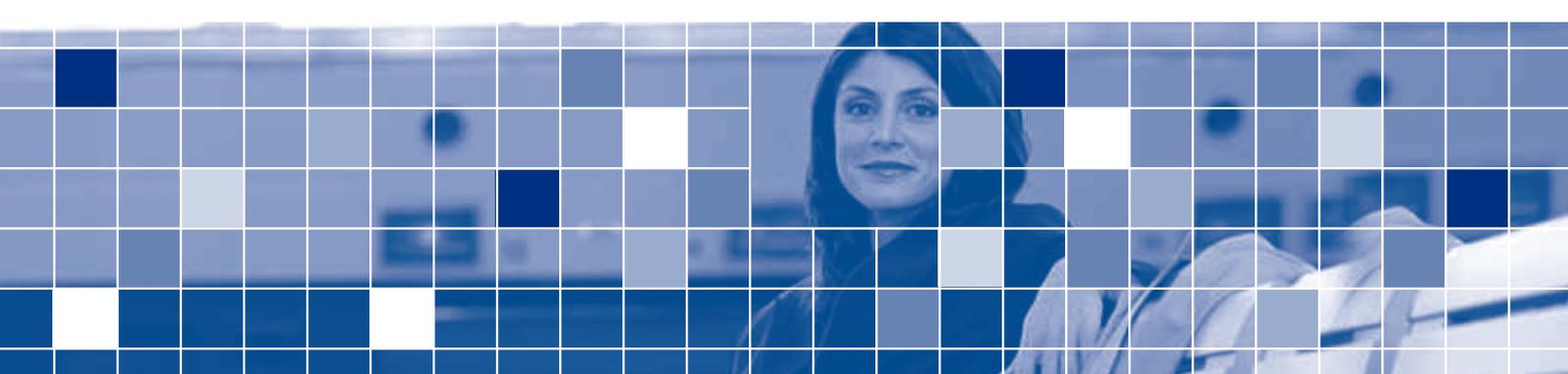
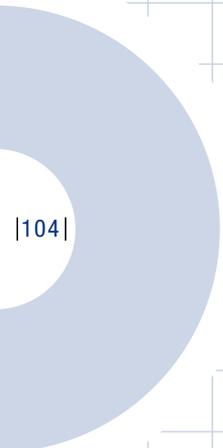
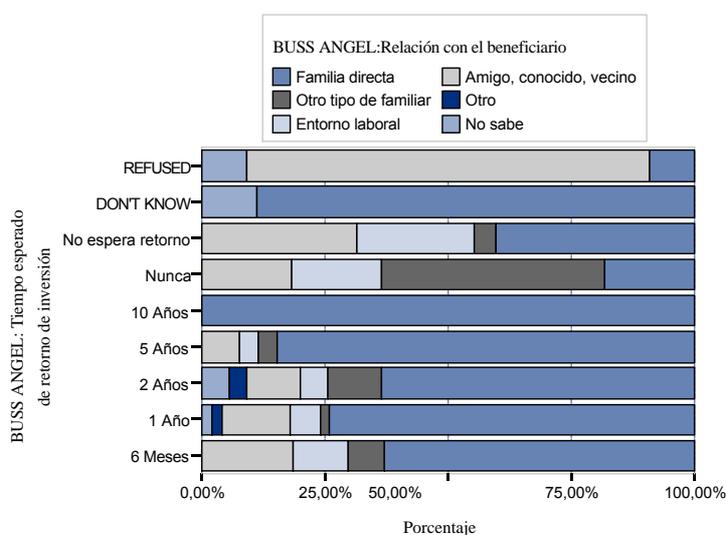
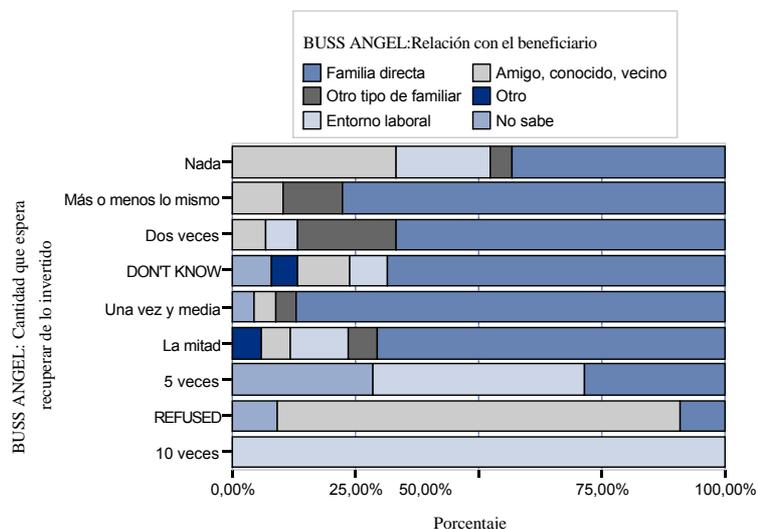
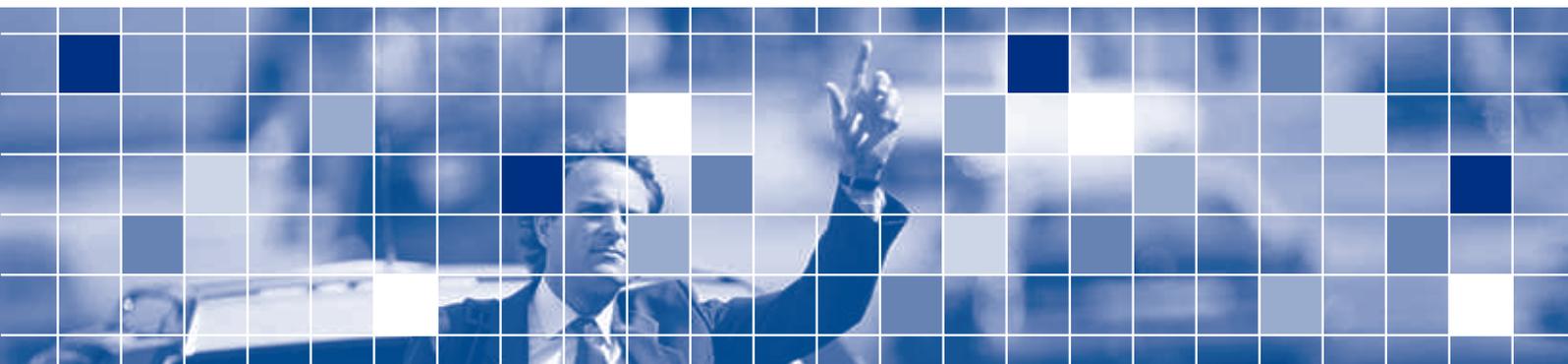


Figura nº 68 Cantidad que espera obtener como retorno el business angel español y tiempo en que tiene expectativas de lograrlo, todo ello en función de la relación que le une al beneficiario



En conclusión, frente a lo analizado para el caso de los emprendedores en los que la mayoría esperaban un beneficio positivo, los datos analizados muestran que para los emprendedores los familiares que actúan como inversores informales o *business angels* actúan en realidad como verdaderos “ángeles”, pues su aportación de fondos, que en muchos casos tiene más bien un carácter de “donación” o que por lo menos supone un “capitla paciente” en el sentido de que exige unos periodos de recuperación muy dilatados en el tiempo, supone un alivio a la carga financiera del empresario. Otra cosa es que, quizá precisamente debido a esta escasa profesionalización de la inversión informal en España, gran parte de nuestras Start ups nazcan con una escasa vocación de crecimiento.



7.8 El papel de las entidades bancarias y de ahorro en el proceso emprendedor

Dada la importancia detectada a lo largo de las distintas ediciones del proyecto GEM en relación al papel de las entidades bancarias en el apoyo al emprendedor en España, se considera que, con el fin de comprender mejor la incidencia real de esta fuente de apoyo sobre el proceso de creación de empresas, es necesario ir más allá de la valoración de la importancia cuantitativa de esta fuente de financiación, profundizando en el análisis de ciertos aspectos cualitativos. Con este objetivo, la edición del 2005 incluye por primera vez una serie de preguntas destinadas a conocer cual es la percepción de la población emprendedora, distinguiendo entre emprendedores nacientes, nuevos y consolidados, sobre las entidades bancarias que más apoyan la puesta en marcha de nuevas empresas, así como sobre que es lo más valoran los entrevistados de la ayuda que estas entidades ofrecen.

En relación a las respuestas sobre las entidades que más apoyan el proceso emprendedor, ante la imposibilidad de mostrar todas las entidades citadas en una sola Tabla el informe muestra las 10 respuestas más citadas en cada caso. El análisis de las respuestas muestra interesantes resultados:

En primer lugar, a pesar de que son muchos los emprendedores que reciben fondos de las instituciones bancarias, muchos la siguen considerando insuficiente, a raíz de la importancia de la respuesta “ninguno” para todas las categorías.

Entre los que sí respondieron citando el nombre de alguna entidad en particular (es de destacar la gran proporción de emprendedores que decidieron, bien no responder a la pregunta, bien responder afirmando que no consideran que existiesen diferencias entre las distintas entidades en este sentido), La Caixa se sitúa como la entidad financiera que más apoya el proceso emprendedor tanto entre el total de la población como entre la población emprendedora, ya sea nueva o naciente consolidada.

Estos resultados parecen indicar que los programas de promoción a la cultura emprendedora tales como el Programa Punto de Encuentro Virtual que patrocina La Caixa o el apoyo de la Fundación Caja Madrid (otra de las entidades que aparece invariablemente en los primeros puestos del ranking) al Centro de Iniciativas Emprendedoras de la Universidad Autónoma de Madrid, son percibidos positivamente por la sociedad en su conjunto y en especial por la población emprendedora a la que van dirigidas. Habrá que esperar a futuras ediciones del Proyecto para ver cual es el impacto sobre esta clasificación de otros programas más recientes, tales como el proyecto Escuela Pyme de Banesto.

Por último, será también interesante comprobar en los diferentes informes del REM (Regional Entrepreneurship Monitor) cual es el peso de las entidades financieras locales en cada una de las regiones correspondientes.

Tabla nº 46 Distribución de respuestas proporcionadas por los emprendedores nacientes acerca de la Banca y Entidades Financieras que apoyan el proceso emprendedor en España:

Respuestas más frecuentes al preguntar por la entidad financiera que más parece apoyar la puesta en marcha de nuevos negocios, a los empresarios nacientes		% de tabla
1	NS/NC	41,1%
2	La Caixa de Pensions i estalvis de Barcelona	9,9%
3	Ninguno	8,5%
4	Todos en general son iguales	6,5%
5	Caja Madrid	5,9%
6	Banco Santander Central Hispano (BSCH)	3,5%
7	BBVA	3,3%
8	Bancaixa	2,6%
9	Caja Ahorro	2,6%
10	Caja rural	2,1%
11	Banesto	1,8%
12	Caja Montepiedad	1,3%
13	Caja Granada	1,3%
14	Caja Canarias	1,3%
15	Ibercaja	1,2%
16	Sabadell	1,1%
17	Caixa Galicia	1,1%
18	Banco Popular	1,0%
19	Caixa Nova	1,0%
20	Resto de respuestas	2,9%
	Total	100,0%

Tabla nº 47 Distribución de respuestas proporcionadas por los emprendedores nuevos acerca de la Banca y Entidades Financieras que apoyan el proceso emprendedor en España:

Respuestas más frecuentes al preguntar por la entidad financiera que más parece apoyar la puesta en marcha de nuevos negocios, a los empresarios nuevos		% de tabla
1	NS/NC	44,8%
2	Ninguno	10,2%
3	La Caixa de Pensions i estalvis de Barcelona	7,3%
4	Todos en general son iguales	5,0%
5	BBVA	4,5%
6	Caj Ahorro	3,2%
7	Caja Madrid	3,2%
8	Banco Santander Central Hispano (BSCH)	2,8%
9	Unicaja	2,4%
10	Caja rural	1,6%
11	Caja Montepiedad	1,2%
12	Sabadell	1,2%
13	Caixa Galicia	1,1%
14	Caja Salamanca	1,1%
15	Caja Canarias	1,1%
16	Caja Granada	,9%
17	BBBK	,9%
18	Bancaixa	,8%
19	Bancos y Cajas	,8%
20	Resto de respuestas	5,9%
	Total	100,0%

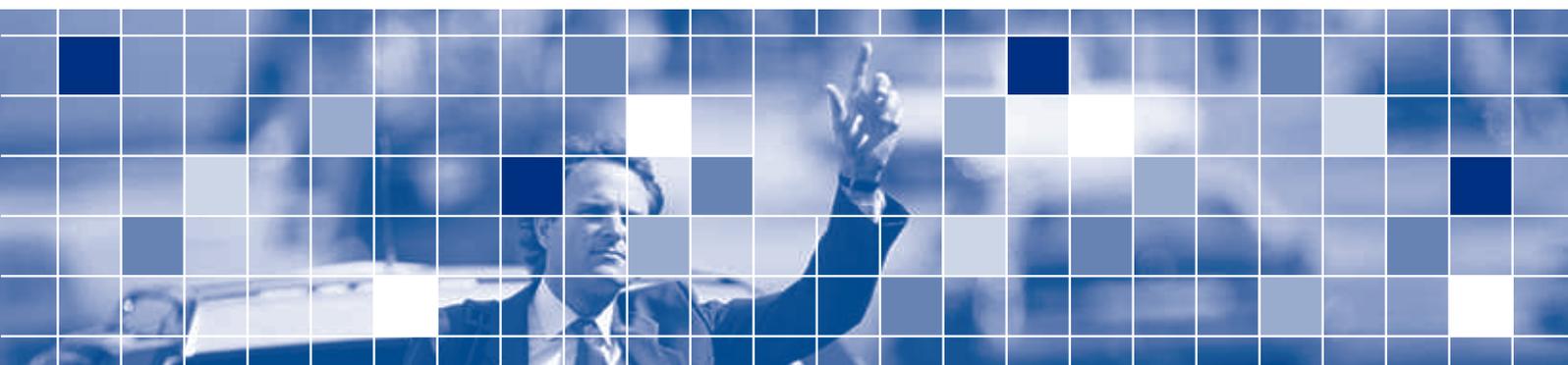


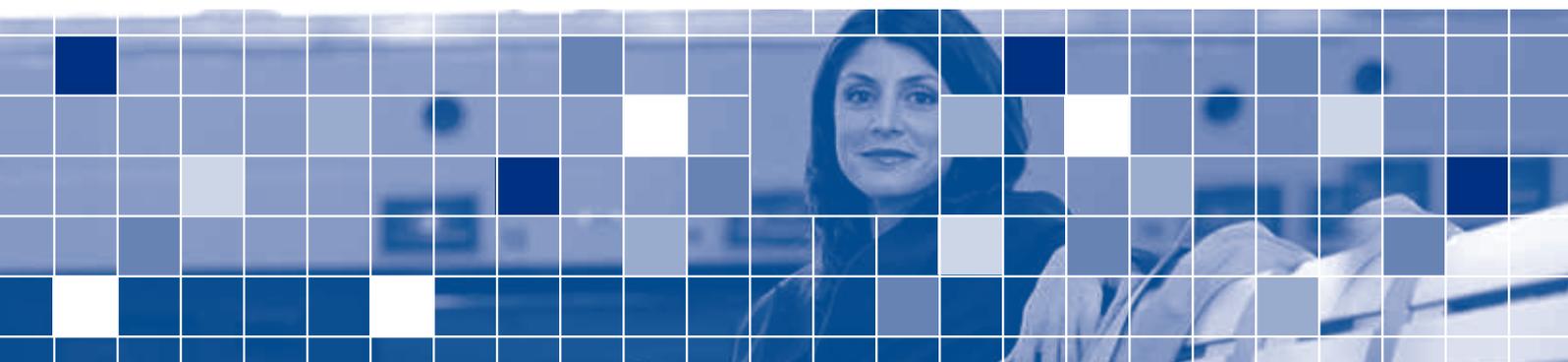
Tabla nº 48 Distribución de respuestas proporcionadas por los emprendedores consolidados acerca de la Banca y Entidades Financieras que apoyan el proceso emprendedor en España:

Respuestas más frecuentes al preguntar por la entidad financiera que más parece apoyar la puesta en marcha de nuevos negocios, a los empresarios consolidados		% de tabla
1	NS/NC	42,1%
2	La Caixa de Pensions i estalvis de Barcelona	9,1%
3	Ninguno	6,7%
4	Todos en general son iguales	5,8%
5	BBVA	4,5%
6	Caja Madrid	4,3%
7	Caj Ahorro	3,6%
8	Banco Santander Central Hispano (BSCH)	3,1%
9	Caja rural	2,2%
10	Bancaixa	1,9%
11	Sabadell	1,7%
12	Unicaja	1,3%
13	Caja Ahorros Mediterraneo	1,0%
14	Bankinter	1,0%
15	Caja Laboral	1,0%
16	Caixa Penedés	,8%
17	Banesto	,8%
18	Caja Montepiedad	,8%
19	Caixa Galicia	,8%
20	Resto de respuestas	7,5%
	Total	100,0%

La otra batería de preguntas, que también constituye una novedad en esta edición, es aquella en la que se interroga a la población emprendedora sobre de qué forma pensaban que estas entidades realizaban el apoyo a la puesta en marcha de nuevos negocios, así como cuál de estas formas era la más valorada. En relación a la primera, parece obvio que la opción elegida sea preferentemente, y sin distinción entre las diferentes categorías de emprendedores, la de ofrecer facilidades de pago a los emprendedores, tal y como muestra la Tabla 49.

Tabla nº 49 Factores que más apoyan el proceso emprendedor por parte de la Banca y Entidades Financieras

	¿De qué forma cree que realizan su apoyo a la puesta en marcha de nuevos negocios las entidades financieras?		
	% de Respuesta de Emprendedores españoles		
	Nacientes	Nuevos	Consolidados
Facilidades de pago	46,3	44,9	43,5
Asesoramiento	20,0	24,5	22,3
Precios	2,7	2,4	3,6
Otros	3,7	4,4	4,4
No sabe	16,8	13,7	15,9
Rechaza	10,5	10,1	10,4
Total	100,0	100,0	100,0



Sin embargo, resulta interesante destacar que, según los resultados que se muestran en la Tabla 50, éste no es el servicio que más valoran los emprendedores, ya que éstos conceden mayor importancia a la ayuda aportada por las instituciones financieras en términos de asesoramiento que en términos económicos. Este dato proporciona una primera evidencia empírica sobre el hecho señalado frecuentemente en relación al obstáculo que para la creación de empresas supone el desconocimiento y falta de información al que se enfrentan los dirigentes de las nuevas empresas, que valoran muy positivamente la ayuda prestada por estas entidades en este sentido. Es de destacar además que la diferencia positiva entre en el ratio de importancia de las respuestas entre Asesoramiento versus Precio a favor del primero, es mayor para el caso de las empresas nacientes, en las que es de esperar que este grado de incertidumbre sea aún mayor.

Tabla nº 50 Factores que más valoran los emprendedores en la ayuda prestada por parte de la Banca y Entidades Financieras en el proceso emprendedor

¿Qué valora más de los bancos, cajas y entidades financieras?			
	% de Respuesta de Emprendedores españoles		
	Nacientes	Nuevos	Consolidados
Asesoramiento	28,8	28,9	25,8
Precio (Financiación tipo de interés)	18,9	23,8	25,7
Precio comisiones	10,8	10,4	11,8
Disponibilidad horaria (vía acceso a nuevas tecnologías)	1,0	2,6	1,9
Otros	7,9	7,4	6,2
No sabe	28,2	22,1	24,9
Rechaza	4,4	4,7	3,6
Total	100,0	100,0	100,0

7.9 El papel del Capital Riesgo en el proceso emprendedor

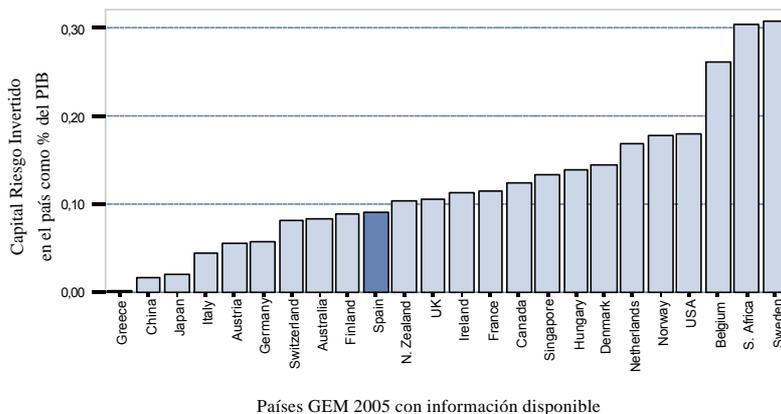
El último apartado de este capítulo se dedica al estudio del capital riesgo, una fuente de financiación que sin duda, recibe cada año una atención mediática creciente en nuestro país, a juzgar por ejemplo por el interés despertado en la prensa especializada por algunas de las operaciones corporativas realizadas en los últimos meses (Cortefiel, Panrico).

En el último informe GEM ya constatábamos un destacable incremento¹¹ de la actividad de capital riesgo en nuestro país. Parece pues que, cada vez con mayor intensidad, las empresas españolas están captando la atención de los fondos de capital de riesgo, incrementando la importancia de esta actividad como canal de asignación de recursos financieros alternativo a otros de carácter más tradicional como la financiación bancaria o los mercados de capitales. La Figura nº 69 muestra la importancia del capital riesgo como porcentaje del PIB de los países participantes en la edición GEM 2005. En ella se puede apreciar que, cuantitativamente, el papel que actualmente juega en España es comparable al de otros países desarrollados, como el Reino Unido que tiene una mayor tradición en el desarrollo de este tipo de financiación. Sin embargo, a pesar de la mejora que se viene registrando, el capital riesgo en España dista mucho de beneficiar a la actividad emprendedora general y, por el momento, las inversiones son cautelosas y en sectores e iniciativas muy concretos.

(11) En su Informe 2005, la Asociación Española de Entidades de Capital-Riesgo (ASCRI) señalaba el ejercicio 2004 como el año de consolidación de la actividad de capital-riesgo en nuestra economía con un volumen de inversión superior a los 2.000 millones de euros, lo que representa un crecimiento interanual del 48%. En el informe de esta misma entidad correspondiente al primer semestre del 2005 se señala que las inversiones han crecido un 28,1% con respecto al año anterior, hasta llegar a los 788 millones de euros.



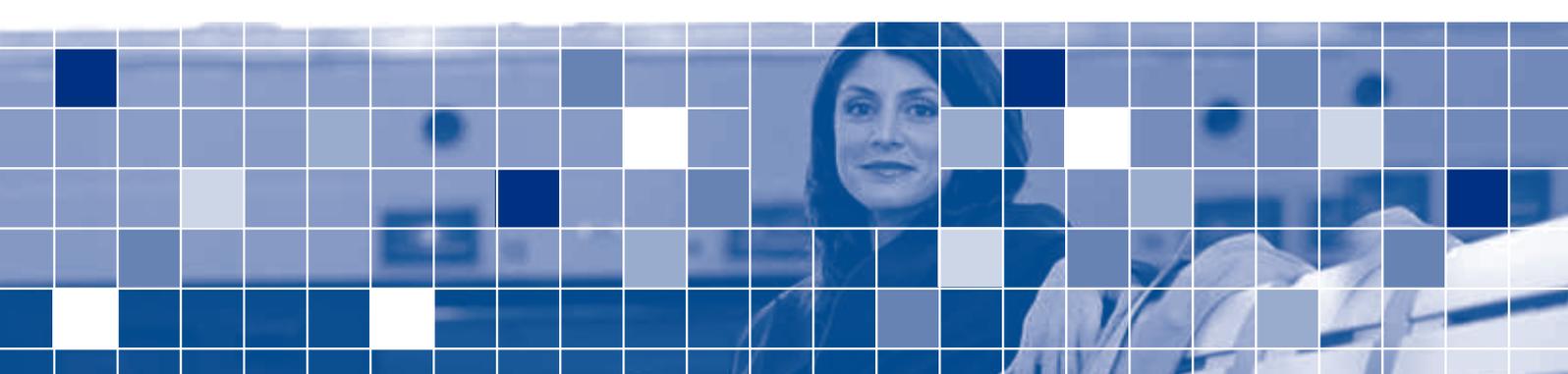
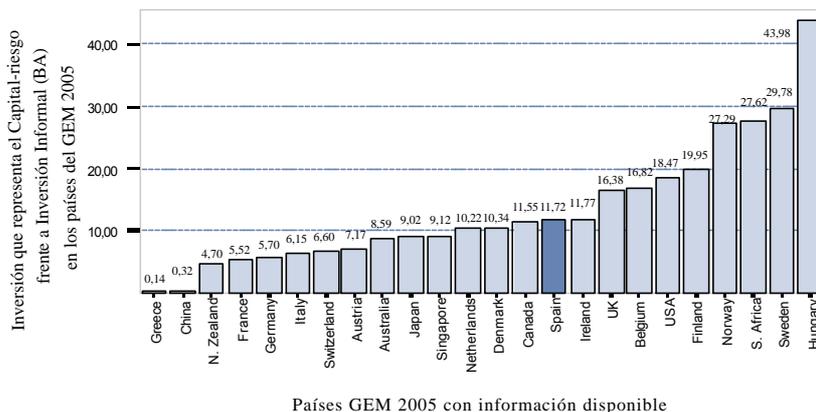
Figura 69 Inversión como % PIB: Capital-riesgo frente a Inversión Informal (Informal investment) en los países del GEM 2005.



En definitiva, aunque las cifras agregadas muestran un importante incremento en su actividad, lo cierto es que el capital riesgo sigue cumpliendo un papel muy específico en la actividad de intermediación financiera: la de invertir en empresas de tamaño medio-grande y en una fase avanzada de su ciclo negocio, siendo aún muy reducido el papel de estos inversores en el apoyo a la financiación de nuevas iniciativas empresariales.

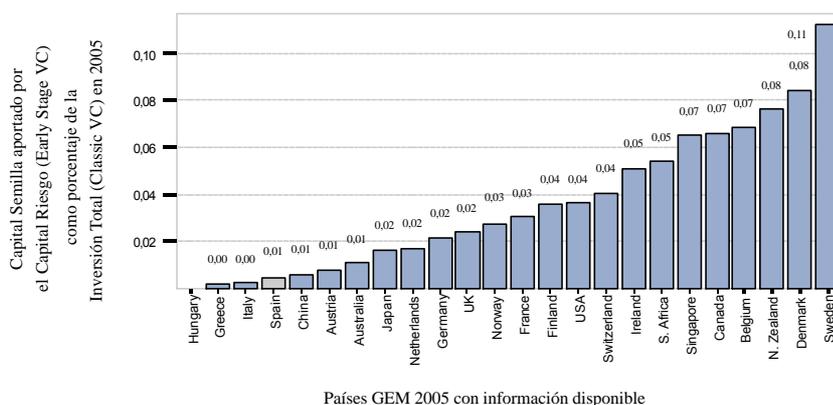
Los datos proporcionados por el proyecto GEM permiten ofrecer distintos resultados en los que apoyar esta afirmación. En primer lugar, los resultados mostrados en la Figura nº 70, en la que se puede apreciar que la importancia de la inversión informal es muy superior a la inversión realizada por el capital-riesgo en todos los países analizados, dado que el porcentaje que representa el Capital Riesgo en la suma de inversión: capital riesgo+inversión informal, siempre es inferior al 40%. Este tipo de cociente muestra una gran heterogeneidad entre los países GEM 2005. Las diferencias van desde un 0,14% en Grecia a un 43% en Hungría. En el caso español, el Capital Riesgo representa un 11,72% de la inversión informal tipo business angel, por lo que aún falta mucho para alcanzar niveles como los de EEUU, en que se supera el 18%.

Figura nº 70 Inversión que representa el Capital-riesgo frente a Inversión Informal (Informal investment) en los países del GEM 2005.



Otro dato aún más revelador es el análisis de la inversión destinada a empresas en sus primeras etapas, que podríamos asimilar al capital semilla, como porcentaje de la inversión total realizada por el capital-riesgo en 2005, que se muestra en la Figura nº 71.

Figura nº 71 Capital Semilla aportado por el Capital Riesgo (Early Stage VC) como porcentaje de la Inversión Total (Classic VC) en 2005



El indicador muestra que, por término medio entre los países analizados, la proporción que el capital semilla representa sobre los fondos totales aportados por el capital riesgo apenas alcanza un 0,04%; en otras palabras, de cada 100 euros que el capital-riesgo invierte sólo una pequeñísima parte se dirige a empresas en fases tempranas de su ciclo de negocio. El caso de España es significativo y los datos ponen de manifiesto el escaso apoyo que hacia la actividad emprendedora presta el capital-riesgo.

Como conclusión a los datos presentados podemos señalar que si bien el papel desempeñado por el capital-riesgo es cada vez más importante en la mayoría de economías desarrolladas como canal de asignación de recursos financieros, lo cierto es que su función se restringe hacia una tipología de empresa / fase de negocio muy distinta a la que suele caracterizar el negocio emprendedor. En cualquier caso, desde nuestro informe, permaneceremos atentos a los avances que se vayan produciendo en esta materia.



Capítulo 8: La existencia de oportunidades, motivación y capacidad para emprender en la población adulta española

8.1. Introducción

8.2. La percepción de buenas oportunidades para emprender

8.3. Motivación para emprender en la población adulta española

8.4. La opinión de los expertos acerca de la motivación para emprender en la población adulta española

8.5. Habilidades y conocimientos para emprender en la población adulta española

|112|



Capítulo 8: La existencia de oportunidades, motivación y capacidad para emprender en la población adulta española

8.1 Introducción

La información que proporciona este apartado proviene de tres fuentes diferentes: la base de datos internacional GEM, la encuesta a la población adulta española y las opiniones de los expertos relacionados con las nueve condiciones de entorno principales que inciden en la actividad emprendedora de los países. En él se analiza el estado de los indicadores que describen la percepción de oportunidades para emprender, la motivación y la posesión de conocimientos y habilidades necesarios para emprender.



8.2 La percepción de buenas oportunidades para emprender

El 27,8% de la población española de 18 a 65 años ha percibido buenas oportunidades para emprender en su zona para los seis meses siguientes al momento de la entrevista. Este indicador se situaba el año pasado en 39,32%, por lo que se advierte un descenso del 29,3% que responde a la recesión registrada en las perspectivas de creación empresarial del 2004. El análisis temporal de este indicador pone de manifiesto la existencia de un retardo de un año con respecto al indicador de actividad emprendedora total: la población percibe lo que ha sucedido en los meses anteriores y basa su pronóstico en las evidencias que tiene en el momento de la entrevista, es decir, el resultado heredado del año anterior. La Figura nº 72 muestra este fenómeno al comparar este indicador con el de actividad emprendedora total early stage (TEA), (ambas variables estandarizadas), a lo largo de los años en que se ha llevado a cabo el Proyecto GEM en España. Por consiguiente, el descenso de este indicador para el año 2005, se puede interpretar como el resultado de la recesión del 2004, por lo que se espera que para el 2006 evolucione al alza, con moderación, al igual que se espera que lo haga la actividad emprendedora, siempre que no se produzcan acontecimientos extraordinarios que puedan afectar en conjunto a la situación económica, política y social de nuestro país o a la de ámbito internacional.

Tabla nº 51 Evolución temporal del porcentaje de población de 18-65 años que percibe buenas oportunidades para emprender en España en los 6 meses posteriores a la entrevista

Evolución del indicador de percepción de oportunidades por parte de la población					
2000	2001	2002	2003	2004	2005
48%	48%	42%	35%	39%	28%

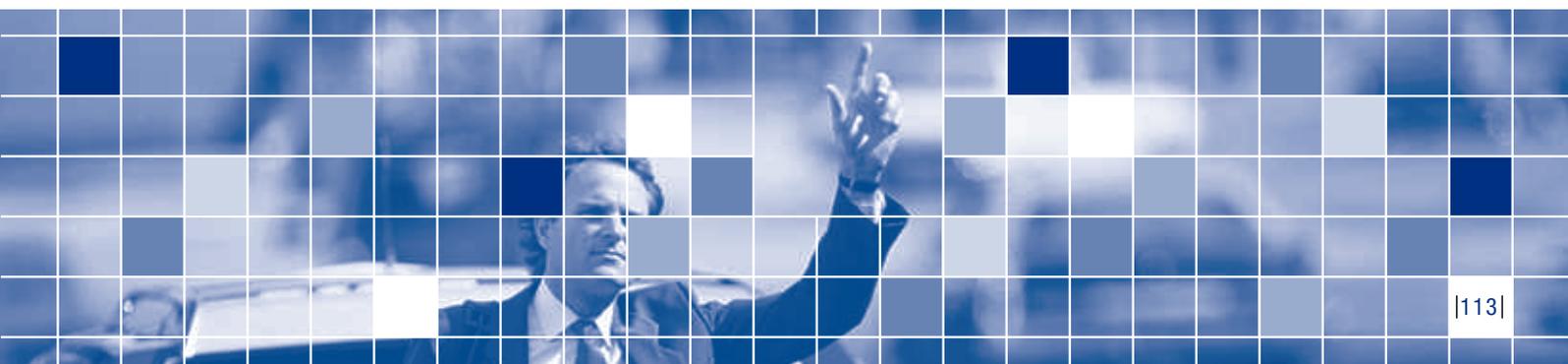
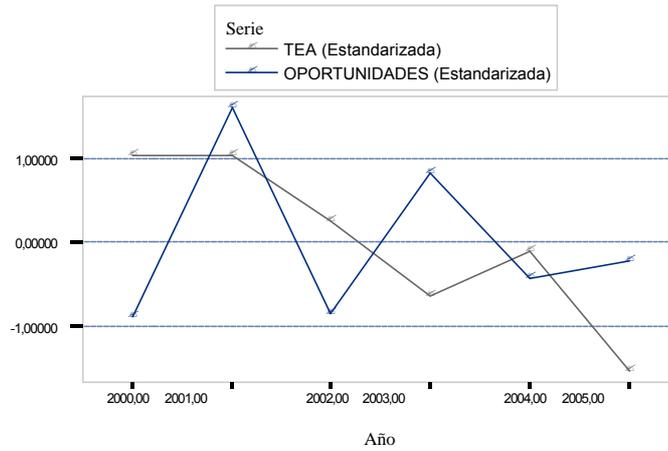
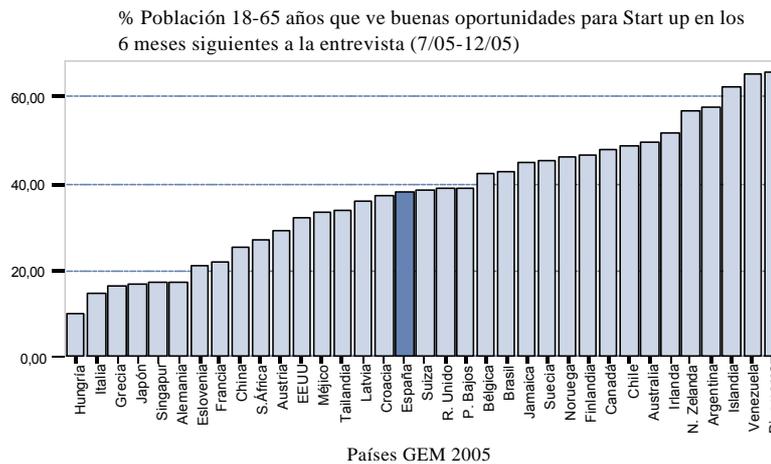


Figura nº 72 Evolución conjunta de la percepción de oportunidades por parte de la población y del indicador de actividad emprendedora total early stage en España



Desde el punto de vista internacional, el cálculo de este indicador sale más optimista para España de lo es en realidad. Así, la ponderación mediante los datos del US Census, dato que se puede comparar entre todas las naciones GEM, arroja un porcentaje del 38% de nuestra población viendo buenas oportunidades, mientras que, trabajando con datos de población del INE nos quedamos en un 28%. Sin embargo, independientemente de este hecho, lo cierto es que la comparación internacional también registra una ligera bajada de este porcentaje para España. Nuestra situación con respecto a los EEUU apenas se ha movido y nuestra población sigue siendo más optimista que la suya. En cambio, la población del Reino Unido avanza posiciones y vuelve a colocarse por encima de la nuestra en este aspecto, habiendo estado el anterior excepcionalmente por debajo. Dinamarca sigue siendo el país de la UE en que más población percibe buenas oportunidades y, Francia y Grecia siguen en los peores puestos de la clasificación.

