

# Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM España 20

# 06



Director del Proyecto: Ignacio de la Vega García-Pastor  
Dirección Técnica y de Investigación: Alicia Coduras  
Investigadoras: Cristina Cruz, Rachida Justo  
Administradora del proyecto: Isabel González

# Global Entrepreneurship Monitor

*Informe Ejecutivo GEM España 20*

*(Although data used in this work are collected by the GEM consortium, their analysis and interpretation are the sole responsibility of the authors)*

# 06



# Global Entrepreneurship Monitor

*Informe Ejecutivo GEM España 20* **06**

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega García-Pastor ( <i>Director del Proyecto GEM España</i> ) Alicia Coduras ( <i>Dirección Técnica</i> ) Cristina Cruz Rachida Justo Isabel González	-Instituto de Empresa -Fundación Cultural Banesto -Fundación INCYDE -Cámaras de Comercio -Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro ( <i>Director del Proyecto GEM Andalucía</i> ) José Aurelio Medina Daniel Lorenzo Álvaro Rojas Vázquez Antonio Rafael Ramos Salustiano Martínez David Urbano Pulido	-CENTRA (Fundación Centro de Estudios Andaluces) Junta de Andalucía -Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía -UNICAJA -Endesa Sevillana
Asturias	Universidad de Oviedo	Juan Ventura Victoria ( <i>Director del Proyecto GEM Asturias</i> ) Esteban Fernández Sánchez ( <i>Director</i> ) Montserrat Entrialgo Suárez Enrique Loredó Fernández	-Consejería de Economía y Administración Pública del Gobierno del Principado de Asturias
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria  Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino ( <i>Directora del Proyecto GEM Canarias</i> ) Alicia Bolívar Cruz Esther Hormiga Pérez Desiderio García Almeida Agustín Sánchez Medina Domingo Verano Tacoronte Silvia Sosa Cabrera Ana L. González Pérez  Alicia Correa Rodríguez	-Consejería de Economía y Administración Pública -La Caja de Canarias -Caja Canarias -Gobierno de Canarias (promoción económica) -Cámara de Comercio de Las Palmas -Gobierno de Canarias. Servicio canario de empleo -Fondo Social Europeo -Cabildo de Gran Canaria (Consejería de Industria y Comercio)
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Miguel Ángel Garrido Martín ( <i>Director del Proyecto GEM Castilla la Mancha</i> ) Agustín Álvarez Herranz Juan Carlos López Garrido Francisco Escribano Sotos Inmaculada Carrasco Monteagudo M. Soledad Castaño Martínez Isabel Pardo García M <sup>a</sup> Teresa Méndez Picazo	-Universidad de Castilla La Mancha -Caja de Castilla La Mancha -Instituto Municipal de Promoción Empresarial, Formación y Empleo (IMPEFE), Ayuntamiento de Ciudad Real -Ayuntamiento de Cuenca (Patronato de Promoción Económica, Formación y Empleo)
Castilla y León	Universidad de León	Mariano Nieto Antolín ( <i>Director del Proyecto GEM Castilla y León</i> ) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos Vanesa Solís Rodríguez Claudia Roure Villalobos Noemi Huerga Pérez	-Universidad de León -Junta de Castilla y León -ADE Inversiones y Servicios -Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Cataluña	<p>Universitat Autònoma de Barcelona</p> <p>Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona</p>	<p>Carlos Guallarte (<i>Director del proyecto GEM Cataluña</i>)</p> <p>Teresa Obis</p> <p>Alex Rialp</p> <p>Josep M. Surís</p> <p>Yancy Vaillant</p> <p>Anaís Tarragó</p>	<p>Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya</p> <p>Diputació de Barcelona</p>
Comunidad Valenciana	<p>Universidad Miguel Hernández</p>	<p>José M<sup>a</sup> Gómez Gras (<i>Director del Proyecto GEM C. Valenciana</i>)</p> <p>Ignacio Mira Solves</p> <p>Jesús Martínez Mateo</p> <p>Antonio J. Verdú</p>	<p>-Air Nostrum LAM S.A.</p> <p>-IMPIVA</p>
Extremadura	<p>Fundación Xavier de Salas - Universidad de Extremadura</p>	<p>Ricardo Hernández Mogollón (<i>Director del Proyecto GEM Extremadura y Coordinador Regional</i>)</p> <p>J. Carlos Díaz Casero</p> <p>M<sup>a</sup> de la Cruz Sánchez Escobedo</p> <p>M<sup>a</sup> Victoria Postigo Jiménez</p>	<p>-Central Nuclear Almaraz</p> <p>-Junta de Extremadura</p> <p>-Universidad de Extremadura</p> <p>-Federación Empresarial Cacerense</p> <p>-Sodiex</p> <p>-Sofiex</p> <p>-Pinilla E. Constructora</p> <p>-Arram Consultores</p> <p>-CCOO U.R. Extremadura</p> <p>-Urvicasa</p> <p>-Caja Rural de Extremadura</p> <p>-Servex</p> <p>-Palicrisa</p> <p>-Fundación Académica Europea de Yuste</p> <p>-Grupo Alfonso Gallardo</p> <p>-Infostock Europa de Extremadura S.A.</p> <p>-Cámara de Comercio de Badajoz</p> <p>-Grupo Katry</p> <p>-Conyser</p> <p>-UGT Extremadura</p> <p>-Periódico Extremadura</p> <p>-Hoy</p>
Madrid	<p>Universidad Autónoma de Madrid</p>	<p>Eduardo Bueno Campos (<i>Director del Proyecto GEM Madrid</i>)</p> <p>Carlos Merino Moreno</p> <p>Lidia Villar Mártel</p> <p>Miguel Palacios</p> <p>Javier Tafur</p>	<p>-Comunidad de Madrid</p> <p>-Instituto Madrileño de Desarrollo - IMADE</p> <p>-Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid - FGUAM</p>

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Araceli de Lucas Sanz ( <i>Directora Proyecto GEM Galicia</i> ) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López José Antonio Neira Cortés	-Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)
	CEEI Galicia SA (BIC Galicia)	Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo	-CEEI Galicia SA (BIC Galicia)
	Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela	José Alberto Díez de Castro Guillermo Sánchez Vilariño Emilio Ruzo Sanmartín Begoña Barreiro Fernández Fernando Losada Pérez Miguel Freire Neira	-Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE)  -Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez ( <i>Director del Proyecto GEM Murcia</i> ) Alicia Rubio Bañón ( <i>Directora</i> ) Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	-Fundación Cajamurcia -Instituto de Estudios Económicos Región de Murcia -Instituto de Fomento de la Región de Murcia -Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia -Confederación Regional de Organizaciones Empresariales -Universidad de Murcia
Navarra	Observatorio de Empleo del Servicio Navarro de Empleo	Observatorio de Empleo del Servicio Navarro de Empleo ( <i>Dirección del Proyecto GEM Navarra</i> )	-Gobierno de Navarra -SNE -CEIN -UPNA
	CEIN	Iñaki Mas Erice ( <i>Dirección Técnica</i> )	
	UPNA	Ignacio Contín Martín Larraza	
País Vasco	Universidad de Deusto	Iñaki Peña Legazkue ( <i>Director del Proyecto GEM País Vasco</i> ) Juan José Gibaja Saoia Arando José Luis González	-Eusko Ikaskuntza, Instituto Vasco de Competitividad -SPRI -Diputación Foral de Bizkaia -Diputación Foral de Gipuzkoa -Diputación Foral de Araba -FESIDE
	Universidad del País Vasco	María Saiz Arturo Rodríguez Yon Hoyos	
	Instituto Vasco de Competitividad	Xavier De la Maza Nahikari Irastorza	

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

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### Carta del Director del Proyecto GEM España

#### I. Introducción

#### II. El Proyecto GEM, conceptualización y modelo teórico

#### III. Resumen ejecutivo

### 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 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
- 2.4. Relación entre el índice de actividad emprendedora por necesidad y el nivel de desarrollo de los países

### Capítulo 3: Perfil socioeconómico del emprendedor español

- 3.1. Introducción
- 3.2. Género
- 3.3. Edad
- 3.4. Educación
- 3.5. Nivel de renta
- 3.6. El proceso emprendedor en zona rural y en zona urbana
- 3.7. La situación laboral del emprendedor

### Capítulo 4: El proceso emprendedor de la mujer en España: ¿qué sabemos al cabo de 5 años de estudio?

- 4.1. Introducción
- 4.2. La actividad emprendedora femenina en España desde una perspectiva internacional
- 4.3. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora española
- 4.4. Tipo de empresa creada
- 4.5. Género y apoyo institucional a la creación de empresas
- 4.6. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora
- 4.7. Alternativas a la participación femenina en la actividad emprendedora: la mujer inversora

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

- 5.1. Introducción
- 5.2. Dimensión de las iniciativas emprendedoras españolas medida a través del 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 iniciativas 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 iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas
- 5.8. Internacionalización de las empresas nacientes, nuevas y consolidadas



## **6. Capítulo 6: Actividad emprendedora e inmigración en España**

- 6.1. Introducción
- 6.2. La evolución de la inmigración en España
- 6.3. Los datos que proporciona GEM España sobre inmigración en el 2006
- 6.4. Actividad emprendedora incipiente de los inmigrantes el año 2006
- 6.5. Perfil del emprendedor inmigrante en el 2006
- 6.6. Motivación y capacidad del emprendedor inmigrante en el 2006
- 6.7. Características de la actividad emprendedora inmigrante en el 2006

## **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 2006 en España
- 7.3. El retorno de la inversión realizada por el emprendedor
- 7.4. Las fuentes de financiación que se utilizan en el proceso 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 en España
- 7.7. El retorno de la inversión esperado por los inversores informales
- 7.8. El papel del capital riesgo
- 7.9. Conclusiones

## **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

## **Capítulo 9: Las condiciones específicas de entorno para emprender en España en el 2006**

- 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
- 9.4. Información detallada relativa a las condiciones de entorno
- 9.5. Posición española en el ámbito internacional GEM 2006 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos

## **Capítulo 10: Análisis regional de la actividad emprendedora en España en el 2006**

- 10.1. Introducción
- 10.2. Principales indicadores de la actividad emprendedora por Comunidades Autónomas
- 10.3. Potencial y entorno emprendedor de las Comunidades Autónomas

## **Anexo: Ficha técnica del informe GEM**

## ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura nº 1 El Modelo Conceptual GEM
- Figura nº 2 El proceso emprendedor según el Proyecto GEM
- Figura nº 3 Clasificación de las iniciativas emprendedoras según el Proyecto GEM
- Figura nº 4 Distribución de las respuestas obtenidas acerca del principal motivo que ha impulsado el cierre de actividades de negocio, empresariales y autoempleo en el 2006
- Figura nº 5 Actividad emprendedora incipiente en el contexto de la Unión Europea
- Figura nº 6 Actividad emprendedora incipiente en el contexto de la OCDE
- Figura nº 7 Actividad emprendedora en países no integrados en la OCDE
- Figura nº 8 Relación de dependencia del TEA respecto del nivel de desarrollo de los países GEM 2006 como conjunto total
- Figura nº 9 Actividad emprendedora como porcentaje de la población adulta que desarrolla actividades en fase de early stage en los países GEM06, sin analizar su calidad y dimensión
- Figura nº 10 Empresa consolidada (que lleva más de 3,5 años en activo) detectada como porcentaje de la población en el contexto de la Unión Europea
- Figura nº 11 Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en el contexto de la OCDE
- Figura nº 12 Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en países no integrados en la OCDE
- Figura nº 13 Empresa consolidada detectada en la población de todos los países GEM 2006
- Figura nº 14 Densidad de empresa consolidada en la población de todos los países GEM 2006
- Figura nº 15 Porcentaje de cese de actividades en la población de los países que participan en GEM 2006 (excluidas las ventas)
- Figura nº 16 Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de todos los países GEM 2006
- Figura nº 17 Relación entre el índice de actividad emprendedora (TEA) por necesidad y el grado de desarrollo de los países GEM 2006
- Figura nº 18 Distribución del sexo de los emprendedores early stage, potenciales, consolidados y que han cerrado un negocio en los últimos 12 meses (07-05/07-06) en España
- Figura nº 19 Distribuciones de edad de los emprendedores según la fase del proceso emprendedor en que se hallan: potencial, early stage, consolidada o cierre
- Figura nº 20 Nivel de estudios de los emprendedores según la fase en que se hallan del proceso emprendedor: potenciales, early stage, consolidados, o que han cerrado
- Figura nº 21 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 22 Distribución de las iniciativas emprendedoras y cierres en zona rural y urbana según el momento en que se hallan en el proceso emprendedor
- Figura nº 23 Situación laboral de los emprendedores en las distintas fases del proceso
- Figura nº 24 Actividad emprendedora incipiente en función del sexo en los países GEM 2006
- Figura nº 25 Ratio de actividad femenina sobre masculina
- Figura nº 26 Actividad emprendedora en función del sexo en la UE
- Figura nº 27 Comparación internacional de TEA femenino por necesidad y oportunidad
- Figura nº 28 Tipo de evolución esperada en las distintas iniciativas en cuanto a empleo para los próximos 5 años
- Figura nº 29 Clasificación de los países GEM 2006 en función de su porcentaje de iniciativas early stage con potencial de rápido crecimiento en empleo
- Figura nº 30 Innovación según la fase en que se hallan las iniciativas emprendedoras en España
- Figura nº 31 Distribución del uso de las tecnologías según su antigüedad para cada tipo de iniciativa del proceso emprendedor
- Figura nº 32 Distribución del nivel tecnológico en cada tipo de iniciativa del proceso emprendedor
- Figura nº 33 Expansión de mercado de las actividades emprendedoras early stage en el ámbito internacional
- Figura nº 34 Nivel de expansión en el mercado para las actividades que se hallan en cualquier fase del proceso emprendedor
- Figura nº 35 Distribución del nivel de competencia esperado en las actividades españolas según la fase en que se hallan del proceso emprendedor
- Figura nº 36 Situación internacional del nivel alto de exportación (50% de los clientes fuera del país) de las iniciativas en fase de early stage de los países participantes en GEM 2006
- Figura nº 37 Actividad general de internacionalización estimada para las empresas españolas según la fase en que se hallan del proceso emprendedor en el 2006

- Figura nº 38 Evolución de la inmigración en España en la última década
- Figura nº 39 Proporción de residentes extranjeros en la población activa española 2006
- Figura nº 40 Tasa de actividad emprendedora en función del origen de los emprendedores
- Figura nº 41 Sector de las actividades emprendedoras en función del origen de los emprendedores
- Figura nº 42 Distribución de sexo de los emprendedores en función de su origen
- Figura nº 43 Edad media de los emprendedores en función de su origen
- Figura nº 44 Distribución de nivel educacional de los emprendedores en función de su origen
- Figura nº 45 Distribución del nivel de renta de los emprendedores en función de su origen
- Figura nº 46 Motivación principal de los emprendedores en función de su origen
- Figura nº 47 Potencial emprendedor en función del origen
- Figura nº 48 Tasa de cierres de negocios y actividades en función del origen
- Figura nº 49 Miedo al fracaso en función del origen
- Figura nº 50 Percepción de oportunidades en función del origen
- Figura nº 51 Habilidades y conocimientos para emprender en función del origen
- Figura nº 52 Porcentaje de capital aportado por el emprendedor naciente
- Figura nº 53 Parte de recuperación de la inversión inicial esperada por el emprendedor
- Figura nº 54 Tiempo medio de recuperación de la inversión inicial
- Figura nº 55 Porcentaje de población adulta que ha actuado como business angel
- Figura nº 56 Evolución conjunta del índice de actividad emprendedora y la inversión informal tipo business angel
- Figura nº 56 Tiempo de retorno y montante esperados por el business angel
- Figura nº 57 Montante esperado de retorno según la relación entre el business angel y el beneficiario de su inversión
- Figura nº 58 Evolución conjunta de la percepción de oportunidades por parte de la población y del indicador de actividad emprendedora total incipiente en España
- Figura nº 59 Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país
- Figura nº 60 Opinión media de los expertos acerca de la motivación de la población para emprender en sus respectivos países (Escala 1-5, a mayor valor mayor motivación)
- Figura nº 61 habilidad y conocimientos para emprender declarados por los adultos españoles en el 2006
- Figura nº 62 Clasificación de los países GEM 2006 según el % de población que afirma tener conocimientos y habilidades necesarios para llevar a cabo un pequeño start up
- Figura nº 63 Opinión media de los expertos internacionales acerca de la posesión de habilidades y conocimientos para emprender por parte de sus respectivas poblaciones
- Figura nº 64 Valoración media del estado de las condiciones de entorno para emprender en España (Escala de 1 = deficiente a 5 = óptimo)
- Figuras nº 65 Situación internacional de España respecto a las condiciones de entorno
- Figura nº 66 Comparativa del índice de actividad emprendedora regional
- Figura nº 67 Número estimado de iniciativas emprendedoras en cada CA
- Figura nº 68 Número estimado de iniciativas consolidadas por Comunidad Autónoma
- Figura nº 69 Distribución de actividad emprendedora por oportunidad y necesidad
- Figura nº 70 Distribución de actividad emprendedora por sexo
- Figura nº 71 Distribución sectorial de la actividad emprendedora en las regiones
- Figura nº 72 Distribución de la actividad emprendedora en las regiones según su grado de expansión en el mercado
- Figura nº 73 Distribución de la actividad emprendedora en las regiones según su grado de internacionalización
- Figura nº 74 Distribución de la actividad emprendedora en las regiones según su alto potencial de creación de empleo (iniciativas que esperan crear más de 19 puestos en 5 años)
- Figura nº 75 Distribución de la actividad emprendedora en las regiones según su grado de innovación
- Figura nº 76 Distribución de la actividad emprendedora en las regiones según su grado de utilización de nuevas tecnologías
- Figura nº 77 Distribución de la actividad emprendedora en las regiones según la edad de los emprendedores
- Figura nº 78 Tasa de cierre de actividades en las regiones excluida la venta
- Figura nº 79 Tasa de percepción de buenas oportunidades para emprender en las regiones
- Figura nº 80 Tasa de emprendedores potenciales en las regiones
- Figura nº 81 Tasa de emprendedores potenciales en las regiones
- Figura nº 82 Tasa de emprendedores potenciales en las regiones

## ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla nº 1 Actividad emprendedora incipiente total registrada en la población adulta española (PA) de 18 a 64 años de edad en el 2006
- Tabla nº 2 Emprendedores incipientes totales registrados en la población adulta española (PA) de 18 a 64 años de edad en el 2006
- Tabla nº 3 Iniciativas consolidadas en la Población Adulta (PA) Española 2006
- Tabla nº 4 Cierre de negocios, empresas o cese de autoempleo en la Población Adulta Española 2006
- Tabla nº 5 Emprendedores Potenciales en la Población Adulta Española 2006
- Tabla nº 6 Tipos de comportamiento emprendedor en España tomando como base el total de la población adulta española
- Tabla nº 7 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 8 Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender en España
- Tabla nº 9 Edad media del emprendedor español según la fase activa en que se encuentra
- Tabla nº 10 Evolución histórica del TEA femenino en España
- Tabla nº 11 Formación, habilidades y renta de los emprendedores españoles
- Tabla nº 12 Distribución sectorial de la actividad emprendedora en función del género
- Tabla nº 13 Recepción de ayudas a la creación de empresas en función del género
- Tabla nº 14 Comparación de los factores psico-sociales en función del género
- Tabla nº 15 Índices globales de percepción hacia la actividad emprendedora
- Tabla nº 16 Sexo del inversor informal e importe invertido
- Tabla nº 17 perfil del inversor informal en función del género
- Tabla nº 18 Clasificación de la PYME en función del número de empleados
- Tabla nº 19 Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por su tramo de número actual de empleados comparando la situación del 2005 con la del 2006
- Tabla nº 20 Tamaño promedio de las plantillas actuales y esperadas para dentro de 5 años en las actividades que configuran nuestro proceso emprendedor (incluyen al emprendedor)
- Tabla nº 21 Estimación del crecimiento total en empleo que podría generar el proceso emprendedor del año 2006 en España y comparación con el del 2005
- Tabla nº 22 Actividad emprendedora en empresas nuevas y consolidadas: evolución
- Tabla nº 23 Porcentaje de iniciativas innovadoras en todas las fases activas del proceso emprendedor en España
- Tabla nº 24 Uso de tecnologías en las iniciativas emprendedoras del 2005 y 2006
- Tabla nº 25 Nivel de competencia estimado para las iniciativas nacientes, nuevas, y consolidadas
- Tabla nº 26 Estimación de la intensidad de las actividades de internacionalización de las iniciativas españolas en el 2006, según su fase de consolidación
- Tabla nº 27 Distribución de extranjeros según el régimen de residencia y fuente de información utilizada
- Tabla nº 28 Distribución de los inmigrantes en la población de 18-64 años de España en el año 2006, según continente de procedencia
- Tabla nº 29 Distribución de los inmigrantes en la población de 18-64 años de España en el año 2006, según principales países de procedencia
- Tabla nº 30 Distribución de la actividad emprendedora incipiente en función del origen de los emprendedores
- Tabla nº 31 Sector de actividad en función del origen de los emprendedores
- Tabla nº 32 País de procedencia de los emprendedores inmigrantes
- Tabla nº 33 Media de años de residencia en España de los emprendedores inmigrantes según su tipo de origen
- Tabla nº 34 Distribución geográfica regional de los emprendedores extranjeros
- Tabla nº 35 Dimensión de las iniciativas emprendedoras según origen del emprendedor
- Tabla nº 36 Grado de expansión, innovación, competencia y uso de nuevas tecnologías según origen del emprendedor
- Tabla nº 37 Grado de internacionalización según origen del emprendedor
- Tabla nº 38 Características y distribución del capital semilla en el 2006
- Tabla nº 39 Fuentes de financiación utilizadas por el emprendedor naciente
- Tabla nº 40 Perfil del inversor informal en España
- Tabla nº 41 Cantidad Invertida por el inversor informal según su relación con el beneficiario de la inversión



Tabla nº 42 Evolución temporal del porcentaje de población de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en España en los 6 meses posteriores a la entrevista del observatorio GEM

Tabla nº 43 Distribución de los expertos entrevistados en España en el 2006

Tabla nº 44 La percepción de oportunidades desde el punto de vista de los expertos españoles

Tabla nº 45 Resultados de las entrevistas sobre motivación para emprender en la población española en el 2006 y evolución desde el 2004

Tabla nº 46 Evaluación media de expertos españoles sobre factores que influyen en la motivación para emprender

Tabla nº 47 Opinión de los expertos acerca de las habilidades y conocimientos que posee la población adulta española para emprender

Tabla nº 48 Evolución de las valoraciones medias de las condiciones de entorno

Tabla nº 49 Obstáculos a la creación empresarial en el 2006, según la opinión de 476 expertos de toda la geografía española

Tabla nº 50 Apoyos a la creación empresarial en el 2006, según la opinión de 476 expertos de toda la geografía española

Tabla nº 51 Temas tratados por los 476 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 52 Valoración media de los expertos acerca de aspectos particulares de cada condición de entorno



# Global Entrepreneurship Monitor

*Informe Ejecutivo GEM España 20* **06**

## Carta del Director del Proyecto en España

Fieles a nuestra cita anual, el Informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor) ve la luz en su edición 2006 consolidado como la principal investigación que en materia de Creación de Empresas (Entrepreneurship en su acepción anglosajona) se realiza a nivel mundial, y lo hace como todos los años desde su inicio en 1999 de la mano del equipo del Centro Internacional de Creación de Empresas del Instituto de Empresa Business School.