Figura nº 73 Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país



Países GEM 2005

Junto a la opinión facilitada por la población adulta, proporcionamos la de los 379 expertos entrevistados, que trabajan en nueve ámbitos de influencia en la creación empresarial y que el año 2005 tienen la siguiente distribución para España:

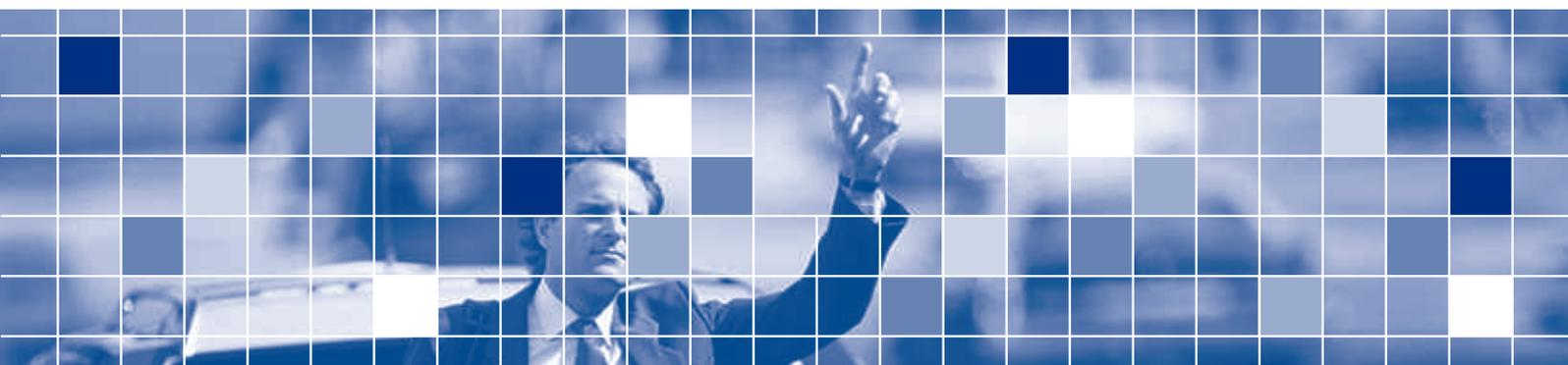
Tabla nº 52 Distribución de los expertos entrevistados en España en el 2005

Ambito de influencia	Nº Expertos	Porcentaje
Apoyo financiero	42	11,1
Políticas gubernamentales	41	10,8
Programas gubernamentales	44	11,6
Educación y formación	45	11,9
Transferencia de I+D	42	11,1
Infraestructura commercial y profesional	40	10,6
Apertura del mercado	41	10,8
Acceso a infraestructura física	42	11,1
Normas sociales y culturales	42	11,1
Total	379	100,0

Como se puede apreciar, la situación es muy parecida a la del año 2004, pues las medias facilitadas por los expertos en las preguntas referentes a la percepción de oportunidades se han movido muy poco y ligeramente a la baja igual que ha sucedido en la población adulta. Si caso, la única que sube una décimas es la última, también acorde con la mejora detectada en el potencial de crecimiento de la PYME. Sin embargo, no se puede afirmar que esta diferencia sea estadísticamente significativa, pues es muy pequeña. Por consiguiente, sigue siendo bastante cierto que en España hay buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas y negocios, menos cierto que haya más oportunidades que gente preparada para explotarlas, más bien cierto que las oportunidades han aumentado en los últimos 5 años y menos cierto que sea fácil que la población pueda dedicarse a explotar oportunidades empresariales y crear empresas de rápido crecimiento.

Tabla nº 53 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 379 entrevistas	Medias sobre un total de 325 entrevistas
	2005	2004
Año en que se realiza la consulta		
En España, hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,18	3,28
En España, hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	2,98	3,15
En España, las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	3,39	3,64
En España, es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,51	2,58
En España, hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,67	2,65



8.3 Motivación para emprender en la población adulta española

El Proyecto GEM sigue midiendo la motivación para emprender en la población adulta de los países mediante una serie de preguntas relacionadas con el tema. Los resultados que muestra la Tabla nº 54 indican que estos indicadores también se ven afectados por la coyuntura y con un retardo respecto de la realidad actual. Así, la población refleja perfectamente el clima recesivo del 2004 en el 2005, de forma que disminuye el porcentaje de personas para las cuales el miedo al fracaso no es un obstáculo (aunque no excesivamente), disminuye el número de personas que opinan que ser empresario es una buena elección de carrera profesional y el resto de preguntas se mantiene prácticamente inalterado: a la mitad de la población adulta le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar, cerca de un 55% piensa que tener éxito al crear una nueva empresa puede conducir al logro de un buen estatus social y un 39% de la población piensa que los medios de comunicación cubren suficientemente a los nuevos empresarios con sus noticias.

Tabla nº 54 Resultados de las entrevistas sobre motivación para emprender en la población española

Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación para emprender	% de la población de 18-64 años	
	2005	2004
Año en que se realiza la consulta		
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	50,4%	51,7%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	64,8%	71,8%
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	51,0%	51,9%
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	55,2%	54,0%
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	39,0%	39,4%

La proporción de emprendedores potenciales en la población sigue dependiendo en parte del sexo, la edad, el nivel de estudios, el nivel de renta y la aversión al riesgo, pero en el 2005 se observan algunos cambios de tendencia interesantes. Así, en el caso del sexo, la tendencia tiende a invertirse y la proporción de mujeres supera por poco a la de hombres que son emprendedores potenciales. Al no ser muy significativa la diferencia, por el momento se puede aventurar que las proporciones de emprendedores potenciales en la población tienden a equipararse en ambos sexos y que la mujer avanza posiciones en España, al considerar la creación de empresas como una alternativa profesional. La edad sigue comportándose igual: a menor de edad más posibilidades de ser emprendedor potencial. La renta se comporta también de forma diferente: existe mayor proporción de emprendedores potenciales entre los tramos de rentas más bajas y más altas. Lo primero se explica por la presencia de inmigrantes y, en general, de personas que no tienen mejores alternativas de trabajo. El nivel de estudios sigue comportándose como en el 2004: a más estudios, más probabilidad de ser emprendedor potencial. Y, finalmente, como es lógico, a menor aversión al riesgo, medida como miedo al fracaso, mayor proporción de emprendedores potenciales.

Complementando esta información, el Proyecto GEM ha preguntado a la población adulta española en general, si era deseable crear o fundar una nueva empresa y si pensaban que era más fácil crear una nueva empresa en la actualidad que hace 10 años. Los resultados de esta consulta ponen de manifiesto que para un 63% de la población, fundar una nueva empresa es un acto deseable y que hay opiniones dispersas en torno a la dificultad que conlleva este acto con respecto a hace diez años: casi un 38% opina que es más fácil y algo más de un 38% que es más difícil, mientras que un 23% no lo sabe.

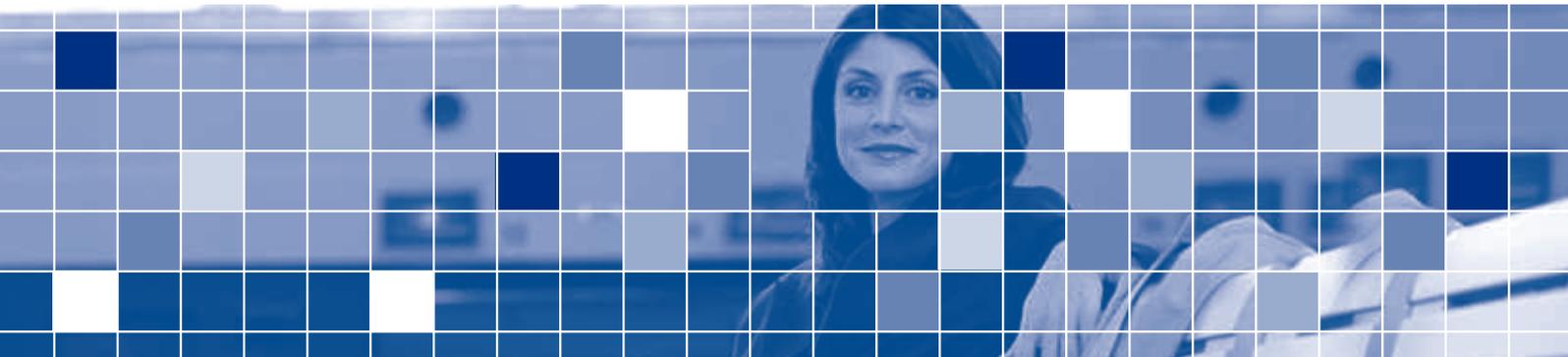
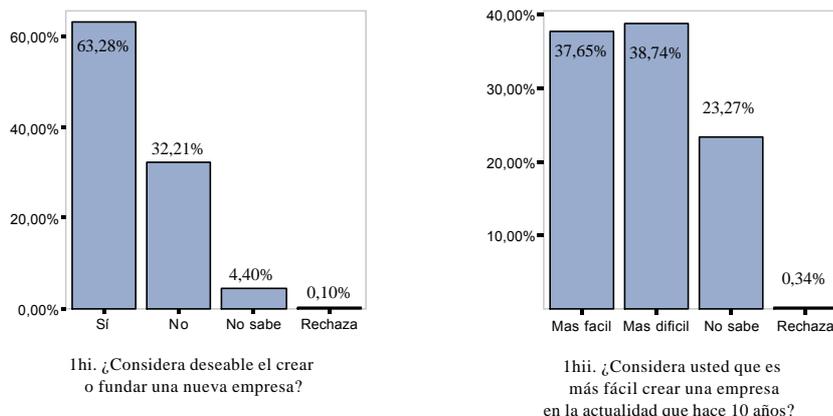


Figura nº 74 Opinión de los españoles de 18-64 años acerca de lo deseable que pueda ser fundar empresas y la dificultad de llevarlo a cabo con respecto a 10 años atrás

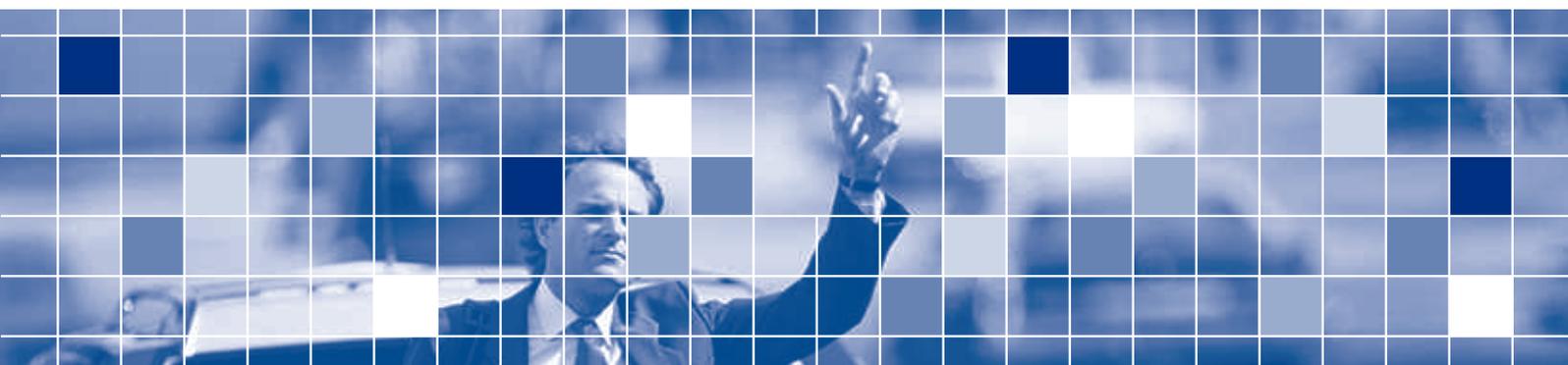


8.4 La opinión de los expertos acerca de la motivación para emprender en la población adulta española

Al comparar la opinión de los expertos acerca del estado de factores que influyen en la motivación para emprender, con la de la población, la situación es muy semejante a la del año 2004 e incluso un poco peor en algunas variables: por término medio, los expertos piensan que los españoles estamos cerca de ver la opción de ser empresarios como una elección profesional deseable y más bien la comenzamos a ver, según ellos, como una forma sencilla de hacerse rico y, si se tiene éxito, se tiende a gozar de reconocimiento social y prestigio. En definitiva, los expertos muestran opiniones estancadas pero más bien favorables, a pesar de que la muestra cambia y son distintas la mayor parte de las personas que opinan año a año.

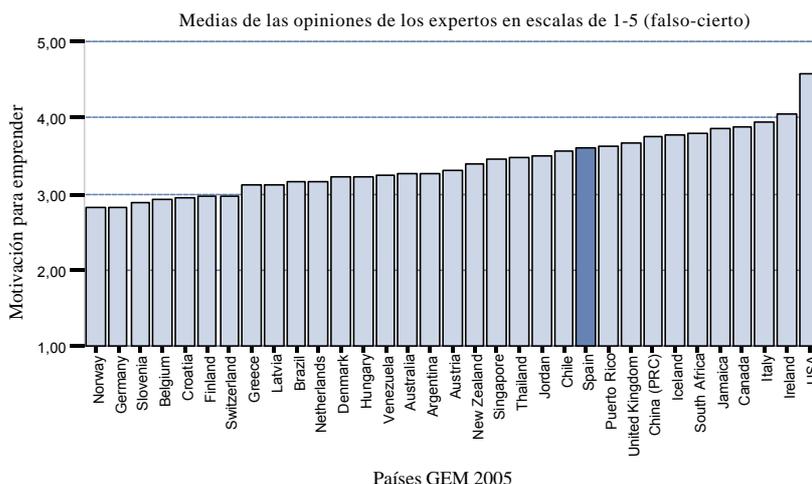
Tabla nº 55 Evaluación media de expertos españoles sobre factores que influyen en la motivación para emprender

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



La siguiente figura muestra que la opinión de nuestros expertos es bastante positiva dentro del contexto internacional del GEM 2005, por lo que perciben una motivación aceptable en la población española comparada con la de otros países. Los expertos de EEUU son los que ven más claro este tipo de dinámica en su población.

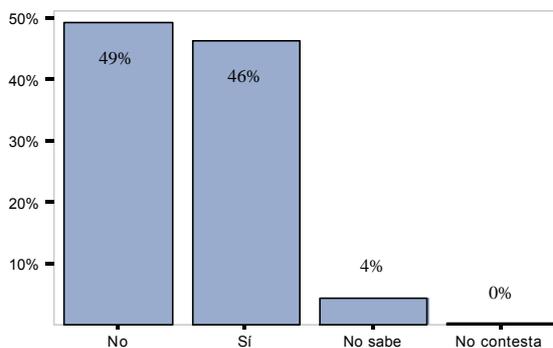
Figura nº 75 Opinión media de los expertos acerca de la motivación de la población para emprender en sus respectivos países



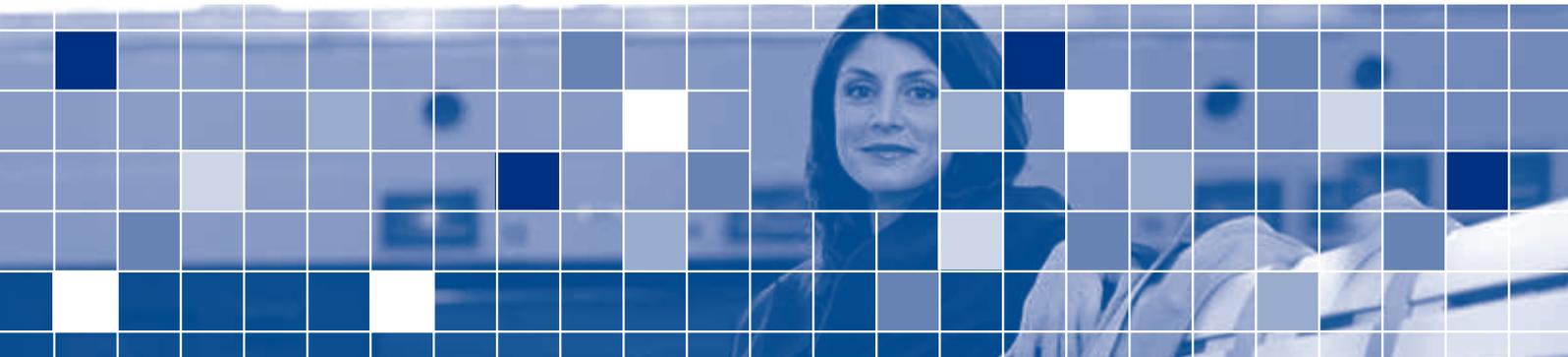
8.5 Habilidades y conocimientos para emprender en la población adulta española

Un 46% de la población de 18-64 años declara tener las habilidades y conocimientos necesarios para acometer un start up sencillo. Este porcentaje ha aumentado un 6,2% respecto al 2004, lo que puede interpretarse como una ligera mejora en formación general acerca de este tema en nuestra población, seguramente acompañada de más información sobre experiencias de creación de empresas y de más conocimiento de emprendedores entre la población. A pesar de tratarse de una información de componente subjetivo, no hay duda de que el trabajo de difusión e información acerca de la actividad emprendedora en general, está dando sus frutos lentamente.

Figura nº 76 habilidad y conocimientos para emprender declarados por los adultos españoles en el 2005

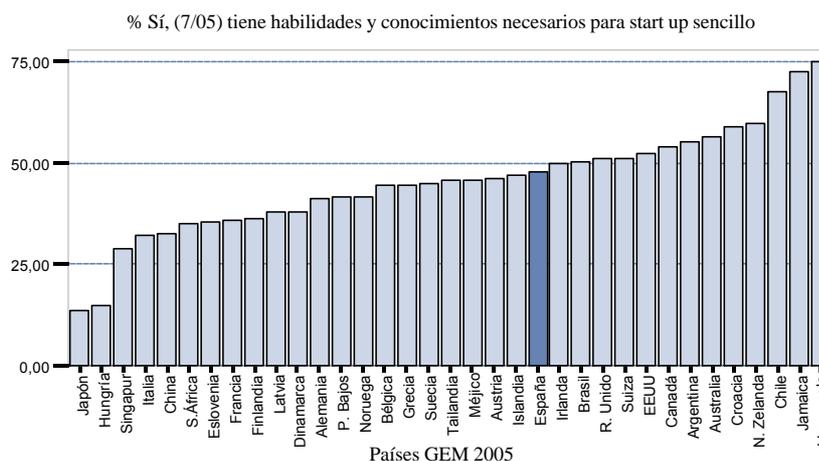


Tiene Conocimientos y habilidades necesarias para Start Up



Desde el punto de vista internacional, la población española ocupa una posición intermedia bastante alineada con la de Irlanda y el Reino Unido y por encima de Alemania, Francia y otros vecinos de la UE. El resultado es bastante estable a medida que se suceden las ediciones del proyecto y se sigue interpretando como el de una población que tiene mayor potencial que el que se refleja posteriormente en las cifras de actividad emprendedora.

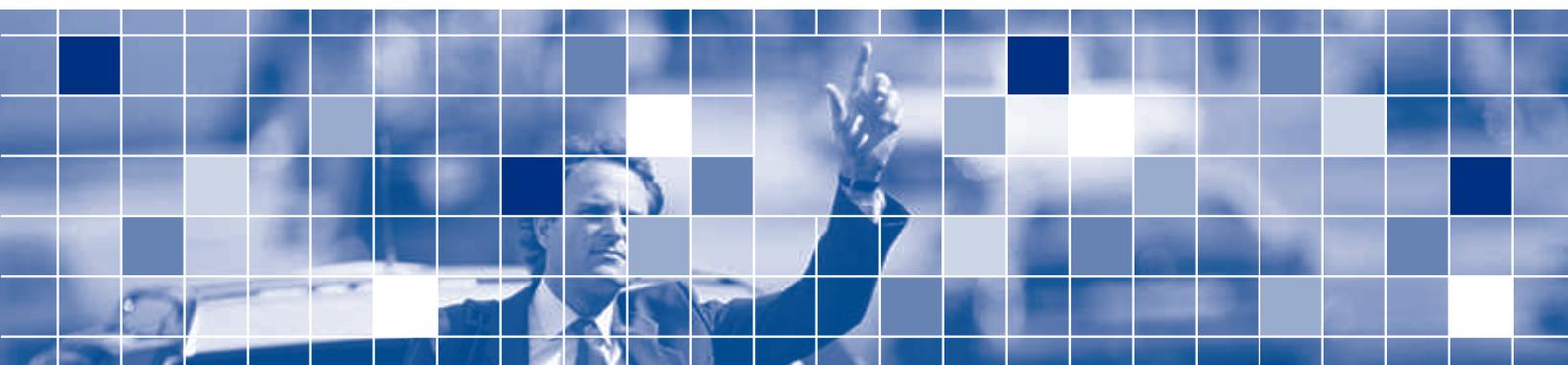
Figura nº 77 Clasificación de los países GEM 2005 según la habilidad de la población para emprender



Por otra parte, los expertos apenas han variado su percepción de las habilidades y conocimientos que tiene nuestra población para emprender respecto al 2004. Según ellos, nuestra población no piensa que crear una empresa de rápido crecimiento sea fácil, no hay tanta gente preparada para crear y dirigir pequeñas empresas, organizar los recursos necesarios para ello o reaccionar rápidamente a la aparición de oportunidades. De nuevo, en el 2005, la población es más optimista al respecto que los expertos que observan el panorama global. Seguimos pues, teniendo carencias importantes para superar antes de que nuestra población se pueda considerar, desde un punto de vista experto, como bien preparada en su conjunto para dar un salto cualitativo en el terreno de la creación empresarial.

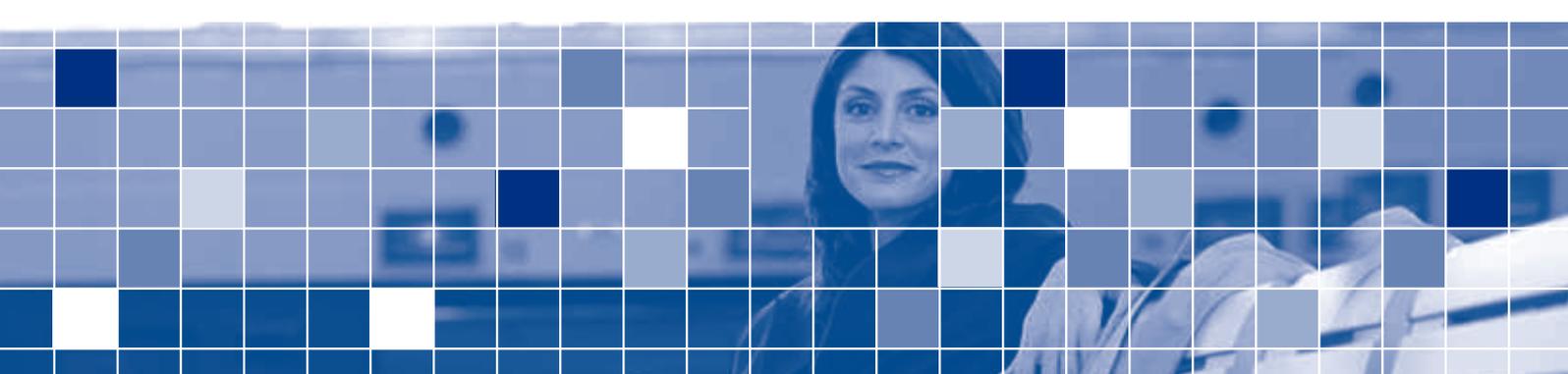
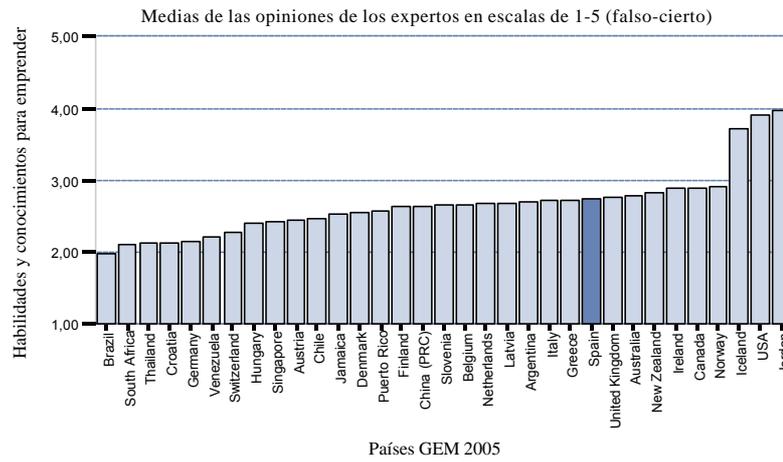
Tabla nº 56 Opinión de los expertos acerca de las habilidades y conocimientos que posee la población adulta española para emprender

Preguntas valoradas de 1 = T. Falso a 5 = T. Cierto	Media 2005	Media 2004
La mayoría de la gente piensa que crear una nueva empresa o un negocio de rápido crecimiento es fácil	2,36	2,31
Mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa	2,89	2,79
Mucha gente tiene experiencia en la creación de nuevas empresas	2,38	2,34
Mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio	2,57	2,51
Mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa	2,71	2,67



La situación internacional de esta opinión es superior a la de la mayoría de países, pero hay que tener en cuenta que, salvo los casos de Jordania, EEUU e Irlanda, los expertos de todos los países opinan, por término medio, que sus poblaciones no poseen suficientes habilidades y conocimientos como para emprender. España está entre estos países, aunque mejorando posiciones lentamente.

Figura nº 78 Opinión media de los expertos internacionales acerca de la posesión de habilidades y conocimientos para emprender por parte de sus respectivas poblaciones



Capítulo 9: Las condiciones específicas de entorno para emprender en España en el 2005

9.1. Introducción

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

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

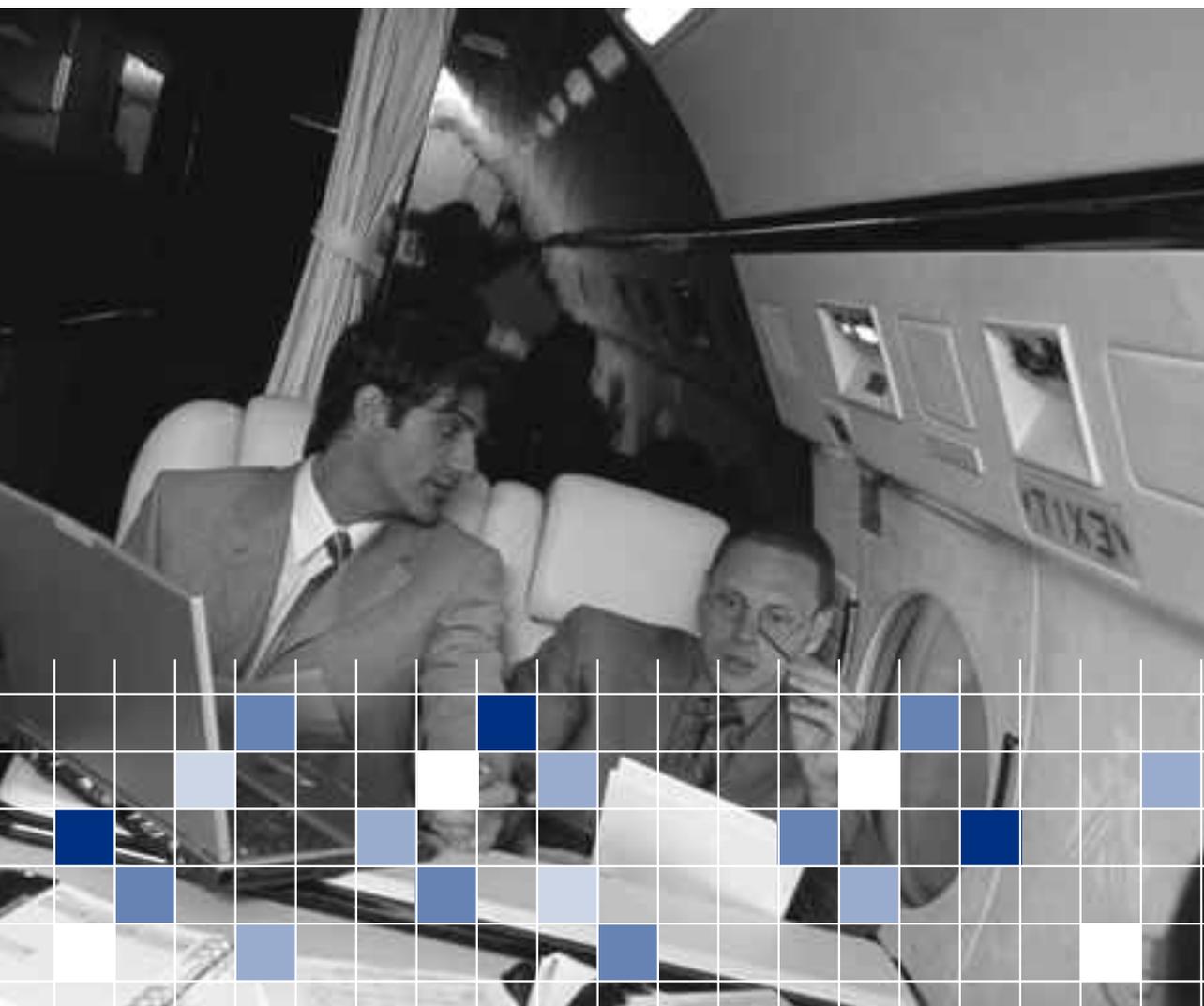
9.3.1. Obstáculos

9.3.2. Apoyos

9.3.3. Recomendaciones de los expertos

9.4. Información detallada relativa a las condiciones de entorno

9.5. Posición española en el ámbito internacional GEM 2005 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos



Capítulo 9: Las condiciones específicas de entorno para emprender en España en el 2005

9.1 Introducción

Como se indica en el modelo general adoptado por el Proyecto GEM, para que se desarrolle la creación de empresas en un país, es necesario que existan emprendedores, personas con inquietudes e ideas innovadoras, capaces de asumir riesgos personales y con espíritu de sacrificio. Sin embargo, la existencia de estas personas no basta, pues, en el caso de que se planteen emprender, una buena parte de esta decisión depende del entorno en que se hallen. En este apartado se analiza el estado de los factores o condiciones de entorno que, determinadas por la literatura académica, mayor incidencia tienen en la actividad emprendedora como apoyo o freno a la misma y que son:

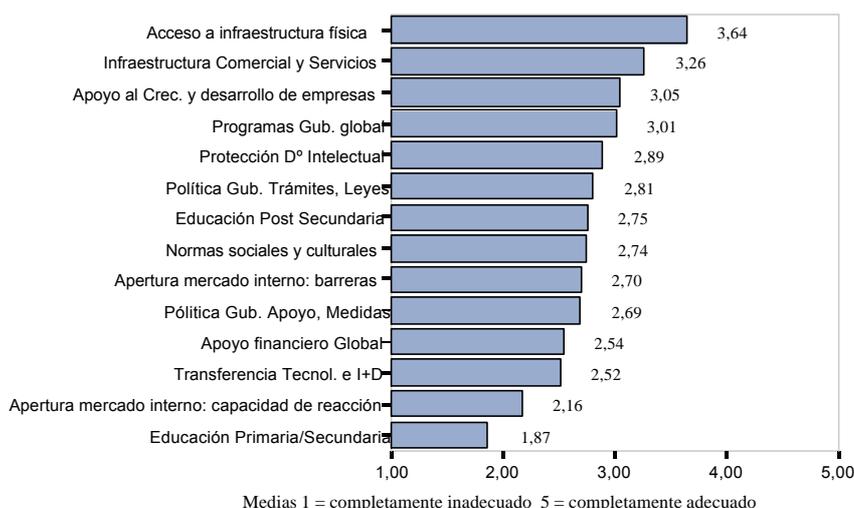
1	Apoyo Financiero
2	Políticas Gubernamentales
3	Programas Gubernamentales
4	Educación y Formación
5	Transferencia de I+D
6	Estructura Comercial y Profesional
7	Apertura de Mercado Interno
8	Acceso a la Infraestructura Física
9	Normas Sociales y Culturales

La información que se utiliza para la realización de estos análisis procede de una muestra de 379 expertos entrevistados entre abril y junio de 2005 en España. La metodología y fiabilidad de esta encuesta se describe ampliamente en el punto II del Anexo I de este informe. Con todo, destacamos que los expertos proporcionan tres tipos de respuestas: valoraciones en escalas de 5 puntos (donde 1 = totalmente falso y 5 = totalmente cierto) de un conjunto de afirmaciones sobre cada condición de entorno. Identificación verbal de tres obstáculos y tres apoyos a la actividad emprendedora y que sean relevantes en el momento de hacer las entrevistas. Otras informaciones y opiniones complementarias entre las que sobresalen las recomendaciones de políticas públicas que ellos piensan que pueden ser útiles para favorecer la creación empresarial.

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

En el 2005, el estado general de las condiciones de entorno a que se enfrenta el emprendedor en España, en opinión de los expertos, pone de manifiesto que el acceso a la infraestructura física sigue siendo uno de los activos mejor valorados. Este factor viene ocupando la primera posición desde el 2003. Tras él, a escasa distancia y por segundo año consecutivo se sitúa la disponibilidad y acceso a infraestructura comercial y de servicios para empresas. El apoyo al crecimiento y desarrollo de empresas, que se mide por primera vez, sale "aprobado" y los programas gubernamentales también. El resto de factores no alcanzan el nivel de "adecuados", siendo el peor el relativo a la educación primaria y secundaria en cuanto a la inclusión de materias que fomenten el espíritu emprendedor en general. Este factor viene ocupando esta posición desde que se inició el Proyecto GEM y se ha insistido mucho en la necesidad de su cambio de tendencia de cara al futuro, pues es absolutamente clave para fomentar la creación de empresas.

Figura nº 79 Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en España

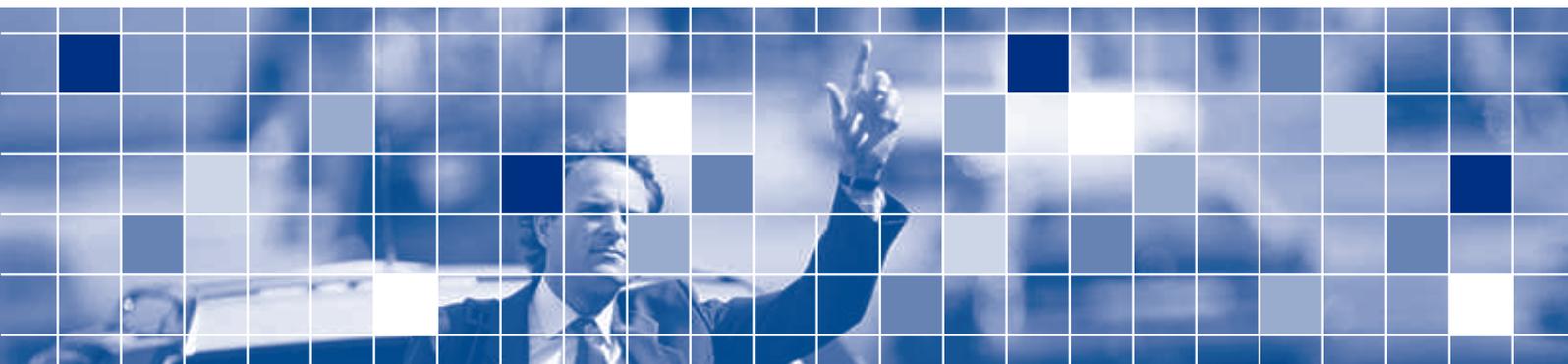


En la siguiente tabla se aprecia la evolución de estos importantes indicadores, la mayoría de los cuales apenas cambian de un año para otro:

Tabla nº 57 Comparación de las valoraciones medias de las condiciones de entorno 2003, 2004 y 2005

Condición de entorno (ordenadas según valores del 2005)	Media 2003	Media 2004	Media 2005	Conclusión
Acceso a infraestructura física	3,38	3,73	3,64	Empeora ligeramente
Infraestructura comercial	2,93	3,20	3,26	Mejora ligeramente
Apoyo al crecimiento y desarrollo de empresas			3,05	Es adecuado
Programas Gubernamentales: presencia, ayudas	3,04	3,12	3,01	Empeora ligeramente
Protección Derecho Intelectual	2,87	2,97	2,89	Empeora ligeramente
Política Gubernamental: burocracia, trámites	2,81	2,87	2,81	Empeora ligeramente
Educación post secundaria	2,68	2,74	2,75	Estable
Normas sociales y culturales	2,56	2,78	2,74	Estable
Apertura mercado interno: barreras	2,78	2,76	2,70	Empeora ligeramente
Política Gubernamental: soporte, énfasis medidas	3,01	2,95	2,69	Empeora
Apoyo financiero	2,49	2,44	2,54	Mejora ligeramente
Transferencia Tecnología e I+D	2,61	2,48	2,52	Mejora ligeramente
Apertura mercado interno: capacidad de reacción	2,13	2,18	2,16	Estable
Educación primaria y secundaria	1,82	1,86	1,87	Estable

Los temas prioritarios a los que hay que prestar más atención siguen siendo: el fomento del espíritu emprendedor en la enseñanza primaria y secundaria y, especialmente, dar mayor publicidad a las iniciativas que se están llevando a cabo en este terreno, pues las hay a pesar de no estar extendidas y generalizadas en todos los centros de enseñanza. Los expertos no las tienen en cuenta porque no son del dominio público y son excesivamente puntuales por el momento. Por otro lado, la capacidad de reacción del mercado interno se sigue percibiendo como lenta y poco adecuada, lo que, en muchas ocasiones se debe a la falta de estudio y previsión cuando se van a poner en marcha nuevas iniciativas.

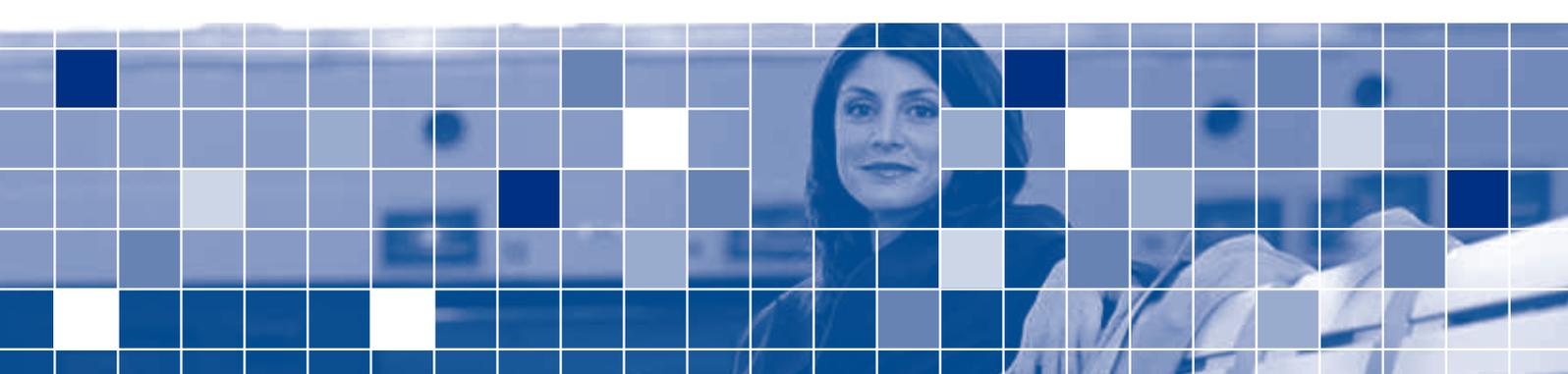


Los emprendedores potenciales deben analizar a la competencia, elegir cuidadosamente la ubicación e introducirse en lugares en que puedan tener un desarrollo sostenido que asegure su supervivencia y posterior crecimiento. La transferencia tecnológica e I+D y el apoyo financiero, mejoran muy ligeramente, pudiendo ser que esta mejora responda a las políticas que se están fraguando en torno a estos temas prioritarios.

Para matizar el resumen anterior, la Tabla nº 58 muestra los resultados proporcionados por los expertos cuando son preguntados sobre los tres obstáculos y los tres apoyos principales a la creación empresarial, que más llaman su atención en el 2005. Como puede apreciarse, el apoyo financiero, las normas sociales y culturales, las políticas gubernamentales y la educación y la formación siguen siendo los cuatro obstáculos principales a la creación empresarial. Los expertos han ido cambiando a lo largo de estos tres años y, sin embargo, las opiniones se mantienen, de forma que no hay duda de que la percepción es sólida y que estos son los factores en que los agentes a los cuales afectan deben incidir más. La banca y las instituciones financieras en general, incluidos los recursos públicos, pueden estudiar las posibilidades de mejorar su papel de servicio al potencial emprendedor. La sociedad puede concienciarse del importante papel de la clase empresarial a base de información, por lo que los medios de comunicación en general, tienen en sus manos la oportunidad de potenciar la difusión de esta figura, su contribución al desarrollo y a la creación de empleo y, también, explicar e insistir en el conocimiento de las políticas que afectan al proceso emprendedor en general. El hecho de que las políticas gubernamentales sigan en la tercera posición pone de manifiesto ese desconocimiento, pues son muchas las medidas que se vienen tomando en los últimos cinco años para mejorar el entorno del emprendedor en España y, aunque siempre quedan temas para mejorar, lo cierto es que ya debería notarse un cierto avance. La educación y formación es un apartado en que es necesaria una mayor intervención si se desea que a medio plazo las nuevas generaciones se incorporen al proceso emprendedor con la seguridad de que entran en un terreno de buenas expectativas profesionales que puede resultar una forma de vida atractiva tanto a nivel laboral como personal. Por lo demás, el acceso a infraestructura física ha empeorado este último año, acusando claramente el estado del mercado inmobiliario que frena el alquiler y compra de locales y terrenos para ubicar empresas de todo tipo. La capacidad emprendedora de la población y, en definitiva, su motivación, mejora levemente. El clima económico viene empeorando desde el 2003, año de bonanza que se plasmó en un notable incremento de la actividad emprendedora. Las posiciones de este factor reflejan consistentemente los resultados del Proyecto: recesión en el 2004 que afecta al índice de actividad emprendedora y tímida recuperación en el 2005 que no acaba de despegar por el freno del clima económico global. Consecuentemente, el contexto político, institucional y social empeora con respecto al 2004. La transferencia de I+D sigue estable desde el 2004 y lo mismo sucede con la apertura del mercado interno, que está mucho mejor que en el 2003. El acceso a infraestructura comercial y profesional de servicios a empresas empeora ligeramente, seguramente debido a su encarecimiento. El mercado laboral se percibe como mejor que en los dos años anteriores y, finalmente, en la composición de la población, los expertos siguen sin ver un impacto derivado de la inmigración y su actividad empresarial.

Tabla nº 58 Obstáculos a la creación empresarial en el 2005, según la opinión de 379 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	% de tabla	Ranking 2005	Ranking 2004	Ranking 2003
Apoyo financiero	48,8%	1	1	1
Normas sociales y cult.	45,9%	2	2	2
Políticas Gub.	37,9%	3	3	3
Educación y Formación	29,7%	4	4	4
Programas Gub.	23,3%	5	5	5
Infraestructura física	14,9%	6	8	8
Capacidad emprendedora	13,8%	7	6	6
Clima económico	13,0%	8	9	13
Contexto político, instit y social	10,6%	9	7	10
Transferencia I+D	10,3%	10	10	11
Apertura del mercado	9,3%	11	11	7
Infraestructura Com. y Profes.	6,6%	12	13	12
Mercado laboral	4,0%	13	12	9
Composición de la población	,8%	14	14	14
Total	100,0%			



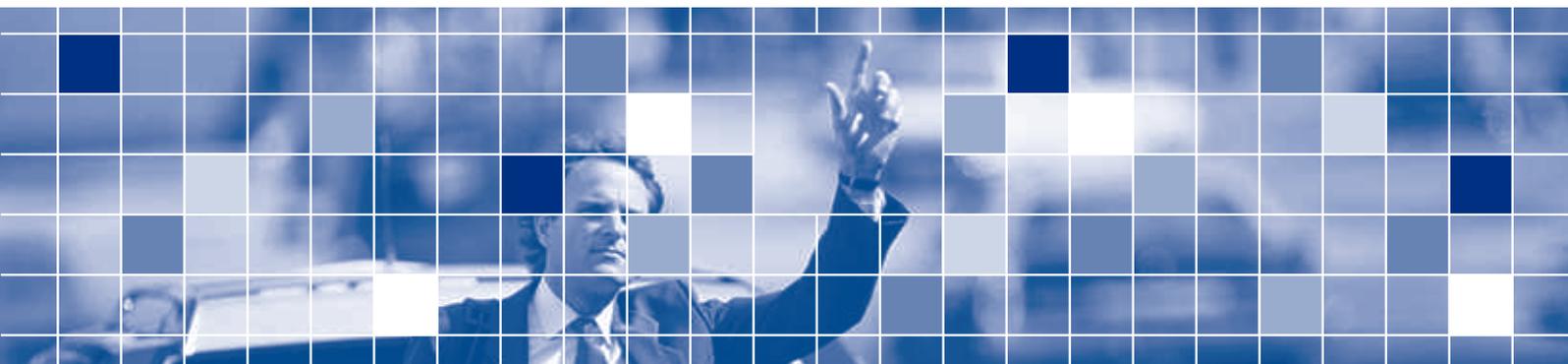
Por otro lado, al identificar los principales apoyos a la creación empresarial en España, los expertos han variado ostensiblemente su percepción de algunos de ellos desde el 2003 en adelante. Así, los Programas Gubernamentales están ocupando la primera posición desde hace dos años, cuando venían de la cuarta en el 2003. La lectura es clara: **los Programas Gubernamentales se han intensificado y el entorno para el emprendedor potencial es mejor gracias a ello**. Las políticas gubernamentales sufrieron un descenso en su percepción como apoyo entre el 2003 y el 2004 y, en el 2005 mejora su percepción colocándose en segunda posición en la lista de apoyos. El clima económico empeora un poco, tal y como ya se ha comentado al analizar los obstáculos, si bien está entre los apoyos más importantes a la creación de empresas. La educación y formación es uno de los apoyos más importantes y mejora posiciones desde el 2003, por lo que, al menos algo se está fraguando en su entorno a algunos niveles. El apoyo financiero también va ganando posiciones, por lo que las campañas publicitarias de cajas y bancos para emprendedores, junto con las ayudas públicas, están teniendo su repercusión. Las normas sociales y culturales han sufrido un retroceso para situarse al nivel del 2003. La apertura del mercado interno vuelve a empeorar tras la bonanza del 2003. El acceso a infraestructura física, que no se ha movido desde el 2004, sigue ocupando una posición baja como apoyo, debido al estado del mercado de oferta inmobiliaria. La capacidad emprendedora va ganando posiciones para mejorar. El acceso a infraestructura comercial y profesional empeora, según lo antes comentado y también la transferencia de I+D. En cambio, el mercado laboral se percibe como mejor. El contexto político, institucional y social empeora y la composición de la población sigue ocupando el último lugar, por lo que el incremento de actividad emprendedora derivado de la inmigración, todavía no se percibe como un apoyo general a dicha actividad.

Tabla nº 59 Apoyos a la creación empresarial en el 2005, según la opinión de 379 expertos de toda la geografía española

Clasificación de los factores citados por los expertos como apoyos a la creación de empresas en España, ordenados por orden de importancia	% de tabla	Ranking 2005	Ranking 2004	Ranking 2003
Programas Gubernamentales	42,7%	1	1	4
Políticas Gubernamentales	30,4%	2	3	1
Clima económico	29,3%	3	2	2
Educación y Formación	26,4%	4	5	7
Apoyo financiero	23,7%	5	7	8
Normas sociales y culturales	20,3%	6	4	6
Apertura del mercado	18,7%	7	6	3
Infraestructura física	14,1%	8	8	5
Capacidad emprendedora	13,6%	9	12	11
Infraestructura Comercial y Profesional	12,3%	10	9	9
Transferencia I+D	11,2%	11	10	13
Mercado laboral	9,3%	12	13	10
Contexto político, institucional y social	9,1%	13	11	12
Composición de la población	5,1%	14	14	14
Total	100,0%			

Con la perspectiva temporal de seis ediciones del Proyecto GEM en España, no hay duda de que las opiniones de los expertos constituyen un excelente barómetro del estado del entorno que rodea a la creación empresarial, pues han captado subjetivamente todas las evoluciones temporales que cuantifican los datos del estudio, garantizando la fiabilidad de la consulta a este colectivo y justificando plenamente su inclusión en el mismo.

Para completar este apartado, la Tabla nº 60 muestra la clasificación de temas a que se refieren las recomendaciones verbales de los expertos para mejorar el entorno de la creación empresarial, de las cuales se ofrece una muestra literal más adelante. Como se puede apreciar, el ámbito de la educación y la formación no se ha movido de la primera posición en tres años. Las políticas gubernamentales vuelven a ganar posiciones frente al 2004 y se colocan al mismo nivel que en el 2003. Los Programas Gubernamentales siguen ocupando la tercera posición y el apoyo financiero vuelve a la cuarta.



Las normas sociales y culturales siguen entre los temas principales y estables, al igual que la transferencia de I+D y el acceso a infraestructura física. El acceso a infraestructura comercial y profesional gana otra vez algo de importancia y también la apertura del mercado. Desciende el tema del contexto político, institucional y social y la capacidad emprendedora y suben algo las recomendaciones sobre el mercado laboral. Las recomendaciones sobre composición de la población se mueven por primera vez de la última posición, poniendo al fin de manifiesto que los expertos comienzan a tener en cuenta que la población española está siendo modificada en su estructura y que, por consiguiente, tiene que haber actuaciones de muy diversos tipos en relación a este tema.

Tabla nº 60 Temas tratados por los 379 expertos consultados en toda la geografía española, en las recomendaciones que hacen de políticas públicas para mejorar el entorno de la creación empresarial

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	% de tabla	Ranking 2005	Ranking 2004	Ranking 2003
Educación y Formación	52,1%	1	1	1
Políticas Gubernamentales	46,0%	2	4	2
Programas Gubernamentales	44,1%	3	3	3
Apoyo financiero	41,5%	4	2	4
Normas sociales y culturales	16,2%	5	5	6
Transferencia I+D	14,1%	6	6	7
Infraestructura física	13,0%	7	7	5
Infraestructura Com. y Profesional	8,2%	8	9	8
Apertura del mercado	5,9%	9	11	9
Contexto político, institucional y social	5,6%	10	8	11
Capacidad emprendedora	5,1%	11	10	10
Mercado laboral	1,3%	12	12	13
Composición de la población	1,1%	13	14	14
Clima económico	1,1%	14	13	12
Total	100,0%			

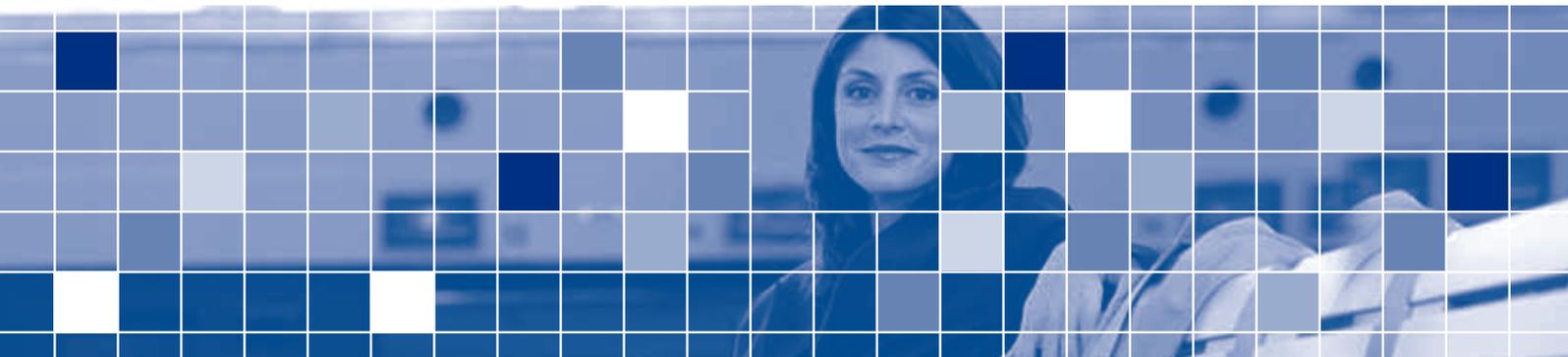
9.3 Aspectos favorables, desfavorables y recomendaciones: hablan los expertos

En este apartado se proporciona una muestra de respuestas abiertas de los expertos para ilustrar mejor los resultados anteriores. Comenzamos con los obstáculos, seguimos con los apoyos y concluimos con las recomendaciones.

9.3.1 Obstáculos

El Apoyo financiero ha sido el principal obstáculo citado. Entre las opiniones recogidas están la siguientes:

Existe una gran carencia de fondos privados para financiar start ups. La mayoría de los fondos van a parar a empresas maduras. Los emprendedores nacientes reciben fondos de sus familias, amigos y conocidos, pero habitualmente, estos fondos son insuficientes y limitan sus oportunidades de posterior crecimiento y desarrollo.



Falta capital externo privado para financiar start ups (fondos diferentes de los procedentes de la banca). No existen muchos agentes financieros privados especializados en la inversión en nuevas iniciativas en España.

Los costes financieros del start up son demasiado elevados, por norma general, en España. Este hecho desanima a algunos emprendedores potenciales.

En España es necesario un mejor acceso a los canales financieros públicos y privados por parte de los emprendedores en general.

Uno de los temas que realmente limita la creación de empresas en España es la falta de apoyo financiero en general.

Una de las mayores dificultades que desanima a los emprendedores potenciales es la dificultad de acceso a los canales financieros. Los bancos piden unas garantías que no son fáciles de obtener y muchas buenas ideas no se llevan a la práctica por falta de capital semilla.

Las **normas sociales y culturales** han constituido el segundo obstáculo en opinión de los expertos. Algunas explicaciones facilitadas sobre ello son:

Falta de cultura emprendedora y de asunción de riesgos, valores que no se hallan entre los más destacados de nuestra sociedad.

La escala de valores de nuestra sociedad no impulsa la creatividad y la asunción de riesgos. Preferimos tener trabajos seguros y buenos planes de pensiones que invertir en negocios prometedores.

La mayoría de nuestros emprendedores tienen miedo a los cambios y tienen que superar esta condición para enfrentarse a los retos de las nuevas tecnologías, la innovación y las nuevas formas de producir bienes y ofrecer servicios. La innovación es clave y temerla no es bueno de cara al fomento de la creación de empresas.

Como resultado de nuestra falta de enseñanza de valores emprendedores en nuestro sistema educacional, los españoles no admiramos a los emprendedores de éxito y, la sociedad en general no aprecia su duro e importante trabajo.

Las **Políticas Gubernamentales** han ocupado el tercer lugar entre los obstáculos. Algunas opiniones acerca de este tema son:

El tema burocrático todavía no está del todo resuelto, en mi opinión. Actualmente siguen habiendo demasiados pasos, a pesar de que se van reduciendo y este tema constituye una barrera para muchos emprendedores.

La cantidad de papeleo y los costes laborales desaniman a muchos emprendedores en la fase naciente.

El tipo de barreras para acceder a contratos públicos hacen que el acceso a contratos directos sea mucho más difícil para las PYMES y más accesible a empresas más grandes, lo que, en parte perjudica sus posibilidades de crecimiento.

Tasa e impuestos demasiado elevados. Esta es una barrera importante para convertirse en emprendedor en España y, además puede ser la causa de algunas dificultades en determinado tipo de negocios.



Los impuestos son demasiado altos, especialmente en el caso de nuevos negocios, porque la mayoría de ellos necesitan más tiempo para consolidarse y hacerles frente con tranquilidad.

Dado el elevado número de respuestas disponibles, al ser 379 los expertos que han opinado, en la edición 2005 se ha efectuado una pequeña selección de respuestas acerca de los tres principales obstáculos detectados.

9.3.2 Apoyos

Los **Programas Gubernamentales** ocupan la primera posición entre los apoyos detectados por los expertos el año 2005. Algunas respuestas relacionadas con esta percepción son las siguientes:

Algunos Programas Gubernamentales para sectores específicos de la creación empresarial están obteniendo buenos resultados, especialmente, apoyados por incubadoras, nuevas leyes para acelerar el proceso de creación del negocio y otras.

Existe evidencia acerca de la efectividad de las incubadoras de empresas y otros centros promovidos desde el ámbito público que están ayudando a promover y canalizar la creación de nuevos negocios y empresas

Mucha más atención que en el pasado hacia los proyectos e iniciativas innovadoras, algunas de las cuales se pueden canalizar a través de determinados Programas Gubernamentales.

Las **Políticas Gubernamentales** están en segundo lugar gracias a percepciones como las que se pueden leer a continuación:

Cambios en el sistema regulador, en particular, reducción de tasas para start ups.

Algunas políticas públicas fomentan el auto-empleo y proporcionan ayuda a personas motivadas en este campo, lo cual es positivo para el entrepreneurship en general.

En los años más recientes es posible percibir algunas políticas públicas realmente acertadas en la proporción de apoyo a nuevos emprendedores, especialmente en algunos campos y sectores concretos.

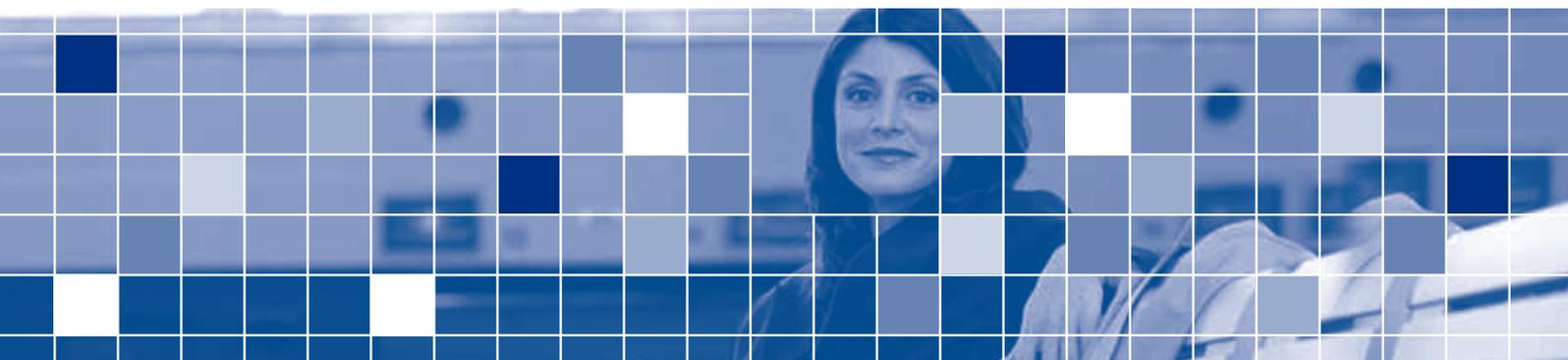
Actualmente, el sistema burocrático para llevar a cabo start ups es más sencillo y fácil y puede conseguirse en menor tiempo, dependiendo de las características del negocio.

Últimamente se pueden identificar más ayudas para emprendedores potenciales, tales como cursos específicos, financiación, trámites y otras, ofrecidas por organismos públicos.

Se puede ver que hay más ayuda de los gobiernos locales (Ayuntamientos) para impulsar la creación y ubicación de nuevas iniciativas empresariales en sus municipios.

Los Gobiernos Autonómicos están poniendo más oficinas de información y acceso a financiación a disposición de los emprendedores.

Más y mejor diálogo entre Gobierno y Asociaciones de Empresarios.



El **Clima Económico** es el tercer factor de apoyo que destaca en la lista facilitada por las opiniones de los expertos. Entre las respuestas que avalan esta posición están:

La integración de la Unión Europea y, en términos más generales, la globalización y los procesos de internacionalización, han contribuido a eliminar barreras y han traído consigo nuevas ideas y modelos de negocio.

La eliminación de ciertas barreras a la exportación e importación ha supuesto la presencia de mayor número de agentes extranjeros en nuestros mercados y ello ha obligado a muchas firmas a invertir en I+D para ser más competitivos.

La expansión económica, el crecimiento en empleo y la inmigración están generando nuevas oportunidades de negocio en nuestro país.

Estos últimos años se han caracterizado por la existencia de un clima económico favorable para los negocios, especialmente, en el sector servicios.

Dado el elevado número de respuestas disponibles, al ser 379 los expertos que han opinado, en la edición 2005 se ha efectuado una pequeña selección de respuestas acerca de los tres principales apoyos detectados.

9.3.3 Recomendaciones de los expertos

Sobre el **sistema educativo**, el primer tema de la tabla de recomendaciones de los expertos, destacan las siguientes opiniones:

Hay que diseñar Programas Específicos de Formación acerca de este tema en las Universidades para educar a futuros emprendedores. Todos los estudiantes de carreras relacionadas con áreas económicas deberían presentar un plan de negocio al finalizar la carrera.

Es necesario un cambio real en nuestro sistema educacional que permita a las nuevas generaciones ver el entrepreneurship como algo "normal"

Diseñar Programas especializados en la Universidad y el Post-grado para fomentar el espíritu emprendedor entre la población.

Rediseñar los estudios de administración de empresas para educar a los emprendedores y tratar de generar una cultura emprendedora desde la infancia, en las escuelas. Tenemos un problema de mentalidad y, si queremos cambiarlo, hay que comenzar por los niños.

En **Políticas Gubernamentales**, los expertos recomiendan, entre otras cosas:

El fomento del entrepreneurship debe provenir de la Administración Pública, especialmente de la Local, porque es la que mejor conoce los recursos de su área geográfica teniendo un contacto más directo con la gente de las ciudades, de manera que puede hacer mejores diagnósticos acerca de los recursos no explotados, especialmente en las pequeñas.



Hay que seguir reduciendo las trabas burocráticas para que cada vez afecten menos a los potenciales emprendedores.

El Gobierno debe aclarar los criterios que se utilizan para asignar fondos de apoyo a la creación de nuevas empresas.

Favorecer la renovación tecnológica de los negocios y empresas para aumentar su productividad y competitividad.

Facilitar certificados de calidad en menos tiempo y hacer más sencillos los procedimientos de registro para que las empresas sean más competitivas en el mercado y tengan mayor capacidad de reacción frente a la innovación.

En **Programas Gubernamentales**, el tercer tema destacado por los expertos en cuanto a recomendaciones:

Crear una agencia Gubernamental cuya función principal sea la de coordinar y supervisar los diferentes Programas de apoyo a la creación empresarial que existen a nivel nacional y de Comunidad Autónoma. La idea es evitar duplicidades en algunas áreas y evitar sobre-financiarlas como sucede actualmente.

Proporcionar más información acerca de la apertura del Mercado, la existencia de oportunidades y su ubicación geográfica en combinación con los Gobiernos Autonómicos y Locales.

Financiación pública para proyectos a largo plazo cuando su actividad económica o social se considere interesante sobre la base de objetivos parciales y cuantificables.

Finalmente, se destacan otras recomendaciones en campos diversos como el apoyo financiero, las transferencias de I+D y otras:

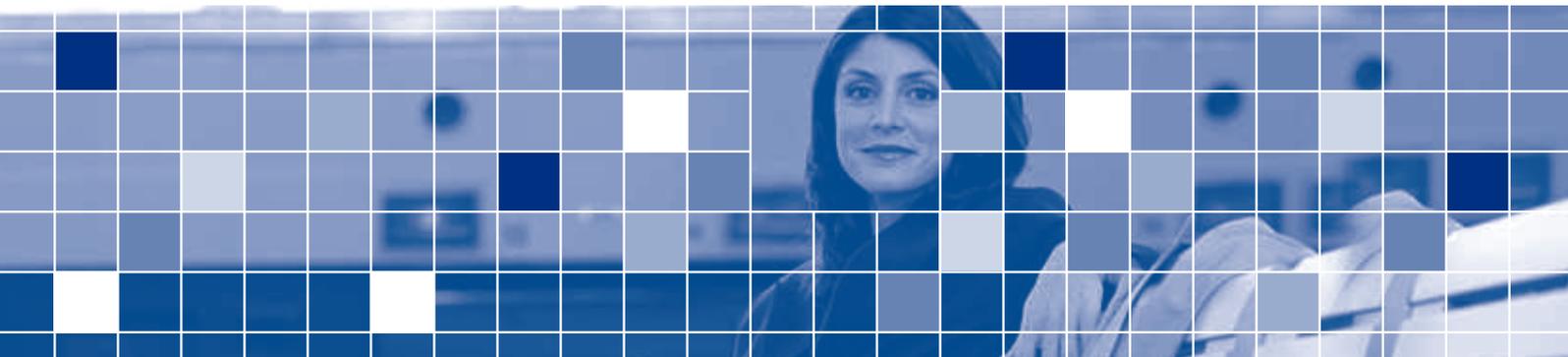
Los bancos deben estudiar las formas en que pueden proporcionar más apoyo a los emprendedores jóvenes. A pesar de que siempre hay que exigir ciertas garantías, los agentes bancarios deben tener en cuenta que la gente joven está mucho más preparada que años atrás y que, salvo excepciones, esto permite trabajar con menor riesgo.

Es necesario incrementar y promover las ayudas a la PYME en materia de innovación y revisar las características de la actual transferencia de I+D entre entidades del ámbito científico y académico y las empresas.

Incrementar el acceso a infraestructuras físicas, especialmente en zonas deprimidas de España o que no hayan tenido suficiente atención en este campo y analizar el comportamiento del mercado inmobiliario para ver cómo está afectando a la consecución de terrenos y locales para empresas.

Realizar más análisis de mercado que permitan identificar nichos, oportunidades y su ubicación idónea. Proporcionar estas informaciones a través de estudios, Cámaras de Comercio, Asociaciones de Empresarios, Administración Local y Autonómica y medios de comunicación en general.

Medidas de apoyo a la mujer para que pueda resultarle más fácil emprender y conciliar la vida laboral con la familiar.