En estos años de desarrollo, crecimiento y consolidación del Informe GEM, y ya con la perspectiva que nos permite tener una serie anual histórica importante, podemos afirmar que nuestra sociedad ha evolucionado de manera muy positiva en la valoración del fenómeno emprendedor, los datos que arroja el informe 2006 así lo corroboran y desde éste observatorio privilegiado del Instituto de Empresa aplaudimos esta favorable evolución que impulsa el crecimiento de la actividad económica, la generación sostenida de empleo y riqueza colectiva y el impulso de la innovación, asignatura pendiente de nuestra economía.

El año 2006 ha sido también muy favorable para el entorno español e internacional del proyecto. Son ya más de 50 los países que de manera anual o bianual participan en el Informe Global, representando más de un 90% del P.I.B mundial. De todos estos equipos, apoyados en el liderazgo de prestigiosas Escuelas de Negocios o Universidades, el equipo y el proyecto español ha sido el de mayor crecimiento en los últimos años. El desarrollo de un proyecto regional (R.E.M o Regional Entrepreneurship Monitor), proyecto en el que en el año 2006 han participado ya 14 equipos españoles y que con toda probabilidad completará el mapa autonómico en 2007, ha situado al proyecto GEM español a la vanguardia de la comunidad internacional. Desde aquí quiero agradecer el esfuerzo de todos los socios del proyecto nacional y sus entidades colaboradoras y esponsors que hacen posible que desde esta tribuna en que se ha convertido el GEM se colabore en el desarrollo, impulso y mejor conocimiento del fenómeno emprendedor.

En 2006, el equipo GEM del Instituto de Empresa también ha elaborado un Análisis de Empresas Consolidadas (A.C.E) que ha permitido elaborar una precisa radiografía de las PYMES de alto crecimiento en España, estudio que ha sido posible gracias a la colaboración de la Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y de BANESTO, a través de la Fundación Cultural y la Escuela Banespyme. Para el año 2007, llevaremos esta metodología de Análisis a las empresas de alto crecimiento (gacelas) en etapas de actividad "early stage".

Espero que disfruten de la lectura y análisis de los datos que ofrece el Informe GEM 2006. A todos los que hemos participado en su elaboración, y a quienes nos han apoyado en el proceso, especialmente a la Fundación Cultural Escuela Banespyme y a la Fundación Incyde de las Cámaras de Comercio, nos queda la satisfacción de ver como los datos muestran un sólido escenario de crecimiento de la actividad emprendedora el pasado año. Sin duda, el emprender empieza a figurar en la agenda de nuestra sociedad como una prioridad, el fruto de muchos años de trabajo de muchos estamentos y colectivos sigue por lo tanto plasmándose en ese crecimiento de la Tasa de Actividad Emprendedora en España. Por supuesto, queda mucho por hacer, y desde esta plataforma tan privilegiada que supone el GEM nos comprometemos el próximo año a contarles como evoluciona éste prometedor escenario. Hasta el próximo GEM y muchas gracias por su interés en éste trabajo.

**Ignacio de la Vega García-Pastor**

*Director del Proyecto GEM en España*

Director Centro Internacional de Creación de Empresas

Profesor

Instituto de Empresa Business School



**I. Introducción**

**II. El proyecto GEM: conceptualización y modelo teórico**

**III. Resumen Ejecutivo**

*Informe Ejecutivo 20*  
*GEM España*

**06**

## I. Introducción

El Instituto de Empresa, representante nacional del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el observatorio internacional de la actividad emprendedora más ambicioso creado hasta la fecha, presenta en este informe, los resultados de ámbito nacional derivados de los datos de 2006.

El análisis continuado del fenómeno emprendedor en España iniciado en el año 2000, se ha ido revelando como una herramienta útil, rigurosa y cada vez más imprescindible para complementar las iniciativas públicas y privadas de apoyo al colectivo de emprendedores, no sólo en nuestro país, sino en el conjunto de naciones y regiones que participan en el Proyecto.

Los Informes GEM de carácter anual, han conseguido penetrar en la mayoría de las áreas relacionadas con el fomento de la actividad emprendedora, pudiendo destacarse las de: colaboración en el conocimiento científico del fenómeno emprendedor; ayuda en el diseño políticas públicas relacionadas con este tema; sensibilización de la sociedad en cuanto a la importancia de la figura del empresario; mejora de la introducción de las materias que fomentan el espíritu emprendedor en los sistemas educativos; medios de comunicación y otras.

Los ambiciosos objetivos que fundamentaron la puesta en marcha del complejo observatorio internacional se ven así gradualmente realizados, pudiendo afirmarse, tras 8 años de intenso trabajo, que las expectativas iniciales estaban plenamente justificadas.

En el caso español, el desarrollo del Proyecto ha sido espectacular, de tal forma que en esta edición, además de contar con los datos de las regiones que ya venían participando, se cuenta con Asturias, Castilla la Mancha y Murcia, faltando sólo la creación de los equipos de Aragón, Baleares, Cantabria y Rioja. En cuanto a Ceuta y Melilla, la Universidad de Granada ha solicitado encargarse del estudio detallado de las ciudades autónomas a partir del 2007, de forma que las posibilidades de completar la red investigadora en España son cada vez más elevadas.

Sin embargo, dado el enorme interés que despierta el poder facilitar los principales indicadores para todas las Comunidades Autónomas, el Instituto de Empresa ha asumido, en esta edición, la realización de una muestra, cuando menos suficientemente representativa, de las cuatro regiones que faltan, para poder ofrecer, por primera vez, el mapa completo de dichos indicadores, salvo Ceuta y Melilla que se emplazan para el 2007.

Se cumple de esta forma, el mayor reto que se planteó el Proyecto español desde que en el 2003 comenzaron a crearse los primeros equipos investigadores regionales: proporcionar cifras de actividad emprendedora de ámbito nacional y regional al completo.

Gracias a este importante desarrollo, España se ha puesto en segundo lugar del observatorio internacional GEM al tener el tamaño muestral más elevado en el conjunto de naciones participantes tras el Reino Unido, con una contribución de 28.306 entrevistas a la población adulta y 476 a expertos de todo el territorio nacional, cifras que nunca se habían alcanzado en un proyecto científico sobre este tema en nuestro país.

La oportunidad única que se presenta en España de ponerse en las primeras posiciones en cuanto a investigación en esta área, marca un hito por cuanto a nuestro país no se le suponía, en el marco científico internacional relacionado con el entrepreneurship, una capacidad de desarrollo como la demostrada.

El secreto de este logro está en las personas, en el equipo humano que está configurando esta red investigadora y en todas las instituciones y patrocinadores que han tenido la amabilidad de escucharnos, creer en nuestro potencial y utilizar nuestros informes.

El entendimiento entre 18 entidades como son las Universidades participantes, el CEIN de Navarra, la CEG y BIC en Galicia y el Instituto de Empresa, la aportación a la construcción de la gran muestra española con el esfuerzo de todas, y otros muchos detalles, representan un desarrollo que no tiene precedentes en nuestro país y que pone de manifiesto que todo es posible en investigación si las voluntades se aúnan.

Sirva de ejemplo el Proyecto GEM para animar a otros investigadores a lograr un entorno similar en su parcela de conocimiento, pues la experiencia que se vive en el seno de este consorcio a nivel nacional e internacional, es extrapolable a muchos otros.

## II. El proyecto GEM: conceptualización y modelo teórico

El principal objetivo del Proyecto GEM es medir y comparar la actividad emprendedora de los países y analizar su relación con el desarrollo económico.

Para lograr este propósito, se creó en 1999 un Consorcio formado por equipos investigadores de 10 países que, actualmente se ha ampliado a más de 50. Estos equipos adoptaron una metodología común para analizar el mismo fenómeno y poder compararlo en todo tipo de territorios.

El modelo teórico que subyace al análisis de la actividad emprendedora y su contribución al desarrollo económico es el que se expone a continuación de forma sintética:

Figura nº 1 El Modelo Conceptual GEM



En el pasado reciente, las investigaciones de la relación entre resultado empresarial y desarrollo económico se centraban de forma casi exclusiva en la contribución de las grandes compañías. En cambio, GEM, como se puede ver en el modelo anterior, además de considerar el papel de las grandes compañías, pone el acento en la contribución de las PYMES y las nuevas iniciativas empresariales, cuya importancia y destacado papel en este contexto, viene mostrando desde el año 1999.

La investigación basada en los datos que recopila el Proyecto GEM ha demostrado empíricamente diversos hechos relacionados con el fenómeno emprendedor, entre los que cabe destacar:

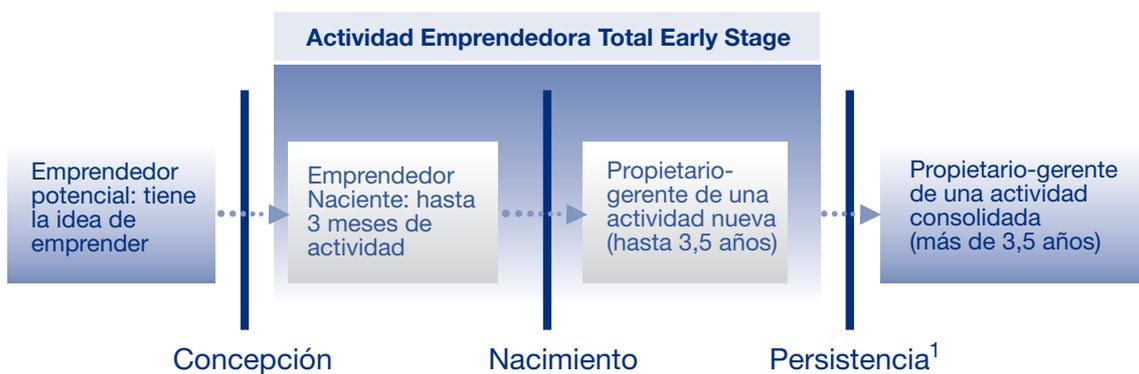
- La relación entre actividad emprendedora y crecimiento económico no es de tipo lineal (a más actividad más desarrollo), como se venía suponiendo.
- Los países y zonas en vías de desarrollo tienen poblaciones proporcionalmente más emprendedoras que las de los países desarrollados.
- Por otro lado, cuando el nivel de desarrollo es muy elevado, una parte del excedente de capital se invierte en nuevas iniciativas empresariales, especialmente, de alta tecnología o con notable componente innovador.
- Las nuevas iniciativas empresariales generan nuevas ideas y, por consiguiente, forman una parte importante del desarrollo de la innovación.
- Asimismo, dichas iniciativas tienden a localizar y rellenar nichos de mercado, generando mayor competitividad y eficiencia económica.
- La inmigración de países en vías de desarrollo a países desarrollados incide en los indicadores de actividad emprendedora distorsionando en una parte cada vez más significativa, algunos de sus principales indicadores.

Los informes GEM de todo el mundo permiten conocer mucho mejor la relación entre la actividad empresarial y la macroeconómica, mientras promocionan la figura del empresario e impulsan el espíritu emprendedor. Gracias a ellos se puede ver que los distintos niveles de desarrollo determinan el entorno en el cual se toman las decisiones empresariales y sus resultados condicionan, a su vez, el tipo, calidad y dimensión de la actividad emprendedora de los países y regiones participantes.

Cuando se realiza la lectura de un informe GEM, es necesario tener presente que nunca antes se habían proporcionado datos de actividad emprendedora como lo está haciendo GEM. La principal diferencia estriba en el benchmarking territorial, que no había sido abordado con anterioridad. Esta perspectiva condiciona el tipo de información y datos que elabora GEM, pues, desde su punto de vista, la comparación sólo es posible si la metodología y las fuentes de información son únicas para todos los participantes.

Lo anterior conlleva la desestimación de los registros de empresas oficiales de que disponen algunos países, como es el caso de España. Así, registros como nuestro DIRCE no existen en otros países participantes y, aún en el caso de existir, al no estar fundamentados en una misma nomenclatura y metodología, no suelen ser comparables. Por este motivo, GEM, a diferencia de otros estudios, mide la actividad emprendedora como porcentaje de iniciativas declaradas por personas de 18-64 años que se hallan en alguna de las siguientes fases del proceso emprendedor:

**Figura nº 2 El proceso emprendedor según el Proyecto GEM**



Esos porcentajes, elevados a la población de referencia<sup>2</sup> proporcionan estimaciones del número de iniciativas emprendedoras potenciales, nacientes, nuevas y consolidadas que hay en cualquier país o región participante. La cifra resultante de iniciativas nacientes es la que más se parece al incremento de empresas que puede haber en una zona geográfica en el año en curso, pero nunca llega a ser igual que la del registro oficial, ya que GEM también considera el autoempleo y todo tipo de actividades, incluidas las del sector agrícola, que a veces no figuran en las estadísticas empresariales. Por otro lado, los momentos temporales de referencia del DIRCE y el GEM son diferentes, pues el primero proporciona sus resultados cada Enero en referencia al año precedente y los datos GEM se refieren al año en curso.

En definitiva, los Informes GEM siguen un camino paralelo pero diferente del registro oficial, no siendo lícito el comparar ambas fuentes sin tomar las precauciones necesarias. Los resultados GEM muestran el grado de actividad emprendedora y su evolución, comparándola entre los países participantes, benchmarking que es el principal justificante de la metodología adoptada. Como todo lo que es nuevo, el Proyecto GEM ha tenido que pasar un período de pruebas, de aceptación y, sobre todo, de comprensión del tipo de indicadores e información que proporciona. Actualmente, este período está en vías de finalización y las instituciones gubernamentales y de otros muchos tipos, ya manejan con mucha mayor soltura y aplicabilidad los datos que GEM proporciona.

Finalmente, cabe destacar que tras 7 años, es posible comenzar a trabajar los aspectos evolutivos de la información iniciándose con ello un nuevo aspecto altamente esperado en el seno del Proyecto: la posibilidad de comenzar a hacer predicciones de comportamiento de los principales indicadores de actividad emprendedora. Los investigadores esperan obtener un interesante rendimiento de esta parcela, así como nuevas lecciones sobre el fenómeno emprendedor que se irán plasmando en los próximos informes GEM.

(1) Paul Reynolds, Niels Bosma, Erkko Autio, Steve Hunt, Natalie de Bono, Isabel Servais, Paloma López-García y Nancy Chin. *Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. Small Business Economics, Volumen 24, Nº 3, Abril de 2005. ISSN 0921-898X CODEN SBECEX.*  
(2) GEM utiliza como única fuente de datos poblacionales el US Census para los países y Eurostat para las regiones de Europa, incluyendo las españolas.

### III. Resumen ejecutivo

Entre los resultados obtenidos por el Equipo Investigador que confecciona el informe GEM para España el año 2006 se destacan los siguientes:

- El índice TEA (Total Entrepreneurial Activity) que mide la actividad emprendedora en “early stage”, ha crecido un 35,2% entre el año 2005 y el 2006 y se sitúa en el 7,27%. Esto coloca a España en la cuarta posición de los países de la UE que participan en el GEM 2006 y en la séptima posición entre los países participantes que pertenecen a la OCDE.
- La mortandad empresarial, medida a través del porcentaje de población adulta que ha cerrado un negocio en los últimos 12 meses cae un 16,2% con respecto al año anterior, situándose en el 1,2%.
- El perfil del emprendedor refleja cierta continuidad con el de años anteriores, aunque se observan cambios positivos como el aumento de la población emprendedora entre los jóvenes, el incremento del nivel de renta media así como la creciente importancia de los emprendedores procedentes del ámbito universitario.
- El papel de la mujer en el proceso emprendedor sigue una evolución lenta pero positiva. En el 2006, un tercio de la actividad emprendedora total en España fue llevada a cabo por mujeres, lo que coloca a España en la primera posición dentro del grupo de países GEM que pertenecen a la Unión Europea.
- Al igual que en años anteriores, la inmensa mayoría de las iniciativas nacientes del 2006 presenta una dimensión de microempresa, aunque se observa una tendencia positiva en el tamaño de las plantillas de las iniciativas puestas en marcha por empresas ya consolidadas. A pesar de esto, en un contexto internacional España sigue ocupando una posición muy desfavorable con respecto al número de iniciativas en fase de “early stage” que tienen un alto potencial de crecimiento en empleo.
- La innovación se sigue revelando como una de las asignaturas pendientes de nuestro tejido empresarial: más del 50% de las empresas de nueva creación se clasifican a sí mismas como nada innovadoras. Igualmente no llega al 1% el porcentaje de empresas nacientes que realizan algún tipo de actividad en el exterior.
- En el 2006, el 0,5% del TEA español correspondió a la actividad emprendedora llevada a cabo por inmigrantes, lo que supone un incremento significativo con respecto al año anterior. Se confirma además que la población inmigrante es proporcionalmente más emprendedora que la española y se siguen observando diferencias significativas en cuanto al perfil del emprendedor en función de los motivos que le han impulsado a instalarse en nuestro país.
- El capital semilla medio para poner en marcha un negocio vuelve a aumentar, situándose en torno a los 66.000 Euros. Igualmente aumenta el porcentaje de empresas autofinanciadas por el emprendedor en su totalidad, que representan el 40% del total, un 12% más que el año anterior.
- La financiación bancaria sigue siendo el recurso financiero externo más utilizado por el emprendedor, aunque por primera vez se detecta una caída de su importancia a favor del incremento en la utilización de recursos financieros procedentes de fuentes de financiación más “profesionales”, que no pertenecen al entorno cercano al emprendedor.
- A pesar de esto, la inversión informal sigue siendo una pieza fundamental del proceso emprendedor en España: en el 2006 un 2,81% de la población adulta española actuó como inversor informal, invirtiendo dinero propio en un negocio ajeno. La cantidad media invertida por iniciativa empresarial fue de 21.000 euros y de nuevo se observan importantes diferencias en función del tipo de relación con el beneficiario de la inversión.
- Los expertos siguen considerando por cuarto año consecutivo la infraestructura física como la condición del entorno mejor valorada en materia de creación de empresas. Igualmente se mantiene la posición del apoyo financiero, que es de nuevo citado como el principal obstáculo a la creación de empresas en España.
- Mejora la percepción de los expertos sobre las políticas públicas de apoyo y fomento de creación de empresas, así como su valoración sobre el estado del mercado en cuanto a su accesibilidad, si bien la valoración de ambos factores roza el aprobado sin alcanzarlo.
- El fomento del espíritu emprendedor en la educación primaria y secundaria sigue ocupando el último lugar en la lista, aunque se aprecia una mejora en la valoración de este factor.
- En lo relativo al análisis regional, Madrid se revela como la Comunidad Autónoma con mayor porcentaje de población adulta inmersa en una actividad emprendedora, seguida de Aragón y Cataluña.



## **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**

*Informe Ejecutivo 20*  
*GEM España*

**06**

## Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en España

### 1.1. Actividad emprendedora registrada en la población adulta española

El observatorio GEM estima la actividad emprendedora de las naciones participantes en el Proyecto a partir de diversos indicadores, el más conocido de los cuales es el TEA o “Total Entrepreneurial Activity Index”. Antes de consultar esta estimación, es importante conocer la definición de emprendedor adoptada en el entorno GEM .

Definición de emprendedor en el entorno GEM:

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

La definición es amplia debido a que trata de satisfacer a las corrientes académicas internacionales más significativas en el ámbito de la investigación sobre actividad emprendedora. Siguiendo la misma, GEM estima la actividad emprendedora “early stage” (incipiente en adelante) de los países y regiones participantes como el porcentaje de personas que cumplen las premisas anteriores, es decir, que declaran estar involucrados en una iniciativa emprendedora en una muestra representativa de la población adulta que es encuestada en cada nación<sup>3</sup> . Cada una de estas declaraciones se registra como una iniciativa emprendedora, pues el número de emprendedores total, depende del conjunto de personas involucradas en la propiedad y desarrollo de cada actividad. Este dato que se describe en la Tabla 2, debe ser diferenciado del índice TEA, más referido al porcentaje de iniciativas registradas que a las personas que las desarrollan en sí.

La Figura 3, describe la forma en que GEM clasifica a las iniciativas emprendedoras desde la etapa previa, en que el negocio o actividad a establecer sólo es una idea y una intención, hasta la etapa de consolidación en que la iniciativa ha superado el período crítico (42 meses en GEM) y se considera que ya es una actividad establecida entre las que se desarrollan en el país o región de su ubicación.

Figura nº 3 Clasificación de las iniciativas emprendedoras según el Proyecto GEM



(3) Los detalles acerca de la realización de esta encuesta y su fiabilidad están ampliamente descritos en el apartado dedicado a la metodología del Proyecto en la edición 2005. Ver Anexo I. Asimismo, se resumen los principales aspectos metodológicos de esta edición en el Anexo que hay al final del documento.

La estimación de actividad emprendedora incipiente bruta total registrada en la población adulta española para el año 2006 es la siguiente:

**Tabla nº1 Actividad emprendedora incipiente total registrada en la población adulta española (PA) de 18 a 64 años de edad en el 2006<sup>4</sup>**

% de Iniciativas nacientes (start ups) entre la población adulta (18-64 años)	3,0%
% de Iniciativas nuevas (baby busines) entre la población adulta (18-64 años)	4,3%
% de Iniciativa emprendedora total en fase incipiente o early stage: TEA06	7,3%
Estimación del número de iniciativas nacientes (hasta 3 meses)	785.397
Estimación del número de iniciativas nuevas (3-42 meses)	1.125.132
Estimación del total de iniciativas en fase incipiente (hasta 42 meses)	1.911.132
Intervalo de confianza al 95% para las iniciativas nacientes	(780.742, 789.952)
Intervalo de confianza al 95% para las iniciativas nuevas	(1.119.206, 1.132.264)
Intervalo de confianza al 95% para el total de iniciativas incipientes	(1.900.047, 1.922.217)

Por consiguiente, según los datos anteriores, se estima que, en España, en el 2006, se estaban desarrollando, aproximadamente, 1.911.132 iniciativas en fase incipiente o temprana, de las cuales, 785.397 eran nacientes y 1.125.735 eran nuevas.

A lo largo del informe se analizan diversos aspectos relacionados con la calidad de estos negocios o actividades incipientes, sus características y su potencial de crecimiento.

En cuanto a su evolución, **el índice TEA ha crecido un 35,2% entre el año 2005 y el 2006** y, a diferencia del año anterior, este crecimiento se fundamenta en crecimientos importantes de las dos componentes de la actividad emprendedora: la naciente y la nueva. Así, la primera presenta un crecimiento del 30,4% con respecto al año anterior, y la segunda, del 38,7%.

La actividad naciente, había sufrido cierto estancamiento en el año 2005, siendo las iniciativas nuevas las que habían sustentado el tímido crecimiento del TEA entre el año 2004 y 2005, que fue de un 5%. Ahora, esta situación ha cambiado y el índice TEA crece gracias a sus dos componentes, si bien es innegable que **las empresas nuevas siguen presentando una firme tendencia a la consolidación** que, si se pudiese unir a buenas expectativas de crecimiento e innovación, se acercaría a los tan deseados objetivos en política de apoyo a la actividad emprendedora.

A partir del conocimiento del número de propietarios de cada una de las iniciativas registradas por el observatorio GEM en el 2006, pues ya se ha comentado anteriormente que en cada iniciativa puede estar involucrada más de una persona, se estima que el **número total de emprendedores** de esta edición es el que se muestra en la Tabla nº 2.

**Tabla nº2 Emprendedores incipientes totales registrados en la población adulta española (PA) de 18 a 64 años de edad en el 2006**

Estimación del número de emprendedores nacientes	1.468.308 personas
Estimación del número de emprendedores nuevos	2.030.455 personas
Estimación del número total de emprendedores incipientes	3.498.763 personas

**Los resultados generales del año 2006 son muy positivos** y suponen un importante avance en materia de creación de empresas.

La actividad emprendedora se recupera a buen ritmo en el 2006 tras el tímido avance que se produjo en el 2005.

El resultado de esta recuperación no es uniforme en todo el territorio y depende de cada región. Sin embargo, para el conjunto de España ha sido muy rápido comparado con la edición anterior y representa un 35,2%, aproximadamente, frente al 5% registrado entre el 2004 y el 2005.

(4) La población adulta de 18-64 años que se utiliza como base para elevar los porcentajes a la población es la facilitada por US Census para España en el año 2006 y asciende a 26.179.988 personas. El error muestral a que están sujetas las estimaciones de España es del  $\pm 0,58\%$ . Aplicando este error a las estimaciones puntuales, se han obtenido los intervalos de confianza de las mismas.

## 1.2. Dinámica empresarial en la población adulta española

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

**Tabla nº 3 Iniciativas consolidadas en la Población Adulta (PA) Española 2006**

Estimaciones al 95% de confianza, error $\pm 0,58\%$	Número	Porcentaje de PA
Iniciativas consolidadas o established business	1.413.714	5,4%
Intervalo de confianza al 95%	(1.405.514, 1.421.913)	

Teniendo en cuenta que este año se trabaja con una población menor para España (18-64 años en lugar de 18-65 años), por unificación de criterios con respecto a la edición internacional del GEM, este indicador desciende en un 2,36% al compararlo con el del 2005.

El cierre de iniciativas de negocio, empresariales o autoempleo, estimado en la población adulta española entre Julio de 2005 y 2006 es el siguiente:

**Tabla nº 4 Cierre de negocios, empresas o cese de autoempleo en la Población Adulta Española 2006**

Estimaciones al 95% de confianza, error $\pm 0,58\%$	Número	Porcentaje de PA
Iniciativas que han cerrado o cesado	314.159	1,2%
Intervalo de confianza al 95%	(312.337, 316.672)	

Teniendo en cuenta el hecho, antes comentado, de que trabajamos con una población adulta algo menor, este indicador ha disminuido en un 16,2%, por lo que proporcionalmente hablando, se registran menos cierres entre el 2005 y el 2006 que entre el 2004 y el 2005.

La encuesta a la población adulta del año 2006 explora por segunda vez, las razones por las cuales se producen estos cierres. Los resultados de este año apuntan hacia motivos personales, mientras que en el 2005 predominaba el exceso de competencia con un 35% de casos. Por consiguiente, este cambio significa, de forma indirecta, que las empresas españolas mejoran en cuanto a competitividad. Sin embargo, la falta de financiación, otro aspecto señalado como deficiente en nuestro país en informes anteriores, es la causa de cierre de un 20% de iniciativas, porcentaje ya registrado en el año anterior. Los cierres por jubilación descienden notablemente, lo cual concuerda con el descenso de cierres y tal vez, un mejor traspaso generacional en las empresas familiares. El indicador de falta de clientela mejora con respecto al año anterior, acorde con la disminución del exceso de competencia. En conjunto, la motivación para cerrar muestra una mejora global del tejido empresarial, como lo hace el resto del informe 2006.

**Figura nº 4 Distribución de las respuestas obtenidas acerca del principal motivo que ha impulsado el cierre de actividades de negocio, empresariales y autoempleo en el 2006**





### 1.3. Actividad emprendedora en el contexto internacional

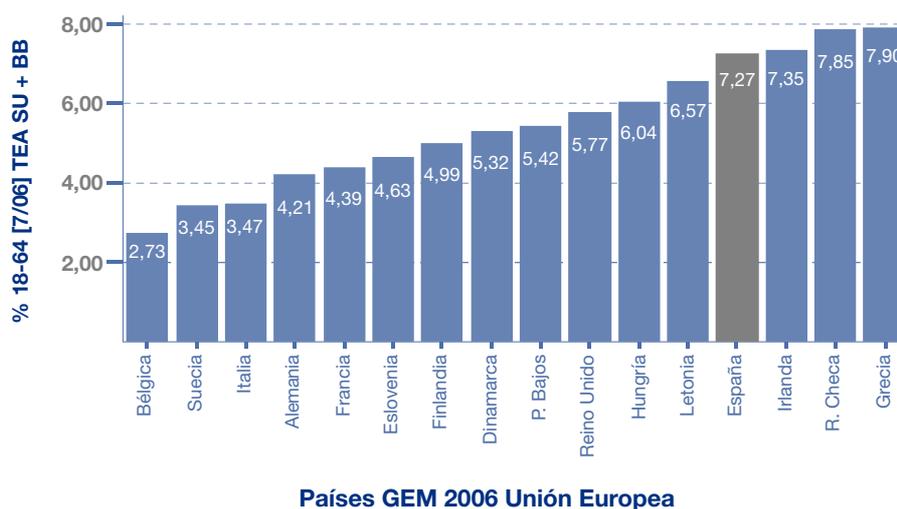
Para establecer las comparaciones internacionales, el Proyecto GEM Global, utiliza una única fuente de referencia: la base de datos internacional de población que publica el US Census.

Seguidamente, se presentan los resultados comparativos acerca del nivel de actividad emprendedora en las naciones participantes en el Proyecto GEM 2006, 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 en activo) y nuevas (entre 3 y 42 meses en activo). Tradicionalmente, en el Proyecto GEM, a este porcentaje se le conoce como índice TEA (Total Entrepreneurial Activity).

En la Figura nº 5 se muestra la posición relativa de España entre los principales países que componen la Unión Europea. La fotografía del año 2006 es notablemente diferente de la del 2005: el Reino Unido ha sufrido un retroceso significativo, habiendo caído su índice un 7,2%, Alemania, Francia, Suecia y, sobre todo Italia, también muestran una recesión significativa. En cambio, **nuestro país ha avanzado y su índice de actividad emprendedora se asemeja al de Irlanda**, el país desarrollado europeo que suele encabezar la clasificación año tras año. También siguen avanzando Dinamarca y Finlandia. Los países menos desarrollados muestran, como es de esperar, índices más elevados, proporcionalmente más sustentados en las iniciativas emprendedoras por necesidad. Grecia, Letonia, Croacia, la República Checa y Hungría (que ha tenido una recuperación espectacular), se hallan en este caso. Finalmente, Bélgica y los países Bajos, tienen índices discretos, especialmente la primera, cuya economía está muy condicionada por la ubicación de las instituciones gubernamentales de la UE y en la que hay un gran contingente funcional.

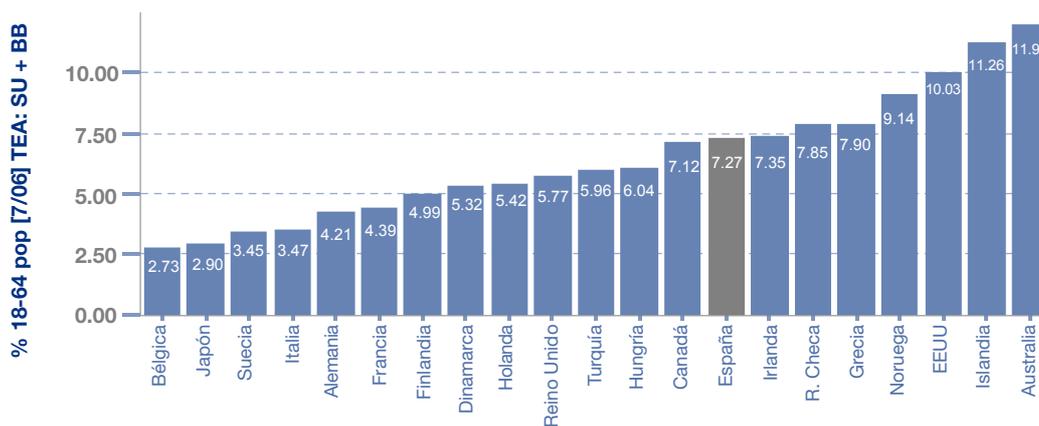
En referencia a España, es necesario resaltar la influencia que está teniendo la inmigración masiva en nuestra economía. La creación de empresas no es una excepción y, tal y como se mostró en el informe 2005, un porcentaje significativo de los inmigrantes, especialmente entre los que ya llevan cierto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

Figura nº 5 Actividad emprendedora incipiente 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 las mismas. Como se puede apreciar, España ocupa una posición intermedia.

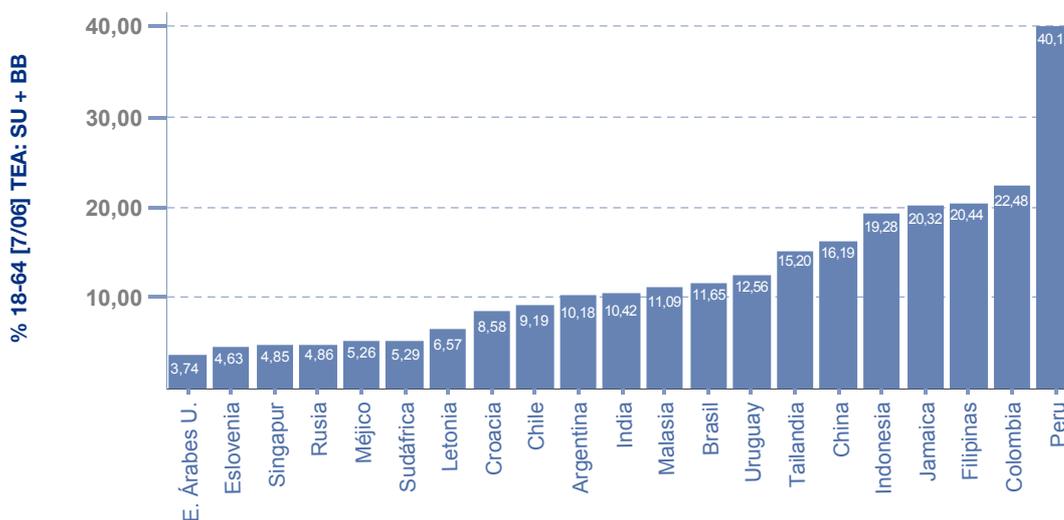
**Figura nº 6 Actividad emprendedora incipiente en el contexto de la OCDE**



**Países GEM 2006 de la OCDE**

Hace varios años que los resultados del proyecto GEM han puesto de manifiesto que tener una alta tasa de actividad emprendedora en la población no es sinónimo de desarrollo en términos brutos. El siguiente gráfico muestra la situación en los países que no están en el seno de la OCDE. En él se ve claramente que el conjunto de países que se inicia con Croacia, tiene tasas que oscilan entre el 8 y el 41%. Estas elevadas tasas se sustentan gracias a la necesidad de gran parte de esa población de emprender para poder tener trabajo. Los negocios que subyacen a esta actividad tienen, por lo general, una menor calidad en términos de dimensión, innovación, creación de empleo, internacionalización y otras características relevantes, con respecto a los de los países más desarrollados.

**Figura nº 7 Actividad emprendedora en países no integrados en la OCDE**



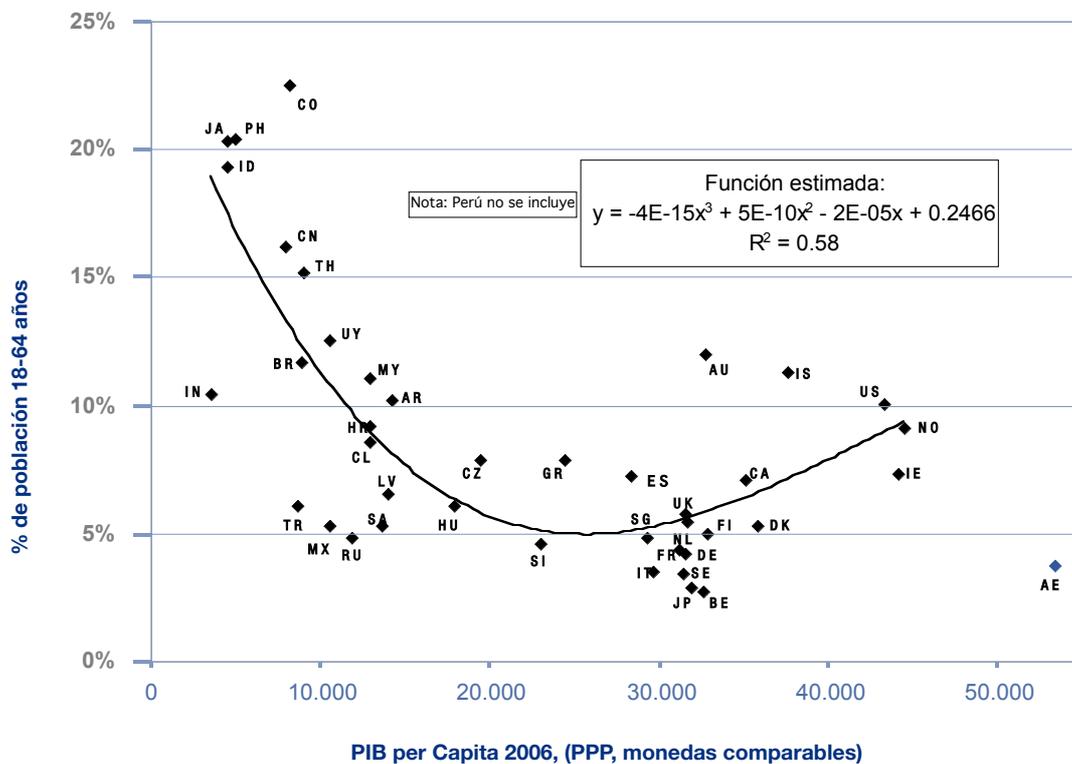
**Países GEM 2006 que no están en la OCDE**



La principal conclusión que permiten extraer los resultados GEM tras 7 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 Perú tiene una actividad empresarial de mayor dimensión que la de EEUU, por poner un ejemplo. El gráfico nos dice que, en proporción, hay más personas adultas inmersas en actividades emprendedoras en Perú que en EEUU, pero no nos informa acerca de su dimensión, calidad e impacto en la economía, aspectos que se analizan posteriormente.

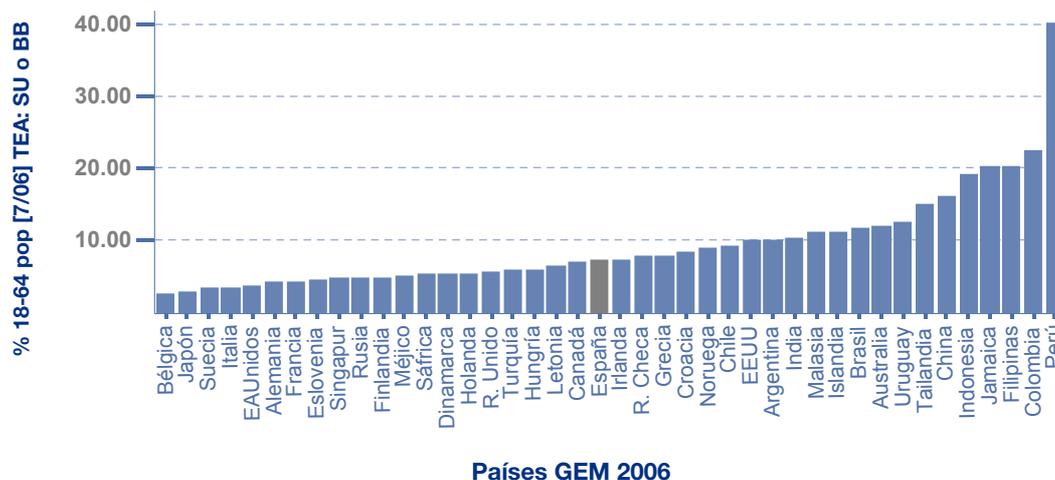
Es por este motivo que, antes de presentar el gráfico internacional con la actividad emprendedora de todos los países participantes medida en función del porcentaje de población adulta que está desarrollando iniciativas emprendedoras en fase de early stage o TEA, se recomienda consultar la siguiente 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 2006.

**Figura nº 8 Relación de dependencia del TEA respecto del nivel de desarrollo de los países GEM 2006 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 calidad, dimensión o cualquier otra característica, en el conjunto de países participantes en GEM 2006, es la que se muestra en la siguiente gráfica:

**Figura nº 9 Actividad emprendedora como porcentaje de la población adulta que desarrolla actividades en fase de early stage en los países GEM06, sin analizar su calidad y dimensión**

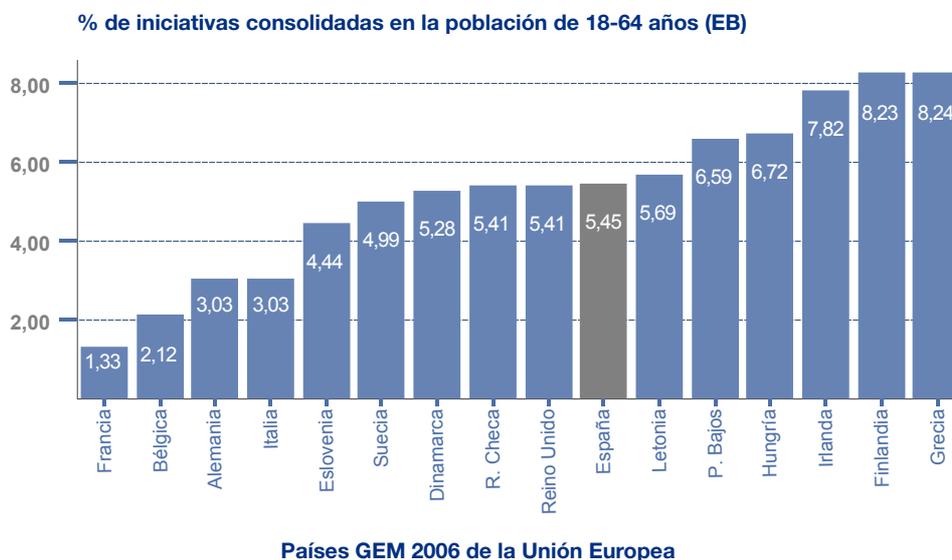


## 1.4 Dinámica empresarial en el contexto internacional GEM

La Figura nº 10 muestra el porcentaje de iniciativas 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.

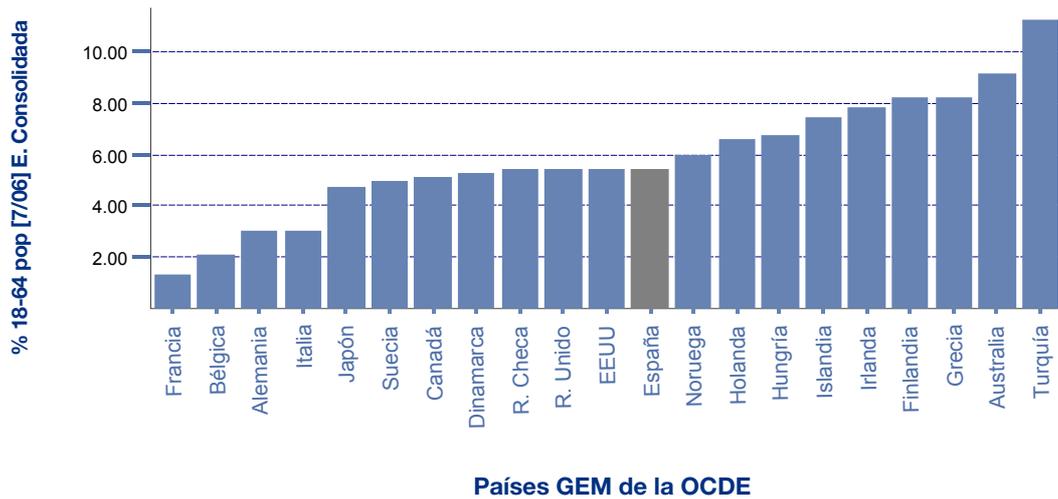
Al igual que en el apartado anterior, es necesario mostrar estos resultados para la UE, la OCDE y países no integrados en la OCDE antes de hacerlo de forma global, para evitar errores de interpretación, pues la calidad y dimensión de la dinámica empresarial no es comparable entre determinados grupos 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, que ocupa una de las últimas posiciones. El paralelismo entre esta gráfica y la referente a actividad emprendedora es evidente y muestra la estrecha relación entre ambos conceptos.

**Figura nº 10 Empresa consolidada (que lleva más de 3,5 años en activo) detectada como porcentaje de la población en el contexto de la Unión Europea**



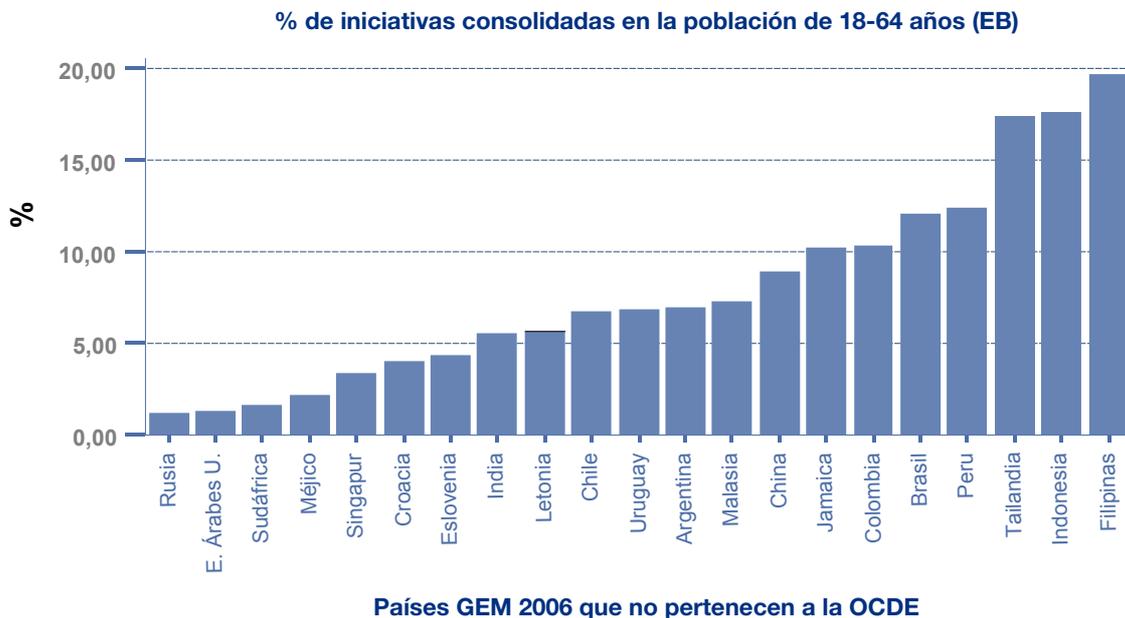
A continuación se pueden ver estos resultados para el conjunto de países de la OCDE que han participado este año en GEM y, de nuevo, el hecho de que existen diversos modelos de comportamiento condicionados por el desarrollo de los países y algunas de sus características macroeconómicas y culturales.