9.4 Información detallada relativa a las condiciones de entorno

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

Tablas nº 61

Financiación

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión
En mi PAIS, hay suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento.	1,72	Falso
En mi PAIS, hay suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distintos de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,36	Más bien Falso
En mi PAIS, hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,47	Más bien Falso
En mi PAIS, hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.	2,71	Más bien Falso
En mi PAIS, hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,90	Más bien Falso
En mi PAIS, hay suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,11	Más bien cierto

Políticas Gubernamentales

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión
En mi PAIS, las nuevas empresas pueden realizar todos los tramites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.	2,13	Más bien Falso
En mi PAIS, las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo licitaciones o aprovisionamiento públicos).	2,36	Más bien Falso
En mi PAIS, las políticas gubernamentales de fomento y ayuda a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivas	2,69	Más bien Falso
En mi PAIS, el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal.	2,72	Más bien Falso
En mi PAIS, el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración autonómica.	2,99	Ni cierto ni falso
En mi PAIS, los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.	3,01	Ni cierto ni falso
En mi PAIS, los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.	3,17	Más bien cierto

Programas Gubernamentales

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión
En mi PAIS, casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.	2,69	Más bien Falso
En mi PAIS, los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.	2,79	Más bien Falso
En mi PAIS, existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.	2,98	Ni cierto ni falso
En mi PAIS, puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público. (Ventanilla única).	3,19	Más bien cierto
En mi PAIS, los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	3,22	Más bien cierto
En mi PAIS, los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.	3,23	Más bien cierto

Educación y Formación

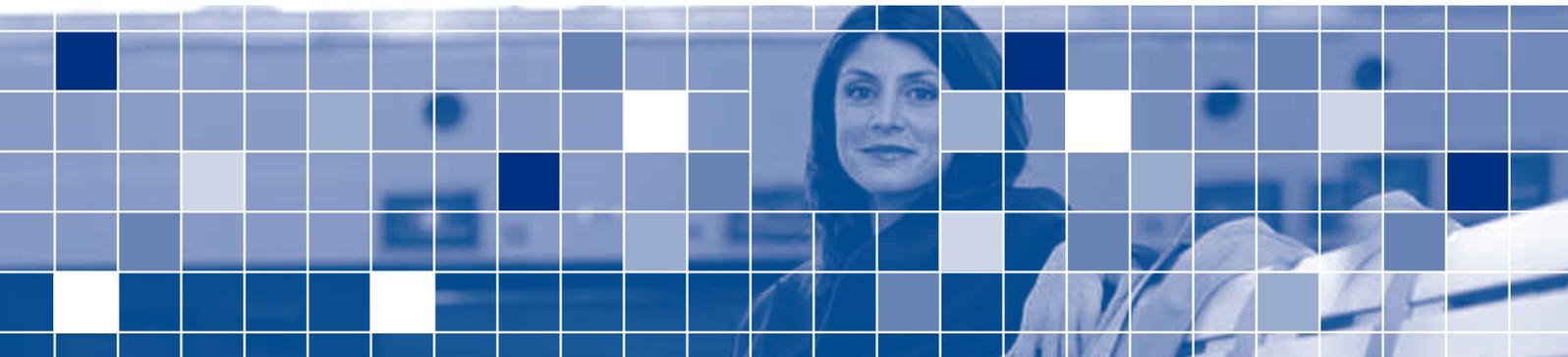
Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión
En mi PAIS, en la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.	1,68	Más bien Falso
En mi PAIS, en la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.	1,95	Más bien Falso
En mi PAIS, en la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	2,03	Más bien Falso
En mi PAIS, las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	2,36	Más bien Falso
En mi PAIS, los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	2,80	Más bien Falso
En mi PAIS, la formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	3,13	Más bien cierto

Transferencia tecnológica y de I+D

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión
En mi PAIS, las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.	2,10	Más bien Falso
En mi PAIS, las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.	2,34	Más bien Falso
En mi PAIS, existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.	2,36	Más bien Falso
En mi PAIS, las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.	2,54	Más bien Falso
En mi PAIS, las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.	2,68	Más bien Falso
En mi PAIS, la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto.	3,02	Ni cierto ni falso

Acceso a Infraestructura Comercial y de Servicios

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión
En mi PAIS, las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores.	2,58	Más bien Falso
En mi PAIS, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.	3,08	Ni cierto ni falso
En mi PAIS, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.	3,50	Más bien cierto
En mi PAIS, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares).	3,55	Más bien cierto
En mi PAIS, existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.	3,56	Más bien cierto



Apertura de mercado interno

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión
En mi PAIS, los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	2,15	Más bien Falso
En mi PAIS, los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro..	2,18	Más bien Falso
En mi PAIS, las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.	2,50	Más bien Falso
En mi PAIS, las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado.	2,52	Más bien Falso
En mi PAIS, las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas.	2,84	Más bien Falso
En mi PAIS, la legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.	2,99	Ni cierto ni falso

Infraestructura Física, Estado y Acceso

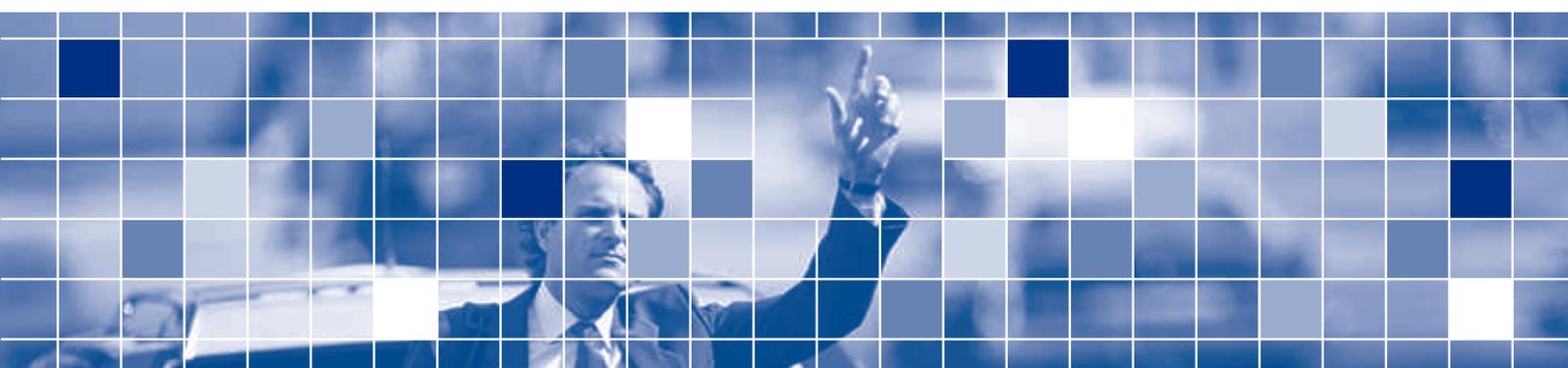
Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión
En mi PAIS, las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento	3,25	Más bien cierto
En mi PAIS, una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).	3,35	Más bien cierto
En mi PAIS, no es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.).	3,67	Más bien cierto
En mi PAIS, una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc) en aproximadamente un mes.	3,89	Más bien cierto
En mi PAIS, las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc).	3,92	Más bien cierto

Normas Sociales y Culturales

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión
En mi PAIS, las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial.	2,42	Más bien Falso
En mi PAIS, las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2,56	Más bien Falso
En mi PAIS, las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2,82	Más bien Falso
En mi PAIS, las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	2,87	Más bien Falso
En mi PAIS, las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	3,09	Ni cierto ni falso

Legislación y estado de registros, patentes y similares

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión
En mi PAIS, la venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs y productos registrados no está muy extendida.	2,06	Más bien Falso
En mi PAIS, la legislación sobre derechos de propiedad intelectual se hace cumplir de manera eficaz.	2,69	Más bien Falso
En mi PAIS, una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas.	2,89	Más bien Falso
En mi PAIS, la legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa.	3,22	Más bien cierto
En mi PAIS, se acepta en general que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados.	3,41	Más bien cierto



Apoyo a la mujer emprendedora

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión
En mi PAIS, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia.	2,31	Más bien Falso
En mi PAIS, se fomenta entre las mujeres el auto-empleo o la creación de empresas.	3,15	Más bien cierto
En mi PAIS, las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres.	3,26	Más bien cierto
En mi PAIS, crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer.	3,28	Más bien cierto
En mi PAIS, las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres.	4,24	Muy cierto

Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo

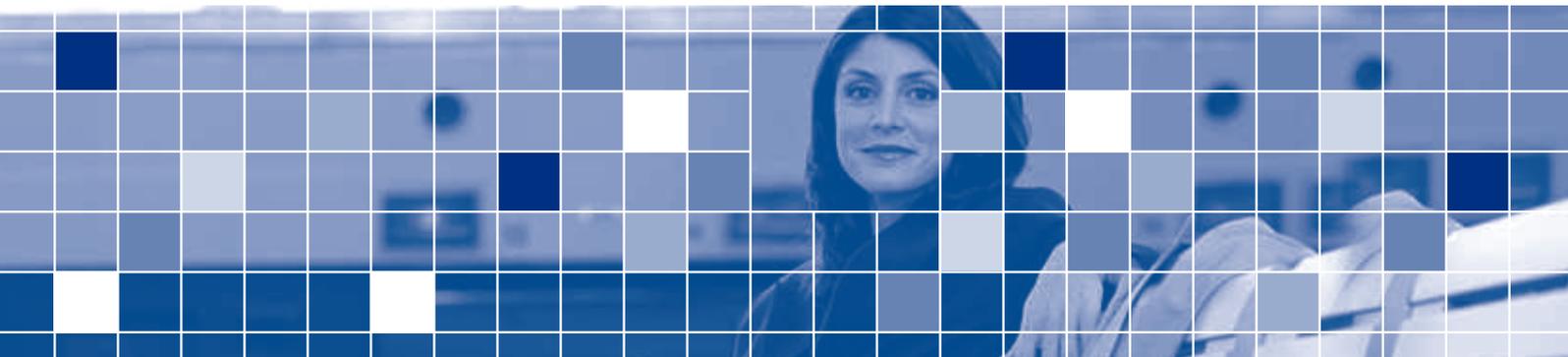
Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión
En mi PAIS, existen muchas iniciativas que son especialmente diseñadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo	2,68	Más bien Falso
En mi PAIS, los Programas de ayuda al emprendedor desarrollados por las distintas administraciones aplican criterios de selección muy estrictos y rigurosos para escoger a los destinatarios de las ayudas.	2,99	Más bien Falso
En mi PAIS, los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3,16	Más bien cierto
En mi PAIS, la gente que trabaja en temas de apoyo a la creación de empresas tiene suficientes habilidades y competencias para proporcionar apoyo a nuevas empresas con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3,18	Más bien cierto
En mi PAIS, el potencial de rápido crecimiento y desarrollo de las empresas se usa a menudo como criterio de selección de las entidades que son susceptibles de recibir apoyos a la creación empresarial.	3,21	Más bien cierto

9.5 Posición española en el ámbito internacional GEM 2005 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos

Los siguientes gráficos muestran la posición relativa española acerca de las condiciones evaluadas por los expertos en el entorno global de los países GEM que participan en la edición 2005. Las conclusiones que se extraen de su análisis se resumen a continuación:

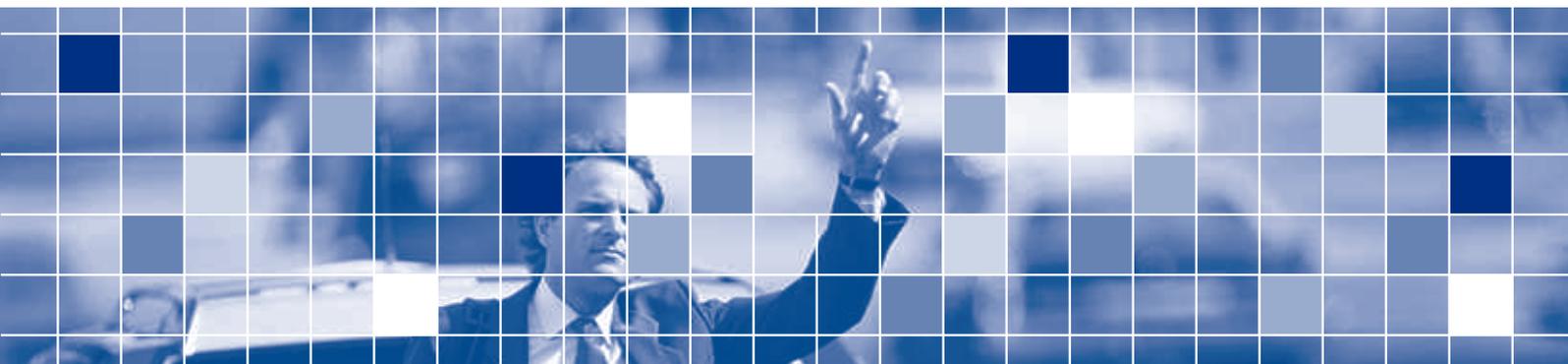
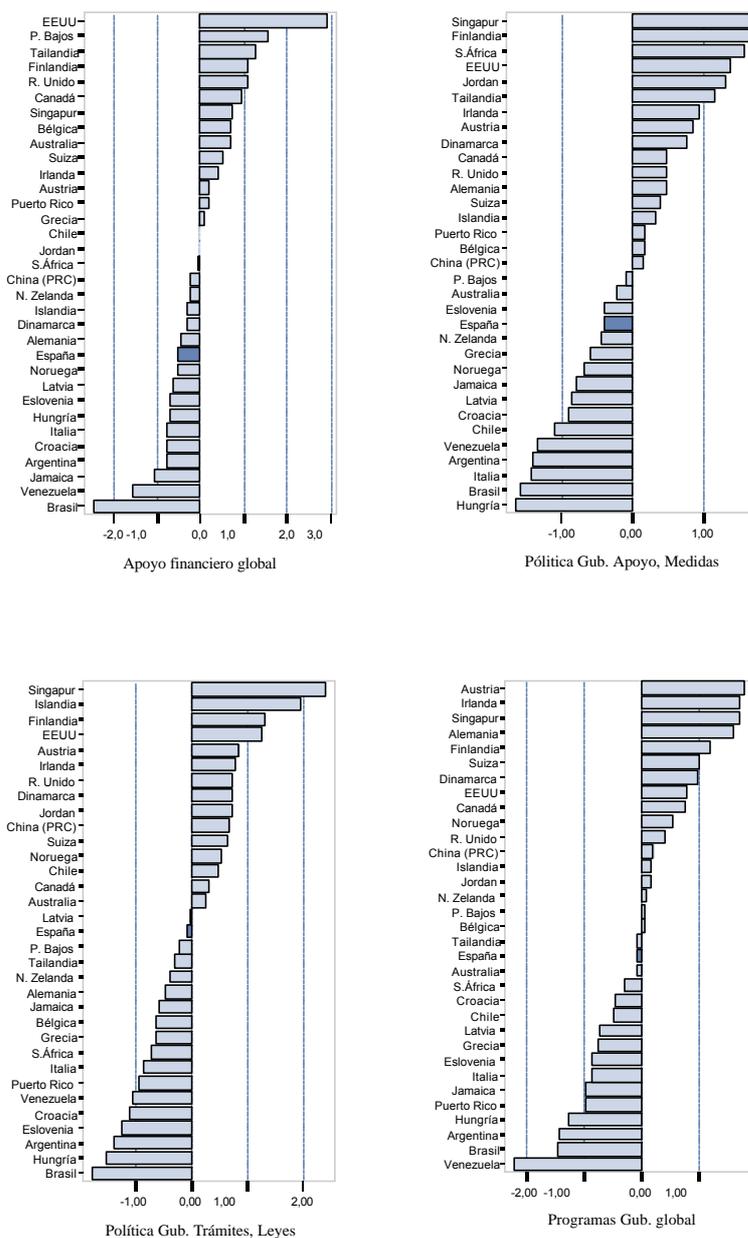
España sigue ocupando una posición precaria en relación al poyo financiero de la actividad emprendedora, si bien muchos países vecinos de la UE presentan una situación similar (Alemania y Dinamarca) o peor (Italia). Los Países Bajos y el Reino Unido son los mejor situados dentro del conjunto, por lo que se refiere a la UE.

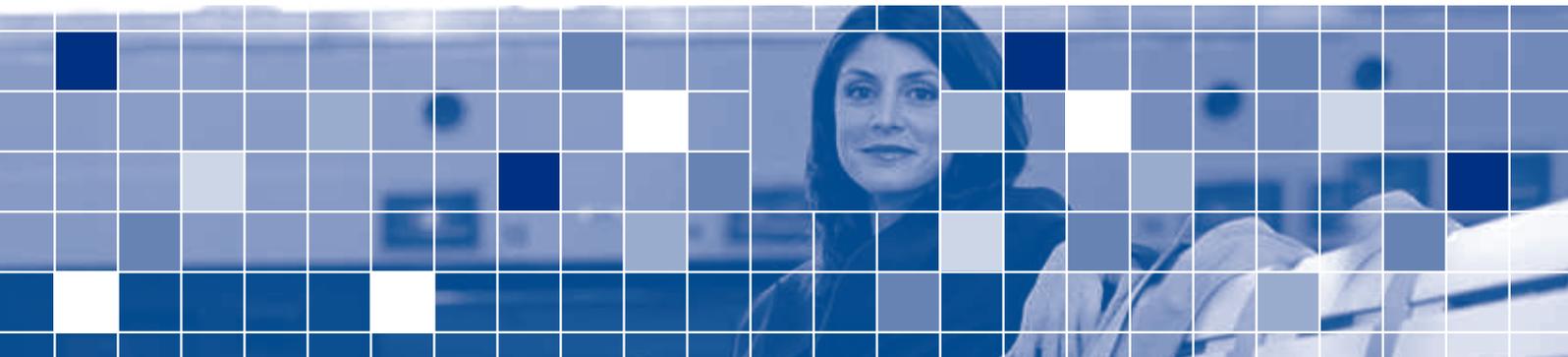
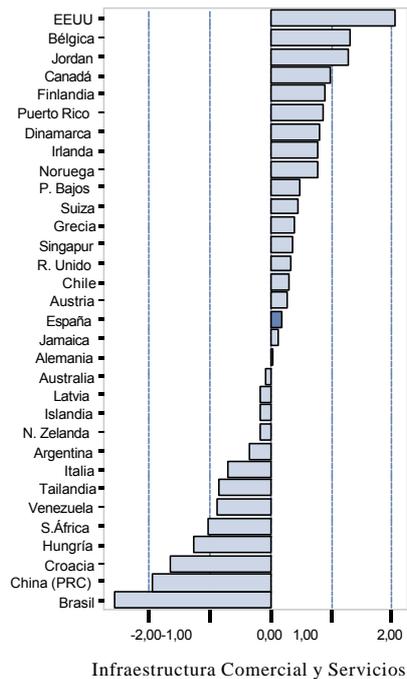
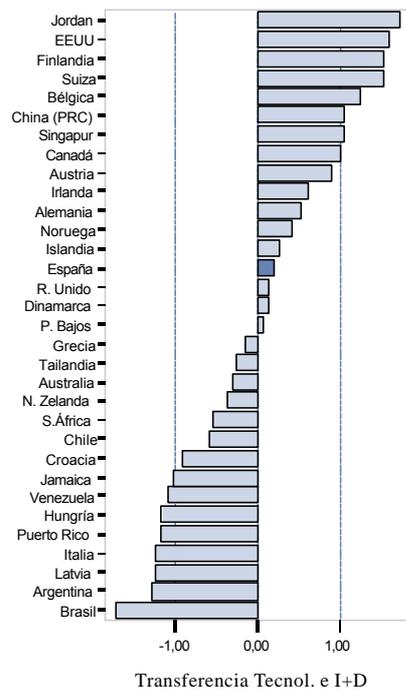
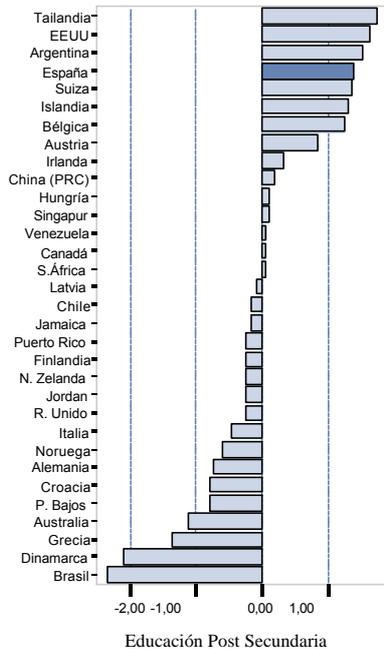
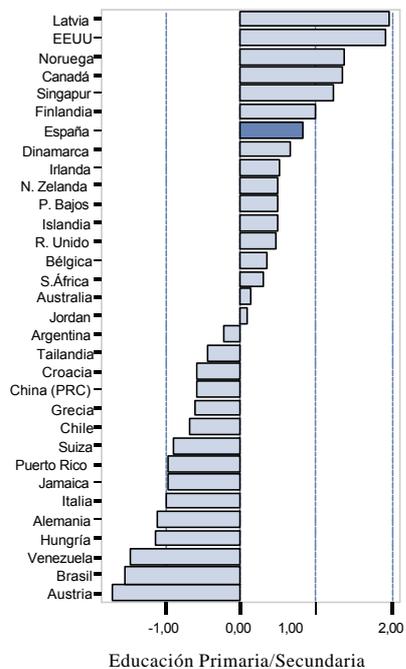
La Políticas gubernamentales que han mejorado más son las que se refieren a trámites burocráticos, mientras que sigue siendo desfavorable la posición de España en términos de apoyo al emprendedor en temas fiscales, prestaciones sociales y otros. En Programas Gubernamentales nos acercamos a la media internacional. La educación y la formación nos proporcionan una engañosa buena posición ya que es un tema muy precario en todo el entorno internacional.

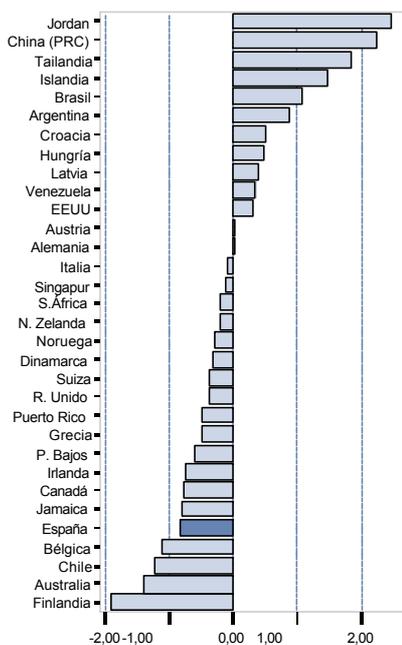


La Transferencia en I+D y el acceso a infraestructura comercial y profesional comienza a ser esperanzador dentro de un discreto panorama internacional. La apertura de nuestro mercado es precaria y también las normas sociales y culturales aunque han mejorado. El acceso a infraestructura física, la protección de los derechos intelectuales y el apoyo a la mujer tampoco nos dejan en buenas posiciones internacionales. Finalmente, en apoyo al crecimiento y desarrollo de empresas, España queda muy por debajo de la media y el país europeo más aventajado en este aspecto, dentro de una tónica moderada es Irlanda.

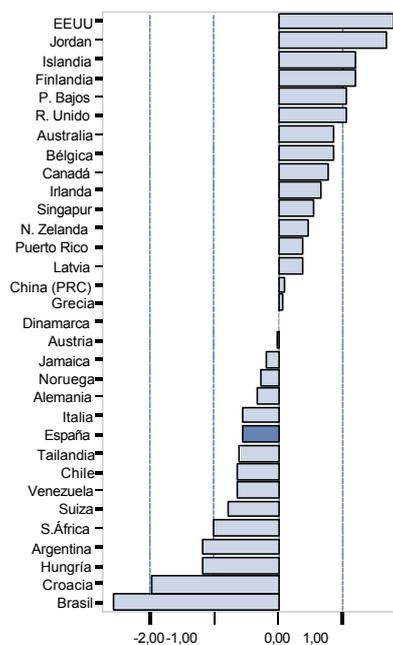
Figura nº 80 Situación internacional de España respecto a las condiciones de entorno



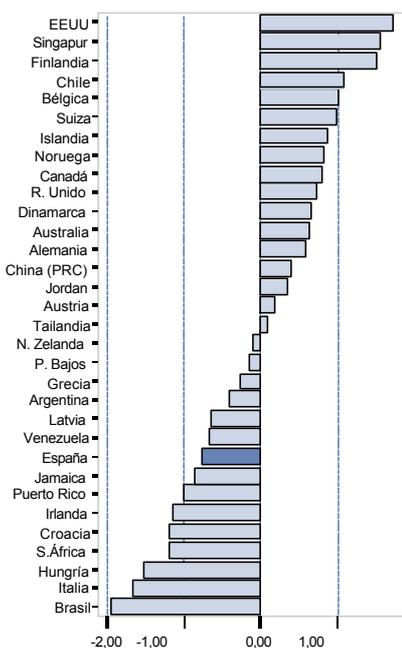




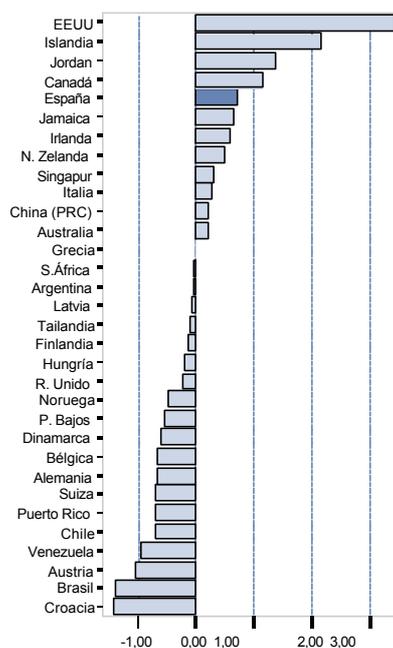
Apertura mercado interno: capacidad de reacción



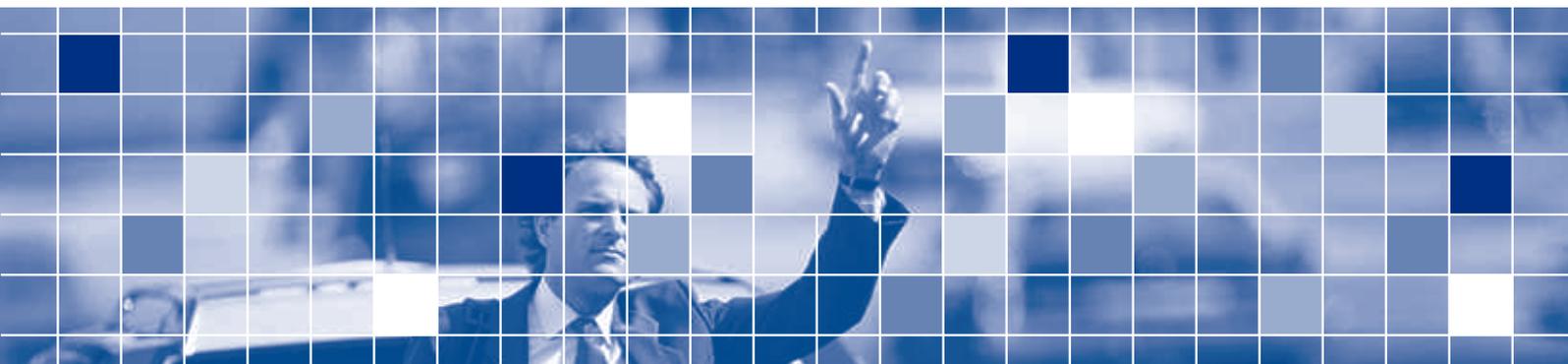
Apertura mercado interno: barreras

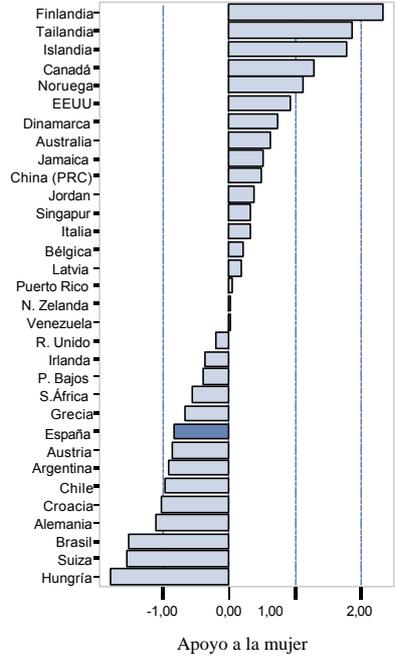
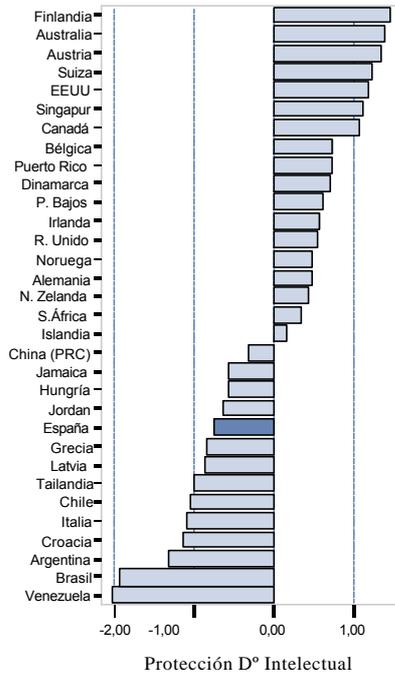


Acceso a infraestructura física



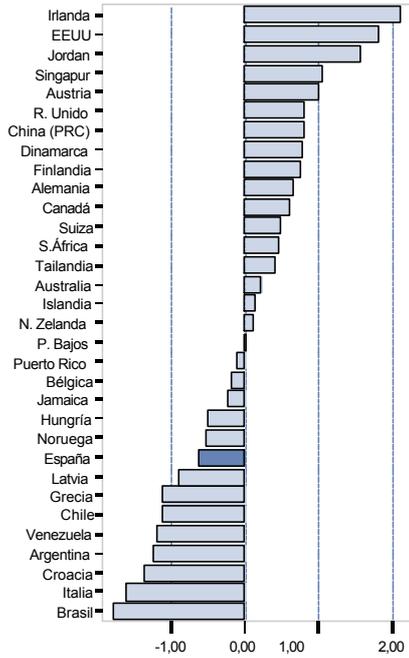
Normas sociales y culturales



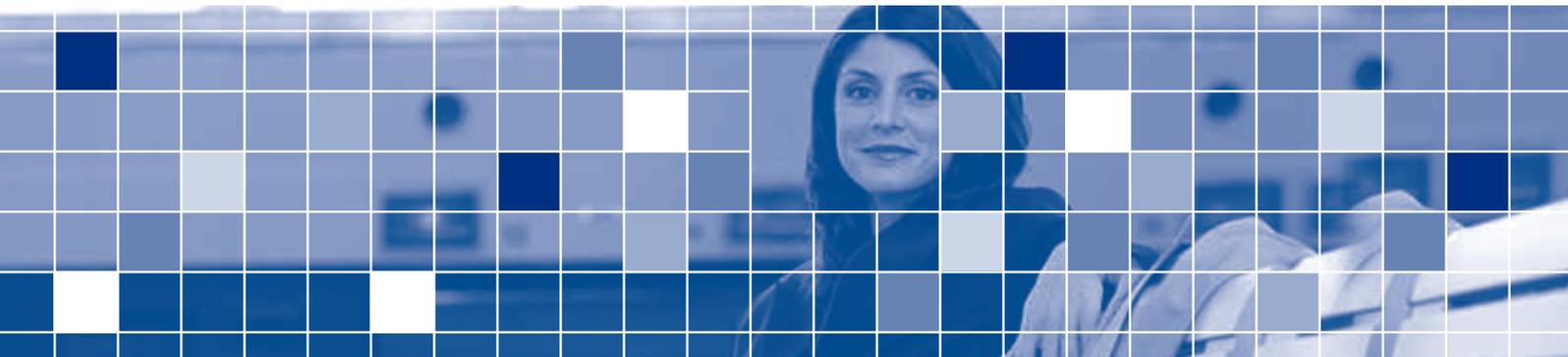


Protección Dº Intelectual

Apoyo a la mujer



Apoyo al Crec. y desarrollo de empresas



Capítulo 10: Principales conclusiones del Proyecto GEM Global 2005 acerca de la relación entre actividad emprendedora y crecimiento económico y otros aspectos de la actividad emprendedora a nivel internacional

10.1. Introducción

10.2. Resultados y conclusiones de los análisis realizados a nivel internacional



Capítulo 10: Principales conclusiones del Proyecto GEM Global 2005 acerca de la relación entre actividad emprendedora y crecimiento económico y otros aspectos de la actividad emprendedora a nivel internacional

10.1 Introducción

El Informe Global del Proyecto GEM viene mostrando, al igual que otros estudios, una relación sistemática entre el PIB per capita de los países, su crecimiento económico y su nivel y tipo de actividad emprendedora. Los países que tienen un PIB per capita similar tienden a mostrar niveles de actividad emprendedora parecidos, existiendo notables diferencias entre los países que tienen distintos niveles de PIB per capita.

El Informe Global de 2005 también proporciona evidencia consistente acerca de dicha relación. Los datos del 2005 muestran que en niveles bajos de renta, el sector emprendedor proporciona oportunidades de empleo y buenos escenarios para la creación de nuevos mercados. A medida que la renta per capita aumenta, la emergencia de nuevas tecnologías y economías de escala permite que las grandes firmas establecidas satisfagan la demanda creciente de los mercados en expansión, así como incrementar la importancia relativa de su papel en la economía. Este aumento de importancia de las grandes empresas suele venir acompañado de una reducción de la creación empresarial porque hay un mayor número de personas que encuentra un trabajo estable en las grandes plantas industriales. Sin embargo, de resultados de este proceso, a medida que se generan de nuevo incrementos de renta, el papel jugado por el sector emprendedor crece de nuevo, ya que otra vez hay más personas que tienen los recursos necesarios para crear su propio negocio, en un ambiente económico que permite la explotación de oportunidades. Así, en las economías de rentas altas, los costes bajos y el buen ritmo del desarrollo tecnológico desembocan en un clima benigno para las actividades emprendedoras que se encuentran ante un escenario de nuevas ventajas competitivas.

10.2 Resultados y conclusiones de los análisis realizados a nivel internacional

A diferencia de ediciones anteriores, el Informe GEM Global del 2005 ha clasificado a los países participantes en grupos de renta baja, media y alta comparando su PIB con la media mundial y no con otros países del proyecto. Esta diferencia es importante porque uno de los objetivos del GEM es realizar un "benchmarking" de países que tengan características similares en todo el mundo, participen o no en el estudio.

Para llevar a cabo esta clasificación se ha llevado a cabo un análisis cluster basado en los PIBs per capita y en el ratio de crecimiento real del PIB en el 2005. Los resultados de este análisis son los que muestra la Tabla nº 62 y revelan la existencia de dos grandes grupos de países. El primer grupo tiene 12 países de Sudamérica, Europa del Este y África, todos los cuales presentan ratios relativamente elevados de crecimiento del PIB y niveles medios de PIB per capita. El segundo grupo contiene 22 países que, en conjunto tienen niveles altos de PIB per capita, pero unas tasas comparativamente bajas de crecimiento del PIB. En este segundo grupo está el Grupo de los 7, la mayoría de miembros de la Unión Europea, Australia y Nueva Zelanda¹².

(12) Z. Acs y otros, 2005.

Tabla nº 62 Clusters de Países

Cluster 1: Países de Renta media y alto crecimiento			Cluster 2: Países de Renta alta y bajo crecimiento		
	2005 PIB Real per capita	2005 % PIB Real crecimiento		2005 PIB Real per capita	2005 % PIB Real crecimiento
Argentina	4,380	6	Australia	33,629	2.6
Brasil	4,124	3.7	Austria	39,292	2.1
Chile	6,272	6.1	Bélgica	37,730	2.1
Croacia	7,801	3.8	Canadá	34,028	2.8
Hungría	10,978	3.7	Dinamarca	49,182	2.2
Jamaica	3,388	2.5	Finlandia	39,098	3.1
Latvia	6,559	7.3	Francia	35,727	2
Mejico	6,771	3.7	Alemania	35,075	0.8
Eslovenia	17,606	4	Grecia	21,017	3
S Africa	4,698	4	Islandia	52,063	5.4
Tailandia	2,665	5.6	Irlanda	50,303	4.8
Venezuela	4,627	4.6	Italia	31,874	1.2
			Japón	37,566	0.8
			P. Bajos	38,320	1.5
			N. Zelanda	26,291	2.8
			Noruega	61,852	3.7
			Singapur	26,481	4
			España	27,074	2.8
			Suecia	42,392	3
			Suiza	52,879	1.2
			Reino Unido	38,098	2.6
			Estados Unidos	41,917	3.6
N = 12			N = 22		
PIB medio per capita, precios corrientes, en USD = 6,656			PIB medio per capita, precios corrientes, en USD = 38,722		
Crecimiento medio del PIB real 2005 = 4.6%			Crecimiento medio del PIB real 2005 = 2.6%		
Fuente: World Economic Outlook Database (July 2005), http://www.imf.org					

Los valores medios del PIB per capita y de los ratios de crecimiento del PIB son significativamente diferentes a un 99% de confianza y la variación dentro de cada cluster es relativamente pequeña. La tabla nº 63 compara los porcentajes de diferentes etapas de la actividad emprendedora en los dos clusters anteriores de países.