**Figura nº 11 Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en el contexto de la OCDE**



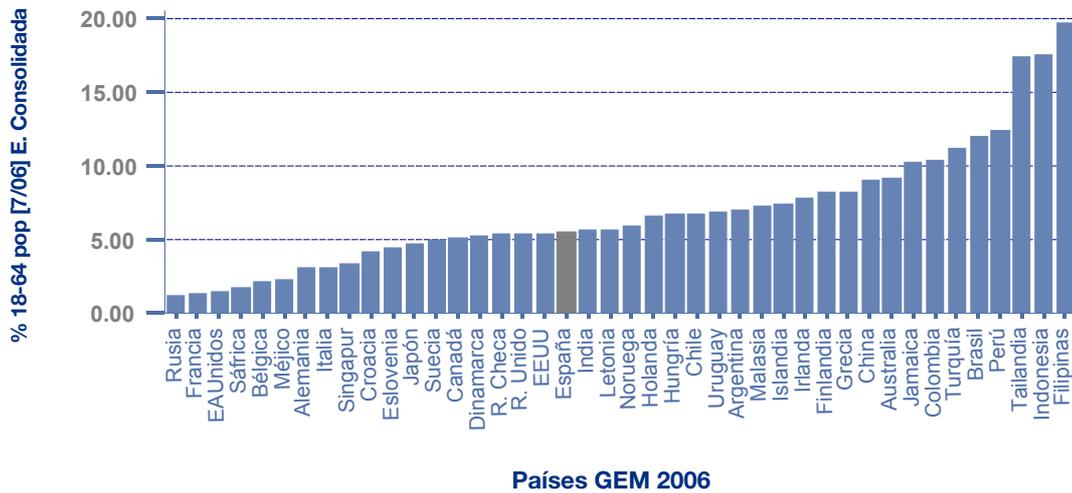
Asimismo, el siguiente gráfico muestra la dinámica empresarial de los países que no están integrados en la OCDE, contexto en el que destacan las Filipinas, Indonesia y Tailandia, si bien, hay que tener en cuenta que, en este tipo de gráficos no se compara la dimensión de estas empresas ni su calidad.

**Figura nº 12 Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población en países no integrados en la OCDE**



Seguidamente, se presenta la gráfica de todos los países que integran el GEM 2006, de forma que la población que más proporción tiene de negocios, empresas y autoempleo consolidado es la de Islas Filipinas. 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 13 Empresa consolidada detectada en la población de todos los países GEM 2006**



La densidad empresarial o número de empresas por persona adulta de 18-64 años en las poblaciones de los países GEM del 2006, se describe mediante el siguiente gráfico, donde se aprecia como España tiene una densidad discreta, en un panorama en que los países en vías de desarrollo muestran las cotas más elevadas:

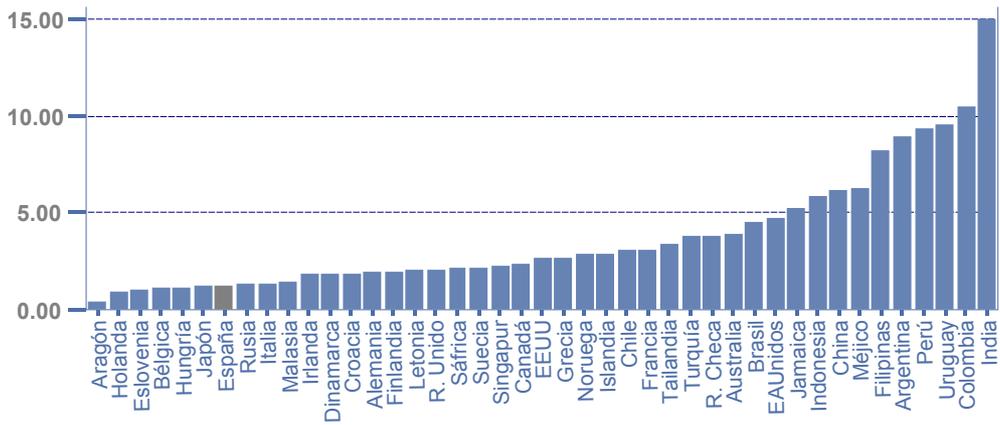
**Figura nº 14 Densidad de empresa consolidada en la población de todos los países GEM 2006**





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 GEM.

**Figura nº 15 Porcentaje de cese de actividades en la población de los países que participan en GEM 2006 (excluidas las ventas)**



España ocupa un lugar favorable con respecto a este indicador, tanto en el seno de la UE como en el de la OCDE, siendo la nación más desfavorecida la India. En general, al observar el conjunto total de países GEM, se aprecia que tanto la natalidad como la mortalidad de iniciativas son, en términos porcentuales, muy superiores en los países en vías de desarrollo que en los países desarrollados, por lo que la dinámica emprendedora sufre, en general, una mayor rotación en aquellas naciones.

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

En este apartado se ofrece una síntesis de los datos referidos a los emprendedores potenciales, es decir, a aquellos que tienen en mente la idea de poner en marcha un negocio o autoempleo en los próximos 3 años.

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

**Tabla nº 5 Emprendedores Potenciales en la Población Adulta Española 2006**

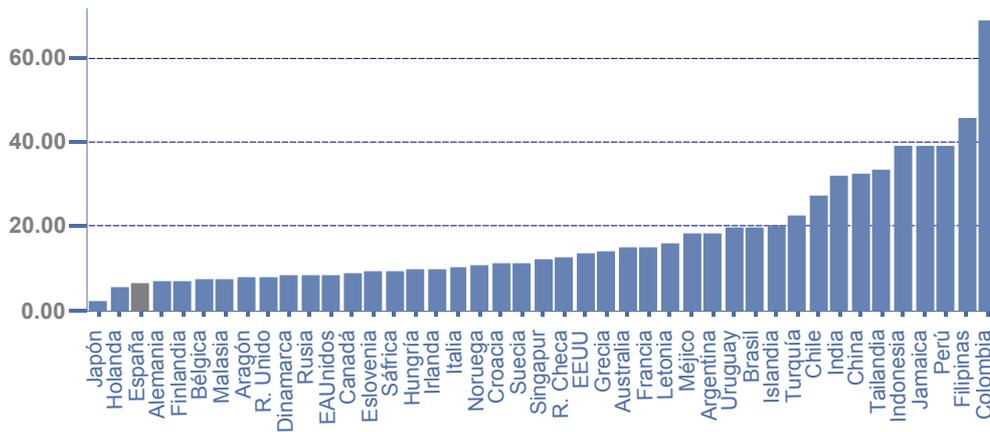
Estimaciones al 95% de confianza, error $\pm 0,58\%$	Número	Porcentaje de PA
Emprendedores potenciales	1.649.333	6,3%



Por consiguiente, este resultado pone de manifiesto que, de no modificarse sustancialmente el panorama económico y social, la tendencia a emprender en España aumenta progresivamente y de forma positiva.

En el plano internacional, si se observan los resultados para todo el conjunto de países GEM, se aprecian grandes disparidades, motivadas, como se viene explicando, por los diversos niveles de desarrollo, la necesidad ante la falta de alternativas de trabajo y otros. España está bastante alineada con los países de la Unión Europea y presenta una situación parecida a la del año 2005.

**Figura nº 16 Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de todos los países GEM 2006**





## **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**

**2.4. Relación entre el índice de actividad emprendedora por necesidad y el nivel de desarrollo de los países**

*Informe Ejecutivo 20*  
*GEM España*

**06**



## 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. Los entrevistados, 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), identifican 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. Los resultados de esta consulta se exponen a continuación.

### 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 o actividad nueva o baby business.

**Tabla nº 6 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	(1,8%) 471.238	(2,8%) 733.037	(4,5%) 1.178.095
Oportunidad en parte	(0,8%) 209.439	(0,8%) 209.439	(1,6%) 418.878
Necesidad	(0,4%) 104.720	(0,8%) 209.439	(1,1%) 287.979

Los resultados muestran, al igual que los años anteriores, el claro predominio de la motivación de emprender por oportunidad, típica de los países desarrollados. No obstante, comparando estas cifras con las del año anterior, se observa un progresivo aumento de iniciativas emprendedoras motivadas por la necesidad. Dado que la actividad emprendedora inmigrante registrada en el 2006 cada vez se equipara más a la española en este aspecto, será necesario observar la evolución de este indicador en el 2007 para ver si la tendencia se consolida y profundizar en las causas que motivan este cambio.

En la siguiente tabla se muestra el índice de actividad emprendedora total o TEA, por oportunidad y necesidad y su evolución temporal. Estos indicadores proporcionan el porcentaje de iniciativas emprendedoras que se han creado por ambos motivos sobre la población activa de España.

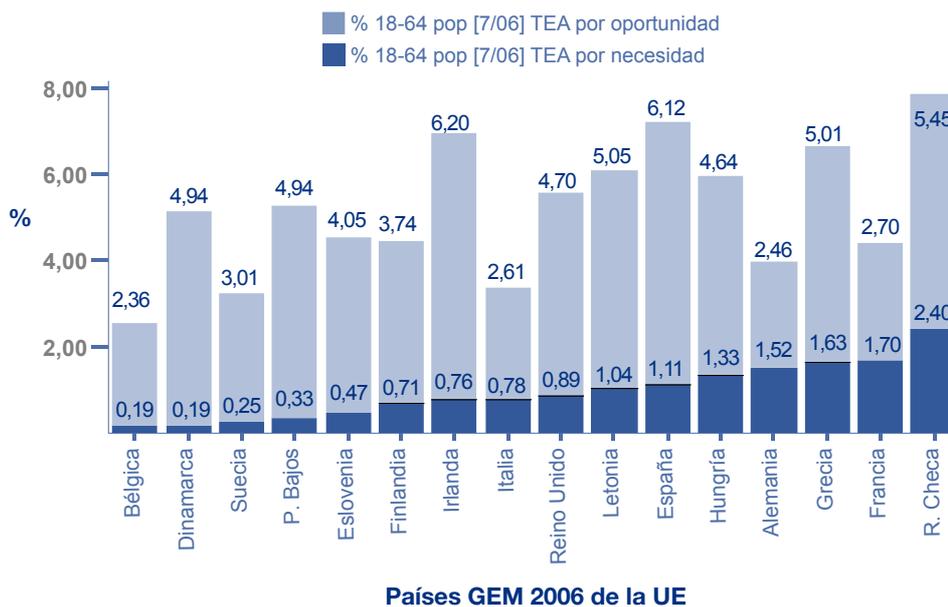
En general, la actividad emprendedora por oportunidad asciende casi 2 puntos porcentuales respecto al año anterior y la actividad emprendedora por necesidad aumenta 0,4 puntos porcentuales, mientras descienden las iniciativas emprendedoras motivadas en otros casos.

**Tabla nº 7 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%)
2006	7,27 (100%)	6,11 (84,1%)	1,10 (15,2%)	0,04 (0,6%)

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 y, al predominar la oportunidad, ésta también destaca. Con todo, no hay que perder de vista el incremento gradual que se va produciendo en la tasa de necesidad, antes comentado. El país europeo con la tasa más elevada de actividad emprendedora por necesidad es la República Checa, que se ha incorporado este año al Proyecto. Le sigue Francia, país en el que este dato es muy importante, por cuanto corrobora los problemas sociales que se vienen desencadenando cada vez con mayor frecuencia en el mismo y, al igual que España, puede estar debiéndose en parte a la inmigración. El equipo GEM español es el único que viene analizando la relación entre inmigración y actividad emprendedora desde hace dos años, pero consideramos que hay países, como Francia, que arrastran este fenómeno desde hace más tiempo y que sería importante que prestasen atención al análisis de estos indicadores.

**Figura nº 15 Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en la UE**



En un contexto más amplio como es el de todos los países GEM del 2006, España ocupa una posición acorde con su nivel de desarrollo y características macroeconómicas, que no guarda relación con la distribución de actividad empresarial de Perú, Islas Filipinas, Colombia y otros países en vías de desarrollo en que la necesidad es muy notoria como motivación para emprender.

Figura nº 16 Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en el entorno GEM



### 2.3. Principales motivos que están impulsando la decisión de emprender por oportunidad en España

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 segunda 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 32,6% lo ha hecho para aumentar su nivel de ingresos, casi un 13% buscando simplemente mantener su nivel actual de ingresos y un 1,3% por otros motivos. Los resultados detallados para emprendedores en fase de start up, baby business y early stage total se muestran en la siguiente tabla y, de ellos, llama la atención el aumento de casos que emprenden por mantener el nivel de ingresos y el de otros motivos, resultado que concuerda con el incremento de la tasa de necesidad visto con anterioridad.

Tabla nº 8 Principal motivación subyacente en el aprovechamiento de oportunidades para emprender en España

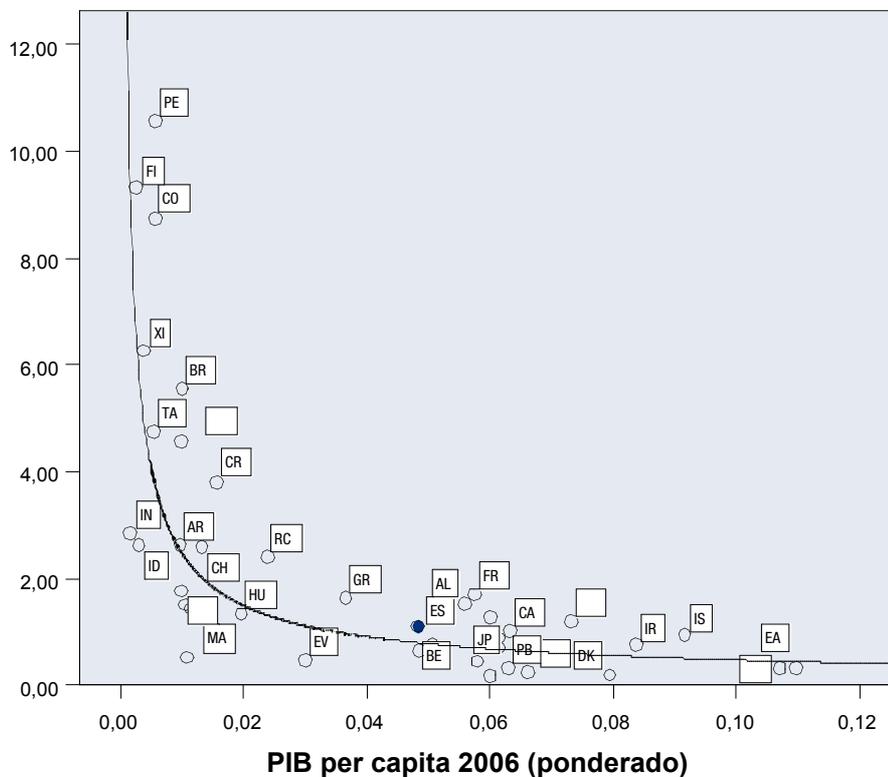
Motivo para emprender por oportunidad	Start up		Baby business		Early stage (SU+BB)	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Independencia	52,5%	52,6%	56,5%	53,6%	54,4%	53,2%
Aumentar ingresos	39,8%	34,9%	29,0%	30,9%	34,5%	32,6%
Mantener ingresos actuales	7,8%	11,0%	14,5%	14,1%	11,1%	12,9%
Otros	-	1,4%	-	1,3%	-	1,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## 2.4. Relación entre el índice de actividad emprendedora por necesidad y el nivel de desarrollo de los países

Como se puede apreciar en la Figura 17, en el plano internacional, el índice de actividad emprendedora por necesidad es explicado por el nivel de desarrollo de los países participantes en el Proyecto GEM mediante una función no lineal:

**Figura nº 17 Relación entre el índice de actividad emprendedora (TEA) por necesidad y el grado de desarrollo de los países GEM 2006**

% 18-64 pop [7/06] TEA por necesidad



En el extremo izquierdo del gráfico se sitúa un amplio conjunto de países en vías de desarrollo, encabezados por Perú, Filipinas y Colombia, en los que el PIB per cápita está en niveles bajos y el índice de actividad emprendedora por necesidad, en niveles altos. Sin embargo, la relación entre el PIB y la actividad emprendedora por necesidad no es lineal, o en otras palabras, hay varios países con un PIB per cápita similar, pero su índice de actividad emprendedora por necesidad es variable, no alcanzado las cotas de los primeros. En este caso estarían China (XI), Brasil, Uruguay y Tailandia. También la India e Indonesia presentan los PIB per cápita más bajos, pero su índice de actividad emprendedora por necesidad se sitúa en niveles parecidos a los de Argentina, Chile y la República Checa. Este hecho debe interpretarse de forma que, a pesar de la pobreza del país, los emprendedores siguen considerando que su iniciativa de emprender responde a que han encontrado una oportunidad en su entorno, mientras que los emprendedores argentinos o chilenos, por el nivel de desarrollo de su país, no deberían de estar emprendiendo por necesidad o deberían estar colocados en un trabajo por cuenta ajena, cuando en realidad no pueden.



España y la mayoría de los países de la Unión Europea se sitúan en la parte intermedia de la curva, con un PIB per capita más elevado y niveles muy moderados de actividad emprendedora por necesidad. La curva finaliza con Noruega y Emiratos Árabes Unidos, dos países con renta per capita muy elevada en comparación con el resto y los niveles más bajos de actividad emprendedora por necesidad.

El modelo matemático que subyace al gráfico anterior es del tipo:

$$\text{Ln (TEA por necesidad)} = \text{Ln}(b_0) + b_1 * \text{Ln (pib per capita ponderado)}$$

La ponderación es del tipo  $(1/\text{pib per capita}) * 1000$

El ajuste que se ha logrado con este modelo es elevado (60%), por lo que el nivel de desarrollo explica bastante bien el índice de actividad emprendedora por necesidad, si bien, un 40% de esa explicación subyace en otras variables no contempladas en este modelo.



## **Capítulo 3: Perfil socioeconómico del emprendedor español**

**3.1. Introducción**

**3.2. Género**

**3.3. Edad**

**3.4. Educación**

**3.5. Nivel de renta**

**3.6. El proceso emprendedor en zona rural y en zona urbana**

**3.7. La situación laboral del emprendedor**

*Informe Ejecutivo 20*  
*GEM España*

**06**



## Capítulo 3: Perfil socioeconómico del emprendedor español

### 3.1. Introducción

En este capítulo se proporcionan los datos correspondientes al perfil socioeconómico de las personas entrevistadas y que han resultado ser emprendedores incipientes, potenciales o consolidados.

Al leer los resultados de este capítulo es necesario tener presente que tras cada iniciativa emprendedora puede haber más de un propietario, de forma que los datos de caracterización ofrecidos, se extraen de la muestra de entrevistados que es una representación muy fiable del conjunto total de emprendedores residentes en España.

Los rasgos del perfil del emprendedor incipiente o early stage del año 2006 presentan importantes e interesantes cambios que se corresponden con lo esperado por las políticas públicas aplicadas al fomento del espíritu emprendedor en todos los apartados, excepto en uno.

Así, la edad media de este tipo de emprendedor ha descendido significativamente con respecto al 2005 y a años anteriores, situándose en 37,88 años frente a los 41,68 de la pasada edición. Esto se debe básicamente a dos motivos: la tan deseada mayor incorporación de jóvenes al proceso emprendedor y la mayor presencia de emprendedores no españoles que, como se demostró el año pasado, emprenden a edades más tempranas que los españoles.

La renta mensual media de los emprendedores incipientes del 2006 está más próxima a los 2.400 euros que a los 1.800 del año 2005, lo cual, también marca una diferencia con respecto al perfil de la edición anterior augurando iniciativas de mayor calidad. Asimismo, el nivel de estudios medio se sitúa más cerca del universitario siguiendo con la tendencia ascendente iniciada años atrás.

La distribución de sexo de los emprendedores incipientes ha permanecido estable, de forma que la proporción de hombres sigue prácticamente duplicando a la de mujeres, lo que conduce a pensar que la evolución de la incorporación femenina al ámbito emprendedor sigue un ritmo positivo, pero lento.

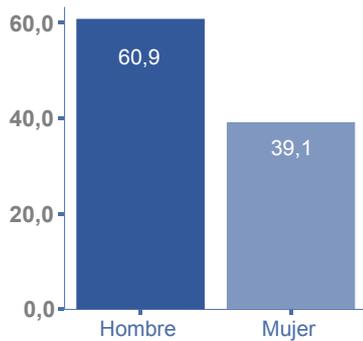
El perfil del emprendedor en función del momento en que se halla dentro del proceso (potencial, early stage, consolidada y cese), muestra que existen diferencias significativas según se trate de un emprendedor de una fase u otra. En el caso de la edad, la media más joven es la de los emprendedores potenciales. Los emprendedores que han cerrado un negocio en los últimos 12 meses, presentan la edad media más elevada junto a los consolidados. También los que han cerrado tienen un nivel medio de renta y estudios más inferior y los consolidados un nivel de renta más superior, buen nivel de estudios. La distribución de género se decanta hacia el género masculino en mayor proporción en todos los casos, siendo algo más acusada entre los consolidados y los que han cerrado recientemente.

### 3.2. Género

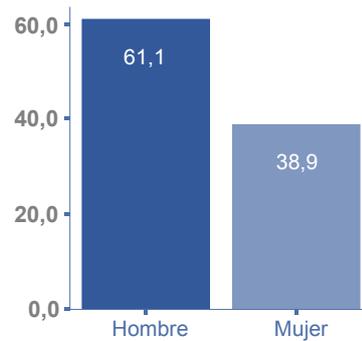
La distribución de la población emprendedora early stage por género muestra que, en el 2006, el 60,9% de los emprendedores son hombres y el 39,1% son mujeres. Estas cifras y las registradas entre los emprendedores potenciales de ambos sexos se han mantenido estables entre el 2005 y el 2006.

En el conjunto de emprendedores consolidados, que poseen un negocio que viene operando más de tres años y medio, la distribución entre sexos se decanta mucho más hacia el género masculino, hecho que pone de manifiesto que la supervivencia de actividades femeninas puede haber sido más difícil en este último año, pues los datos del 2005 eran bastante más equilibrados entre ambos géneros, dentro de su tradicional distancia. Así, en el colectivo que ha cerrado un negocio en los últimos 12 meses anteriores al trabajo de campo se percibe un incremento de presencia de mujeres con respecto al año 2005, que corrobora lo anterior. En el Capítulo 4 se describe detalladamente la actividad emprendedora femenina y su desarrollo en España en el 2006.