Tabla nº 63 Diferencias porcentuales entre los clusters de países en tasas de actividad emprendedora de cada fase del proceso emprendedor

	Porcentaje de emprendedores nacientes	Porcentaje de emprendedores nuevos	Porcentaje de nacientes y nuevos*	Porcentaje de emprendedores consolidados	Porcentaje de nacientes, nuevos y consolidados
Cluster de renta media	5.84%	4.3%	10%	5.76%	15.5%
Cluster de renta alta	3.63%	3.07%	6%	6.64%	12.35%
Significación de diferencia de medias	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Muestra	106,495	106,495	106,495	106,495	106,495
Nota: Resultados sin ponderar. * Esta medida es el índice TEA o Total Entrepreneurial Activity					



Como se puede observar, existe una importante diferencia entre la fase early stage y la consolidada entre ambos clusters: mientras los países de renta media lideran las tasas de la fase early stage con más emprendedores nacientes y nuevos, los países de renta alta muestran una mayor tasa de empresarios consolidados. Las diferencias entre los dos clusters son estadísticamente significativas a un nivel de confianza del 99%. Este resultado sugiere que la tasa de consolidados y de early stage también varía significativamente entre los dos grupos de países. La Tabla nº 64 muestra este ratio para 34 países de la muestra (todos excepto China), ratio que puede ser interpretado como una variable proxy de las oportunidades de supervivencia de los emprendedores de la fase early stage (nacientes y nuevos) en un país, bajo el supuesto de que los ratios de actividad emprendedora early stage y consolidada permanecen constantes en el tiempo. Por consiguiente, cuanto mayor es este ratio, mayores son las probabilidades de que un emprendedor en fase early stage llegue a consolidarse. Obviamente, tanto el ratio como el ranking de países que muestra la tabla 4 están sujetos a muestreo, por lo que sus resultados deben interpretarse con cautela. Sin embargo, los datos ponen de manifiesto un patrón de comportamiento significativo: los países desarrollados con tasas relativamente bajas de actividad early stage presiden los primeros puestos de la lista (Japón, Finlandia, Grecia, Suiza), mientras que la parte final de la misma está ocupada por países que pertenecen a rentas medias (Sudáfrica, Méjico, Chile, Venezuela).

Tabla nº 64 Ratio de transición

Emprendedores consolidados / Emprendedores early stage			Emprendedores consolidados / Emprendedores early stage		
País	Ratio	Ranking	País	Ratio	Ranking
Japón	2.45	1	Alemania	0.78	19
Finlandia	1.73	2	Latvia	0.75	20
Grecia	1.61	3	Austria	0.73	21
Suiza	1.60	4	Islandia	0.68	22
Suecia	1.56	5	Tailandia	0.68	23
Eslovenia	1.44	6	Singapur	0.66	24
Bélgica	1.43	7	N. Zelanda	0.62	25
España	1.36	8	Croacia	0.60	26
Italia	1.30	9	Jamaica	0.56	27
P. Bajos	1.30	10	Argentina	0.52	28
Hungría	1.06	11	Francia	0.42	29
Dinamarca	0.92	12	Estados Unidos	0.38	30
Brasil	0.89	13	Venezuela	0.34	31
Australia	0.88	14	Chile	0.34	32
Irlanda	0.82	15	Méjico	0.32	33
Reino Unido	0.82	16	S. África	0.25	34
Canadá	0.79	17	Media	0.92	
Noruega	0.79	18	Nota: Resultados ponderados		

El análisis de la Tabla nº 65 consolida a nivel estadístico los resultados de la anterior poniendo en evidencia que los emprendedores en fase early stage (nacientes y nuevos) tienen más probabilidades de supervivencia y consolidación en los países de renta alta y bajo crecimiento que en los países de renta media y alto crecimiento. La diferencia de los ratios medios de transición entre los dos clusters de países es significativa al 99% de confianza. La posición media de los clusters de países en el ranking que se deriva de este ratio, y que va del 1 al 34, es decir, con tantas posiciones como países participantes en este análisis, indica lo mismo. Así, el punto medio del cluster de países de renta media y alto crecimiento es de 23,67 puntos sobre los 34 posibles y, el punto medio de los países de renta alta y bajo crecimiento es 14,13. Al ser estadísticamente diferentes estos dos puntos medios, se concluye que las posibilidades de supervivencia de los emprendedores son también diferentes según el cluster al que pertenezca su país. Por consiguiente, en los países del primer cluster: Japón, Finlandia, Grecia, Suiza, Suecia, etc., un emprendedor tiene más probabilidad de consolidarse que en los países del otro cluster. Así, España, es un país cuyo entorno ofrece buenas posibilidades de consolidación (al ocupar la posición 8) y Méjico y Sudáfrica son los países en que, comparando con el resto, un emprendedor tiene menos posibilidades de supervivencia.

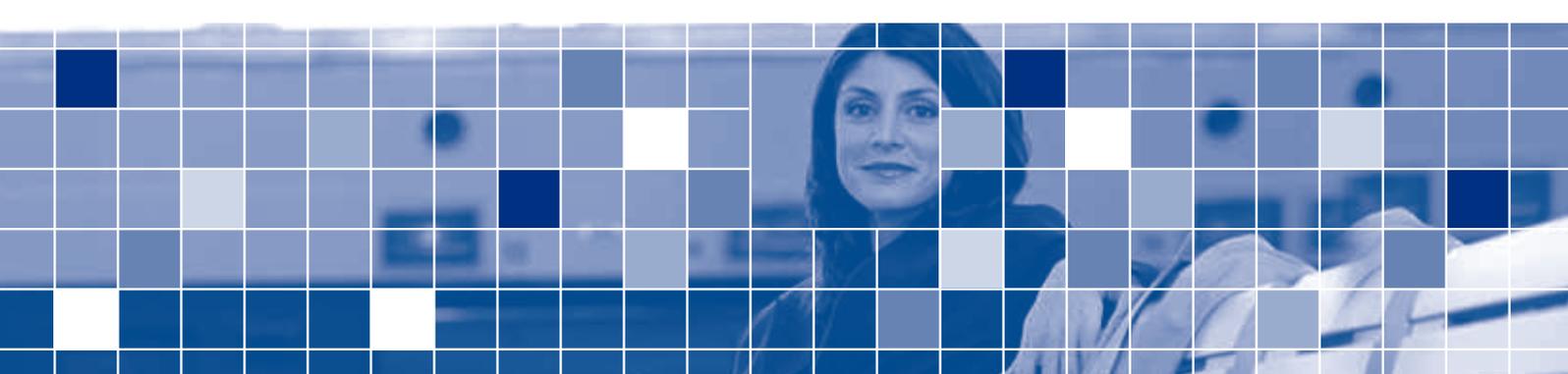


Tabla nº 65 Diferencias en los ratios de transición de los dos clusters de países

	Ratio medio emprendedores consolidados / emprendedores early-stage	Posición media de ranking
Cluster de renta media y alto crecimiento	0.646	23.67
Cluster de renta alta y bajo crecimiento	1.074	14.13
Significación del Test de Igualdad de Rangos de Mann -Whitney -(U Test)	0.008	
Nota: Resultados ponderados.		

La Tabla 66 muestra que el ratio de actividad emprendedora por oportunidad sobre actividad emprendedora por necesidad es más favorable en el cluster de países de renta alta. La diferencia en la distribución de este ratio entre los dos clusters de países es estadísticamente significativa al 99% de confianza y, también lo es el centro medio de posición. El 25,7 indica que el país típico de renta media y alto crecimiento en que el cociente entre TEA05op y TEA05nec es aproximadamente 2,79, ocupa el puesto casi 26 en la lista de 34, mientras que, cuando este cociente es de 7,87, el país ocupa el lugar 13 de la lista. En definitiva, el resultado ratifica lo que se viene observando desde que se inició el GEM: que existen diferencias cualitativas en cuanto a la motivación en la puesta en marcha de negocios en los países de renta alta y en los de baja.

Tabla nº 66 Diferencias en el ratio oportunidad versus necesidad tipo de motivación para emprender en los clusters de países

	Ratio medio TEA05op / TEA05nec	Ratio medio de posición en el ranking por oportunidad y necesidad
Cluster de renta media y alto crecimiento	2.795	25.75
Cluster de renta alta y bajo crecimiento	7.868	13.00
Significación del Test de Igualdad de Rangos de Mann -Whitney -(U Test)	0.000	
Nota: Resultados ponderados.		

Otros análisis complementarios que se han llevado a cabo en la edición 2005, han revelado la existencia de una correlación positiva y significativa entre el ratio de oportunidad sobre necesidad y los ratios de transición de la etapa early stage a la consolidada presentados en la Tabla nº 64. Este resultado se interpreta de forma que los países en que la oportunidad es proporcionalmente más elevada que la necesidad, tienen una menor propensión a la mortalidad de iniciativas early stage y viceversa. Todo ello apunta hacia la existencia de una relación sistemática entre la motivación para emprender y la percepción de existencia de probabilidades para su subsistencia. Por ejemplo, en países con renta relativamente baja y poca cobertura de seguridad social, observamos una gran proporción de emprendedores por necesidad (p.e. Croacia, Brasil, Sudáfrica). En estos países, dada la falta de otras alternativas, la gente emprenderá aunque las perspectivas de supervivencia de los negocios no sean buenas. Contrastando con esta situación, la gente de países de rentas altas y fuerte cobertura de la seguridad social (Japón, Suecia y Suiza, por ejemplo) no emprenderá si no hay buenas perspectivas de supervivencia, lo cual se refleja perfectamente en sus bajas tasas de actividad emprendedora early stage y en su bajo porcentaje de emprendedores por necesidad.



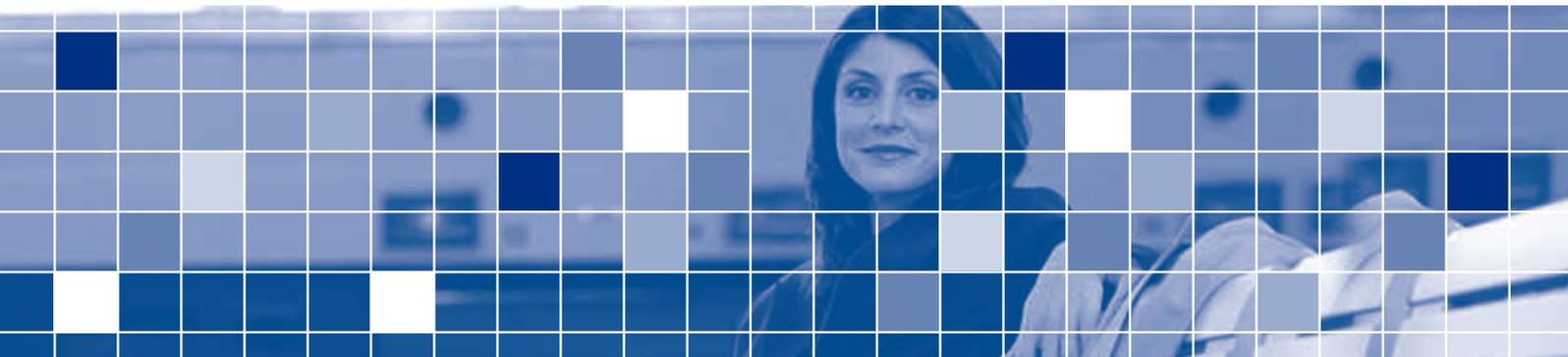
Otros análisis han mostrado que los emprendedores de los dos tipos de países que recogen los clusters son aproximadamente iguales en cuanto a innovación: no existe diferencia estadísticamente significativa en cuanto a lo innovadores que son los emprendedores en su oferta de productos y servicios. Este resultado pone de manifiesto que los emprendedores que ofrecen productos y servicios innovadores son relativamente escasos y extraordinarios en todos los países independientemente del nivel de renta y desarrollo de los mismos. Evidentemente, todos tenemos en mente que las empresas de los países desarrollados son más innovadoras y tecnológicamente avanzadas, y así es. De nuevo, hay que tener cuidado a la hora de interpretar los resultados del Proyecto GEM y tener en cuenta que se derivan de una misma encuesta que se pasa en países de diverso nivel de desarrollo. Por consiguiente, lo que nos indica este resultado es que los emprendedores de todos los tipos de países tienden a replicar productos existentes en sus mercados, independientemente de que sean más o menos avanzados en su propio entorno.

Asimismo, se ha constatado que los emprendedores early stage de los países de renta alta son algo más optimistas que los de rentas bajas en cuanto a la competencia esperada en sus mercados. Los emprendedores consolidados no muestran diferencias en este aspecto. Esto pone de manifiesto que los emprendedores early stage de los países de rentas altas son más optimistas acerca de la exclusividad de su negocio pero, también es cierto que este resultado se puede interpretar como que estos emprendedores pueden tener más éxito que los de países de rentas bajas en la identificación de nichos de mercado y oportunidades con poca competencia.

En cuanto al uso de nuevas tecnologías, tanto los emprendedores early stage como los consolidados de los países de renta media destacan por responder en mayor proporción que los de países de rentas altas que están utilizando tecnologías no disponibles el año anterior a la entrevista. Este resultado puede parecer sorprendente porque todos pensamos que las nuevas tecnologías se desarrollan y son más asequibles en los países de rentas altas y altamente industrializados. Sin embargo, el resultado tiene sentido si se tiene en cuenta que los países de rentas medias tienen más espacio y oportunidades de actualizar y modernizar sus recursos tecnológicos. Así, muchas de las tecnologías que actualmente son estándares y comunes en los países industrializados pueden ser, en cambio, nuevas para los productores de países menos desarrollados. Por consiguiente, la adopción de estas tecnologías en este tipo de países supone una novedad en mercado que no están excesivamente desarrollados.

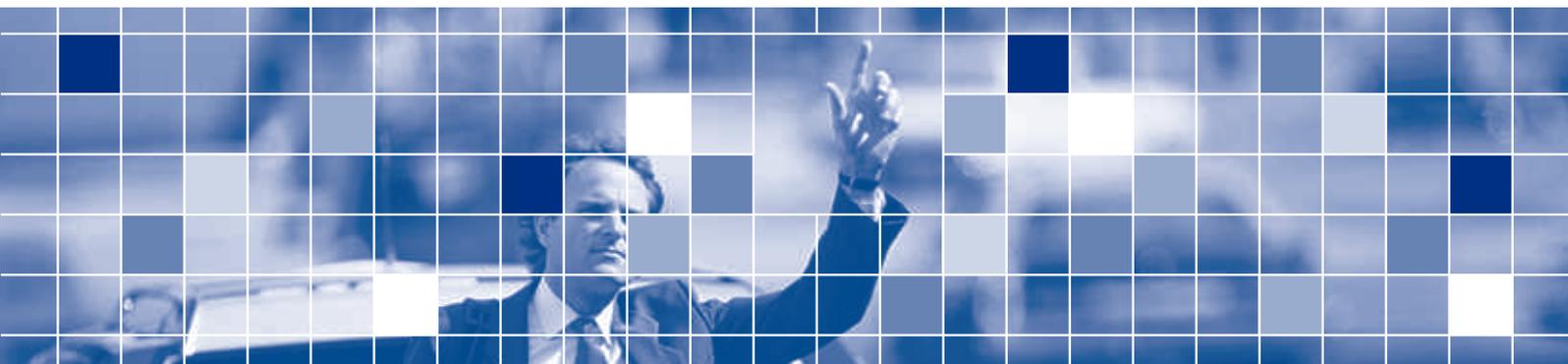
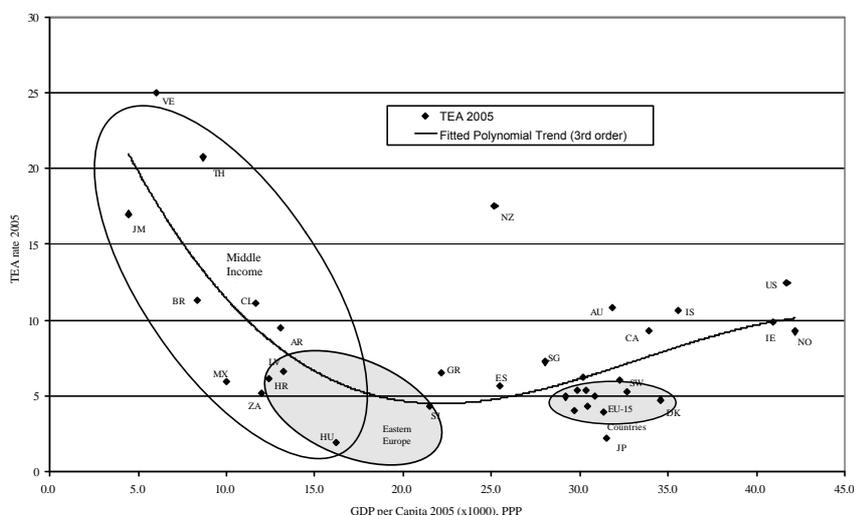
El potencial de crecimiento, uno de los temas candentes y de gran interés para el diseño de políticas públicas se analiza a través de índices elaborados a partir de los datos de novedad del producto ofrecido, el nivel esperado de competencia y la antigüedad de las tecnologías utilizadas. El potencial de crecimiento es superior para las firmas que utilizan nuevas tecnologías, esperan una baja competencia y ofrecen un producto o servicio que es nuevo para todos sus clientes. En el otro extremo, las empresas tienen un bajo potencial de crecimiento si nacieron en un mercado que no es nuevo, altamente competitivo y en el cual se vienen utilizando tecnologías consolidadas. Esencialmente, estos últimos tipos de negocio imitan a otros ya existentes y, aunque contribuyen a la economía, tienen escaso potencial de crecimiento y su mayor valor es estimular la competitividad y la eficiencia del mercado. A nivel internacional, los emprendedores en fase early stage tienen mayor potencial de crecimiento que los consolidados pero, en todos los países, la mayoría de negocios muestran un nulo o escaso potencial de crecimiento. Al comparar el potencial de crecimiento de las empresas en países de rentas altas y medias, los emprendedores de estos últimos muestran (significativamente) un mayor potencial de crecimiento. Sin embargo, tal y como se ha apuntado antes, sus tecnologías no tienen por qué ser nuevas en el sentido estricto de la palabra, bastando con que lo sean en la región de referencia. Por consiguiente, los emprendedores de los países de renta media son más propensos a utilizar tecnologías que son nuevas en su mercado. Este resultado es importante en tres aspectos:

- El mayor crecimiento del PIB per capita en estos países se refleja en el mayor potencial de innovación y potencial de crecimiento de su actividad emprendedora.
- El mayor promedio de potencial de crecimiento de los emprendedores de los países de renta media está estrechamente relacionado con el uso de nuevas tecnologías y procedimientos.
- La difusión de nuevas tecnologías de los países desarrollados hacia los menos desarrollados es crucial para su proceso de recuperación, pues permite la renovación de tecnologías y conduce hacia un mayor crecimiento del PIB.



Finalmente, la relevancia del uso de los clusters de países para la extracción de conclusiones generales se justifica plenamente al observar la Figura nº 81, que muestra la relación existente entre el PIB per capita, como representante del desarrollo de los países y la tasa de actividad emprendedora early stage como representante del proceso de creación de empresas. El PIB per capita viene medido de forma que indica el poder adquisitivo de la población de cada país para corregir las diferencias de coste de la vida en el conjunto. El grupo de países de renta media presenta una relación negativa entre ambas variables, mientras que esta relación es tentativamente positiva a medida que aumenta la renta. La relación negativa se explica porque a medida que los países se desarrollan la oferta de empleo en las grandes compañías aumenta y la gente va perdiendo interés por la creación de empresas más arriesgada y sacrificada, de forma que la actividad económica va decreciendo a medida que aumenta el desarrollo. Entre los países de renta media hay un grupo que corresponde a Europa. Estos países se irán alineando con las situaciones de los 15 más potentes de la UE a medida que se vayan abriendo sus mercados. En países más ricos, donde la gente tiene más posibilidades en el mercado laboral y las instituciones están bien desarrolladas, la creación de empresas puede resultar una opción atractiva para aquellos que buscan independencia personal y económica. En la parte del gráfico en que se hallan los 15 de la UE, el comportamiento de las variables analizadas pone de manifiesto que la tasa de actividad emprendedora early stage es relativamente baja respecto a los PIB per capita. Este hecho responde a las conclusiones que se han extraído en el Green Paper de la Comisión Europea: el estigma del fracaso, el envejecimiento de las poblaciones, la falta de sistemas de seguridad social para empresarios y el remanente de puestos de trabajo que todavía ofrecen las grandes compañías y las administraciones, son un freno al desarrollo del entrepreneurship, a pesar de que en breve plazo será imprescindible su mayor desarrollo (Bosma y otros, 2005).

Figura nº 81 Relación entre la tasa de actividad emprendedora Early-Stage (TEA) y el PIB per Capita de los países participantes en la edición GEM 2005



Capítulo 11: Análisis comparativo de la actividad emprendedora por regiones

11.1. Introducción

11.2. El proceso emprendedor y la dinámica empresarial regional en el 2005

11.3. La motivación para emprender en las Comunidades Autónomas participantes en el 2005

11.4. Algunas características de la actividad emprendedora en las Comunidades Autónomas participantes



Capítulo 11: Análisis comparativo de la actividad emprendedora por regiones

11.1 Introducción

Con la incorporación de Navarra y Galicia, son ya 10 los equipos de investigación creados en el ámbito de las Comunidades Autónomas en el Proyecto GEM español. La calidad y desarrollo de los informes presentados por estos equipos es la misma que la del presente informe, de forma que los agentes interesados en el análisis de los apartados que aquí se han presentado para: Andalucía, Canarias, Castilla y León, Cataluña, la Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Navarra y el País Vasco, pueden consultar los respectivos informes que en cada una de estas regiones se han confeccionado.

Para el 2006 se espera completar aún más el análisis detallado del territorio español con las incorporaciones de Murcia, Castilla y La Mancha y probablemente alguna Comunidad Autónoma más.

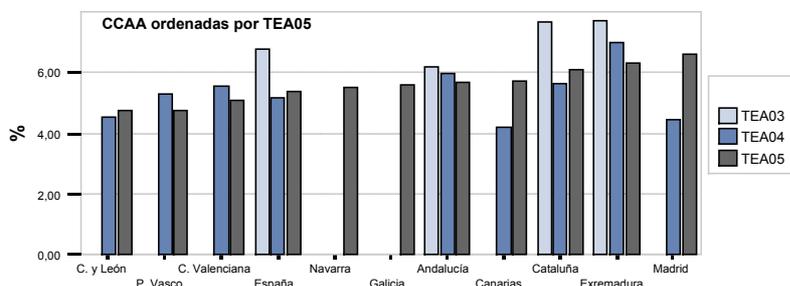
Este apartado se limita pues, a proporcionar los datos básicos de comparación de las principales variables que caracterizan la actividad emprendedora de las regiones respecto a España, remitiendo a los interesados en cada Comunidad Autónoma a sus respectivos informes.

11.2 El proceso emprendedor y la dinámica empresarial regional en el 2005

La actividad emprendedora early stage (emprendedores nacientes y nuevos) presenta interesantes diferencias regionales y de evolución como puede apreciarse en la Figura nº 82. Las Comunidades Autónomas que en el 2005 superan la media española son todas con excepción de Castilla y León, el País Vasco y la Comunidad Valenciana.

La recesión del 2004 se está recuperando en todas las regiones a diferentes ritmos, salvo en el caso de Andalucía, la Comunidad Valenciana y el País Vasco, Comunidades en las que ha persistido.

Figura nº 82 Participación de la población adulta de las CCAA españolas en actividades emprendedoras early stage (TEA05 regional)¹³

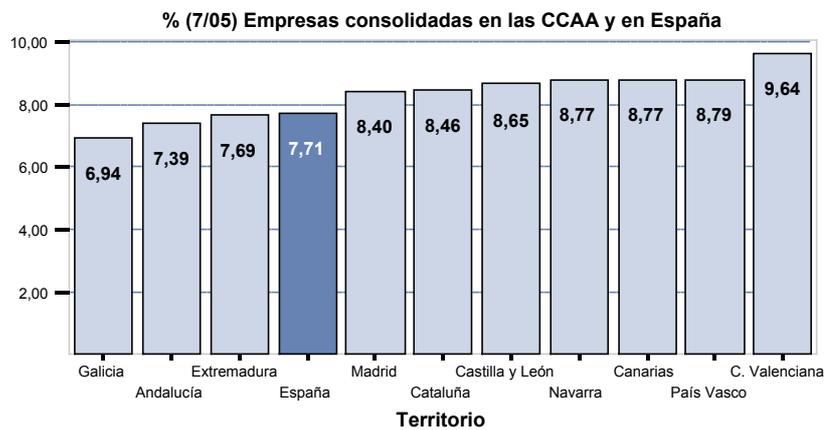


(13) Nota: las tasas que se presentan en esta figura han sido calculadas sobre población del INE y no sobre ponderación de población del US Census que es la utilizada a nivel internacional.

Madrid y Canarias, que mostraron tasas de actividad emprendedora relativamente bajas en el 2004 frente a lo esperado por sus características, son las que han mostrado una recuperación más espectacular y acorde con su probado dinamismo.

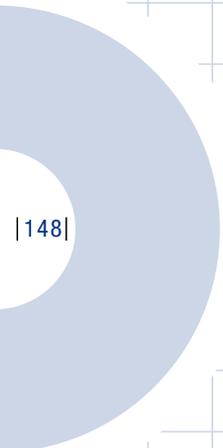
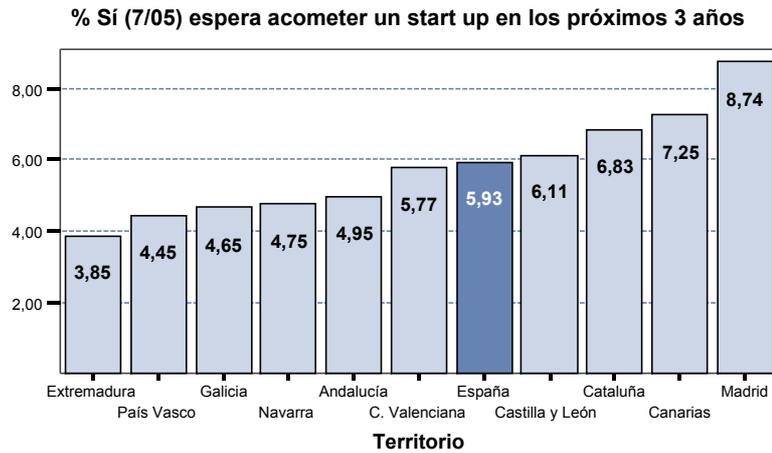
La medición de la actividad consolidada, medida como porcentaje de la población adulta que declara ser propietario-gerente de una empresa o negocios consolidado, es decir, que lleva más de 42 meses operando, pone de manifiesto que las Comunidades Autónomas menos desarrolladas en este aspecto son Galicia, Andalucía y Extremadura. La Comunidad Valenciana aglutina el máximo porcentaje y Cataluña y Madrid ocupan posiciones más bajas de lo esperado, si bien, en este análisis siempre hay que recordar que no se hace referencia a la calidad y dimensión de las empresas sino sólo a su cantidad.

Figura nº 83 Porcentaje de la población adulta de cada CA que declara ser propietario/gerente de una empresa o negocio consolidado

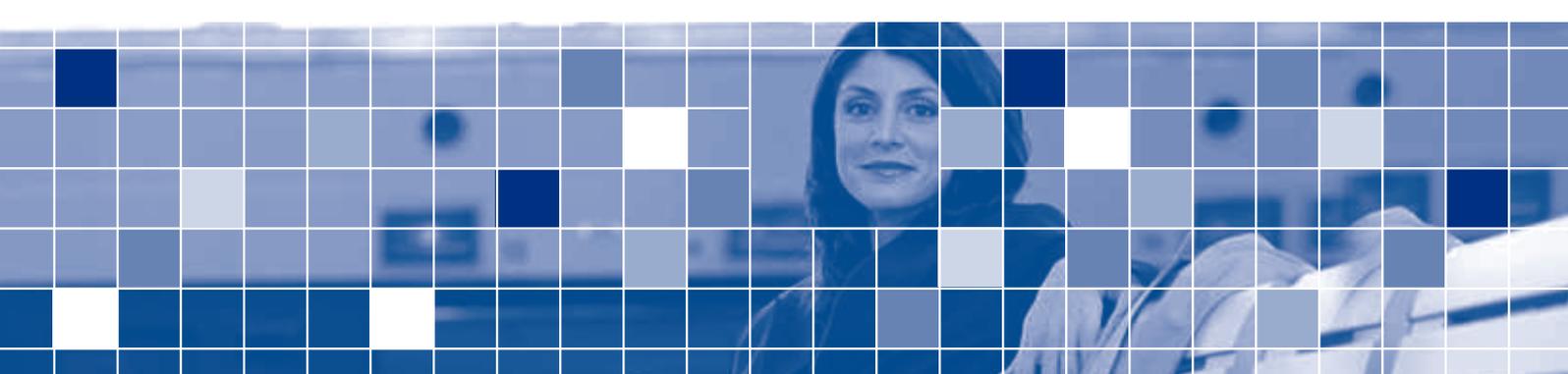


Por otro lado, Madrid es la Comunidad Autónoma que más emprendedores potenciales presenta en el 2005, seguida de Canarias y Cataluña, como se puede apreciar en el siguiente gráfico:

Figura nº 84 Porcentaje de empresarios potenciales por regiones

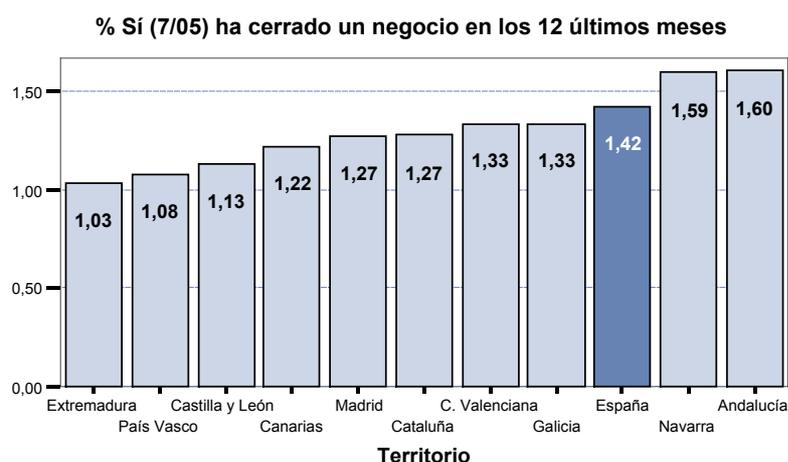


| 148 |



Andalucía y Navarra han sido las Comunidades en que más cierre de negocios o actividades se han registrado, si bien, todo ello, dentro de una tónica moderada. Este dato se corresponde con la mayor falta de recuperación ante la recesión captada en Andalucía y con la estabilidad de Extremadura, la región que mejor ha hecho frente a la misma. Salvo las dos comunidades mencionadas, todas se mantienen por debajo de la media nacional en este aspecto, lo que constituye un dato positivo.

Figura nº 85 Cierre de negocios en las Comunidades Autónomas



11.3 La motivación para emprender en las Comunidades Autónomas participantes en el 2005

Como se puede apreciar en la Figura 86, el aprovechamiento de una oportunidad es la principal motivación para emprender en todas las Comunidades Autónomas. Sin embargo, es importante atender a la evolución de la actividad emprendedora por necesidad porque, al igual que se constata a nivel internacional, es síntoma de menor desarrollo o, a partir de esta edición, de mayor presencia de inmigrantes que no tienen mejores alternativas de trabajo. Así, en los datos de este año sigue persistiendo, e incluso aumentando, una mayor proporción de motivación por necesidad en Extremadura, que por ahora es característica de la región debido a su menor desarrollo. En cambio, el espectacular incremento que muestra este indicador en la Comunidad Valenciana y en Madrid, seguro que obedece a otros factores diferentes y, en buena parte, podría explicarse por cierto desequilibrio en el mercado laboral, falta de empleo para jóvenes recién licenciados y una mayor presencia de inmigración. En los respectivos informes regionales se analiza este tema con mayor profundidad.

Por otro lado, en la Figura nº 86 se puede ver que las poblaciones de Canarias, la Comunidad Valenciana y Cataluña aparecen como las más preparadas para emprender porque muestran un porcentaje superior al resto de personas adultas que afirman poseer las habilidades, conocimientos y experiencia necesaria como para acometer un start up.

Andalucía y Madrid a cierta distancia, son las Comunidades Autónomas en que mayor porcentaje de la población ve buenas oportunidades para emprender en el último semestre del 2005 (ver Figura nº 88).

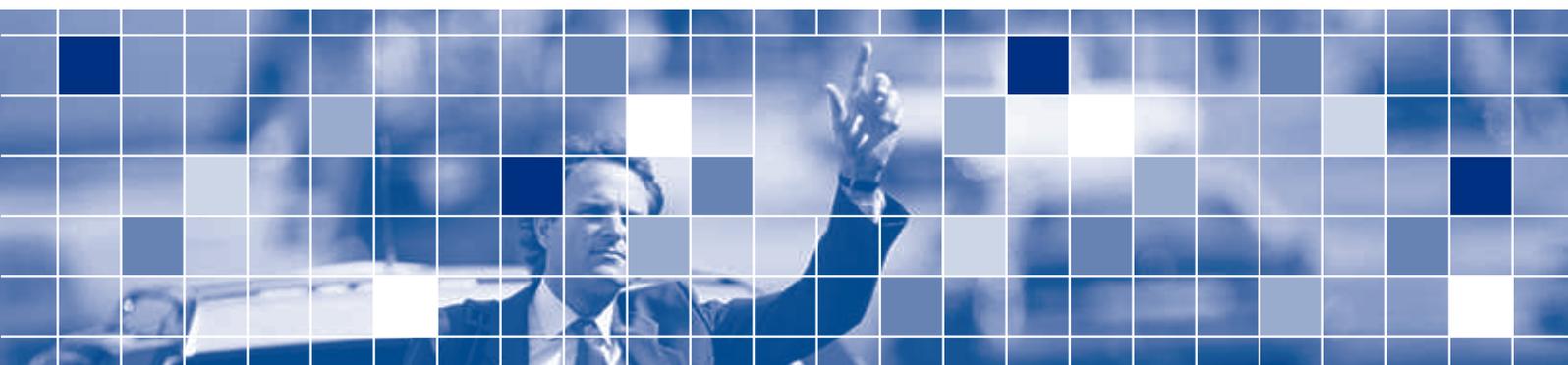


Figura nº 86 Motivación para emprender en las CCAA participantes

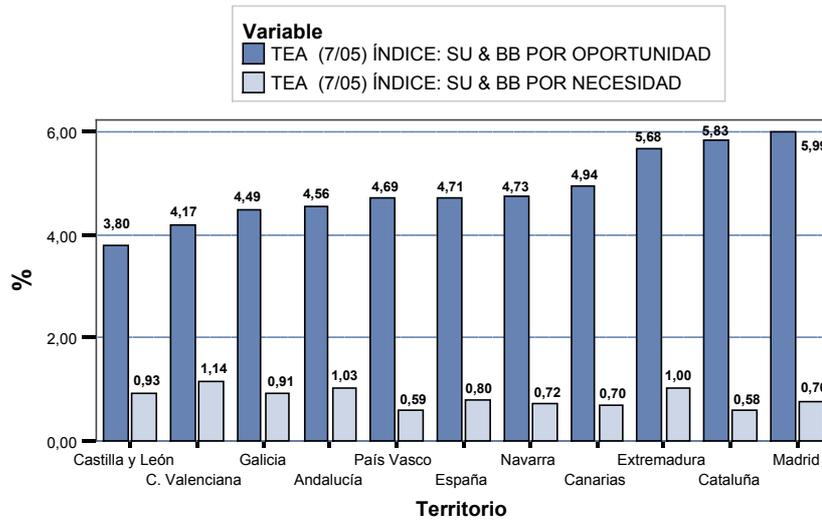


Figura nº 87 Habilidades y conocimientos para emprender en las CCAA participantes

% Si (7/05) Tiene habilidades y conocimientos para start up

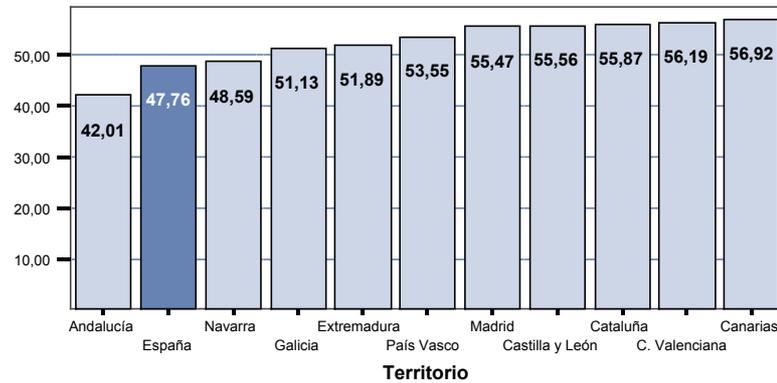
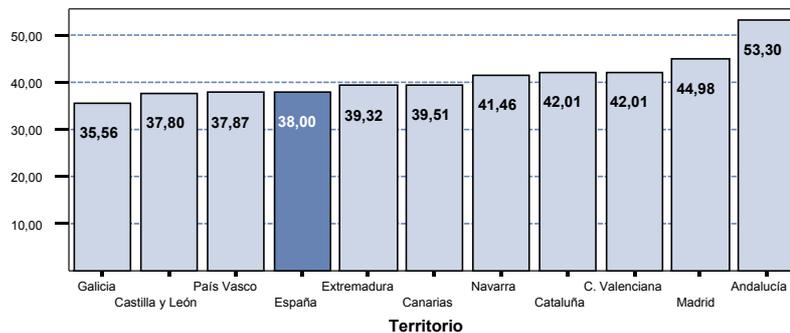
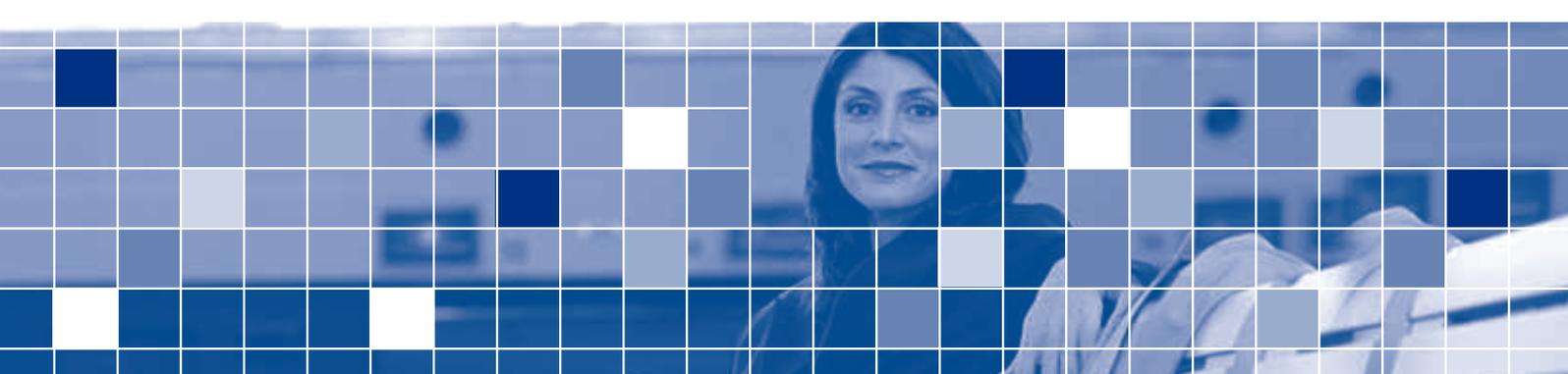


Figura nº 88 Percepción de oportunidades para emprender en las CCAA participantes

% Si (7/05) Ve buenas oportunidades para emprender en los próximos 6 meses

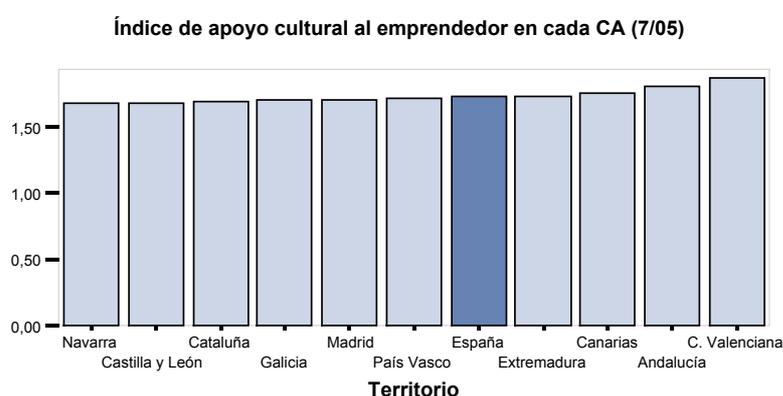


| 150 |



Algunos de los resultados anteriores son sorprendentes porque indican que se está operando un cambio en España, que se viene anunciando en este informe desde sus inicios, acerca del desarrollo del tejido empresarial en España. Las Comunidades Autónomas están convergiendo y las zonas donde la tradición empresarial e industrial era absolutamente aceptada como un hecho diferencial están perdiendo terreno en ese sentido. Estamos haciendo referencia, especialmente, a Cataluña y al País Vasco, hecho que, en parte, puede explicarse observando la Figura nº 89 donde, a pesar de existir una igualdad bastante pronunciada entre las poblaciones de todas las Comunidades Autónomas, sería de esperar que el apoyo al emprendedor estuviese encabezado por Cataluña y seguido del País Vasco, lo cual no sucede en absoluto. La sociedad catalana siempre se había distinguido por una mayor asimilación a la clase empresarial y la vasca a la industrial. Cuando el apoyo social, e incluso institucional, es menor, también hay que esperar que la tasa de emprendedores tienda a disminuir, lo que no hay duda de que viene sucediendo en estas zonas. Por el momento, los indicadores muestran diferencias leves, pero constituyen un aviso de hacia dónde podrían decantarse las tendencias en el futuro si no se toman medidas correctoras.

Figura nº 89 Índice de apoyo cultural al emprendedor en las CCAA y en España

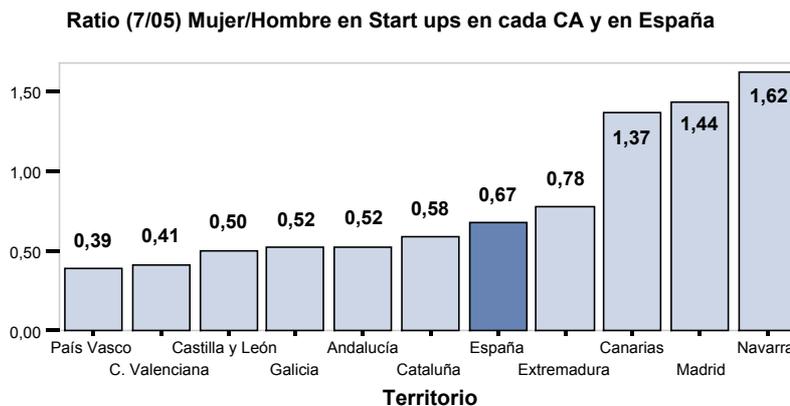


11.4 Algunas características de la actividad emprendedora en las Comunidades Autónomas participantes

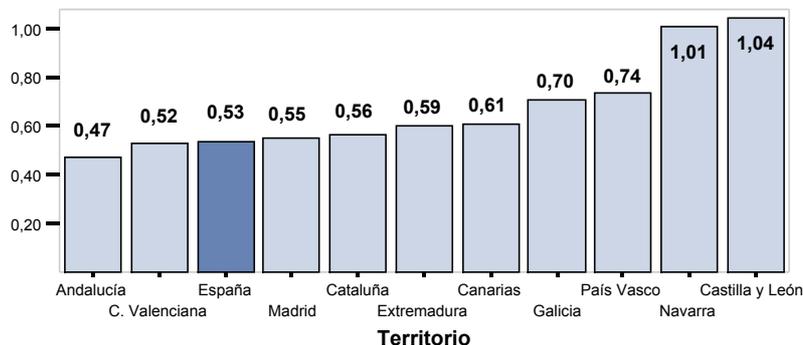
Dentro de este apartado, se puede destacar, para comenzar, la enorme diversidad que hay entre las regiones españolas en cuanto a la participación femenina en empresas nacientes por un lado y nuevas por el otro. En la Figura nº 90 se puede ver el amplio abanico que va desde 0,39 mujeres por cada hombre que es emprendedor naciente en el País Vasco a 1,62 mujeres por cada hombre en Navarra. Asimismo, destacan Madrid y Canarias poniendo de manifiesto que gran parte de su recuperación de la tasa de actividad emprendedora early stage se debe a la decisión de emprender que han tomado gran número de mujeres en el 2005. En cuanto a las empresas que llevan entre 3 y 42 meses, es decir, las nuevas, Castilla y León proporciona el ratio más elevado en que hay 1,04 mujeres por cada hombre emprendedor, mientras que Navarra ratifica su tendencia ocupando la segunda posición y Andalucía pasa a ocupar la última, confirmando que la recesión que viene sufriendo, está afectando a la participación de la mujer en el proceso emprendedor.



Figura nº 90 Participación femenina en empresas nacientes y nuevas en el 2005 en cada CA



Ratio (7/05) Mujer/Hombre en empresas nuevas (Baby) en cada CA y en España



Por otro lado, Cataluña encabeza, como era de esperar, el ranking de CCAA con respecto al número medio de propietarios de las iniciativas nacientes detectadas en el 2005 (ver Figura nº 91). Por su mayor tradición empresarial, lo lógico es que las iniciativas que se crean en esta CA tengan mayor entidad y participación de personas con ganas de hacer negocio. Por consiguiente, el hecho diferencial subyace, a pesar de estar afectado en algunos extremos. En las empresas consolidadas, la clasificación cambia y es más igualitaria entre regiones, lo cual se explica porque las empresas del año anterior, al corresponder a un momento de recesión, fueron más individuales, puesto que los inversores esperaron una mejora y, por otro lado, el hecho de que en las actividades nacientes se vaya detectando un mayor número medio de propietarios está en consonancia con el pequeño, pero significativo cambio, que se ha operado en cuanto al potencial de crecimiento de las nuevas empresas que se van creando en España.



|152|

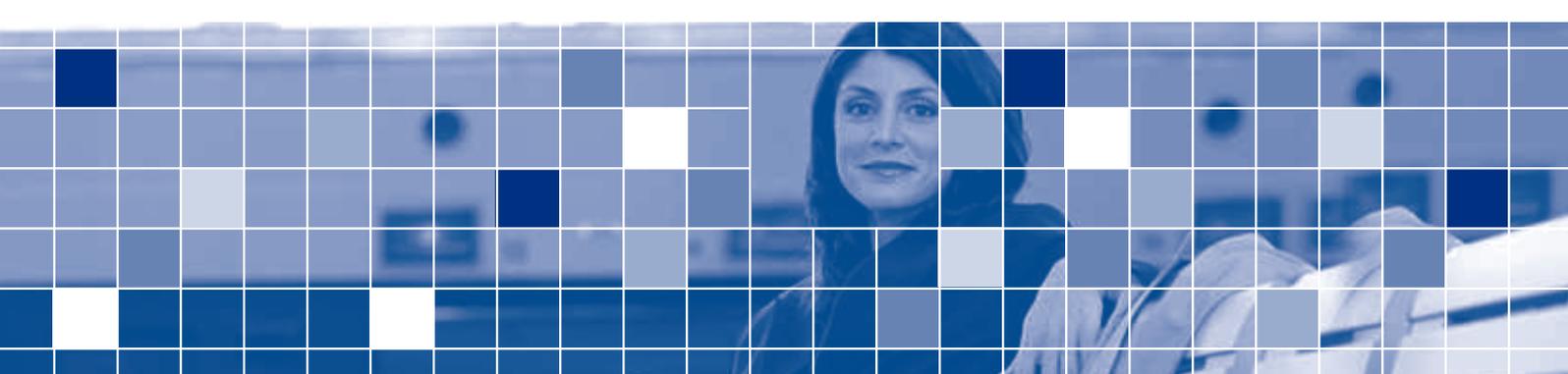
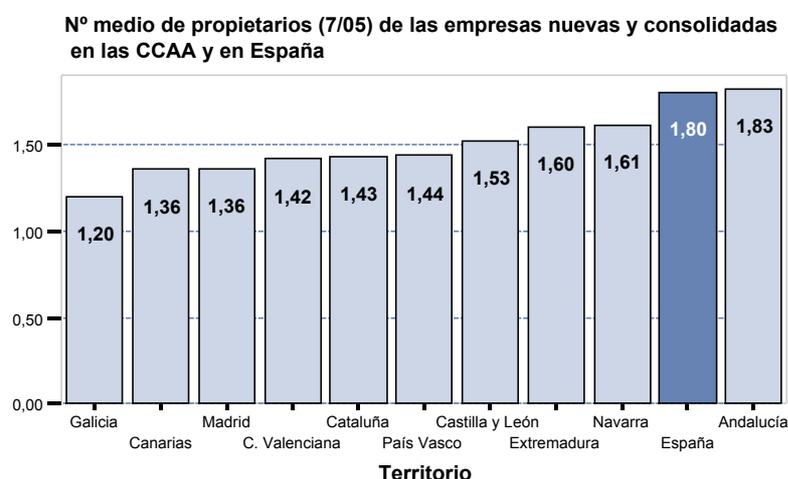
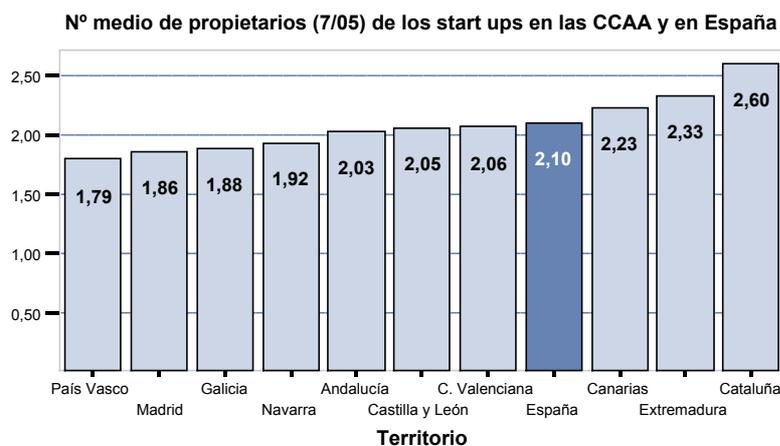
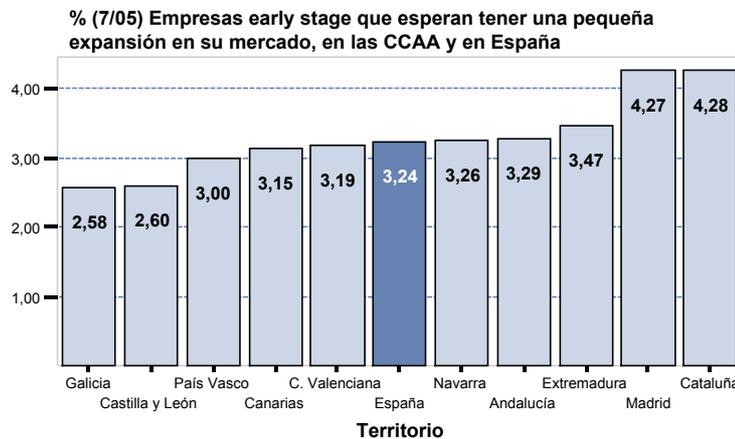
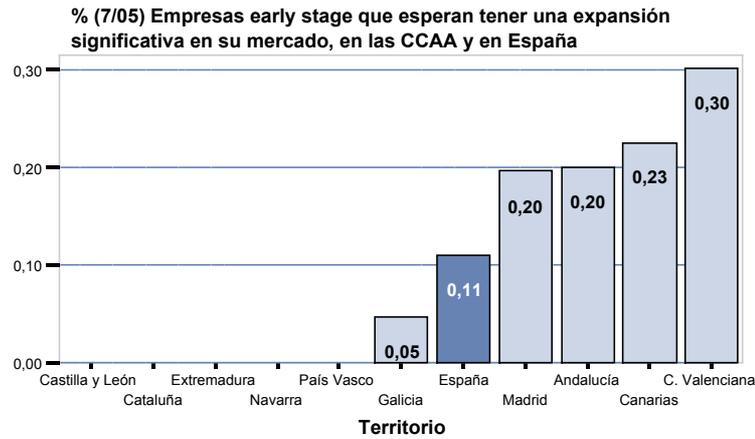


Figura nº 91 Número medio de propietarios de empresas nacientes por un lado y nuevas y consolidadas por el otro en las CCAA



Relacionado con lo anterior, el estudio del potencial de expansión en el mercado de las iniciativas en fase early stage pone de manifiesto que en la mayoría de las CCAA las empresas replican actividades existentes, esperan mucha competencia y no están utilizando tecnologías de última generación, pues sólo en Galicia, Madrid, Andalucía, Canarias y la C. Valenciana se han detectado pequeños porcentajes de empresas que esperan tener una expansión significativa en el mercado (ver Figura nº 92). Sin embargo, estos resultados no deben interpretarse a la ligera, pues en España, existe una gran probabilidad de estar replicando lo que sucede entre los países de rentas altas y medias. Así, los comentarios que se han hecho en el capítulo anterior para el contexto internacional, son bastante aplicables al ámbito regional: territorios menos desarrollados van aplicando las tecnologías que en otros ya se habían adoptado y que, por consiguiente pasan a ser novedad. Los emprendedores de zonas más deprimidas van implantando lo que ya se ha experimentado en otras más adelantadas y abriendo nuevos nichos de mercado que en su zona constituyen una oportunidad sin competencia y no una réplica, etc. Por eso, cuando se habla de una pequeña expansión, el número de empresas implicadas aumenta en todas las Comunidades Autónomas, pasando Cataluña y Madrid a encabezar la lista territorial, que es lo esperado. España es como un reflejo de lo que puede suceder a nivel internacional en muchos sentidos y este es uno de los posibles.

Figuras nº 92 Porcentajes de empresas early stage con potencial de expansión en el mercado en las CCA



La escasa creación de empleo es una de las características de la actividad emprendedora, no sólo en España, sino a nivel internacional. Sin embargo, este hecho ha comenzado a cambiar moderadamente y las expectativas son mejores que en ediciones anteriores. **La comparativa de las empresas en fase early stage en las regiones españolas, pone de manifiesto que de cada 10,000 empresas existentes, en la C. De Madrid habría una mayor proporción de firmas que llegarían a crear 19 o más empleos al año.** Se ha escogido este dato para poner en este informe por ser el más extremo, ya que cada equipo regional analiza esta problemática en profundidad en el suyo. Por consiguiente, en la Figura nº 93, se aprecia que tras Madrid, la C. Valenciana, sería la que tendría una mayor proporción de empresas con alto potencial de creación de empleo.

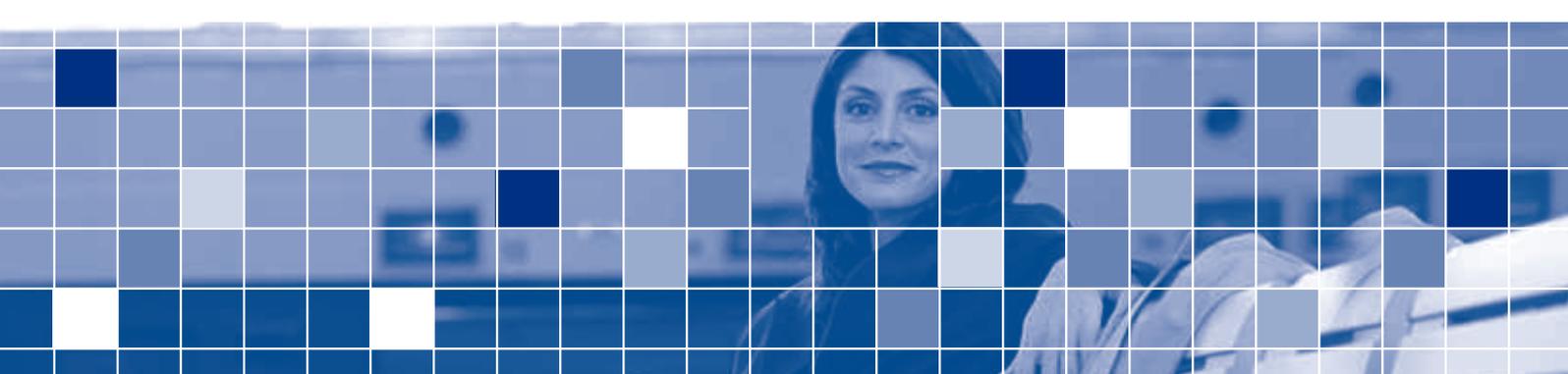
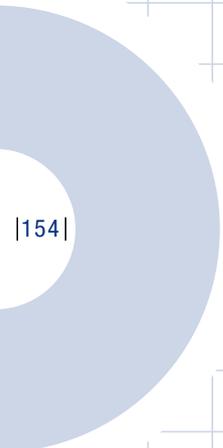
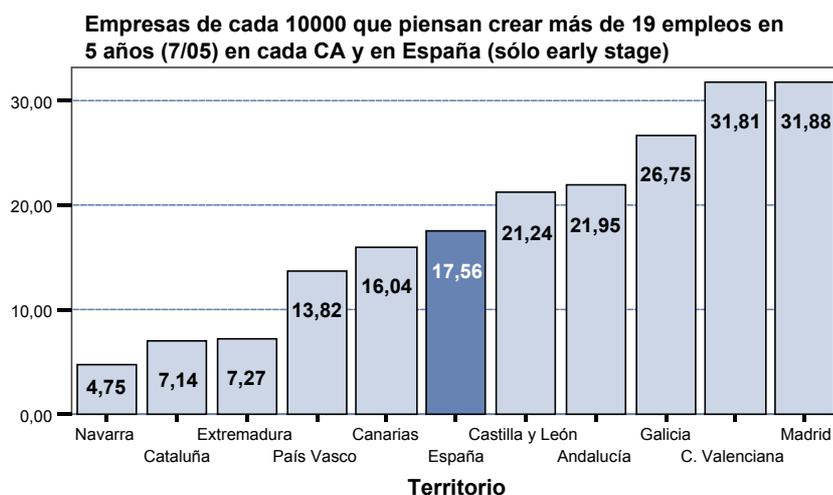
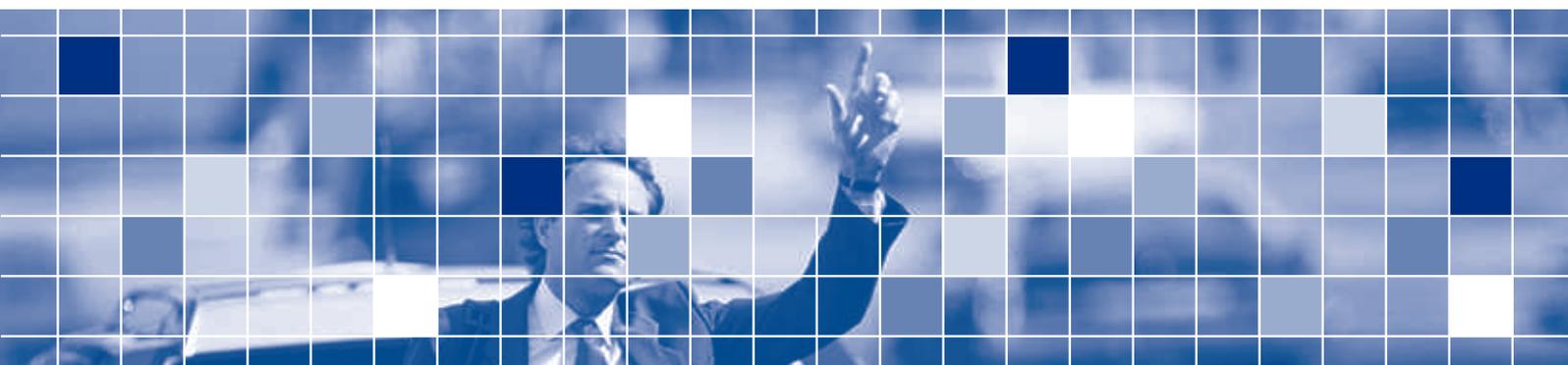
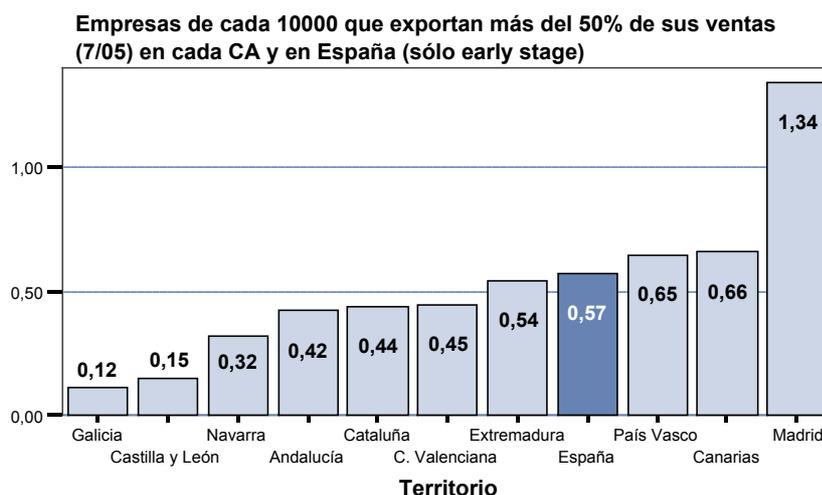


Figura nº 93 Máximo potencial de creación de empleo por parte de las empresas early stage en las CCAA y en España



En la misma línea, se ofrece el indicador más extremo de potencial de internacionalización de las empresas nacientes y nuevas, pudiendo apreciarse que las creadas en la C. De Madrid son las más exportadoras, seguidas de las Canarias.

Figura nº 94 Máximo potencial de internacionalización por parte de las empresas early stage en las CCAA y en España



En cuanto a la actividad emprendedora early stage de los inmigrantes, la siguiente tabla muestra la distribución de emprendedores nacientes y nuevos en cada Comunidad Autónoma participante en la edición 2005. Como se puede apreciar, las cifras más relevantes corresponden a la C. Valenciana, Canarias, Cataluña y Madrid, explicando en buena parte el incremento de las tasas de motivación por necesidad a la hora de emprender, especialmente, para el territorio Valenciano, muy afectado por este colectivo.

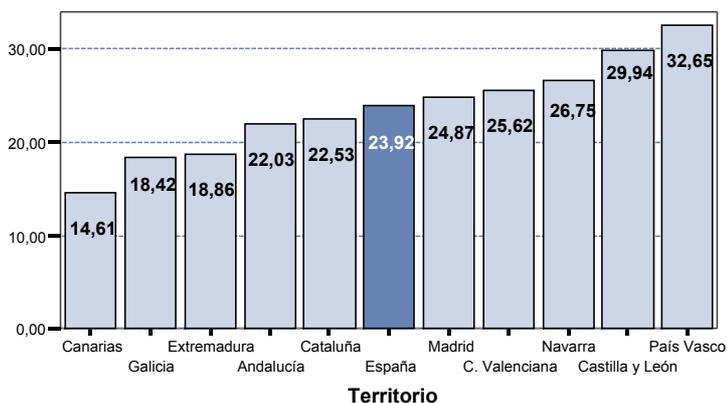
Tabla nº 67 Porcentaje de emprendedores early stage que son inmigrantes en cada CA

	¿Inmigrante?		
	No % de fila	Sí % de fila	Total % de fila
Comunidad Valenciana	88,3%	11,7%	100,0%
Canarias	89,5%	10,5%	100,0%
Cataluña	90,7%	9,3%	100,0%
Madrid	92,4%	7,6%	100,0%
Extremadura	95,2%	4,8%	100,0%
País Vasco	95,8%	4,2%	100,0%
Andalucía	97,3%	2,7%	100,0%
Castilla y León	97,9%	2,1%	100,0%
Galicia	98,2%	1,8%	100,0%
Navarra	99,1%	,9%	100,0%
Total	94,3%	5,7%	100,0%

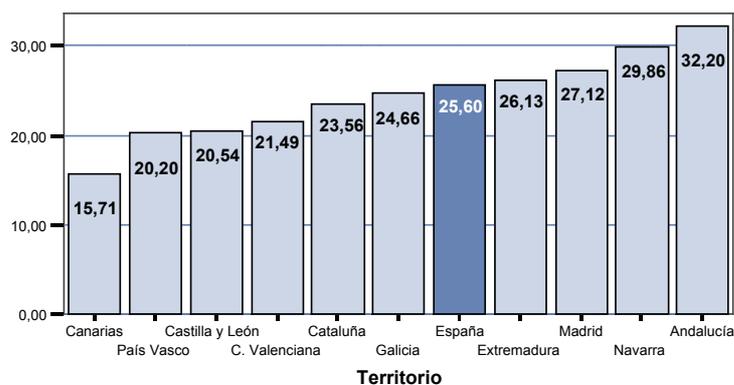
Para finalizar el análisis comparativo de las características de la actividad emprendedora de las regiones con respecto a la media española, las siguientes figuras muestran la distribución sectorial de las empresas en fase de early stage. El sector transformador viene presidido por el País Vasco, que sigue cumpliendo su esperado papel como motor industrial. Andalucía aparece como la región que más iniciativas ha generado en el campo de servicios a empresas y Galicia como la que más empresas nacientes y nuevas ha proporcionado en el sector orientado al consumo. En los informes regionales se ofrece información detallada para cada CA participante.

Figuras nº 95 Distribución sectorial por CCAA de la actividad emprendedora early stage

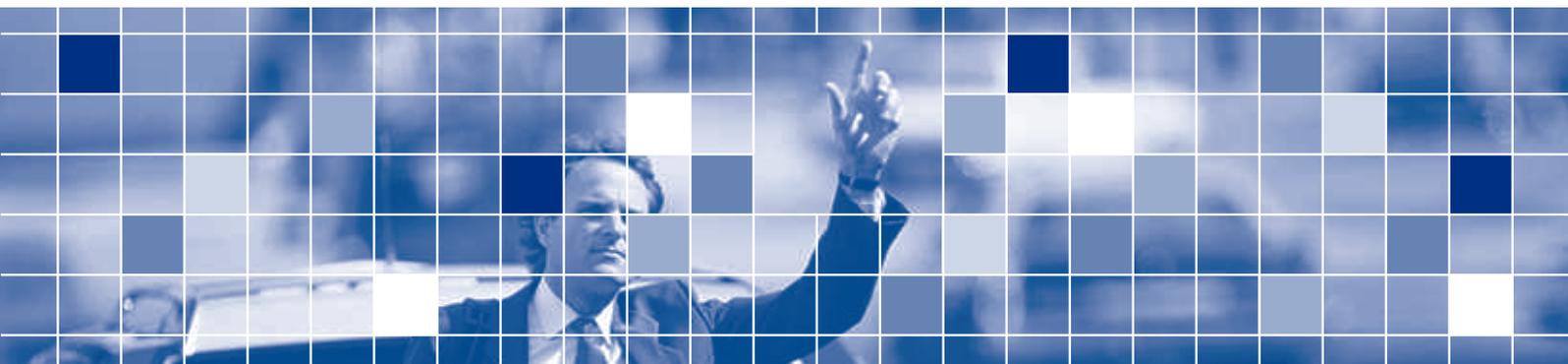
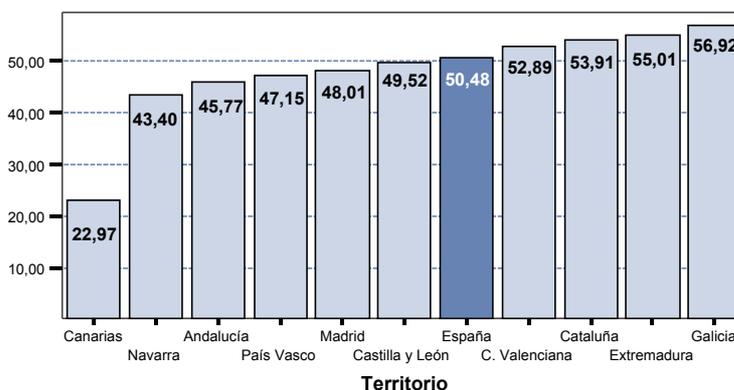
% Empresas del sector transformador en cada CA y en España (sólo early stage)



% Empresas del sector servicios a empresas en cada CA y en España (sólo early stage)



% Empresas del sector orientado al consumo en cada CA y en España (sólo early stage)



Conclusiones y recomendaciones

Anexo I Metodología

A.I Encuesta a la población adulta en España

A.I.I Encuesta a expertos en España

A.I.III Las variables secundarias

Anexo II Comparación de los indicadores GEM con otras Estadísticas Oficiales



Conclusiones y recomendaciones

En países de renta media como España, las principales recomendaciones elaboradas por los investigadores internacionales del Proyecto GEM son las siguientes:

- **Apoyar el sector empresarial proporcionándole estabilidad, de forma que las empresas puedan sobrevivir y tener expectativas, cuando menos, de consolidación.**
- **Tomar las medidas necesarias para que la cultura emprendedora se extienda entre la población, poniendo especial énfasis en la inclusión de materias que la introduzcan en la enseñanza primaria y secundaria.**
- **Dar a conocer la figura del inversor informal, explicar el importante papel que desempeña en la proporción de capital semilla en muchos tipos de iniciativas empresariales, y tratar de profesionalizar esta figura para poder aumentar su presencia e intervención en el proceso emprendedor.**
- **La banca y otras entidades financieras deben tratar de amortiguar las barreras que impiden el acceso a canales de financiación y mejorar su asesoramiento y asistencia para poder evaluar más proyectos que puedan convertirse en realidades. El emprendedor, por su parte, debe formarse adecuadamente para poder presentar proyectos que transmitan garantías de viabilidad y, por consiguiente, puedan ser más susceptibles de concesiones de financiación privada.**
- **La legislación sobre propiedad intelectual y patentes debe darse más a conocer y su aplicación debe ser rigurosa. Las campañas en televisión acerca de los derechos de autor, en el caso de España, son un primer paso que debe extenderse hacia otros campos.**
- **En muchos países, el gobierno apoya especialmente a las empresas innovadoras y de base científica y tecnológica. España no es una excepción y, desde hace unos pocos años, se seleccionan más proyectos que tienen estas características como destinatarios de ayudas económicas públicas. Sin embargo, un matiz importante consiste en definir más ampliamente lo que se entiende por innovación, pues hay proyectos que no tienen nada que ver con la creación de nuevas tecnologías y que son altamente innovadores en otros terrenos.**
- **En todos los países participantes en GEM se sigue viendo la necesidad de seguir trabajando en la simplificación de los trámites necesarios para crear empresas. Aunque se ha avanzado mucho en este terreno, falta más estudio acerca de qué tipos de empresas son las más rápidas y las más lentas en poder ser creadas y las causas que favorecen la rapidez y la lentitud en los procesos.**

El principal propósito de los Informes GEM es el de proporcionar información y elementos de debate a todos los agentes implicados en potenciar la actividad emprendedora, con especial atención a los diseñadores de políticas públicas especializadas en este campo. La experiencia adquirida por los equipos GEM permite afirmar que existen varios principios políticos generales que inciden, de la misma forma, en la creación de empresas en los diversos países, ya sean más o menos desarrollados. La figura del emprendedor está presente en todos los países sean cuáles sean sus rasgos culturales y, si esta figura



se ve rodeada de apoyo cultural, legal, financiero y de otros tipos, la actividad que emprenda será positiva para sí mismo y para la sociedad en que la desarrolle.