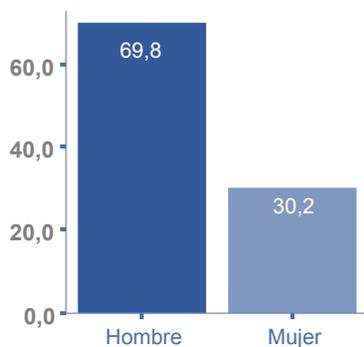
**Figura nº 18 Distribución del sexo de los emprendedores early stage, potenciales, consolidados y que han cerrado un negocio en los últimos 12 meses (07-05/07-06) en España**



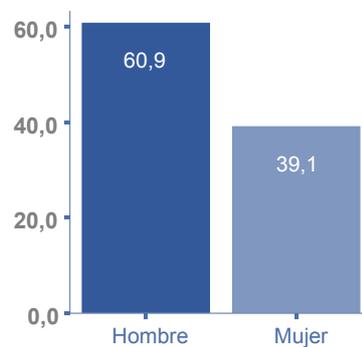
Distribución de sexo de los emprendedores Early stage o incipientes (hasta 42 meses)



Distribución de sexo de emprendedores potenciales



Distribución de sexo de empresarios Consolidados (más de 42 meses)



Distribución de sexo de empresarios y autónomos que han cerrado en el último año

### 3.3. Edad

La siguiente tabla muestra la edad media de los emprendedores españoles según la fase en la que se hallan en el proceso emprendedor para las ediciones 2006 y 2005. Los resultados indican que se está produciendo un cambio en algunas de las fases del proceso emprendedor: los emprendedores potenciales son significativamente más jóvenes y lo mismo sucede en el caso de los incipientes o early stage. Los empresarios consolidados se mantienen y la edad media de los que han cerrado desciende, dato que es preocupante porque indica que existe cierta problemática asociada a la supervivencia. Como ya se ha apuntado, y como se detalla en otros capítulos posteriores, esta problemática está afectando especialmente a las mujeres.

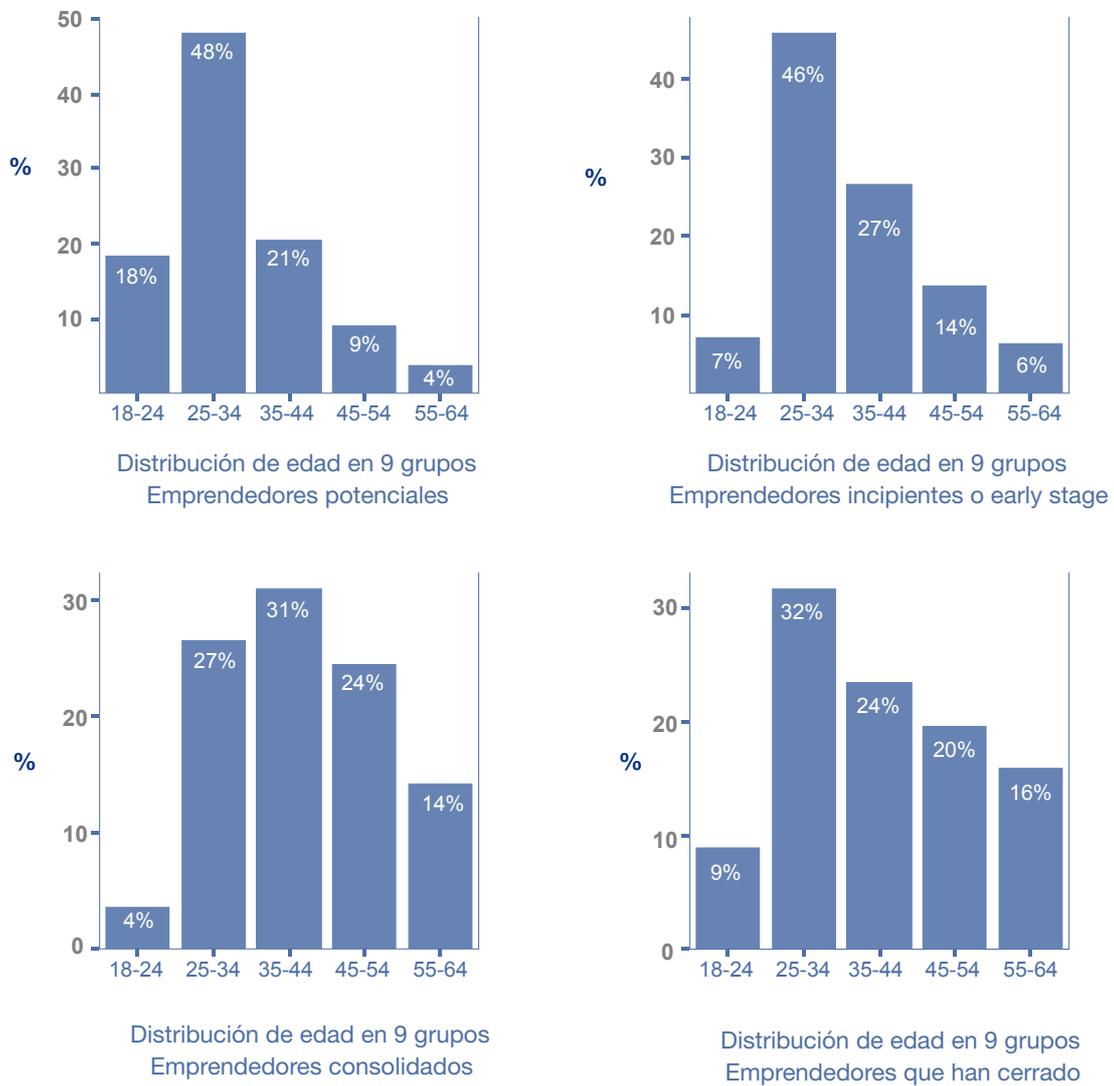
**Tabla nº 9 Edad media del emprendedor español según la fase activa en que se encuentra**

Emprendedor potencial		Emprendedor Early stage		Emprendedor consolidado		Emprendedor que ha cerrado		Los datos se refieren al: Año
Media	D.Típ.	Media	D.Típ.	Media	D.Típ.	Media	D.Típ.	
34,09	10,63	37,88	10,58	43,55	10,36	41,86	12,76	2006
40,14	12,54	41,68	11,56	43,57	11,88	44,15	11,76	2005

Las distribuciones por tramos de edad (ver Figura nº 19) para los cuatro colectivos considerados: emprendedores potenciales, early stage, consolidados y que han cerrado, eran similares entre sí el año 2005, mientras que ahora se aprecian asimetrías hacia la zona de jóvenes, especialmente de 25-34 años en los colectivos de emprendedores potenciales y early stage. De continuar esta tendencia podríamos comenzar a hablar de efectividad en las medidas de apoyo al espíritu emprendedor entre los jóvenes, que se vienen adoptando desde hace unos pocos años, así como de un mejor impulso a esta opción profesional desde la universidad española en general.

La distribución de edad entre los emprendedores consolidados mantiene su aproximación a la Normal o Campana de Gauss, tal y como es deseable y, en cambio, en la distribución de edad de los que han cerrado aumenta de forma notable el contingente de jóvenes.

**Figura nº 19 Distribuciones de edad de los emprendedores según la fase del proceso emprendedor en que se hallan: potencial, early stage, consolidada o cierre.**



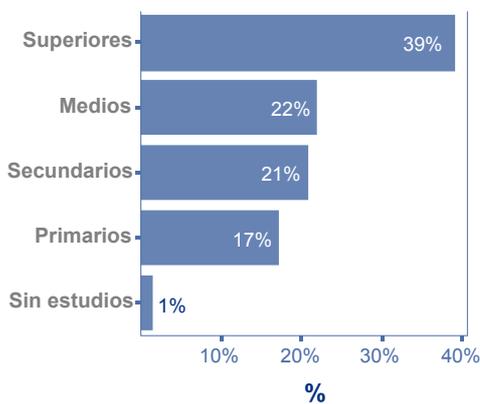
Los datos del 2006, comienzan a estar en consonancia con los de la tendencia internacional que suele mostrar al grupo de jóvenes entre 25-34 años como el más activo en creación de empresas.



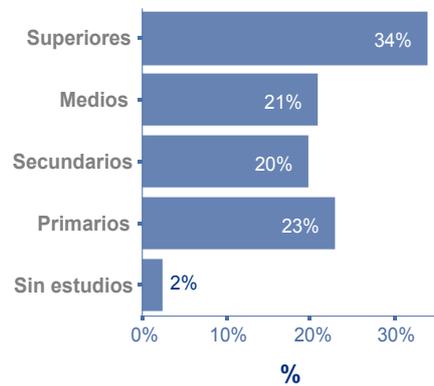
### 3.3. Educación

El nivel educacional del emprendedor español sigue mejorando 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 con pequeños cambios en todos los grupos de emprendedores. Así, en el conjunto de los potenciales hay un 39% (algo menos que en el 2005) con este tipo de titulación (licenciatura, diplomatura o tercer ciclo). En el grupo de incipientes mejora el porcentaje de emprendedores con estudios superiores, en el de consolidados desciende un poco y en el grupo de los que cierran desciende el número de emprendedores con estudios superiores, aumentando el grupo de sin estudios.

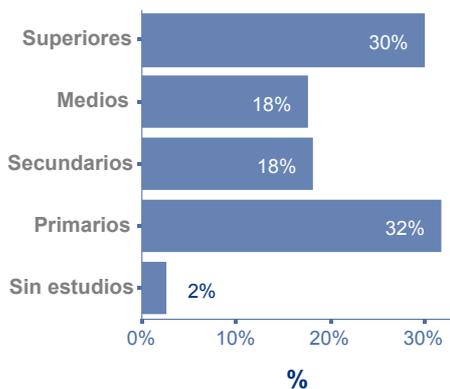
**Figura nº 20 Nivel de estudios de los emprendedores según la fase en que se hallan del proceso emprendedor: potenciales, early stage, consolidados, o que han cerrado.**



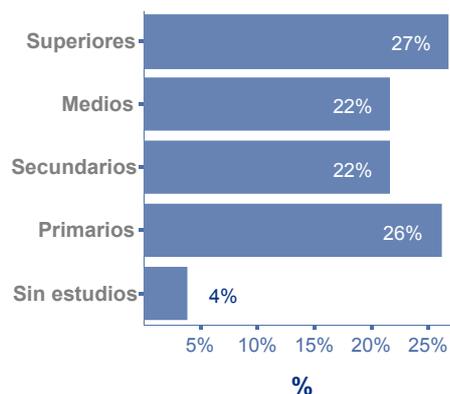
Distribución del nivel de estudios  
Emprendedores potenciales



Distribución del nivel de estudios  
Emprendedores incipientes o early stage



Distribución del nivel de estudios  
Emprendedores consolidados



Distribución del nivel de estudios  
Emprendedores que han cerrado

### 3.4. Nivel de renta

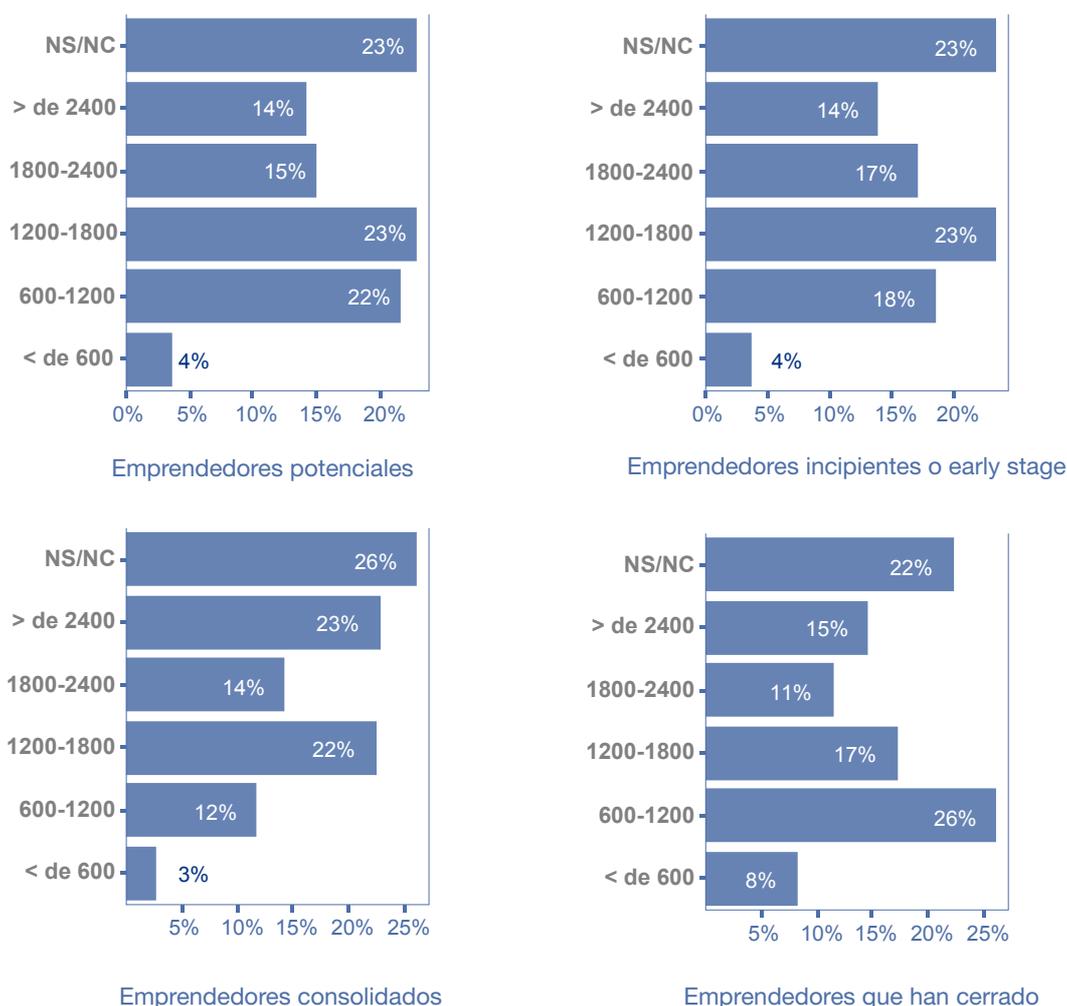
El nivel medio de renta de los emprendedores residentes en España varía según la fase en que se hallan dentro del proceso emprendedor y las diferencias son estadísticamente significativas.

Los datos obtenidos permiten observar que:

- Los empresarios consolidados sitúan su renta media en los tramos superiores de la escala siendo lo más reticentes a proporcionar respuestas sobre esta pregunta.
- Los empresarios que han cerrado sitúan su renta media en los tramos inferiores.
- Los emprendedores incipientes o early stage sitúan su renta media en el tramo intermedio de la escala, con tendencia hacia el extremo superior.
- Los emprendedores potenciales sitúan su renta media en el tramo intermedio de la escala.

En el 2006 se observa una mejora en la renta de los emprendedores potenciales, incipientes y consolidados con respecto al 2005, y una renta más precaria en los que han afrontado cierres.

**Figura nº 21 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**



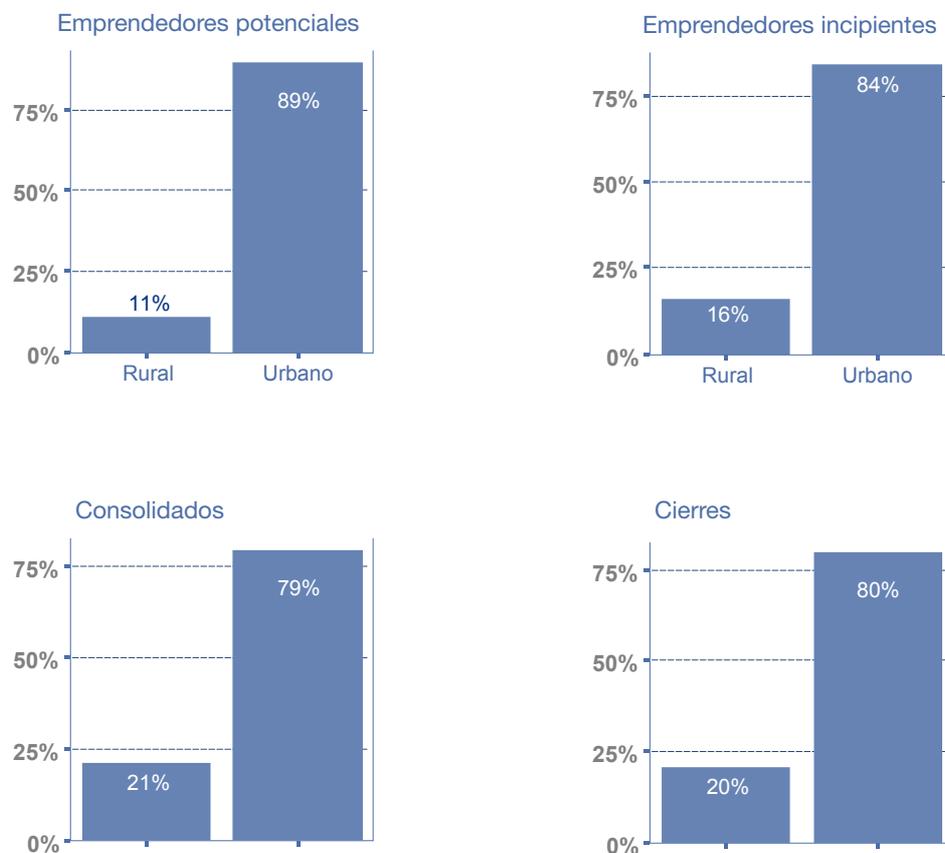
### 3.5 El proceso emprendedor en zona rural y en zona urbana

Tal y como se viene constando año tras año, en España, los emprendedores siguen ubicándose masivamente en las 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 zonas rurales y poblaciones pequeñas, cuyos costes inmobiliarios son inferiores y que tienen necesidad de potenciar el empleo de sus poblaciones para frenar la inmigración y atraer a aquellos que se desplazan para realizar sus estudios. Los resultados del 2006 indican que, por el momento, la situación persiste y que su evolución será lenta en cuanto a un cambio de tendencia. 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, lo que nos lleva a insistir en la necesidad de políticas de desarrollo local que fomenten la actividad emprendedora en zona rural.

**Figura nº 22 Distribución de las iniciativas emprendedoras y cierres en zona rural y urbana según el momento en que se hallan en el proceso emprendedor**



### 3.6. La situación laboral del emprendedor

La gran mayoría de los emprendedores potenciales (77,6%) está empleado en la actualidad. Los grupos más interesantes son los formados por personas que están en el paro (9,3%), los estudiantes (8,6%) y las amas de casa (3,1%). Los primeros son candidatos a emprender por necesidad, a falta de otras alternativas de trabajo; los segundos pueden estar planteándose una idea de negocio para desarrollar cuando finalicen sus estudios y las terceras, pueden responder a situaciones de cambio de estatus, pensando en el desarrollo de un negocio tras una etapa más familiar.



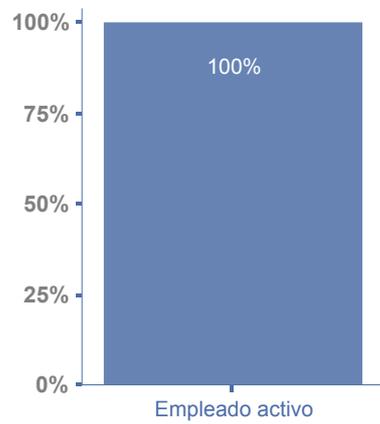
Por otro lado, como es lógico, los emprendedores incipientes y los consolidados están en situaciones activas en un 100% de los casos.

Finalmente, entre los que han cerrado una actividad, la gran mayoría (82%) están en activo y, tan sólo un 4% responde a una situación de jubilación. La implicación de este resultado es importante por cuanto significa que se han liquidado actividades pero no se han perdido empleos, salvo en el caso del 5% que afirma estar en paro y el 4% que regresa a la posición de ama de casa. En otro apartado se analiza la proporción de emprendedores que han cerrado actividades pero que siguen en activo en otras o que piensan en emprender de nuevo, extremo que se desea cambiar en España, porque el fracaso emprendedor se viene asumiendo de forma más dramática que en los países anglosajones, donde un fracaso es considerado como una experiencia más de la cual se aprende para enfocar mejor la siguiente.

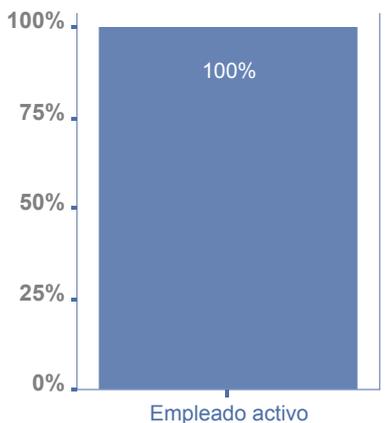
**Figura nº 23 Situación laboral de los emprendedores en las distintas fases del proceso**



Tipo de ocupación actual  
Emprendedores potenciales



Tipo de ocupación actual  
Emprendedores early stage



Tipo de ocupación actual  
Emprendedores consolidados



Tipo de ocupación actual  
Emprendedores que han cerrado



## **Capítulo 4: El proceso emprendedor de la mujer en España: ¿qué sabemos al cabo de 5 años de estudio?**

- 4.1. Introducción**
- 4.2. La actividad emprendedora femenina en España desde una perspectiva internacional**
- 4.3. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora española**
- 4.4. Tipo de empresa creada**
- 4.5. Género y apoyo institucional a la creación de empresas**
- 4.6. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora**
- 4.7. Alternativas a la participación femenina en la actividad emprendedora: la mujer inversora**

*Informe Ejecutivo 20*  
*GEM España*

**06**



## Capítulo 4: El proceso emprendedor de la mujer en España: ¿qué sabemos al cabo de 5 años de estudio?

### 4.1. Introducción

Hasta fechas recientes las mujeres empresarias en España han recibido escasa atención por parte de los estudios económicos y sociológicos, y mucho menor aún ha sido la prestada al colectivo de emprendedoras, es decir aquellas que se encuentran en las fases iniciales del proceso de creación o de consolidación empresarial. Esta “invisibilidad analítica”, también presente, aunque en menor medida, en los estudios internacionales<sup>5</sup>, responde según los expertos a dos factores fundamentales: en primer lugar se debe a la tendencia tradicional a practicar el llamado “androcentrismo” en los estudios sobre las actividades empresariales, o lo que es lo mismo, “a analizar el tejido empresarial partiendo de la premisa de que el modelo empresarial “normalizado” es únicamente, el masculino y que las mujeres-empresarias, si es que existen, forman parte de la casuística más que de la realidad a estudiar”<sup>6</sup>. En segundo lugar, se esgrime como posible causa de la falta de interés por las mujeres emprendedoras el número relativamente reducido de las empresas creadas por este colectivo así como su escaso peso económico.