Uno de los aspectos más generales que está afectando a la creación de empresas en el ámbito internacional es el fenómeno de la globalización. Así, las nuevas actitudes observadas en cuanto a la apertura de los mercados hacia el exterior están impulsando la exportación y la importación generalizada de productos y servicios, de tal forma que ha beneficiado a unos y perjudicado a otros pero, en cualquier caso, ha comenzado a cambiar las reglas de juego y los empresarios han tenido que desarrollar su ingenio para superar los perjuicios que les haya podido ocasionar y para integrarse en el nuevo modelo de funcionamiento. Como consecuencia, la internacionalización ha pasado a primer plano y a constituir un aspecto relevante de la creación empresarial actual y futura. Derivado de lo anterior, la existencia de nichos de mercado y oportunidades ha sufrido un incremento muy notable, fomentando la competitividad y la búsqueda de innovación y calidad.

En España, la globalización ha afectado a sectores tradicionales como el textil, el calzado, el juguete, la alimentación y otros, de forma que algunas industrias se han trasladado en búsqueda de mano de obra más barata, otras han tenido que modificar sus estrategias y otras no han podido sobrevivir. Sin embargo, también se han notado otras reacciones importantes como la mayor integración de los mercados de capitales financieros, que, en el caso de nuestro país ha supuesto un gran desarrollo del capital riesgo, muy deficitario hace muy pocos años.

Como consecuencia de todo ello, una agenda política que incluya el propósito de promover la creación empresarial puede considerar el adoptar la medida de apoyar la progresiva liberalización del mercado externo vigilando su ajuste a los cambios de mercado que se produzcan en la propia economía. Asimismo, y especialmente en el caso español, es importante acometer medidas encaminadas a la información y la formación de la clase empresarial en temas relacionados con las operaciones en mercados externos.

Sin embargo, dejando de lado los principios generales de actuación, los resultados GEM tienden a indicar que las estrategias políticas de apoyo a la creación empresarial no son generalizables y es necesario un análisis profundo de lo que es acertado aplicar en cada territorio, llegando incluso al ámbito local, pues lo que puede resultar interesante en una zona puede no serlo en otra. Por eso, en España cobra tanta relevancia el análisis regional que ayuda enormemente al conocimiento de las características diferenciales de cada territorio. En relación a este tema es importante aceptar que no existen indicadores exclusivos capaces de proporcionar en una sola cifra una síntesis del estado de la cuestión en un país o región. Nuestros Informes GEM abordan cada año múltiples aspectos de la actividad emprendedora explicando, no sólo su dimensión, sino su calidad y expectativas de consolidación y crecimiento. Las personas que lean los informes se sentirán más identificadas con unos aspectos que con otros, pero lo cierto es que concentrarse solamente en una parte del fenómeno puede conducir a desconocer los matices que configuran la situación general y la particular de cada zona.

Otra característica de los informes GEM es que, cubren todo el espectro del proceso emprendedor que va desde el potencial emprendedor, que sólo tiene la idea en mente, al empresario consolidado, pasando por aquellos que se han retirado de este tipo de actividad. Dentro del proceso se consideran emprendedores a todos los individuos, sean innovadores o no, tengan expectativas de crecimiento o no, sean propietarios de una micro-empresa o de una gran empresa: todas las tipologías tienen cabida en nuestro estudio y todas son clasificadas y analizadas para poder ofrecer una visión lo más completa posible del fenómeno.

Los resultados de la edición 2005 señalan que España sigue confirmando la situación estable y moderada en el panorama internacional, típica de un país desarrollado pero con cierto retraso en cuanto al desarrollo de iniciativas empresariales en campos tecnológicamente avanzados, educación emprendedora en la escuela primaria y secundaria, apoyo financiero derivado del capital riesgo y otros aspectos que deben mejorar para potenciar la creación de empresas en el futuro inmediato. Asimismo, el análisis regional señala que existen diferencias en muchos aspectos del proceso emprendedor entre las Comunidades Autónomas, que deben ser tenidas en consideración para diseñar políticas públicas que lo apoyen.

El elevado contingente de inmigrantes que se está instalando en nuestro país está ayudando a dinamizar la actividad emprendedora desde múltiples frentes y, en la primera exploración efectuada acerca de las características de esta aportación se ha podido constatar la existencia de diversos modelos de comportamiento. Los inmigrantes que proceden de países desarrollados orientan sus expectativas hacia negocios de oportunidad y con posibilidades de crecimiento. Los inmigrantes que proceden de países en vías de desarrollo responden a su vez a dos modelos que condicionan la elección del tipo de negocio que van a desarrollar. Así, los que vienen con estudios superiores finalizados, buscan en nuestro país la oportunidad que no pudieron desarrollar en el suyo propio y, una buena parte de los que vienen sin estudios, terminan ofreciendo servicios al consumidor español y a sus propios compatriotas desplazados: locutorios, establecimientos de comida y alimentación especializados, comercios artesanos y otros. Los inmigrantes tienden a reproducir las características de sus países de procedencia en su actividad emprendedora y, en España, es necesario tener en cuenta que una parte de nuestra actividad emprendedora total les corresponde, y se enfrenta a dificultades aún superiores a las que ya tiene el emprendedor nativo. La falta de apoyo financiero se agudiza, la obtención de licencias, permisos y resto de elementos burocráticos también. Por consiguiente, desde las diversas administraciones es necesario prevenir esta problemática de cara a la consolidación de la creación de negocios y empresas que se derive de la inmigración.

Como se puede comprobar a través de la lectura del este documento, la edición 2005 del Informe Anual GEM ha sido especialmente rica en provisión de datos, información y temas a tratar en relación al fenómeno emprendedor en nuestro país. Dado que el objetivo principal del Proyecto GEM a nivel mundial es proporcionar una descripción lo más completa posible de la actividad emprendedora de la muestra de países participantes, el trabajo desarrollado por los equipos investigadores españoles se puede contar entre los más detallados a nivel individual. La gran experiencia adquirida tras seis ediciones, es garantía de la solidez de los informes nacionales y regionales, hasta el punto de que algunos de ellos ya han sido incorporados a la estadística oficial regional.



Anexo

I Metodología

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

- Encuesta a la población adulta española de 18-64 años de edad, realizada entre abril y julio de 2005
- Encuesta a expertos de los siguientes ámbitos: Financiero, Políticas Gubernamentales, Programas Gubernamentales, Infraestructura Física, Infraestructura Comercial y de Servicios a Empresas, Educación y Formación, Normas Sociales y Culturales, Transferencia de I+D+i y Apertura de Mercado Interno
- Variables secundarias procedentes de diversas fuentes tales como: Fondo Monetario Internacional, OCDE, ONU, US Census, UE y otras.

Seguidamente se exponen los criterios de recogida de estos datos y los detalles referentes a su fiabilidad y alcance.

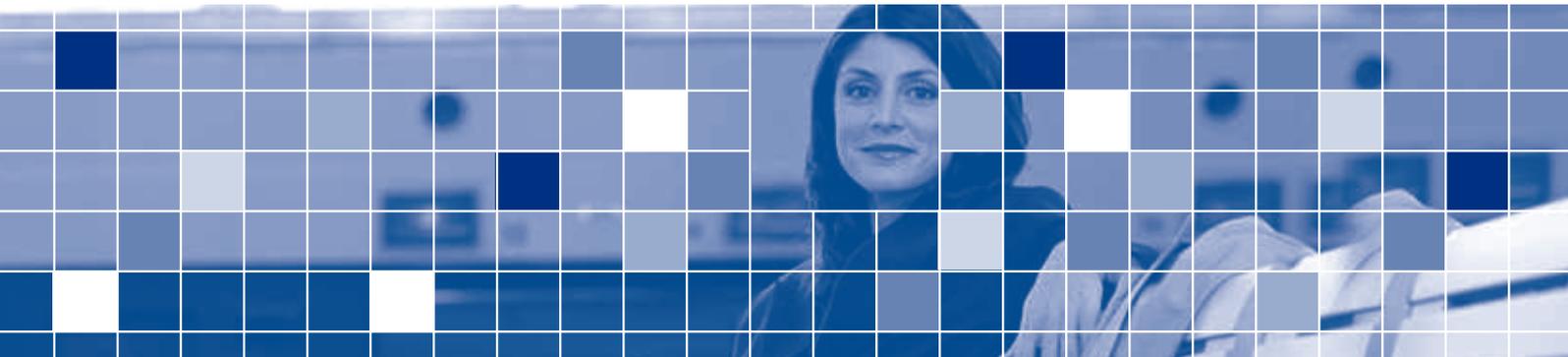
AI.I Encuesta a la población adulta en España

Es una encuesta que proporciona información de las personas que emprenden o son empresarias y, también opiniones y datos referidos a toda la población española.

La realización de esta encuesta está a cargo de la empresa Instituto Opinómetro S.L., ubicada en Barcelona y que ganó el concurso de adjudicación de este trabajo de campo en London Business School hace ya cinco años. Dotada de sistemas CATI y de las certificaciones de calidad y homologaciones oportunas, concentra la realización de las entrevistas en la franja horaria de 18 a 22h, y establece cuotas de sexo, edad, zona rural y urbana y otras, para garantizar que no hay sesgos de colectivos tales como las amas de casa, estudiantes o jubilados, aunque éstos últimos quedan prácticamente descartados por el tramo de edad requerido. En definitiva, realiza un trabajo muy riguroso y un control permanente de la calidad de las encuestas que garantiza la fiabilidad de la información que obtiene.

En la parte dedicada a las personas que emprenden o son empresarias, esta encuesta sirve, principalmente, para medir el porcentaje de población española que está involucrado en:

- Empresas nacientes o start ups (que llevan hasta 3 meses de actividad), ya sea como iniciativa independiente, autoempleo, o en combinación con otro trabajo.
- Empresas nuevas o baby business (que llevan entre 3 y 42 meses de actividad), ya sea como iniciativa independiente, autoempleo, o en combinación con otro trabajo.
- Empresas consolidadas, maduras o established business (que llevan más de 42 meses de actividad), ya sea como iniciativa independiente, autoempleo, o en combinación con otro trabajo.
- El cierre de una actividad empresarial o de negocio en el último año (entre abril-julio de 2004 y abril-julio de 2005)



A partir de estos porcentajes es posible estimar las cifras de empresas nacientes, nuevas, consolidadas y que han cerrado en el último año, siempre desde el punto de vista de la población adulta, no del registro oficial.

Asimismo, la encuesta permite ofrecer detalles relacionados con las anteriores iniciativas: perfil de los emprendedores, actividad por oportunidad y necesidad, dimensión de las iniciativas en términos de volumen de negocio, número de propietarios y empleados, sector en que operan, financiación de las iniciativas, internacionalización, potencial de crecimiento, innovación, ubicación, asesoramiento recibido, mujer emprendedora y otros.

Por otro lado, la encuesta, en su parte referida a toda la población española, permite estimar el porcentaje de personas que tienen intención de emprender en los próximos tres años, el de personas que han actuado como business angel informal en los últimos tres años, la motivación y capacidad para emprender en la población, su percepción de oportunidades, su apoyo al emprendedor y otros.

La ficha técnica de esta encuesta y la fiabilidad de las estimaciones que proporciona es la siguiente:

Territorio	Error muestral	Población objetivo (N)	Muestra	Nivel de Conf.
España	±0,70%	PO = 28.738.616	19.384	95%

Por consiguiente, bajo supuesto de máxima indeterminación ($p = q = 0,5$) en respuestas a las preguntas clave de esta encuesta, para un nivel de confianza del 95%, se logra un error muestral en estimaciones simples muy bajo ($\pm 0,70\%$), que garantiza la fiabilidad de las informaciones ofrecidas. Asimismo, al lograrse muestras de emprendedores superiores a 400, se garantiza un error muestral próximo o inferior al $\pm 5\%$ en la mayoría de cruces que se puedan establecer (actividad emprendedora por sexo, grupo de edad, nivel de estudios y otras)

Dado que una de las críticas que se suelen hacer a un Proyecto como el GEM es la diferencia que presenta respecto de las estadísticas oficiales de registro de empresas, es importante señalar que dichas diferencias siempre van a existir porque:

- El registro de empresas en curso siempre se refiere a un año anterior al que ofrece GEM ese mismo año.
- GEM estima el porcentaje de población adulta involucrado en iniciativas que están activas o poniéndose en marcha, pudiendo captar algunas que aún no estén registradas, del mismo modo que, el registro puede tener empresas registradas que, en realidad no estén activas.
- GEM capta negocios y empresas, mientras que el registro puede contener personas o entidades que estén dadas de alta por motivos fiscales, cuando en realidad, tras ellas no hay una verdadera actividad, o bien, por temas familiares, una misma empresa tenga más de un representante registrado.

El tema de la comparación entre una fuente de información y otra es complejo, porque habría que contemplar muchos supuestos y particularidades como algunas de las apuntadas, para extraer conclusiones válidas al respecto. Sin embargo, en el caso de España, las pruebas efectuadas en el año 2003, ponían de manifiesto que el intervalo de confianza para la estimación de nuevas empresas estaba muy próximo (en su extremo superior) a la cifra oficial del registro de nuevas incorporaciones para dicho año publicado en el Eurobarómetro. Por consiguiente, hay que presumir que, actualmente, trabajando con muestras cada vez mayores de población, GEM se aproxima notablemente al registro, si bien, siempre será diferente por el tipo de medición que realiza.



Simplificando la cuestión, GEM es una fuente de información independiente que se nutre de una encuesta directa a la población, por lo que, en buena medida garantiza que está ofreciendo una fotografía actual de la tendencia a emprender y del estado de la actividad de empresas maduras, así como del cierre de negocios. Esta fotografía, al hacerse con la misma metodología en todos los países y regiones participantes, es comparable entre ellos, y la experiencia acumulada en estos años de investigación, permite afirmar que es razonable y coherente. El registro es una fuente de inestimable valor para establecer la dinámica empresarial de un país, pero no todos la tienen establecida, ni actualizada, por lo que, en el ámbito internacional no es viable el estudio comparativo de la actividad empresarial mediante este tipo de fuente. España, ha avanzado mucho en este terreno con la regularización del DIRCE, pero muchos países no tienen ni siquiera un sistema parecido al nuestro, comenzando por los Estados Unidos. Por consiguiente, el proyecto GEM en España va comparando en la medida de lo posible sus resultados con el DIRCE, habiendo observado discrepancias que, son importantes por cuanto apuntan a oscilaciones de la actividad emprendedora, muy sensible al contexto social y político de cada momento, que el DIRCE no acusa. Concretamente, GEM ha plasmado disminuciones de actividad emprendedora en años en que dicho contexto se ha visto afectado por acontecimientos como el 11-S, el 11-M, elecciones, la guerra de Irak y otros, con sus consiguientes recuperaciones, que el DIRCE no ha acusado. Así, nuestras líneas de tendencia han registrado variaciones a la baja y a la alta, mientras el registro (DIRCE), presenta tendencia invariablemente creciente del número de empresas que se dan de alta en el mismo desde hace más de 8 años.

Dado que el Proyecto GEM en España, gracias a su desarrollo regional, está trabajando con muestras cada vez superiores y muy fiables, los equipos investigadores que componen el Proyecto, están convencidos de estar proporcionando información complementaria de gran valor que puede ayudar a refinar la que proporciona el registro y que, hay que respetar ambas fuentes de datos, valorando lo que ofrece cada una de ellas.

A.I.II Encuesta a expertos en España

Sirve para establecer el estado del entorno que rodea al emprendedor en los países participantes, analizando la opinión de un conjunto de expertos procedentes de los nueve ámbitos considerados: Financiero, Políticas Gubernamentales, Programas Gubernamentales, Infraestructura Física, Infraestructura Comercial y de Servicios a Empresas, Educación y Formación, Normas Sociales y Culturales, Transferencia de I+D+i y Apertura de Mercado Interno.

En principio, cada país aporta 36 encuestas a expertos, 4 por cada condición de entorno. Sin embargo, en España, del mismo modo que la encuesta a la población adulta se va enriqueciendo y ampliando a medida que se incorporan Comunidades Autónomas al proyecto, la encuesta de expertos también lo hace, pues se vienen manteniendo 36 expertos por región, más 36 que aporta el equipo español de toda España. Gracias a este sistema, se ha logrado tener una muestra sin precedentes de opiniones acerca de los factores clave de entorno que inciden en la creación empresarial, ya que en el 2005, se compone de 379 expertos.

La encuesta está estructurada en dos partes: una de preguntas cerradas en que se valora subjetivamente diversos bloques de afirmaciones sobre las condiciones de entorno en escalas de Likert de 5 puntos en que 1 = totalmente falso, y 5 = totalmente cierto. La fiabilidad de las estimaciones procedentes de esta encuesta se garantiza mediante el cálculo de las Alfas de Cronbach para cada uno de los bloques que están sustentados por un constructo. Cada año se realiza la operación de análisis de la fiabilidad y la coherencia y, desde el principio se han realizado las pequeñas modificaciones que han sido necesarias en el redactado de las afirmaciones cuando se ha obtenido alguna disparidad en las Alfas. La encuesta viene funcionando muy bien, por lo que, a pesar de la subjetividad, se puede afirmar que refleja acertadamente el estado de las condiciones de entorno en todos los países en que se realiza.

ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD-ENCUESTA DE EXPERTOS-BLOQUES DE ITEMS				
BLOQUE	Nº ITEMS	ALFA CRONBACH	CASOS VÁLIDOS	NS/NC
Financiación	6	0,752	287	92
Políticas Gubernamentales	7	0,741	319	60
Programas Gubernamentales	6	0,746	324	55
Educación y Formación	6	0,679	316	63
Transferencia I+D+i	6	0,741	313	66
Infraestructura de Servicios	5	0,756	360	19
Apertura mercado Interno	6	0,604	265	114
Infraestructura Física	5	0,740	348	31
Normas Sociales y Culturales	5	0,895	370	9
Motivación, Oportunidades	5	0,732	352	27
Habilidades y Capacidad para Emprender en la Población	5	0,819	366	13
Apoyo Social al Emprendedor	5	0,753	367	12
Propiedad Intelectual	5	0,725	221	158
Mujer emprendedora	5	0,676	362	17
Alto Potencial de Crecimiento	5	0,705	298	81

Nota: los casos de no respuesta son lógicos y aumentan más en unos bloques que en otros, pues los expertos son seleccionados en base a una de las 9 condiciones de entorno (la que les resulta más afín), pero responden a todo el cuestionario, por lo que hay temas en los que, si no están seguros, no opinan.

Finalmente, la encuesta a expertos tiene una parte abierta en que se solicita a los entrevistados que identifiquen los 3 obstáculos y apoyos principales a la actividad emprendedora en España o en su Comunidad Autónoma, según el caso, y que propongan tres recomendaciones de acciones que tomarían si pudiesen para favorecer el desarrollo de dicha actividad. Cada equipo utiliza estas respuestas en su informe para completar la parte de recomendaciones, así como para identificar los principales obstáculos y apoyos que tienen los emprendedores en su zona.

Las encuestas de expertos las realizan anualmente cada equipo investigador, seleccionando las personas a entrevistar en los ámbitos adecuados, entre marzo y junio del año corriente.

A.I.III Las variables secundarias

Sirven para la realización de análisis econométricos y para establecer situaciones de partida en el ámbito internacional. Contemplan grandes apartados como los siguientes:

Crecimiento y desarrollo nacional. Fuente = IMF

Empleo. Fuente = ILO, OCDE, WDI

Exportación = WTO, CL-CC

Demografía. Fuente = USCENSUS

Educación. Fuente = WDI

Tecnología e Información. Fuente = ITV, WDI, WCY

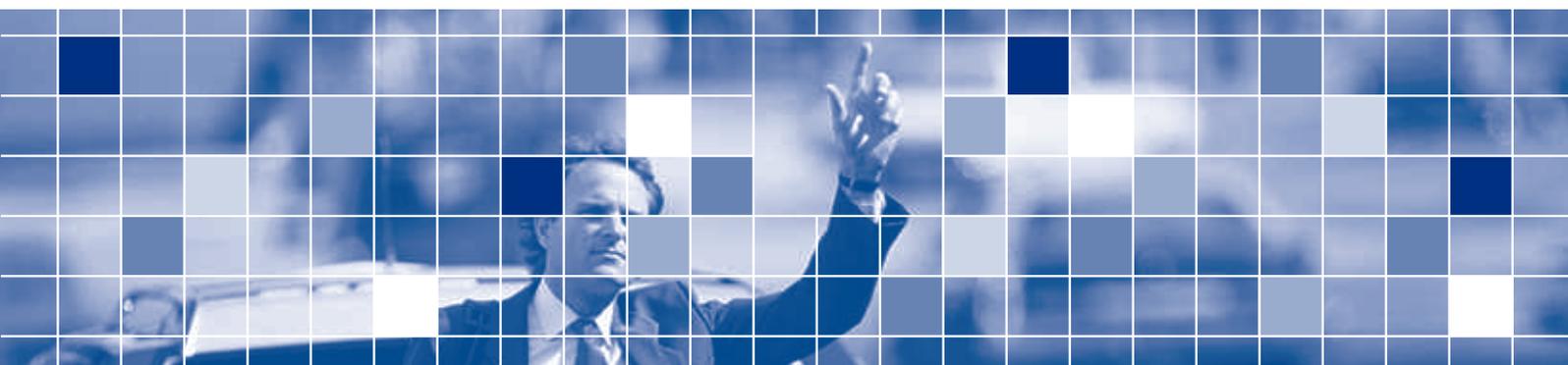
Papel del Gobierno en temas económicos. Fuente = WCY, WDI, y otras

Productividad. Fuente = PROD NOTE

Renta. Fuente = WDI

Indicadores de competitividad. Fuente = GCR, WCY, IEF

Venture Capital. Fuente = VCNOTES, BRL, ICGR



Siendo:

BRL = Bankruptcy and Reorganisation Laws

CL-CC = Company Law or Commercial Code

GCR = Global Competitiveness Report

ICRG = International Country Risk Guide

IMF = World Economic Outlook Data Base, International Monetary Fund

IEF = Index of Economic Freedom (Heritage Foundation & the Wall Street Journal)

ILO = International Labour Organization

ITV = NUA Internet Surveys

OECD = Organization for Economic Co-ordination and Development

PROD NOTE = WCY, IMF, ILO

USCENSUS = US Census Bureau International Database

WDI = The World Bank, World Development Indicators

También se utilizan datos procedentes del Eurobarómetro, la ONU y otras fuentes de reconocido prestigio.

Estos datos se recopilan a nivel nacional, por lo que, para trabajar algunos aspectos en las Comunidades Autónomas españolas, el equipo técnico español busca informaciones asimilables en las fuentes en que es posible, especialmente, en el INE.

La confianza sobre estos datos es la que proporcionan todas estas instituciones, por lo que se considera que se trabaja con cifras consensuados y fiables.

Anexo II

Comparación de los indicadores GEM con otras Estadísticas Oficiales

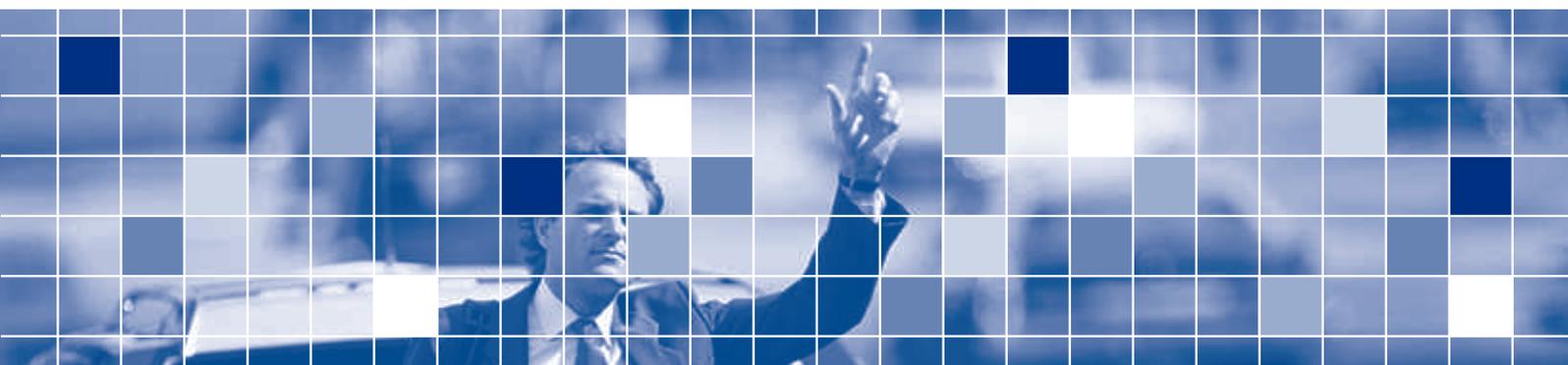
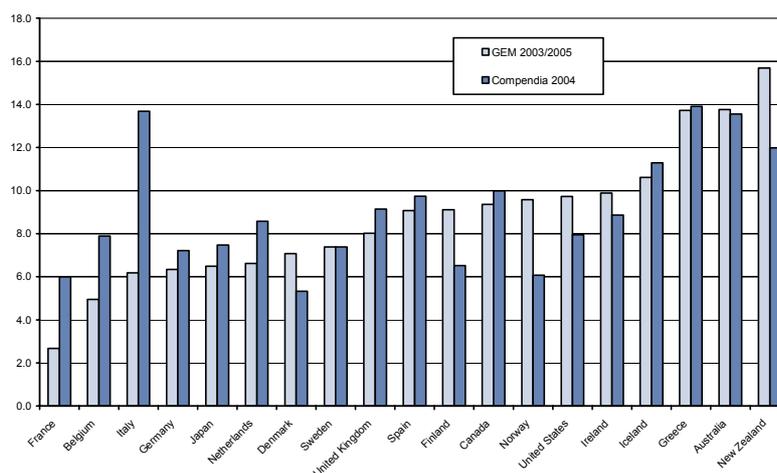
La mejor forma en que se podría demostrar la fiabilidad de los datos GEM sería contrastándolos con los proporcionados por otras fuentes que también midan la actividad emprendedora. Sin embargo, GEM es el único estudio que proporciona datos armonizados y comparables a nivel internacional, obtenidos a partir de encuestas a la población y con la misma metodología, de forma que no es sencillo hallar otras fuentes con las que poder establecer comparaciones. Los esfuerzos que GEM Global ha realizado para comparar sus resultados con los de fuentes estadísticas oficiales de los países en que más o menos eso es posible, hallan siempre la dificultad de que los conceptos y definiciones no son coincidentes al 100%.

Una de las escasas fuentes internacionales que tiene un conjunto de datos bastante comparable es la base de datos Compendia, sustentada por el EIM y descrita por Van Stel (2005). Esta base de datos proporciona el número de propietarios de negocios en cada país de la OCDE desde 1974 hasta la fecha de forma bianual. La base de datos se construye, principalmente, a partir de las encuestas de población activa de los países de la OCDE, con las necesarias correcciones cuando alguna definición de dichas encuestas no coincide plenamente.

Para comparar los resultados GEM con los de la base Compendia hay que tener en cuenta que ésta última contiene los propietarios de empresas nuevas (baby) y consolidadas (established), no contemplando a los de las empresas nacientes (start ups). GEM Global ha construido un ratio llamado Business Ownership Rate (BOR) que incluye a todos los propietarios de firmas que han pagado salarios por más de tres meses, es decir, de las iniciativas nuevas y consolidadas captadas por nuestras encuestas. Se excluyen las correspondientes al sector agrícola para poder asimilarnos a las definiciones de Compendia. El ratio BOR se construye agregando el número de propietarios de negocios que tienen entre 18 y 64 años, de forma similar a como se construye el TEA, pero considerando negocios tipo baby y established, en lugar de nascent y baby. Como los ratios de la base de datos Compendia tienen como denominador la población activa, se aplica un factor de corrección para expresar el BOR como porcentaje de la población de 18 a 64 años.

La Figura A-1, muestra la comparación de las mediciones del número de propietarios de negocios de ambas fuentes. Si se calculan intervalos de confianza para los ratios tipo BOR proporcionados por GEM, resulta que 9 de un total de 20 de estos intervalos, se ajustan bastante bien a los proporcionados por Compendia. Sin embargo, también se observan diferencias importantes. Así, Italia, Francia, Holanda y otros países muestran un número de propietarios muy inferior al de Compendia y países como Finlandia, Noruega, EEUU y Nueva Zelanda sobrepasan ampliamente los datos de Compendia en sus registros GEM. La conclusión a que se ha llegado es que parte de estas diferencias se tienen que deber a diversas interpretaciones de la pregunta de la encuesta GEM acerca del número de propietarios-gerentes de las empresas. En este sentido, es posible que algunos entrevistados de estos países europeos, hayan debido considerar que si las personas no están involucradas en la gestión y funcionamiento de la empresa, entonces no deben ser contadas como propietarios-gerentes, aunque posean parte de la empresa y, en la interpretación anglosajona puede estar ocurriendo lo contrario, consignándose más propietarios de los que realmente hay por considerar que si están involucrados en el funcionamiento entran en la categoría de propietario-gerente. En cualquier caso, es un punto a tener en cuenta cuando se trabaja en el perfeccionamiento de la recogida de datos, ya que es del máximo interés poder llegar a comparar los resultados GEM con otras fuentes fiables.

Figura A-1: Medición del número de propietarios de negocios: comparación entre los datos GEM y Compendia



Otra posibilidad de comparación es la que se puede llevar a cabo examinando los ratios de número de nacimientos esperados por cada 100 firmas existentes. Utilizando estos datos, en que el numerador y el denominador se componen de empresas, se ha pensado que era factible reducir las diferencias causadas por las definiciones conceptuales. Esta posibilidad se pudo establecer para 11 países GEM, cuyos datos del 2001 y del 2002 se han comparado con otras dos fuentes, contraste que se puede ver en la Tabla A-1. Los nacimientos GEM se basan en las respuestas de las entrevistas en que el emprendedor ha pagado salarios el año anterior al de la edición corriente. Las mediciones de los ratios de nuevos nacimientos registrados por GEM se ajustan bastante bien a los datos del 2001 y del 2002.

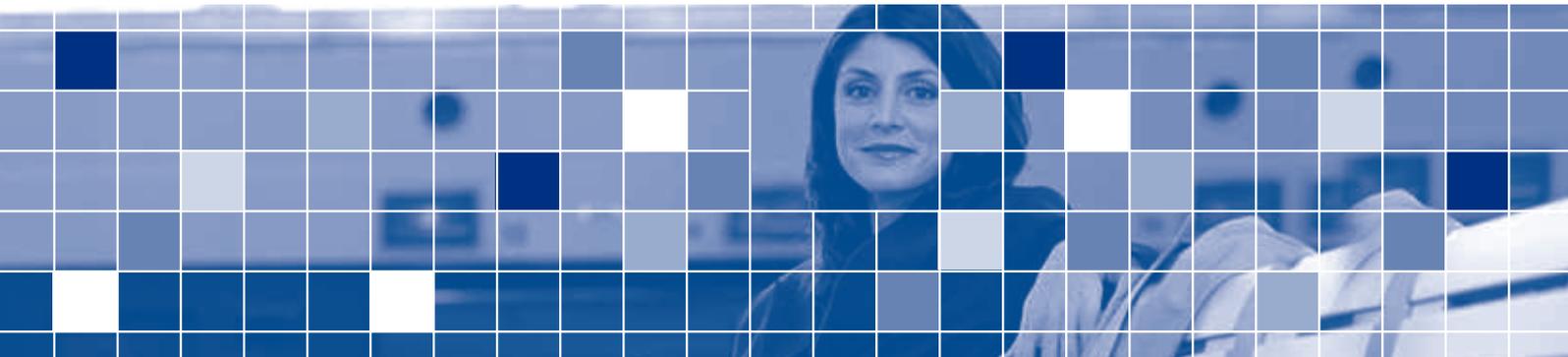
Tabla A-1 Comparación nacional de ratios de nacimiento de nuevas firmas (#/100 firmas)

	EIM ^{a)}	EC Report ^{b)}	GEM ^{c)}	GEM ^{c)}
	2002	2001	2001-2002	2003-2004
Bélgica	6.1%	7.0%	8.6%	6.5%
Dinamarca	9.9%	9.3%	9.0%	16.3%
Finlandia	7.9%	7.2%	7.1%	8.6%
Alemania	8.9%		7.7%	13.1%
Irlanda	12.0%		12.5%	9.0%
Japón	4.0%		2.4%	5.1%
Holanda	8.4%	9.6%	11.8%	8.1%
Noruega		10.1%	10.6%	15.2%
Suecia		6.6%	6.7%	6.1%
Reino Unido	12.6%	8.9%	10.4%	10.5%
EEUU	9.6%		11.5%	13.9%

EIM obtuvo los datos de la primera columna de la tabla a partir de estadísticas oficiales en que los nacimientos de empresas vienen definidos como start ups registrados, en los cuales, al menos una persona realizaba una actividad de cómo mínimo una hora a la semana. La segunda columna, correspondiente a la metodología Eurostat, el registro de una empresa recién creada puede considerarse un nacimiento si se crean nuevos factores de producción, especialmente, puestos de trabajo. Los nacimientos no incluyen nunca extensiones, divisiones, rupturas u otras reestructuraciones que puedan sufrir las firmas. En el caso de GEM, los nacimientos se registran como promedio de respuestas afirmativas ha haber pagado salarios el año anterior al de la edición en curso en la población. En países con tamaños muestrales muy grandes, como Alemania y el Reino Unido (y, actualmente, España), no es necesario calcular la media de respuestas pudiendo considerarse directamente el porcentaje de las mismas sobre la muestra total.