Hoy día no cabe duda de que ninguna de las razones aducidas a este respecto puede justificar seriamente la escasa atención analítica prestada a las mujeres emprendedoras en España. De hecho, se empieza a apreciar un interés creciente por el tema que se comprueba al repasar las investigaciones españolas realizadas sobre creación de empresas<sup>7</sup>. El estudio GEM para España se enmarca dentro de esta tradición incipiente y dedica, desde el año 2002, un capítulo específico al estudio de este colectivo. Tras cinco años de observación continua del comportamiento y el perfil de la mujer emprendedora española, y más allá de los cambios o novedades aportadas por la edición de este año respecto a este tema de estudio, resulta interesante hacer una pausa y reflexionar acerca de los resultados producidos desde el inicio del proyecto. Con este objetivo, en el presente capítulo se lleva a cabo un análisis longitudinal de los datos del GEM con el fin de, no sólo identificar los rasgos distintivos de la mujer emprendedora española, sino sobretodo de trazar su evolución y detectar las tendencias futuras.

### 4.2. La actividad emprendedora femenina en España desde una perspectiva internacional

El primer resultado de interés respecto a la actividad emprendedora femenina y que se repite de forma recurrente desde el inicio del proyecto en España, se refiere al análisis comparativo del TEA femenino en el contexto internacional. Como podemos observar de la Figura 24 España ocupa una posición moderada en lo que respecta a este índice, que alcanza este año el 5,7%. No obstante se puede realizar una lectura optimista de este dato si lo analizamos con respecto al TEA masculino, que alcanza en el 2006 un 8,83%, puesto que nos indica que, al igual que en años anteriores, la disparidad entre hombres y mujeres en nuestro país es menos acusada que en países donde la participación de la mujer en el ámbito laboral está más consolidada, como puede ser Dinamarca o los Países Bajos.

(5) Baker T., Aldrich H. Y Liou N. (1997) “Invisible entrepreneurs: the neglect of women business owners by mass media and scholarly journals in the USA”, *Entrepreneurship and regional Development*, 9, 221-238.

(6) Escobar Mercado M., Filardo Llamas C. y Ferrer Arriazu A., (2005), *Autoempleo y actividades empresariales de las mujeres en España*, Instituto de la Mujer, Madrid, p.64.

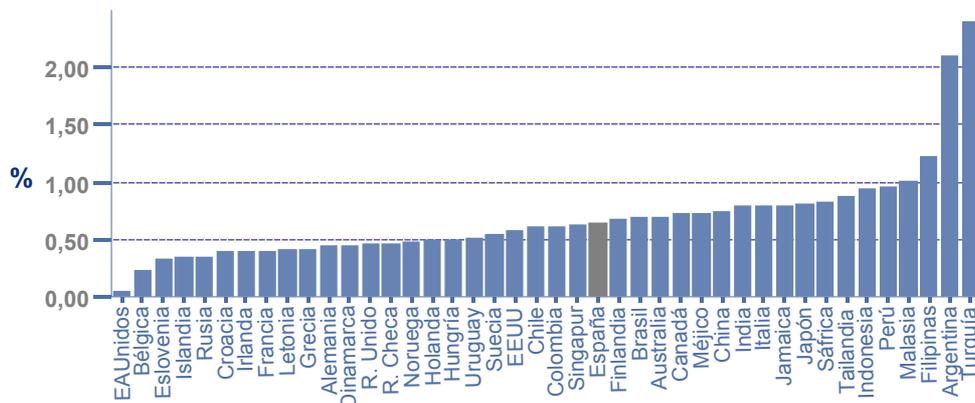
(7) Minniti, M., Arenius, P., y Langowitz N., (2004), *GEM 2004 Report on Women and Entrepreneurship*, The Centre for Women's Leadership: Babson College, Wellesley.

Figura nº 24 Actividad emprendedora incipiente en función del sexo en los países GEM 2006



De hecho, el ratio mujer/hombre para el TEA en España (ver Figura 25) experimenta un aumento por cuarto año consecutivo, situándose muy cerca del 0,68, valor que corresponde a la media internacional. Dicho de otra manera, un tercio de la actividad emprendedora total es llevada a cabo por mujeres, lo que coloca a España en la posición nº 19 de los 42 países que participan en el estudio GEM para el año 2006.

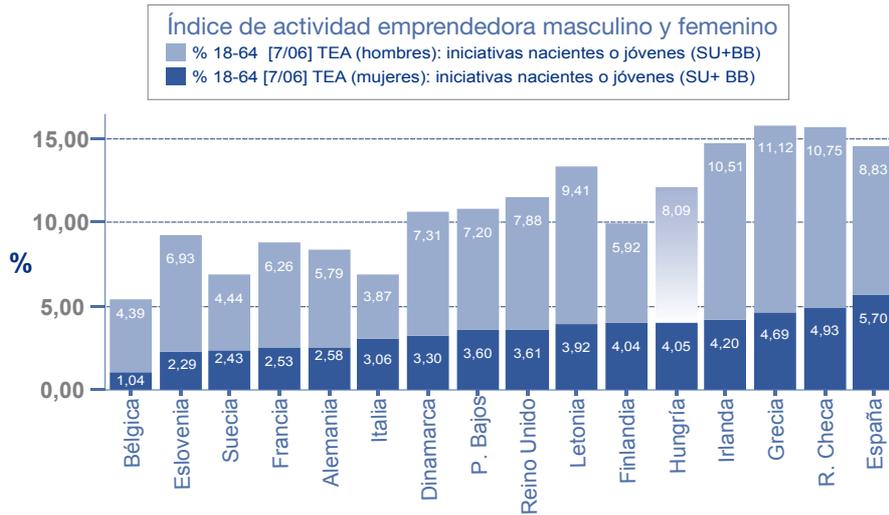
Figura nº 25 Ratio de actividad femenina sobre masculina



La Figura 26, que muestra la posición de España con relación a los países de la UE, nos aporta una indicación probablemente más precisa que la anterior puesto que permite establecer comparaciones con países cuyos contextos socio-económicos son similares al nuestro. Así, resulta interesante observar que España se sitúa en primera posición con respecto a sus vecinos europeos en cuanto a TEA femenino, superando no solo a los países de nueva incorporación como pueden ser República Checa o Letonia, sino también a otros países miembros más desarrollados como Italia, Alemania o Francia. Aquí también hablamos de un resultado recurrente en los informes del GEM, si bien este año es la primera vez que España llega a encabezar la lista europea de actividad emprendedora femenina.



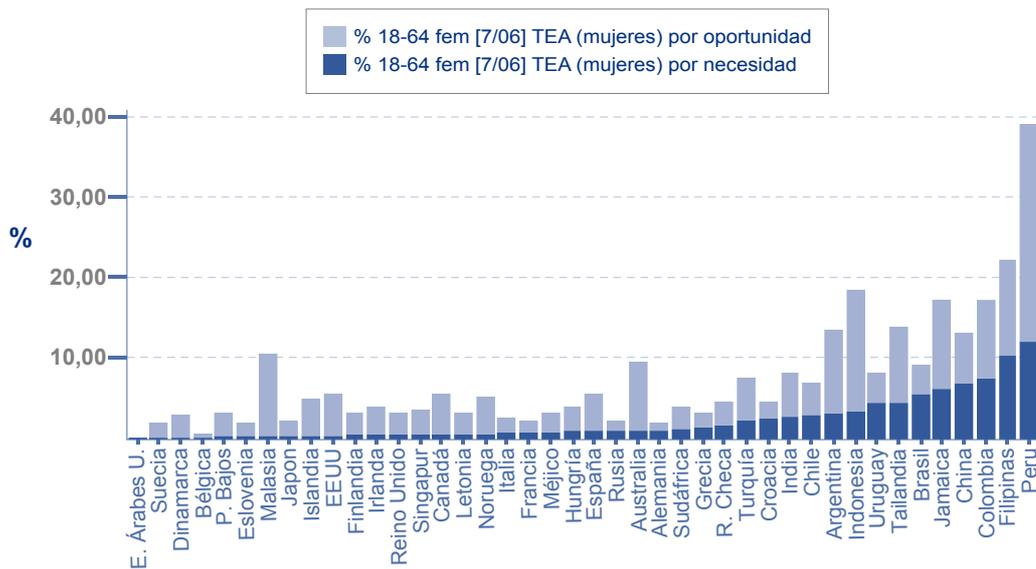
**Figura nº 26 Actividad emprendedora en función del sexo en la UE**



**Países GEM 2006 de la UE (de menor a mayor actividad femenina)**

A todo ello hay que añadir que la participación cada vez más elevada de las mujeres en el proceso emprendedor en España se explica en gran parte por el aprovechamiento de oportunidades identificadas en el mercado (Figura 27). De este modo, los resultados del informe confirman una tendencia ya señalada en ediciones anteriores: las empresas creadas por mujeres se alejan cada vez más del estigma de negocio de subsistencia y con bajo potencial de crecimiento.

**Figura nº 27 Comparación internacional de TEA femenino por necesidad y oportunidad**



**Países GEM 2006 (de menor a mayor TEA necesidad femenino)**

A modo de recapitulación de lo expuesto anteriormente la siguiente tabla ofrece una visión de la actividad emprendedora desde una perspectiva evolutiva y comparativa.

**Tabla nº 10 Evolución histórica del TEA femenino en España**

Año	2001	2002	2003	2004	2005	2006
TEA	7,78	4,59 - 41%	6,77 + 47%	5,15 - 24%	5,40 + 10%	7,27 +35%
TEA Mujer	5,19	2,58 - 50%	4,07 + 58%	2,91 - 29%	4,15 + 43%	5,7 +37%
TEA Hombre	7,35	6,59 - 10%	9,46 + 43%	7,38 - 21%	7,17 - 3%	8,83 +23%
<b>Ratios TEA mujer/ TEA hombre</b>						
Ratio para España	0,71	0,39	0,43	0,39	0,58	0,65
Media GEM del ratio	0,51	0,52	0,55	0,55	0,59	0,67

### 4.3. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora española

Tras varias décadas intentado aislar el “perfil típico” de la mujer emprendedora, los investigadores han llegado a la conclusión de que no existen diferencias socio-demográficas significativas entre las características de hombres y mujeres emprendedores<sup>8</sup>, algo que también confirman los hallazgos de nuestro estudio.

Así, la **edad** de las emprendedoras españolas se distribuye de forma parecida a la de los emprendedores varones, situándose en torno a los 38 años. Detrás de esta cifra, se esconde no obstante un fenómeno digno de resaltar y que se ha podido observar de forma consistente a lo largo de estos últimos años: la proporción de emprendedoras españolas es sistemáticamente inferior a la de los emprendedores en el tramo de edad situado entre los 35 y 44 años y superior entre los 45 y 55 años. Existe un paralelismo entre estas variaciones y el llamado “ciclo de vida” de las personas objeto de nuestro estudio: mientras que la segunda mitad de la treintena representa un período en el que los hombres explotan al máximo su potencial emprendedor, para muchas mujeres en cambio esta etapa implica anteponer, aunque sea temporalmente, la constitución de una familia al desarrollo de una carrera emprendedora, lo cual explica que se incorporen a esta actividad en mayor medida que los hombres una vez finalizada esta etapa.

Asimismo, y en consonancia con los resultados de investigaciones internacionales<sup>9</sup>, nuestro estudio indica que los niveles de **educación y formación** de los emprendedores son comparables entre hombres y mujeres, con una predominancia de los que poseen estudios universitarios. Lo interesante de este dato es que pone de relieve la peculiaridad de la mujer emprendedora con respecto a sus homólogas no-emprendedoras, ya que éstas sí que se encuentran en clara desventaja con respecto a los hombres en cuanto a nivel educativo.

Sin embargo, merece la pena mencionar que estos resultados no siempre pueden generalizarse a otros contextos, como por ejemplo en el caso de los países en desarrollo. Como muestra el estudio del GEM<sup>10</sup>, en los países de bajos ingresos los emprendedores masculinos tienden a estar mejor formados que las mujeres emprendedoras ya que la mayoría de estas últimas no consiguen completar la enseñanza secundaria.

(8) Sexton y Bowman-Upton, 1990; Brush y Bird, 1996; Hisrich et al., 1997.

(9) Birley, Moss y Sanders 1987, Dolinsky et al., 1993; Fischer et al., 1993; Shrim 2003.

(10) Minniti, M., Arenius, P., y Langowitz N., (2004), GEM 2004 Report on Women and Entrepreneurship, The Centre for Women's Leadership: Babson College, Wellesley.

Finalmente señalar que, tal como hemos mencionado en ediciones anteriores del GEM, aunque no hay diferencias de género en el nivel de educación, la literatura insiste en que el campo de especialización de los estudios realizados sí se diferencia ampliamente. Las investigaciones que apoyan esta hipótesis indican que las mujeres poseen con mayor frecuencia títulos universitarios en humanidades que en negocios, ingeniería o disciplinas técnicas, lo cual pone por tanto a las mujeres en desventaja respecto a los hombres para fundar una nueva empresa. En un intento de indagar más a fondo en este aspecto, hemos averiguado en nuestro estudio la existencia de diferencias de género en cuanto a formación específica en creación de empresas. Los resultados obtenidos (ver tabla...) invalidan a priori el supuesto de una desventaja femenina en este aspecto, ya que una proporción equiparable de emprendedores de ambos sexos, de un 31%, declara haber cursado este tipo de formación. Se trata no obstante de datos exploratorios que habría que confirmar estudiando, por ejemplo, el tipo de carrera elegida por las emprendedoras en España. En cambio, nuestro informe confirma por segundo año consecutivo que la percepción de las habilidades y capacidades propias difiere, aunque sea ligeramente, en función del sexo del encuestado, siendo las emprendedoras españolas mujeres más modestas a la hora de auto-evaluarse.

**Tabla nº 11: formación, habilidades y renta de los emprendedores españoles**

Pregunta	Categorías de respuesta	Población Emprendedora (%)		
		Total	Mujer	Hombre
<b>Ha recibido cursos de formación en creación de empresas</b>	Si	31,5	32	31
	No	68,5	68	69
	Total	100%	100%	100%
<b>Tiene habilidades para la creación de empresas</b>	Si	97,5	96	99
	No	2,5	4	1
	Total	100%	100%	100%
<b>Tramo de renta familiar</b>	Menos de 600	4	5	4
	Entre 600 y 1.200	17	22	19
	Entre 1.200 y 1.800	24	21	23
	Entre 1.800 y 2.400	16	14	15
	Más de 2.400	15	17	13
	No contesta	25	26	25
	Total	100%	100%	100%

Del mismo modo, la distribución de emprendedores por **nivel de renta** familiar no arroja diferencias sustanciales relativas al sexo del propietario lo cual confirma la existencia de una amplia gama de perfiles socio-económicos dentro del colectivo estudiado.

#### 4.4. Tipo de empresa creada

Una gran cantidad de estudios plantean que existe un “perfil femenino” de carácter sectorial las empresas, con una mayor concertación de las mujeres emprendedoras en el sector de los servicios y en el comercio al detalle y una infra-representación en el sector industrial, los servicios a empresas y la construcción. Las características propias a estos sectores femeninos, que ostentan menores barreras a la entrada, una competencia alta y márgenes de beneficio reducidos influirían sobre las probabilidades de éxito de las mismas, en perjuicio de la población de mujeres emprendedoras.

Tabla nº 12 Distribución sectorial de la actividad emprendedora en función del género

Pregunta	Categorías de respuesta	Población Emprendedores (%)		
		Total	Mujer	Hombre
Empresa en sector tradicionalmente "femenino"	Si	44	46	42
	No	56	54	58
	Total	100%	100%	100%
Empresa opera en sector tecnológico	Sector de bajo componente tecnológico	94	97	92
	Sector de componente tecnológico medio/alto	6	3	8
	Total	100%	100%	100%

Si a ello le añadimos que el importe medio invertido para crear una empresa en España no varía en función del género, entonces podemos afirmar que nos encontramos a un tejido empresarial femenino cada vez más diversificado, y que tiende a alejarse de los patrones tradicionalmente asociados con un nivel de competitividad y unas perspectivas de crecimiento inferiores a las empresas creadas y dirigidas por los hombres.

#### 4.5. Género y apoyo institucional a la creación de empresas

Una parte importante del debate acerca de las políticas públicas en el ámbito económico se ha centrado en cómo estimular la actividad emprendedora y, desde hace unos años, en cómo apoyar el desarrollo y crecimiento de empresas lideradas por mujeres. En línea con las investigaciones internacionales interesadas en evaluar el acceso de las emprendedoras a los programas de apoyo, nuestro estudio no ha detectado diferencias importantes en cuanto al género de las personas que se benefician de asesoramiento público o privado para fundar una empresa.

Así, la tabla 13 muestra cómo la proporción de mujeres y hombres emprendedores que declararon haber recibido ayudas a la creación de empresas es prácticamente idéntica, sea cual sea el origen de estas ayudas (el gobierno, la oficina de transferencia tecnológica o las instituciones financieras). Las únicas diferencias halladas, al igual que en las ediciones anteriores de este informe, se refieren al papel de la universidad como proveedor de asesoramiento para lanzar un negocio, si bien se trata de diferencias mínimas.

**Tabla nº 13 recepción de ayudas a la creación de empresas en función del género**

Pregunta	Categorías de respuesta	Población Emprendedora (%)		
		Total	Mujer	Hombre
Ha recibido ayudas a la creación de empresas desde la universidad?	Si	13	10	14
	No	87	90	86
	Total	100%	100%	100%
Ha recibido apoyo de la oficina de transferencia tecnológica?	Si	7	7	7
	No	93	93	93
	Total	100%	100%	100%
Ha recibido ayudas a la creación de empresas por parte del gobierno?	Si	84	84	84
	No	16	16	16
	Total	100%	100%	100%
Ha recibido ayudas a la creación de empresas por de instituciones financieras?	Si	73	74	72
	No	27	26	28
	Total	100%	100%	100%

La proliferación de programas gubernamentales españoles y europeos dirigidos a las mujeres empresarias está propiciando un cambio de enfoque por parte de académicos y profesionales desde una preocupación por su incorporación a la actividad emprendedora a un interés por adaptar las medidas existentes a las especificidades propias a este grupo, y a prestar una atención especial a las empresas “femeninas” con alto potencial de crecimiento ya que éstas constituyen un estrato hasta ahora descuidado por las autoridades públicas.

#### **4.6. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora**

Varios expertos consideran que si la incorporación de la mujer al ámbito laboral en España ha sido considerable en el sector público, modesta entre las asalariadas del sector privado y mucho menor en el caso de las emprendedoras, ello se debe principalmente a la influencia de las percepciones subjetivas que éstas se forman sobre la actividad emprendedora. Nuestro estudio, que desde su inicio ha venido analizando la actitud de los emprendedores en particular y de la sociedad española en general, con respecto a un conjunto de factores psico-sociales, nos permite evaluar la veracidad de estas afirmaciones (ver tablas 14 y 15)

En primer lugar, se detecta que la menor representación de las españolas en el sector emprendedor se debe a que el riesgo que implica este tipo de actividades es mayor. Es cierto que las expectativas de ganancias son elevadas, pero también son más probables las pérdidas, y sólo aquellas personas con ventajas competitivas acceden y permanecen en este tipo de actividad económica. Este factor de riesgo añadido al papel secundario desde el punto de vista económico que la mujer ha tenido en una sociedad patriarcal y a la predominancia de su rol en la esfera familiar, actúan como frenos a la presencia femenina en la actividad empresarial. Nuestros resultados confirman este argumento puesto que más mujeres que hombres consideran el miedo al fracaso como una barrera para lanzar un negocio.

Asimismo, la literatura retrata a los emprendedores como mejor integrados en redes de contactos profesionales que las emprendedoras, factor cuya importancia se deriva de su papel inductor de la actividad emprendedora y del posterior éxito de la misma, al facilitar la obtención de información y recursos fundamentales para el desarrollo de la empresa. Este factor, que el GEM mide mediante la respuesta a la pregunta de si la persona conoce un emprendedor en su entorno, resulta significativamente menos favorable para la mujer que para el hombre, tanto si consideramos la población de emprendedores como la de no-emprendedores.

Finalmente, se comprueba que, probablemente como consecuencia de los elementos psicológicos mencionados anteriormente, las mujeres son menos propensas a percibir buenas oportunidades empresariales que los hombres. Esta menor receptividad hacia las oportunidades existentes no impide, no obstante, que la mayoría de las emprendedoras españolas tiendan a emprender por motivos de oportunidad empresarial.

**Tabla nº 14 Comparación de los factores psico-sociales en función del género**

		Emprendedores (%)		No emprendedores (%)	
		Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
<b>Temor al fracaso le frena a crear empresa</b>	Si	35	28	48	41
	No	65	71	48	55
	No sabe/ Rechaza	0	1	4	4
	Total	100%	100%	100%	100%
<b>Conoce emprendedor</b>	Si	50	58	30	39
	No	49	41	69	59
	No sabe/ Rechaza	1	1	1	2
	Total	100%	100%	100%	100%
<b>Percibe oportunidades empresariales en su zona</b>	Si	36	43	22	27
	No	48	40	52	48
	No sabe/ Rechaza	16	17	26	25
	Total	100%	100%	100%	100%

En resumen, el análisis longitudinal de los datos del GEM nos invita a considerar que, si bien existen diferencias de género en cuanto las actitudes y percepciones hacia la actividad emprendedora, éstas son cada vez menos acusadas y tenderán a disiparse conforme los cambios culturales vayan calando de forma progresiva en la sociedad española.

**Tabla 15: índices globales de percepción hacia la actividad emprendedora**

	Categorías	Emprendedores (%)		No emprendedores (%)	
		Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
<b>Índice global de percepción hacia la actividad emprendedora</b>	Cero/ tres	3	--	36	28
	Uno/ tres	31	26	35	32
	Dos/ tres	39	39	22	29
	Tres/ tres	27	34	7	12
	Total	100%	100%	100%	100%
<b>Índice global de apoyo cultural a la actividad emprendedora</b>	Cero/ tres	18	11	13	12
	Uno/ tres	27	30	25	25
	Dos/ tres	30	32	36	37
	Tres/ tres	26	27	26	26
	Total	100%	100%	100%	100%

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

Al estudio longitudinal de la mujer emprendedora que se realiza cada año en el marco de este informe, en la edición de este año incorporamos un breve análisis de las características diferenciales de la población femenina que actúa como inversor informal aportando fondos propios para financiar la puesta en marcha de un negocio ajeno<sup>11</sup>.

La participación de los “business angels”, un colectivo en auge en España desde hace varios años, tiene una incidencia considerable en la actividad emprendedora del país, por lo que también merece una atención especial la identificación de los rasgos específicos, donde los haya, de las mujeres que forman parte de este grupo.

**Tabla nº 16 Sexo del inversor informal e importe invertido**

		Población total (%)		
		Total	Mujer	Hombre
<b>Inversor informal</b>	Número	796	321	475
	Porcentaje (%)	100	40,4	59,6
<b>Importe medio invertido (en Euros)</b>		21.837	19.632	23.328

(11) La inversión informal es estudiada en profundidad en el capítulo 6 en el que se analiza la financiación del proceso emprendedor. El epígrafe desarrollado en este capítulo tan sólo pretende ofrecer una visión de la inversión informal desde la perspectiva de género.

Como se muestra en la tabla anterior, la inversión informal cuenta con una participación relativamente elevada por parte de las mujeres, que representan más del 40% del conjunto de los inversores. El importe medio invertido por estas últimas asciende a unos 19.632 Euros, importe que no difiere sustancialmente de la financiación promedio ofrecida por sus homólogos varones, unos 23.328 Euros.

Las diferencias de género se aprecian en cambio de forma más clara cuando se analiza el perfil del beneficiario de la inversión, y en concreto, su relación con el emprendedor. Así, la tabla 16 muestra una mayor inclinación de las inversoras españolas por apoyar los proyectos empresariales de sus familiares cercanos, que representan el 72% de los receptores de inversión informal femenina frente a una proporción algo más moderada en el caso de la inversión masculina dirigida a este grupo (un 62%). Obviamente, la concentración del esfuerzo financiero en el entorno familiar de la mujer se hace en detrimento de otros tipos de emprendedores presentes en el entorno social de las mismas, como pueden ser los amigos y vecinos, que se benefician mucho más de la generosidad de los inversores masculinos (un 29% de los hombres frente a solo el 15% de las mujeres)

Dos lecturas pueden hacerse de las diferencias observadas. En primer lugar, y de acuerdo con la idea de que las mujeres tienen una aversión al riesgo relativamente más elevada que los hombres (ver apartado anterior), se puede plantear la hipótesis de que las inversoras prefieren financiar los proyectos de aquellas personas en las que más confían, a saber, los familiares allegados. Esta inversión en proyectos aparentemente más seguros explicaría por ejemplo el hecho de que sólo un 25% de las inversoras espera beneficiarse económicamente de la inversión, frente a un 39% de sus compañeros masculinos, cuyos fondos habrían sido destinados a apuestas más arriesgadas pero quizá por ello, más rentables.

Sin embargo, nuestros datos también revelan que más de un tercio de estas mujeres reconocen haber invertido “a fondo perdido” puesto que el 36% no espera recuperar el dinero prestado y en el 10% apenas espera recuperar la mitad del mismo. Más que inversiones, estaríamos por tanto hablando en estos casos de donativos a los que no corresponde ningún factor de riesgo. En cambio, el grado de confianza puesta en los familiares podría explicar el restante 10% de los casos, que corresponden a situaciones equiparables a las de un préstamo, puesto que la inversora espera recuperar la totalidad de la inversión.

**Tabla 17: perfil del inversor informal en función del género**

		Business Angels (%)		
		Total	Mujer	Hombre
<b>Relación con el emprendedor</b>	Familiar cercano	62	72	56
	Otro familiar	5	5	5
	Compañero/a de trabajo	4	4	5
	Amigo o vecino	23	15	29
	Desconocido u otro	5	4	5
	Total	100%	100%	100%
<b>Retorno esperado de la inversión</b>	Ninguno	35	36	34
	La mitad de la inversión		10	8
	La totalidad de la inversión	23	29	20
	Una vez y media veces la inversión	22	18	26
	Más de dos veces	11	7	13
	Total	100%	100%	100%

La segunda lectura que se desprende de nuestros resultados guarda relación con las teorías de redes sociales, y se fundamenta en el hecho de que los estudios que tienen en cuenta el género con respecto a las redes de contacto empresariales indican que las mujeres tienen un acceso limitado a las mismas, y dedican menos tiempo que los hombres a desarrollarlas y mantenerlas. Como resultado, cuentan con redes menos diversificadas y constituidas por una mayor proporción de familiares



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

### **5.1. Introducción**

### **5.2. Dimensión de las iniciativas emprendedoras españolas medida a través del 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 iniciativas 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 iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas**

### **5.8. Internacionalización de las empresas nacientes, nuevas y consolidadas**

*Informe Ejecutivo 20*  
*GEM España*

**06**

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

### 5.1. Introducción

El proceso emprendedor en España genera mayoritariamente actividades y empresas de pequeña dimensión: micro-Pymes y Pymes fundamentalmente. Dado el enorme interés que suscitan los temas relacionados con su potencial de crecimiento, innovación, internacionalización y expansión, el Informe GEM proporciona en este capítulo, una detallada descripción del estado actual y evolución de estos apartados.

### 5.2. Dimensión de las iniciativas emprendedoras españolas medida a través del número de empleados

Tal y como muestra la tabla 18 las microempresas son aquellas que no superan los 10 empleados, mientras que son pequeñas las que tienen entre 10 y 49, medianas las que tienen entre 50 y 249 y grandes las que superan ésta última cifra.

**Tabla nº 18 Clasificación de la PYME en función del número de empleados**

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

Al igual que en años anteriores, la inmensa mayoría de las iniciativas nacientes del 2006 presenta una dimensión de microempresa, pero interesantes cambios se aprecian en la distribución del número de empleados de todos los tipos de iniciativas entre el año 2005 y el 2006. Así, el porcentaje de micro-empresas desciende significativamente desde el punto de vista estadístico y aumentan los casos de pequeñas, medianas y, sobre todo grandes empresas a través de nuevos proyectos empresariales (corporate entrepreneurship). De consolidarse este resultado en el 2007 sería posible comenzar a hablar de cierto éxito de las campañas y medidas gubernamentales que se vienen desarrollando para impulsar el crecimiento, una de nuestras asignaturas pendientes. Sin embargo, hay que tener presente que algunas de las iniciativas nacientes corresponden a empresas que ya están consolidadas y que abren nuevos establecimientos, hecho que explica parte de los nacimientos con gran número de empleados de entrada, que habitualmente no son frecuentes (ver tabla 19).

**Tabla nº 19 Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por su tramo de número actual de empleados comparando la situación del 2005 con la del 2006**

Nº de empleados incluyendo al emprendedor	Emprendedores nacientes (SU)		Emprendedores		Emprendedores early stage (SU y BB)		Emprendedores consolidados (EB)	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006
1-9	93,3%	87,8%	91,2%	89,9%	92,31%	88,81%	88,6%	86,3%
10-49	6,7%	9,0%	8,8%	5,1%	7,69%	6,98%	11,1%	10,3%
50-249	0,0%	0,4%	0,0%	0,6%	0,0%	0,49%	0,2%	0,9%
250 y +	0,0%	2,8%	0,0%	4,4%	0,0%	3,62%	0,1%	2,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



### 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 las iniciativas emprendedoras del 2006, se ha preguntado a los empresarios entrevistados cuántos puestos de trabajo esperan tener al final de los 5 próximos años del momento de la entrevista. La siguiente tabla muestra los resultados promedio en cada tipo de iniciativa:

**Tabla nº 20 Tamaño promedio de las plantillas actuales y esperadas para dentro de 5 años en las actividades que configuran nuestro proceso emprendedor (incluyen al emprendedor)**

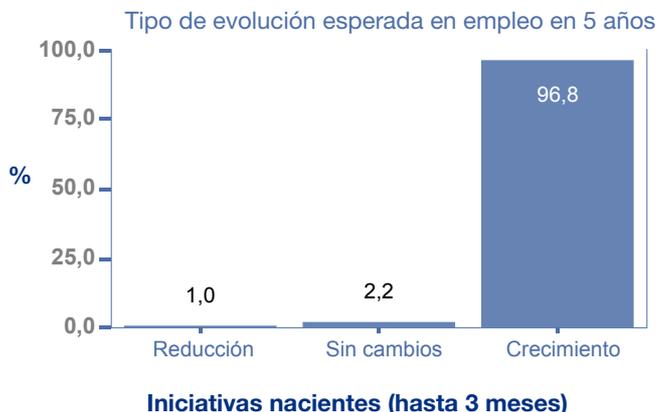
Fase del proceso	Empleo actual (personas)		Empleo en 5 años (personas)	
	Media 2005	Media 2006	Media 2005	Media 2006
<b>Empresas nacientes</b>	5,13	4,81	6,85	5,93
<b>Empresas nuevas</b>	5,20	4,58	7,27	8,16
<b>Empresas consolidadas</b>	5,08	6,32	6,34	7,45

Los resultados promedio del 2006, comparados con los del 2005 indican una evolución prudente y algo recesiva en cuanto a crecimiento medio de las plantillas en las empresas nacientes, una evolución media positiva en las nuevas y también en las consolidadas. Las empresas nacientes del 2006 tienen una plantilla media un 6% más pequeña que las del 2005. Las nuevas un 12% más pequeña y las consolidadas, un 24% más grande. Las iniciativas nacientes presentan una plantilla media esperada para dentro de 5 años un 13% más pequeña que la esperada en el 2005, las nuevas, una plantilla media un 12% más grande y las consolidadas un 17,5% más grande también.

La conclusión acerca de los resultados anteriores es que las iniciativas nacientes del 2006 son más moderadas que en el 2005 en cuanto al número de puestos de trabajo que pueden crear a corto plazo, mientras que las iniciativas que se están consolidando y las ya consolidadas, si que esperan generar más puestos que las del 2005, lo cual es una noticia alentadora.

Las siguientes figuras muestran el tipo de evolución que esperan tener las iniciativas en cuanto a empleo en los próximos 5 años. Los resultados indican claramente que, a medida que se consolidan las iniciativas, el porcentaje de las mismas que espera experimentar crecimientos en empleo se va reduciendo significativamente. Por consiguiente, los emprendedores nacientes son los que, independientemente del número de puestos de trabajo que vayan a generar, ponen en marcha sus ideas esperando crecer algo a corto plazo. El proceso inicial es, por consiguiente optimista, y la realidad al cabo del tiempo, es la que se impone a la hora de traducir las expectativas iniciales de crecimiento en lo que el emprendedor había pensado que podría lograr en este aspecto. Los resultados reflejan, asimismo, un proceso natural, pues las empresas que se consolidan también van alcanzando “techos” de crecimiento que en la mayoría de los casos es difícil superar. Con todo, desde el punto de vista de políticas de apoyo al empresario, no es un mal resultado el que un 30,6% de las iniciativas consolidadas aún tengan expectativas de crecimiento. La relación entre estos resultados y las medias de número de empleos es que, a medida que se consolidan las iniciativas, son menos las que tienen expectativas de crecer, pero los crecimientos medios efectivamente esperados tienen también mayor dimensión.

**Figura nº 28 Tipo de evolución esperada en las distintas iniciativas en cuanto a empleo para los próximos 5 años**

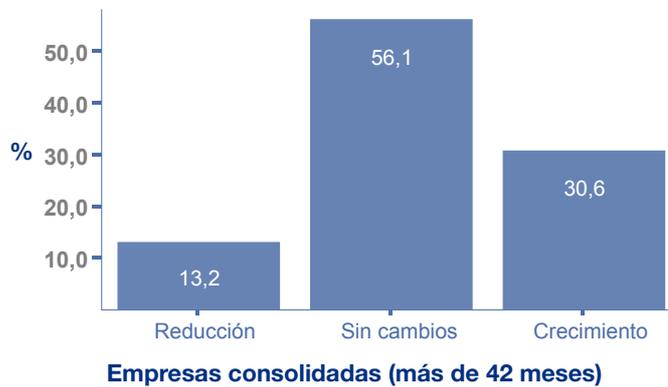




Tipo de evolución esperada en empleo en 5 años



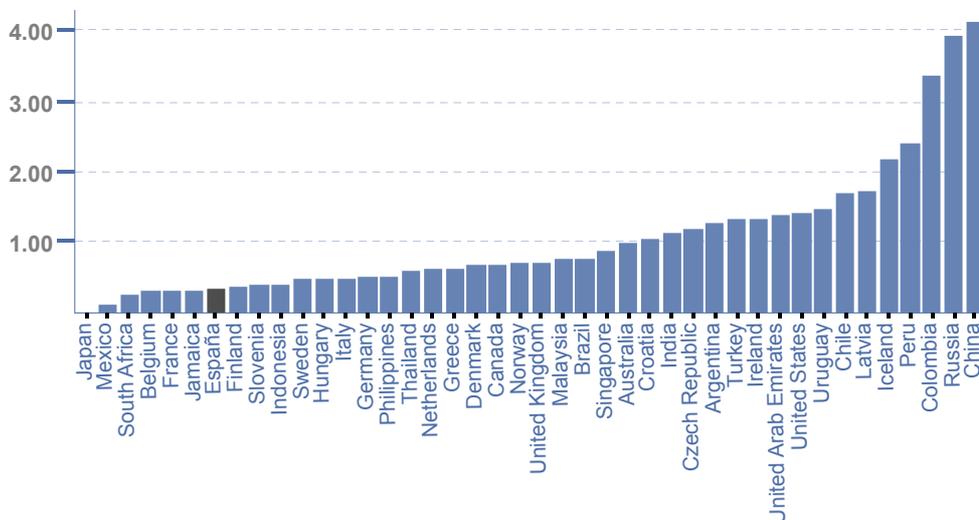
Tipo de evolución esperada en empleo en 5 años



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. El siguiente gráfico muestra dicha posición en el conjunto global de países participantes en la edición GEM 2006.

**Figura nº 29 Clasificación de los países GEM 2006 en función de su porcentaje de iniciativas early stage con potencial de rápido crecimiento en empleo**

TEA (7/06) % Iniciativas early stage (hasta 42 meses) que esperan generar 19 o más puestos de trabajo en 5 años



## 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 (tabla 22).

El auge experimentado en este tipo de actividad en el 2005 en las empresas más antiguas, vuelve en el 2006 a los niveles que se habían registrado en el 2004, mientras que la actividad expansiva de las empresas jóvenes sigue una evolución progresiva ascendente.

**Tabla nº 22 Actividad emprendedora en empresas nuevas y consolidadas: evolución**

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

El resultado conduce a la conclusión de que la tendencia esperanzadora observada en el 2005 no se traduce en una progresión continuada en el caso de las empresas más antiguas y que, por el momento, hay que esperar mayor espíritu expansionista en las iniciativas jóvenes.

Para profundizar acerca de los factores que inciden en el crecimiento empresarial, el equipo investigador español GEM, bajo el patrocinio de la Fundación Cultural Banesto y la DGPYMES, está desarrollando un nuevo Proyecto de Investigación cuya primera edición se presentó exitosamente en Septiembre de 2006. El estudio, denominado AC-E se puede consultar en las páginas web: <http://banespyme.org/Banespymes.do> (publicaciones); <http://www.ie.edu/gem> (informes)

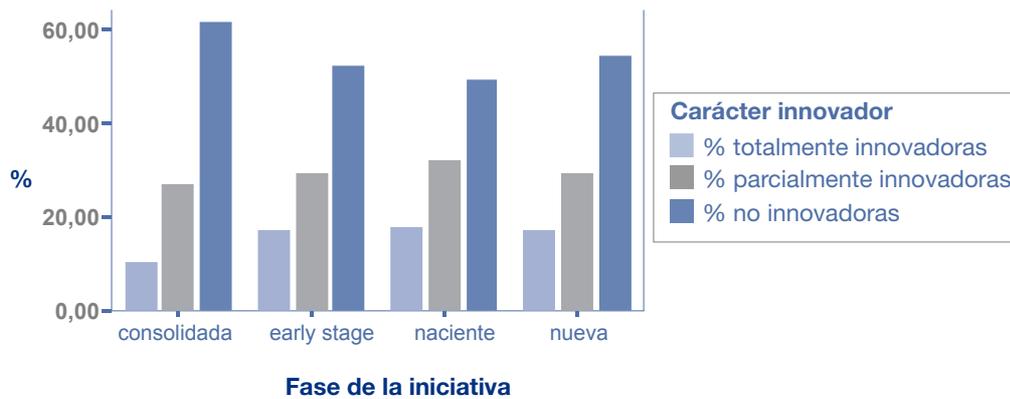
## 5.5. Innovación en las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas

La implantación de la innovación en el tejido empresarial español es uno de los mayores retos acerca de los que las políticas públicas de apoyo al empresario están trabajando. La administración pública y también otras instituciones como las del sector financiero, condicionan cada vez más la concesión de ayudas y fondos a la presencia de proyectos innovadores. Con el fomento de estas actuaciones, se está consiguiendo lentamente en España, el incremento de iniciativas innovadoras, especialmente, entre las actividades de más reciente creación. Los resultados de la tabla 23 muestran los porcentajes de iniciativas completamente, algo y nada innovadoras entre los diferentes tipos considerados: las nacientes (hasta 3 meses de vida), las nuevas (entre 3 y 42 meses) y las consolidadas (más de 42 meses). En las iniciativas nacientes se observa un significativo incremento de productos o servicios completamente innovadores, mientras que entre las iniciativas nuevas y las consolidadas, el incremento se produce entre los que son “algo” innovadores, quedando más estancado el porcentaje de completamente innovadores. Será necesario esperar a sucesivas ediciones del GEM para ver si esta situación va evolucionando positivamente, como es de desear.

**Tabla nº 23 Porcentaje de iniciativas innovadoras en todas las fases activas del proceso emprendedor en España**

Tipo de iniciativa	Completamente innovadora		Algo innovadora		No innovadora		Total
	2005	2006	2005	2006	2005	2006	
Nacientes	12,0%	18,4%	28,8%	32,4%	59,2%	49,2%	100%
Nuevas	17,7%	17,7%	27,3%	29,7%	55,0%	54,3%	100%
Early stage	14,7%	18,0%	28,0%	29,8%	57,1%	52,2%	100%
Consolidadas	11,8%	10,7%	21,3%	27,4%	66,7%	61,8%	100%

Figura nº 30 Innovación según la fase en que se hallan las iniciativas emprendedoras en España



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

Tan relevante como la implantación de proyectos innovadores resulta la adopción de nuevas tecnologías para el desarrollo de los procesos productivos y de servicios. La PYME española está bastante actualizada en tecnologías de la información y algo menos en las de producción industrial. Sin embargo, la renovación de equipos tiene un elevado coste y no se puede abordar de forma continuada. De ahí que, los resultados sobre adopción de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras del 2006 (ver tabla 24) muestren que no hay empresas jóvenes y consolidadas que hayan invertido en tecnologías de última generación en el 2006, concentrándose algo más de una cuarta parte de estas actividades en el apartado de uso de tecnologías recientes (1-5 años). Este conjunto de empresas o actividades invirtieron recientemente en la adopción de tecnologías que están en plena amortización. En cuanto a las iniciativas nacientes, sólo un 0,6% de las mismas utilizan tecnologías de última generación, mientras que un 8,2% utiliza tecnologías recientes y, la gran mayoría (91,2%), tecnologías antiguas, hecho que se puede relacionar directamente con la falta de innovación en cuanto a productos y servicios ofrecidos. Comparando esta situación con la del 2005, se observa cómo se produce un desplazamiento hacia el uso de tecnologías recientes, motivado en gran parte por la reciente inversión que ha hecho la mayoría de iniciativas consolidadas o en fase de consolidación en nuevas tecnologías. Estas afirmaciones pueden hacerse gracias a los resultados obtenidos en el estudio AC-E llevado a cabo en el 2005-2006<sup>12</sup>, donde los resultados acerca de adopción de nuevas tecnologías demuestran que la PYME española no se queda atrás en cuanto al uso de equipos informáticos y de comunicación, base fundamental de la producción de las empresas del sector servicios y del orientado al consumidor donde, como veremos más adelante, se ubica la mayoría de las actividades emprendedoras en la actualidad.

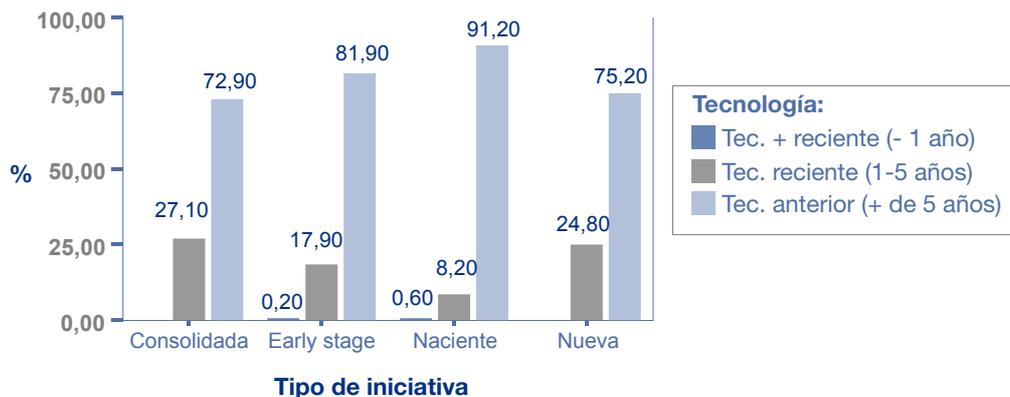
Tabla nº 24 Uso de tecnologías en las iniciativas emprendedoras del 2005 y 2006

Tipo de iniciativa Año	Tecnología Nueva (- de 1 año)		Tecnología Reciente (1-5 años)		Tecnología Antigua (+ de 5 años)		Total
	2005	2006	2005	2006	2005	2006	
Naciente	1,7%	0,6%	11,7%	8,2%	86,6%	91,2%	100%
Nueva	5,7%	0,0%	0,2%	24,8%	94,1%	75,2%	100%
Early stage	3,6%	0,2%	6,1%	17,9%	90,2%	81,9%	100%
Consolidada	6,4%	0,0%	0,4%	27,1%	93,2%	72,9%	100%

(11) De la Vega, Coduras, Cruz, Fajula. AC-E: Análisis del crecimiento de la PYME consolidada española; 2006



**Figura nº 31 Distribución del uso de las tecnologías según su antigüedad para cada tipo de iniciativa del proceso emprendedor**



La PYME española se caracteriza por su escasa participación en sectores tecnológicos. Los resultados de la Figura 32 muestran el nivel de las iniciativas analizadas en el estudio GEM del 2006 acerca de este tema. La situación es similar entre todos los tipos de iniciativas, si bien, se observa una ligera mayor participación de las iniciativas nacientes y nuevas sobre las ya consolidadas y, especialmente, se observa que un pequeño porcentaje de los business angels se interesa por invertir en sectores tecnológicos frente a la inmensa mayoría que lo hace en sectores no tecnológicos.