Otras medidas que se han tomado en los años precedentes para asegurar la fiabilidad de los datos GEM han sido, las de replicar el trabajo de campo por parte de una empresa diferentes en algunos países seleccionados aleatoriamente. Los resultados nunca han mostrado diferencias significativas.

El equipo investigador español va a plantear una comparación con los datos del DIRCE de cara a la edición 2006, una vez consolidada la metodología. Para ello, analizará qué variables pueden ser efectivas en el establecimiento de este tipo de contraste. Asimismo, trabajará con los datos del 2005, dado que, la estadística oficial referida a ese período es la que aparecerá en enero de 2006, momento en que se podrá plantear este tipo de comparación, con una muestra que, por su amplitud actual ya resulta adecuada para abordar este propósito. Los resultados de esta investigación se presentarán en el Informe 2006.



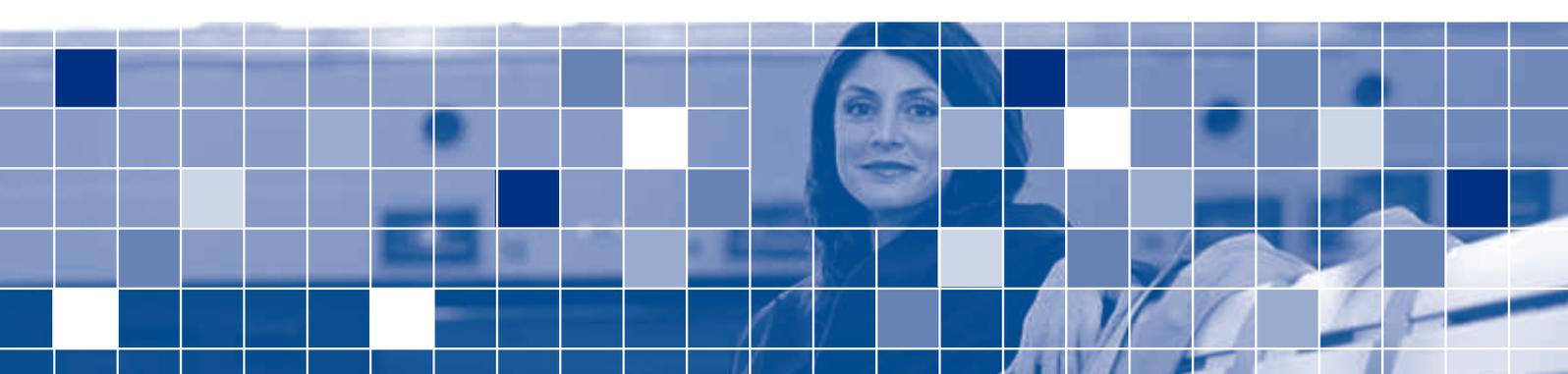
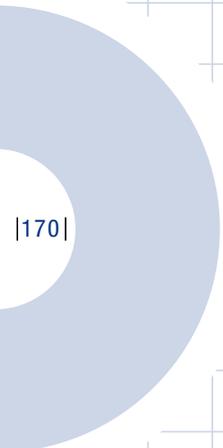
Referencias bibliográficas

- (I) Belso Martínez, J.A. (2003): "Discriminación de género y fomento de nuevas empresas. Conclusiones a partir de un análisis multivariante sobre las pymes valencianas de reciente creación", Revista del Ministerio De Trabajo y Asuntos Sociales, Nº 41, pp.15-38.
- (II) Lamolla, L. (2005), "Ten year's experience of local policies for female entrepreneurs in Spain", RENT Conference XIX, Nápoles, Noviembre 17-18.
- (III) Arenius, P., Minniti, M. (2005). "Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship", Small Business Economics, 24, 233-247.
- (IV) Sexton D.L., and Bowman-Upton N., (1990), "Female and male entrepreneurs: Psychological characteristics and their role in gender-related discrimination", Journal of Business Venturing, 5, pp.29-36.
- (V) Starr J., and Yudkin M., (1996), Women Entrepreneur's: A Review of Current Research, Center for Research on Women, Wellesley.
- (VI) Boden JR R.J., y Nucci A.R., (2000), "On the survival prospects of men's and women's new business ventures", Journal of Business Venturing, 15, pp.347-362.
- (VII) Srinivasan R.C., Woo Y., y Cooper A.C., (1994), "Performance Determinants for Male and Female Entrepreneurs", Frontiers of Entrepreneurship Research, Boston, MA: Babson College, 1994.
- (VIII) Shragg, P., Yacuk, L., & Glass, A. (1992), "Study of barriers facing Albertan women in business", Journal of Small Business and Entrepreneurship, 9 (4), 40-49.
- (IX) Baron, R. (2000), « Psychological Perspectives on Entrepreneurship: Cognitive and Social Factors in Entrepreneurs' Success », Current Directions in Psychological Science, 9, 15-19.
- (X) Aldrich, H., 1999, Organizations Evolving. London: Sage Publications.
- (XI) Minniti, M., Arenius, P., y Langowitz N., (2004), GEM 2004 Report on Women and Entrepreneurship, The Centre for Women's Leadership: Babson College, Wellesley.
- (XII) Carter, S. (2001), Women business ownership: a review of the academic and Internet literature, Report of the Small Business Service, Reino Unido.
- (XIII) Justo, R., Cruz, C., De Castro, J. y Coduras, A. (2005), "Entrepreneur's perception of success: is there really a gender divide?", RENT XIX Conference- Research in Entrepreneurship and Small Business. Noviembre 17-18, Naples, Italia.
- (XIV) Específicamente, se realizó un análisis cluster en dos etapas, utilizando como medida de distancia entre casos el logaritmo de máxima verosimilitud (log-likelihood distance)
- (XV) Para poder comparar grupos se usan resultados sin ponderar, ya que permiten calcular contrastes de significación apropiados. En general, no existen procesos de análisis que permitan calcular contrastes de significación válidos o correlaciones cuando se usan datos ponderados. Los resultados sin ponderar hacen referencia a los individuos que han participado en la encuesta, mientras que los resultados ponderados se refieren a la población nacional que subyace tras los mismos. Usamos datos ponderados para mostrar tasas de indicadores sobre población y, datos no ponderados para comparar grupos.

Los datos que se han utilizado en la confección de este Informe provienen del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que es un Consorcio compuesto, en la edición 2005, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Argentina, Austria, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Croacia, Dinamarca, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Jamaica, Japón, Jordania, Latvia, Méjico, Nueva Zelanda, Noruega, Países Bajos, Puerto Rico, Reino Unido, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Venezuela, y de las siguientes

regiones: Escocia, Gales, Irlanda del Norte, Andalucía, Cataluña, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Islas Canarias, Madrid, Navarra y el País Vasco. Los nombres de los miembros de todos los equipos nacionales y regionales están publicados en el Informe Global Entrepreneurship Monitor 2005, que puede obtenerse en www.gemconsortium.org. GEM Global agradece a todos los investigadores del proyecto y a sus patrocinadores, su trabajo y apoyo, que son los que hacen posible que esta investigación vea la luz cada año.

© Global Entrepreneurship Research Association



INDICE DE FIGURAS

Figuras

Figura nº 1 El Modelo Conceptual del Proyecto GEM

Figura nº 2 El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM

Figura nº 3 Distribución de las respuestas obtenidas acerca del principal motivo que ha impulsado el cierre de actividades de negocio, empresariales y autoempleo

Figura nº 4 Actividad emprendedora en el contexto de la Unión Europea

Figura nº 5 Actividad emprendedora en el contexto de la OCDE

Figura nº 6 Actividad emprendedora en países no integrados en la OCDE

Figura nº 7 Relación de dependencia del TEA respecto del nivel de desarrollo de los países GEM 2005 como conjunto total

Figura nº 8 Actividad emprendedora como porcentaje de la población adulta que desarrolla actividades en fase de early stage en los países GEM05, sin analizar su calidad y dimensión

Figura nº 9 Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en el contexto de la Unión Europea

Figura nº 10 Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en el contexto de la OCDE

Figura nº 11 Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en países no integrados en la OCDE

Figura nº 12 Empresa consolidada detectada en la población de todos los países GEM 2005

Figura nº 13 Porcentaje de cese de actividades en la población de los países de la UE que participan en GEM 2005

Figura nº 14 Porcentaje de cese de actividades en la población de los países de la OCDE que participan en GEM 2005

Figura nº 15 Porcentaje de cese de actividades en la población de los países no integrados en la OCDE que participan en GEM 2005

Figura nº 16 Porcentaje de cese de actividades en la población de todos los países que participan en GEM 2005

Figura nº 17 El proceso emprendedor: las definiciones operacionales del Proyecto GEM

Figura nº 18 Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de todos los países GEM 2005

Figura nº 19 Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en la UE

Figura nº 20 Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en la OCDE

Figura nº 21 Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad fuera de la OCDE

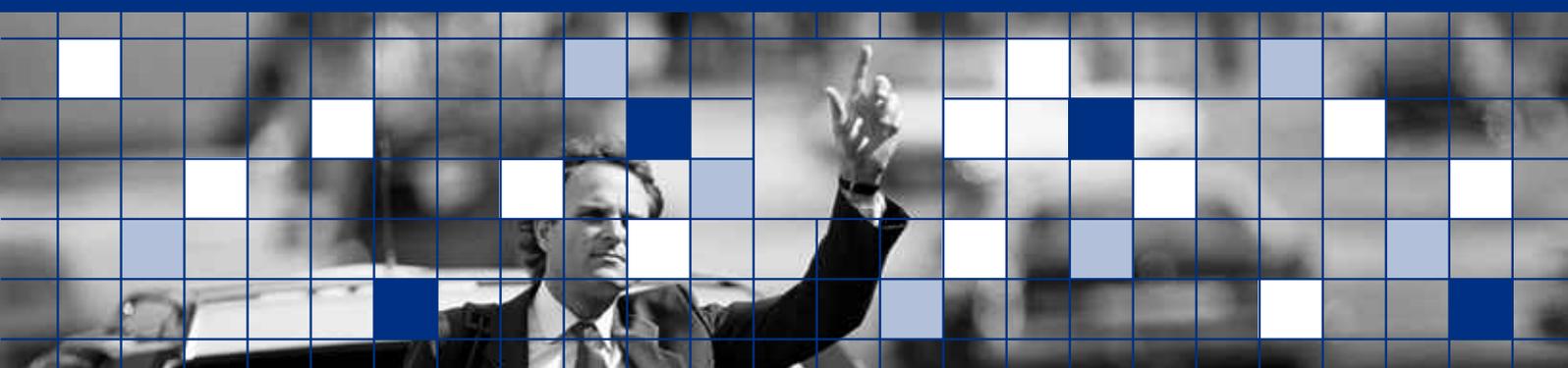
Figura nº 22 Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender en los países GEM en su conjunto

Figura nº 23 Forma en que se desarrolla el proceso emprendedor para emprendedores en fase de early stage y consolidada en los diversos países GEM 2005

Figura nº 24 Distribución del sexo de los emprendedores early stage, potenciales, consolidados y que han cerrado un negocio en los últimos 12 meses (07-04/07-05) en España

Figura nº 25 Distribuciones de edad de los emprendedores según la fase del proceso emprendedor en que se hallan: potencial, early stage, consolidada o cierre

Figura nº 26 Nivel de estudios de los emprendedores según la fase en que se hallan del proceso emprendedor: potenciales, early stage, consolidados, o que han cerrado



Figuras

Figura nº 27 Distribuciones del nivel de renta mensual de los emprendedores españoles según la fase del proceso emprendedor en que se hallan: potencial, early stage, consolidada o cierre

Figura nº 28 Distribución de los emprendedores en zona rural y urbana según el momento en que se hallan en el proceso emprendedor

Figura nº 29 Actividad emprendedora early stage de ambos sexos en los países GEM 2005

Figura nº 30 Número de mujeres emprendedoras en fase early stage por cada hombre emprendedor en la misma fase en el contexto europeo y de la OCDE

Figura nº 31 Comparación internacional de TEA femenino por necesidad y oportunidad

Figura nº 32 Expectativas de situación de las plantillas a 5 años vista en todos los tipos de empresas que integran el proceso emprendedor en España

Figura nº 33 Clasificación de los países GEM 2005 en función de su número de empresas early stage con potencial de rápido crecimiento en empleo

Figura nº 34 Clasificación general de las actividades que integran el proceso emprendedor del 2005 en España

Figura nº 35 Patentes registradas por residentes de cada país GEM en el extranjero en el 2002

Figura nº 36 Patentes registradas por extranjeros en cada país GEM en el 2002

Figura nº 37 Royalties cobrados por licencias y fees en cada país GEM en el 2003

Figura nº 38 Resultados de la encuesta internacional sobre cooperación tecnológica entre empresas 2005 (escala de 0-10 puntos, nula- muy desarrollada)

Figura nº 39 Resultados de la encuesta internacional sobre transferencia tecnológica de las universidades a las empresas 2005 (escala de 0-10 puntos, nula- muy desarrollada)

Figura nº 40 Gasto en educación post-secundaria como % del PIB per capita (datos estandarizados para poder establecer la comparación internacional)

Figura nº 41 Innovación según la fase en que se hallan las empresas en España

Figura nº 42 Presencia en Internet de las empresas en los países GEM 2005 para los que se dispone de esta información e inversión en Telecomunicación como % del PIB (dato estandarizado para poder llevar a cabo la comparación internacional)

Figura nº 43 Exportación de alta tecnología en \$USA corrientes 2003 y científicos dedicados a I+D por cada millón de personas en la población

Figura nº 44 Distribución del uso de las tecnologías según su antigüedad para cada tipo de empresa en el proceso emprendedor

Figura nº 45 Expansión de mercado de las actividades emprendedoras early stage en el ámbito internacional

Figura nº 46 Nivel de expansión en el mercado para las empresas que se hallan en cualquier fase del proceso emprendedor

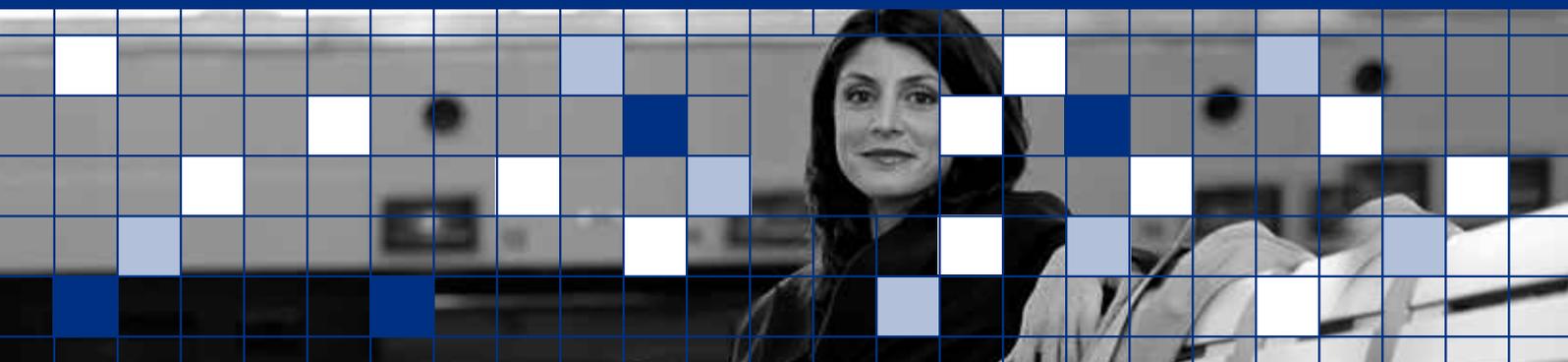
Figura nº 47 Distribución del nivel de competencia esperado en las empresas españolas según la fase en que se hallan del proceso emprendedor

Figura nº 48 Situación internacional del nivel alto de exportación de las empresas en fase de early stage o actividad emprendedora de los países participantes en GEM 2005

Figura nº 49 Actividad de internacionalización estimada para las empresas españolas según la fase en que se hallan del proceso emprendedor en el 2005

Figura nº 50 La actividad de internacionalización de las empresas españolas en el 2005, depende en cierta medida de la fase en que se halle la empresa y de su propia actividad emprendedora, según los datos obtenidos por el Proyecto GEM

Figura nº 51 La intensidad de actividad de internacionalización de las empresas españolas en el 2005, depende en cierta medida de la fase en que se halle la empresa y de su propia actividad emprendedora, según los datos obtenidos por el Proyecto GEM



Figuras

Figura nº 76 habilidad y conocimientos para emprender declarados por los adultos españoles en el 2005

Figura nº 77 Clasificación de los países GEM 2005 según la habilidad de la población para emprender

Figura nº 78 Opinión media de los expertos internacionales acerca de la posesión de habilidades y conocimientos para emprender por parte de sus respectivas poblaciones

Figura nº 79 Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en España

Figura nº 80 Situación internacional de España respecto a las condiciones de entorno

Figura nº 81 Relación entre la tasa de actividad emprendedora Early-Stage (TEA) y el PIB per Capita de los países participantes en la edición GEM 2005

Figura nº 82 Participación de la población adulta de las CCAA españolas en actividades emprendedoras early stage (TEA05 regional)

Figura nº 83 Porcentaje de la población adulta de cada CA que declara ser propietario/gerente de una empresa o negocio consolidado

Figura nº 84 Potencial emprendedor en las Comunidades Autónomas

Figura nº 85 Cierre de negocios en las Comunidades Autónomas

Figura nº 86 Motivación para emprender en las CCAA participantes

Figura nº 87 Habilidades y conocimientos para emprender en las CCAA participantes

Figura nº 88 Percepción de oportunidades para emprender en las CCAA participantes

Figura nº 89 Índice de apoyo cultural al emprendedor en las CCAA y en España

Figura nº 90 Participación femenina en empresas nacientes y nuevas en el 2005 en cada CA

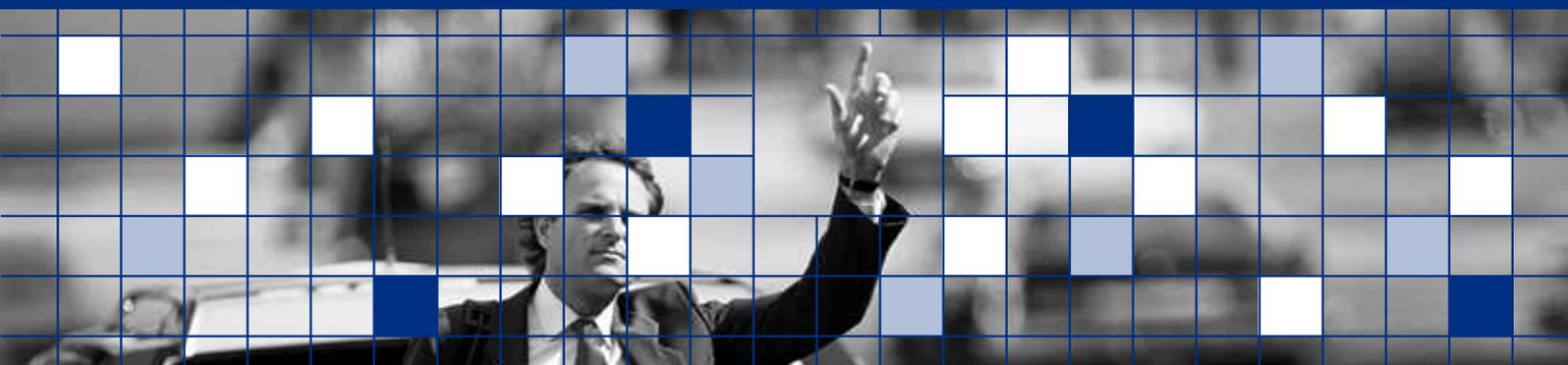
Figura nº 91 Número medio de propietarios de empresas nacientes por un lado y nuevas y consolidadas por el otro en las CCAA

Figuras nº 92 Porcentajes de empresas early stage con potencial de expansión en el mercado en las CCA

Figura nº 93 Máximo potencial de creación de empleo por parte de las empresas early stage en las CCAA y en España

Figura nº 94 Máximo potencial de internacionalización por parte de las empresas early stage en las CCAA y en España

Figuras nº 95 Distribución sectorial por CCAA de la actividad emprendedora early stage



INDICE DE TABLAS

Tablas

Tabla nº 1 Actividad emprendedora total registrada en la población española en el 2005

Tabla nº 2 Empresas consolidadas en la Población Adulta Española 2005

Tabla nº 3 Cierre de negocios, empresas o cese de autoempleo en la Población Adulta Española 2005

Tabla nº 4 Emprendedores Potenciales en la Población Adulta Española 2005

Tabla nº 5 Tipos de comportamiento emprendedor en España tomando como base el total de la población adulta española

Tabla nº 6 Evolución del tipo de comportamiento emprendedor early stage en España como porcentaje de la población adulta y como porcentaje de la actividad emprendedora total early stage registrada cada año

Tabla nº 7 Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender en España

Tabla nº 8 ¿Qué viene antes: la idea de negocio o el deseo de emprender?

Tabla nº 9 Edad media del emprendedor español según la fase activa en que se encuentra

Tabla nº 10 Porcentaje de emprendedores con dedicación plena y parcial según la fase en que se hallan del proceso emprendedor

Tabla nº 11 Autoempleo directo a tiempo parcial y completo que generan los emprendedores en las distintas fases del proceso emprendedor en España

Tabla nº 12 Tipo de fuente de ingresos que representa la actividad emprendedora a tiempo parcial llevada a cabo por emprendedores nacientes, nuevos y consolidados

Tabla nº 13 Evolución histórica del TEA femenino en España

Tabla nº 14 EL uso de asesoramiento en creación de empresas en función del género

Tabla nº 15 Tipo de asesoramiento recibido en función del género

Tabla nº 16 Comparación de los factores psico-sociales en función del género

Tabla nº 17 Nueva clasificación de la Pyme recomendada por la Comisión Europea

Tabla nº 18 Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por su tramo de volumen de negocio

Tabla nº 19 Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por su tramo de número actual de empleados

Tabla nº 20 Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase según la clasificación de dimensión que obtienen en la escala recomendada por la Comisión Europea

Tabla nº 21 Tamaño promedio de las plantillas actuales y esperada para dentro de 5 años en las actividades que configuran nuestro proceso emprendedor

Tabla nº 22 Estimación del crecimiento total en empleo generado por el proceso emprendedor del año 2005 en España

Tabla nº 23 Evolución del crecimiento esperado en empleo en las empresas en fase de early stage

Tabla nº 24 Actividad emprendedora en empresas nuevas y consolidadas 2005

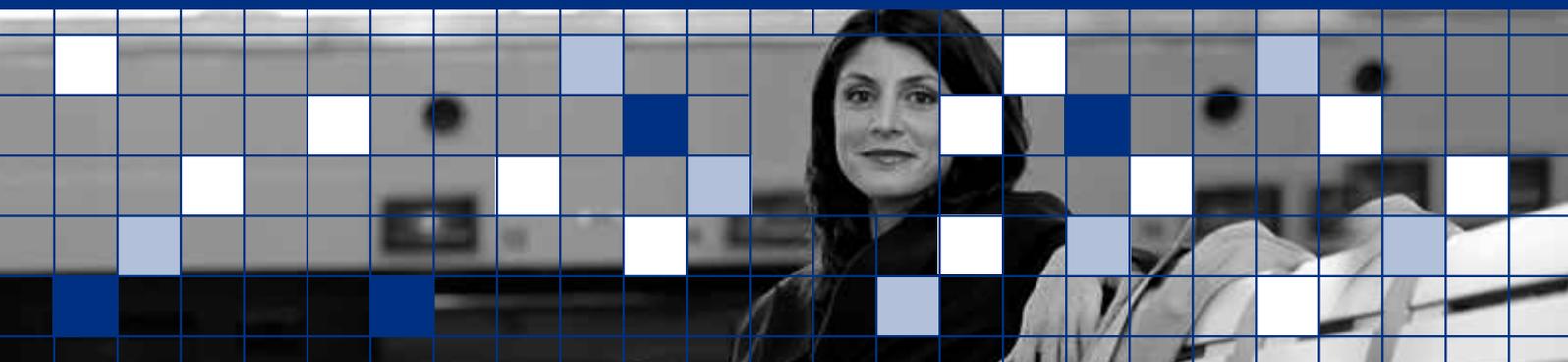
Tabla nº 25 Porcentaje de empresas innovadoras en todas las fases activas del proceso emprendedor en España

Tabla nº 26 Uso de nuevas tecnologías en la empresa española

Tabla nº 27 Porcentaje de empresas nacientes, nuevas, early stage, consolidadas y de todas las categorías conjuntamente que tienen algún grado y ningún grado de expansión su mercado

Tabla nº 28 Nivel de competencia estimado para las empresas nacientes, nuevas, early stage, consolidadas y conjunto global

Tabla nº 29 Estimación de las actividades de internacionalización de las empresas españolas en el 2005



Tablas

Tabla nº 30 Estimación de la intensidad de las actividades de internacionalización de las empresas españolas en el 2005, según los datos obtenidos por el Proyecto GEM

Tabla nº 31 Actividad emprendedora total early stage de los inmigrantes en España

Tabla nº 32 Relación de dependencia del índice de actividad emprendedora early stage del tipo de relación que tienen las personas entrevistadas con España

Tablas nº 33 Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en los emprendedores inmigrantes y en los españoles

Tabla nº 34 Descripción del Proceso Emprendedor teniendo en cuenta la aportación de los inmigrantes en España

Tabla nº 35 País concreto de procedencia de los emprendedores inmigrantes que han venido por necesidad

Tabla nº 36 País concreto de procedencia de los emprendedores inmigrantes que han venido por motivos aparentemente distintos de la necesidad

Tabla nº 37 Empleo y capital semilla según origen del emprendedor

Tabla nº 38 Actividad emprendedora en empresas según origen del empresario

Tabla nº 39 Fuentes de financiación utilizadas por los inmigrantes para llevar a cabo el start up en España

Tabla nº 40 Capital semilla medio necesario para start up y porcentaje medio aportado por el emprendedor naciente

Tabla nº 41 Capital semilla medio necesario para start up y porcentaje medio aportado por el emprendedor naciente

Tabla nº 42 Descripción del porcentaje del capital semilla aportado por el emprendedor naciente

Tabla nº 43 Fuentes de Financiación Empleadas por los Emprendedores Nacientes y nuevos para el Start Up

Tabla nº 44 Porcentaje de la población adulta española que actúa como inversor informal tipo Business Angel: evolución temporal del indicador

Tabla nº 45 El perfil del inversor business angel informal español

Tabla nº 46 Distribución de respuestas proporcionadas por los emprendedores nacientes acerca de la Banca y Entidades Financieras que apoyan el proceso emprendedor en España

Tabla nº 47 Distribución de respuestas proporcionadas por los emprendedores nuevos acerca de la Banca y Entidades Financieras que apoyan el proceso emprendedor en España

Tabla nº 48 Distribución de respuestas proporcionadas por los emprendedores consolidados acerca de la Banca y Entidades Financieras que apoyan el proceso emprendedor en España

Tabla nº 49 Factores que más apoyan el proceso emprendedor por parte de la Banca y Entidades Financieras

Tabla nº 50 Factores que más valoran los emprendedores en la ayuda prestada por parte de la Banca y Entidades Financieras en el proceso emprendedor

Tabla nº 51 Evolución temporal del porcentaje de población de 18-65 años que percibe buenas oportunidades para emprender en España en los 6 meses posteriores a la entrevista

Tabla nº 52 Distribución de los expertos entrevistados en España en el 2005

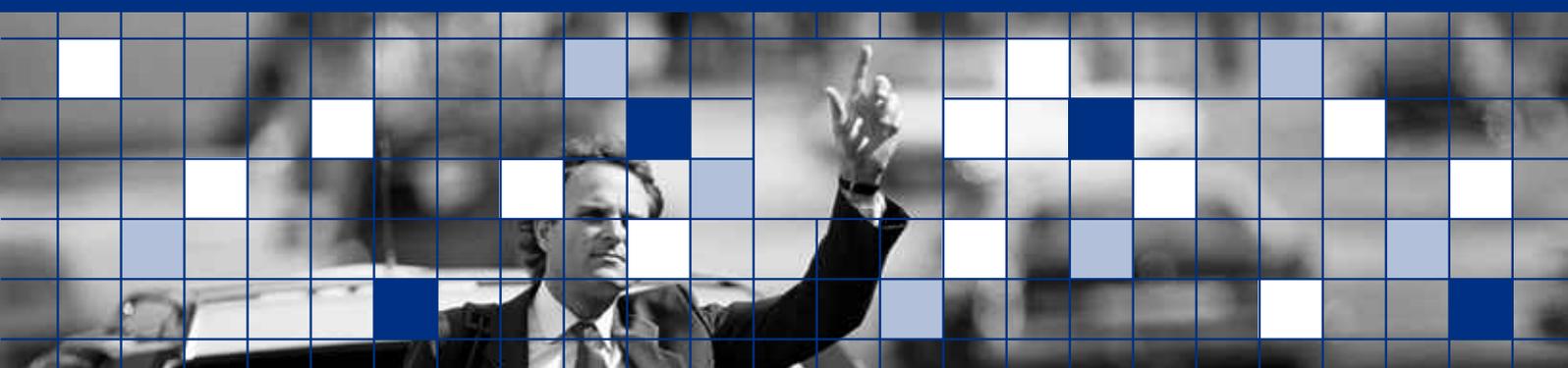
Tabla nº 53 La percepción de oportunidades desde el punto de vista de los expertos españoles

Tabla nº 54 Resultados de las entrevistas sobre motivación para emprender en la población española

Tabla nº 55 Evaluación media de expertos españoles sobre factores que influyen en la motivación para emprender

Tabla nº 56 Opinión de los expertos acerca de las habilidades y conocimientos que posee la población adulta española para emprender

Tabla nº 57 Comparación de las valoraciones medias de las condiciones de entorno 2003, 2004 y 2005



Tablas

Tabla nº 58 Obstáculos a la creación empresarial en el 2005, según la opinión de 379 expertos de toda la geografía española

Tabla nº 59 Apoyos a la creación empresarial en el 2005, según la opinión de 379 expertos de toda la geografía española

Tabla nº 60 Temas tratados por los 379 expertos consultados en toda la geografía española, en las recomendaciones que hacen de políticas públicas para mejorar el entorno de la creación empresarial

Tablas nº 61 Afirmaciones valoradas por los expertos

Tabla nº 62 Clusters de Países

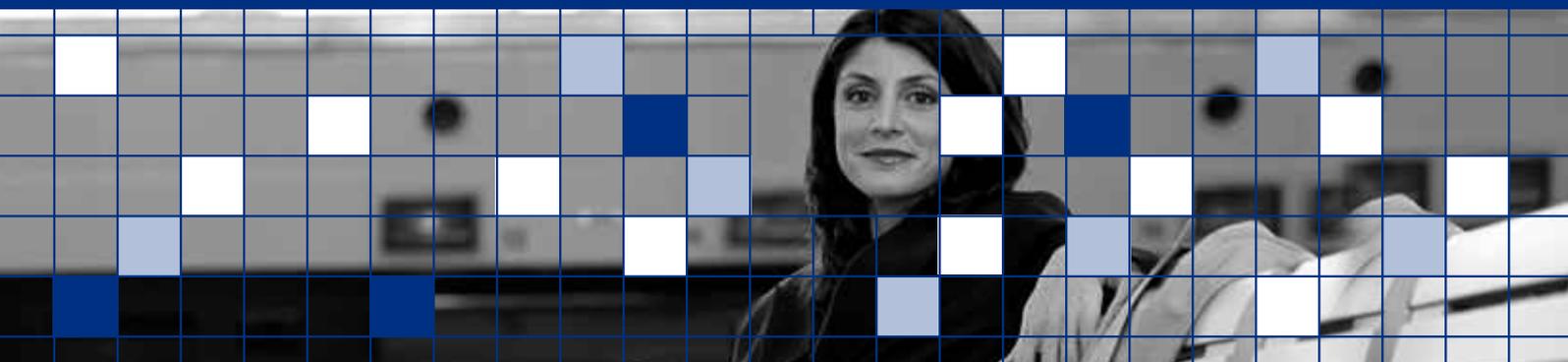
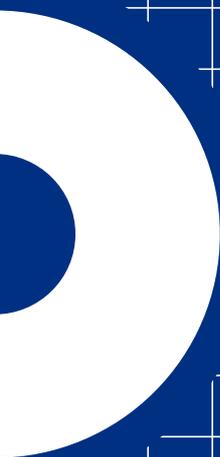
Tabla nº 63 Diferencias porcentuales entre los clusters de países en tasas de actividad emprendedora de cada fase del proceso emprendedor

Tabla nº 64 Ratio de transición

Tabla nº 65 Diferencias en los ratios de transición de los dos clusters de países

Tabla nº 66 Diferencias en el ratio oportunidad versus necesidad o tipo de motivación para emprender en los clusters de países

Tabla nº 67 Porcentaje de emprendedores early stage que son inmigrantes en cada CA





dos
mil **05**

Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM España



Patrocinadores

Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM España

PATROCINADORES E INSTITUCIONES

Nacional (2000)



Extremadura (2003)



Andalucía (2003)



Canarias (2004)



Castilla y León (2004)



Cataluña (2003)



Madrid (2004)



Comunidad Valenciana (2004)



Galicia (2005)



País Vasco (2004)



Navarra (2005)