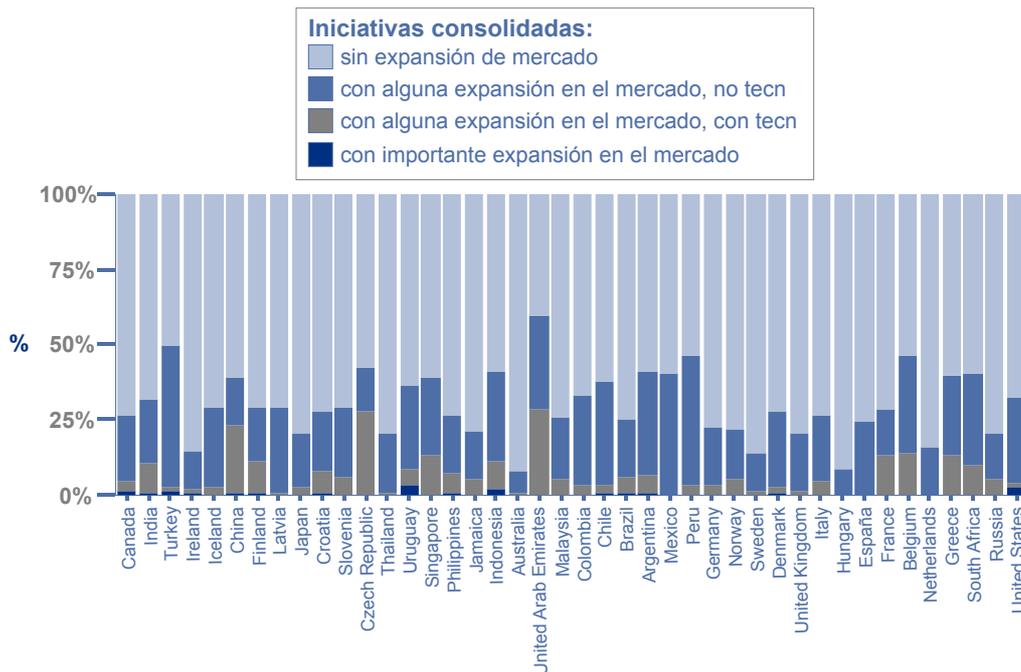
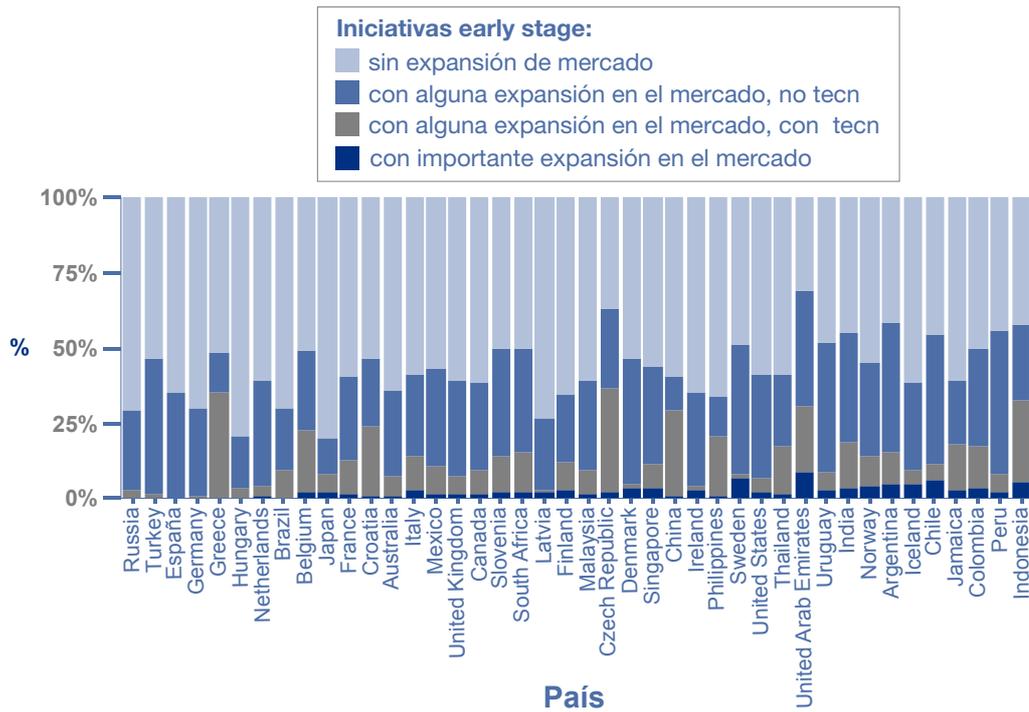
**Figura nº 32 Distribución del nivel tecnológico en cada tipo de iniciativa del proceso emprendedor**



### 5.7. Expansión en el mercado y nivel de competencia de las iniciativas 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, están en proceso de consolidación y consolidadas. La Figura 33 muestra que el potencial de expansión en el mercado, en cuanto a oferta de nuevos productos y servicios de la actividad emprendedora es relativamente escaso en la mayoría de países. Suecia, Chile, Emiratos, Indonesia y algunos otros países, presentan porcentajes un poco más notables que el resto en este apartado, pero la actividad emprendedora mundial está mayoritariamente sustentada en la réplica de productos y servicios ya existentes. La situación de las empresas ya consolidadas es similar, pero aún más acentuada. Estados Unidos, como es de esperar, es la nación que más destaca en cuanto a porcentaje de empresas consolidadas que tienen una importante expansión en el mercado en términos de creación de nuevas necesidades en el mercado.

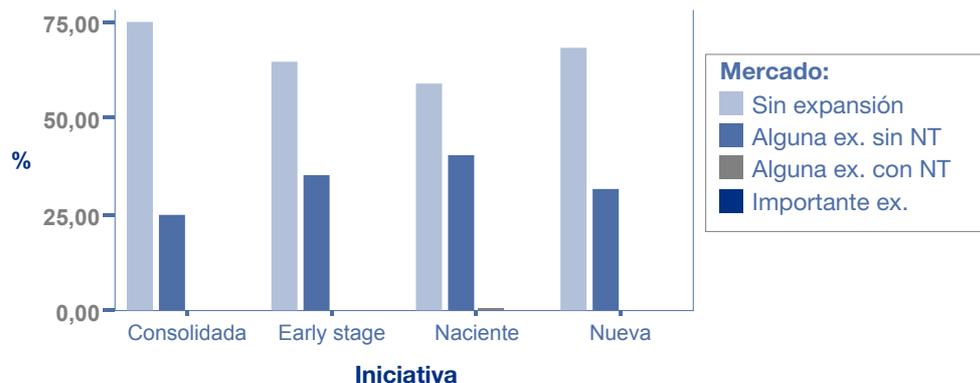
Figura nº 33 Expansión de mercado de las actividades emprendedoras early stage en el ámbito internacional



El análisis detallado de los datos españoles pone de manifiesto que nuestra actividad empresarial se basa en gran medida, en la réplica de negocios, productos y servicios ya existentes y que los emprendedores deben atender más al apartado de generación de nuevas necesidades en el mercado. Esta escasa expansión en el mercado, se acentúa a media que se consolidan las iniciativas emprendedoras.



**Figura nº 34 Nivel de expansión en el mercado para las actividades que se hallan en cualquier fase del proceso emprendedor**

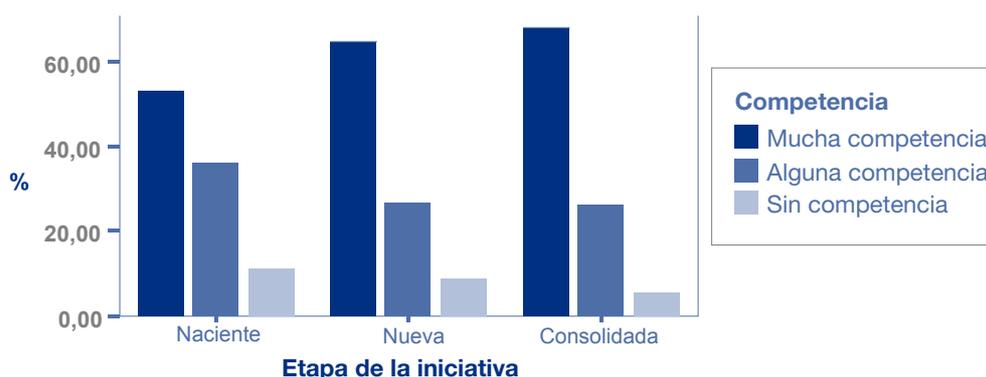


En cuanto al grado de competencia que afrontan las iniciativas en España, la situación ha mejorado con respecto al año 2005, especialmente en el caso de las nacientes. En la tabla 25 se aprecia un descenso del porcentaje de iniciativas que tienen mucha competencia y un aumento de las que no tienen competencia, descenso y aumento que es progresivamente menor cuanto más consolidadas están las actividades. La interpretación de este resultado es que comienzan a notarse los efectos de las políticas públicas encaminadas a favorecer la innovación y el desarrollo de proyectos originales. El resultado es acorde con el mostrado en el gráfico anterior en que las iniciativas nacientes y nuevas presentan mayor proporción de casos con alguna expansión en el mercado e incursiones en sectores tecnológicos, con respecto a las consolidadas. En el 2007 se prestará especial atención a la evolución de este indicador, puesto que es uno de los que más se desea que evolucionen al alza en nuestro país.

**Tabla nº 25 Nivel de competencia estimado para las iniciativas nacientes, nuevas, y consolidadas**

Tipo de iniciativa	Mucha competencia		Alguna competencia		Sin competencia		Total %
	% 2005	% 2006	% 2005	% 2006	% 2005	% 2006	
Naciente	59,5	52,8	32,0	35,9	8,5	11,2	100
Nueva	67,3	64,7	25,2	26,5	7,5	8,8	100
Consolidada	69,5		25,2	26,1	5,2	5,9	100

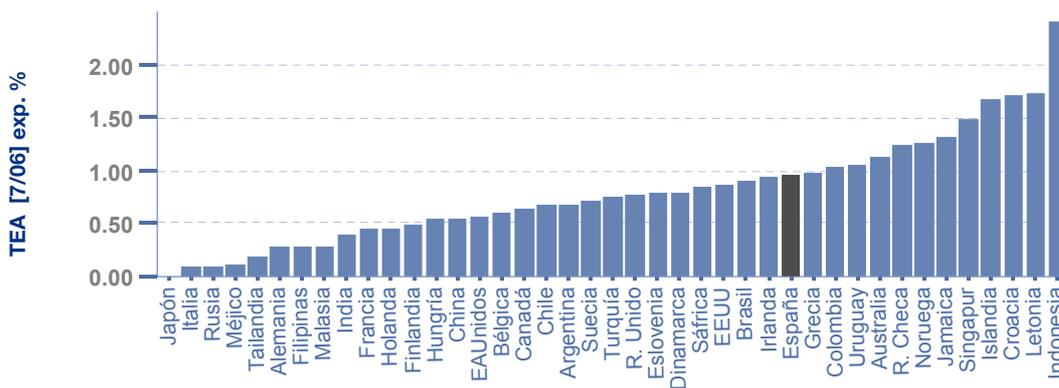
**Figura nº 35 Distribución del nivel de competencia esperado en las actividades españolas según la fase en que se hallan del proceso emprendedor**



## 5.8. Internacionalización de las empresas nacientes, nuevas y consolidadas

La situación de la actividad emprendedora española en el contexto internacional en cuanto a alto potencial de exportación sigue siendo discreta y no alcanza al 1% de las iniciativas en fase incipiente. Sin embargo, como ya se comentó el año anterior, este indicador es bastante deficiente en todos los países y nuestro país tiene una situación mejor que muchos países europeos. Los países en que las iniciativas más incipientes pueden exportar volúmenes importantes de producción de forma rápida son los asiáticos y aquellos que tienen productos específicos y exclusivos (caso de Islandia, Noruega, Croacia, Letonia)

Figura nº 36 Situación internacional del nivel alto de exportación (50% de los clientes fuera del país) de las iniciativas en fase de early stage de los países participantes en GEM 2006



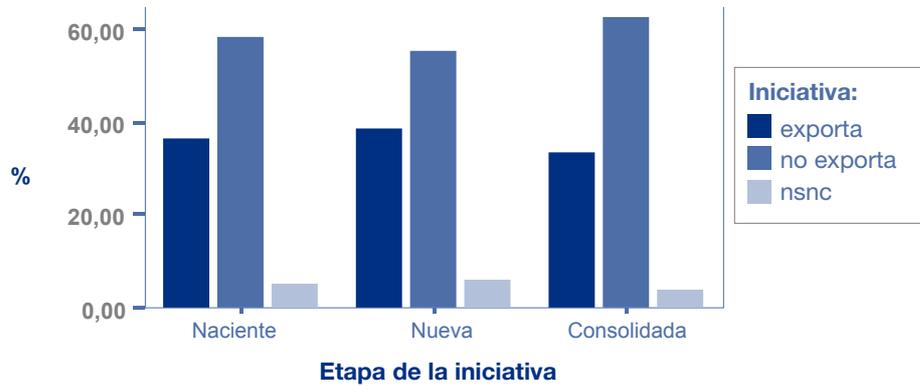
Los datos concretos sobre actividad exportadora de las empresas españolas en el 2006 también presentan una evolución positiva (ver tabla 26), otro síntoma de que las políticas públicas sobre los temas que más han preocupado en los últimos años comienzan a mejorar. En la siguiente tabla se puede ver cómo los porcentajes de negocios que no exportan en absoluto, aunque todavía notables, descienden ostensiblemente en el caso de las iniciativas nacientes y consolidadas entre el 2005 y el 2006, mientras que aumentan en el caso de las nuevas, si bien, en esta fase, la información del año 2005 era algo deficitaria por el elevado número de casos de no respuesta, que podría empañar las comparaciones. En general, se advierte un aumento de actividad de exportación en los segmentos de intensidad leve-moderada, cambio que, de consolidarse en el 2007, puede suponer un elemento muy positivo para la equiparación de nuestra PYME con la de otros países vecinos de la UE.

Tabla nº 26 Estimación de la intensidad de las actividades de internacionalización de las iniciativas españolas en el 2006, según su fase de consolidación

Intensidad	Nacientes		Nuevas		Consolidadas	
	% 05	% 06	% 05	% 06	% 05	% 06
No exporta	73,9	58,4	48,6	55,3	80,7	62,6
1-25%	1,9	17,2	3,2	25,4	4,1	20,0
26-50%	4,5	12,8	3,2	5,5	4,7	3,8
51-75%	6,4	7,9	5,0	4,1	3,4	4,9
76-90%	3,2	4,1	0,8	2,2	1,4	2,1
91-100%	1,0	2,5	3,1	1,7	3,0	2,5
NS/NC	9,1	4,9	36,0	5,9	2,6	3,9
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

En general, algo más de un 36% de las iniciativas nacientes realiza alguna actividad exportadora, mientras que este porcentaje asciende al 39% en caso de las nuevas y desciende al 33,5% en el caso de las consolidadas. El balance es bastante positivo para el año 2006 y se espera que los esfuerzos de formación en exportación más que la globalización en sí misma, sean los que estén impulsando este crecimiento de forma razonada.

**Figura nº 37 Actividad general de internacionalización estimada para las empresas españolas según la fase en que se hallan del proceso emprendedor en el 2006**





## Capítulo 6: Actividad emprendedora e inmigración en España

### 6.1. Introducción

### 6.2. La evolución de la inmigración en España

### 6.3. Los datos que proporciona GEM España sobre inmigración en el 2006

### 6.4. Actividad emprendedora incipiente de los inmigrantes el año 2006

### 6.5. Perfil del emprendedor inmigrante en el 2006

### 6.6. Motivación y capacidad del emprendedor inmigrante en el 2006

### 6.7. Características de la actividad emprendedora inmigrante en el 2006

*Informe Ejecutivo 2006*  
*GEM España*

06

## Capítulo 6: Actividad emprendedora e inmigración en España

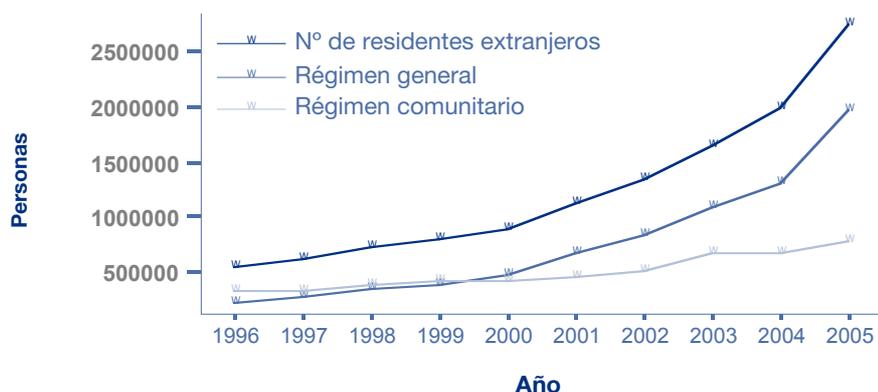
### 6.1. Introducción

El año 2005, los datos procedentes de la encuesta GEM a la población adulta pusieron de manifiesto la importante repercusión de la actividad emprendedora del colectivo inmigrante en la tasa de actividad emprendedora española. El año 2006 se ha continuado realizando el análisis de este fenómeno, habiéndose hallado que la contribución de este colectivo sigue aumentando y que es necesario tener en cuenta su intervención en el proceso debido a que sus características son diferenciales con respecto a las españolas. Ignorar este importante apartado y su evolución puede enmascarar la realidad de los resultados de creación de empresas en España, por lo que se recomienda encarecidamente su estudio y consideración para diseñar políticas públicas y todo tipo de acciones de apoyo al emprendedor desde cualquier institución relacionada (Universidades, Cámaras de Comercio, Direcciones Generales, Asociaciones empresariales y otras)

### 6.2. La evolución de la inmigración en España

Los datos facilitados por la Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración muestran una evolución creciente del número de extranjeros residentes de forma legal en nuestro país desde hace al menos 10 años. Se toma el año 1996 como referente porque en esa fecha, el número de extranjeros en régimen comunitario (entiéndase por comunitario los extranjeros procedentes de países desarrollados) superaban a los que se acogían al régimen general (entiéndase por general los extranjeros procedentes de países en vías de desarrollo)

Figura nº 38 Evolución de la inmigración en España en la última década



Desde el punto de vista del observatorio GEM, el año clave es el 2000 en que la inmigración de régimen general supera a la de régimen comunitario y presenta, a partir de ese punto, una evolución ascendente mucho más progresiva que la de régimen comunitario. La contribución de los extranjeros residentes en nuestro país a la actividad emprendedora comienza a tener un impacto notable en la tasa española a partir de haberse superado el millón de inmigrantes, es decir, alrededor del año 2004, momento en que GEM España considera imprescindible comenzar de estudiar seriamente este fenómeno. Los resultados del 2005 no defraudaron este interés y se pudo determinar que la contribución de los residentes extranjeros al TEA español era un 3,7% del total.

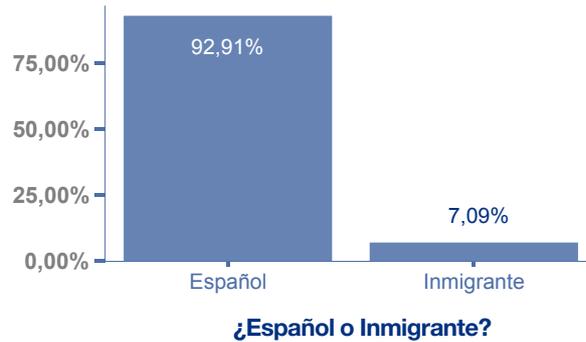
Asimismo, se pudo determinar que, proporcionalmente hablando, los extranjeros son más emprendedores que los españoles en su conjunto, mostrando características diferenciales en su proceso de creación de empresas que, una vez analizadas, permiten comprender mejor el fenómeno emprendedor que está teniendo lugar en España, a la par que aprender algunas cosas de ellos.



### 6.3. Los datos que proporciona GEM España sobre inmigración en el 2006

Basándose en una muestra de 28.306 personas de la población de 18-46 años, se obtiene que entre la población adulta que reside en España un 7,09% son residentes extranjeros:

**Figura nº 39 Proporción de residentes extranjeros en la población activa española 2006**



Dado que la población adulta española consta de 26.179.888 personas, este 7,09% supone la presencia en nuestro país de, aproximadamente, 1.856.154 extranjeros de 18-64 años de edad.

Para justificar la fiabilidad de la muestra GEM, se ha comprobado que los porcentajes de inmigrantes en régimen general y comunitario derivados de la encuesta GEM están en consonancia con los que proporciona la Secretaría de Estado para la Inmigración y Emigración, tal y como se puede ver en la siguiente tabla:

**Tabla nº 27 Distribución de extranjeros según el régimen de residencia y fuente de información utilizada**

Fuente	Extranjeros en régimen comunitario	Extranjeros en régimen general
Secretaría de Estado	28,5%	71,5%
Observatorio GEM	21,9%	78,1%

Las diferencias proceden, lógicamente, del hecho de que la Secretaría considera todas las edades, mientras que GEM sólo incluye personas de 18-64 años de edad, y del propio muestreo, si bien, el error muestral cometido se cifra en un  $\pm 0,58\%$  para un nivel de confianza del 95%. Los datos recogidos por el observatorio GEM acerca del origen de los inmigrantes que hay en la población española clasificados por continentes son los siguientes:

**Tabla nº 28 Distribución de los inmigrantes en la población de 18-64 años de España en el año 2006, según continente de procedencia**

Continente	Porcentaje
América S.	61,5
Europa	25,9
África	7,1
Asia	2,9
América N	2,3
Oceanía	,2
Total	100,0

La lista de países concretos de procedencia es excesivamente amplia como para consignarla en el informe, de manera que se proporcionan los 10 primeros países y el resto se aglutina en una sola categoría. Argentina, Colombia y Ecuador encabezan la lista de países de origen de los inmigrantes en régimen general o que han venido por necesidad y Francia es el primer país comunitario que aparece en la misma.

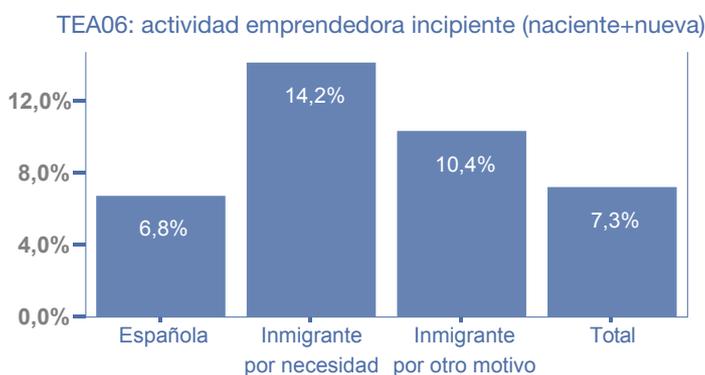
**Tabla nº 29 Distribución de los inmigrantes en la población de 18-64 años de España en el año 2006, según principales países de procedencia**

País de origen	Porcentaje
Argentina	11,5
Colombia	11,3
Ecuador	9,9
Francia	6,9
Venezuela	5,6
Bolivia	5,1
Marruecos	4,8
Perú	4,5
Alemania	3,6
Rumania	2,8
Otros países	34,0
Total	100,0

## 6.4. Actividad emprendedora incipiente de los inmigrantes el año 2006

Los inmigrantes son, proporcionalmente hablando, más emprendedores que los españoles, especialmente aquellos que han venido por motivos de necesidad a nuestro país. La Figura 40 muestra la tasa real de actividad emprendedora incipiente en los colectivos de españoles, inmigrantes por necesidad e inmigrantes por otros motivos. Las diferencias observadas son estadísticamente significativas. La última columna recoge el índice de actividad emprendedora total registrado en España en el 2006, mientras que las otras columnas proporcionan esa tasa en cada parte de la población considerada individualmente. La parte de actividad emprendedora que corresponde a la población inmigrante en general sobre el TEA de 7,3% es el 0,5%, la diferencia entre la tasa española y la total (7,3-6,8 = 0,5). Si se tiene en cuenta que en el 2005 esta cifra era 0,2%, el incremento entre ambos años es muy significativo y sigue señalando la importancia de realizar un seguimiento detallado de la actividad emprendedora inmigrante.

**Figura nº 40 Tasa de actividad emprendedora en función del origen de los emprendedores**



**Clasificación de personas según situación inmigrante**



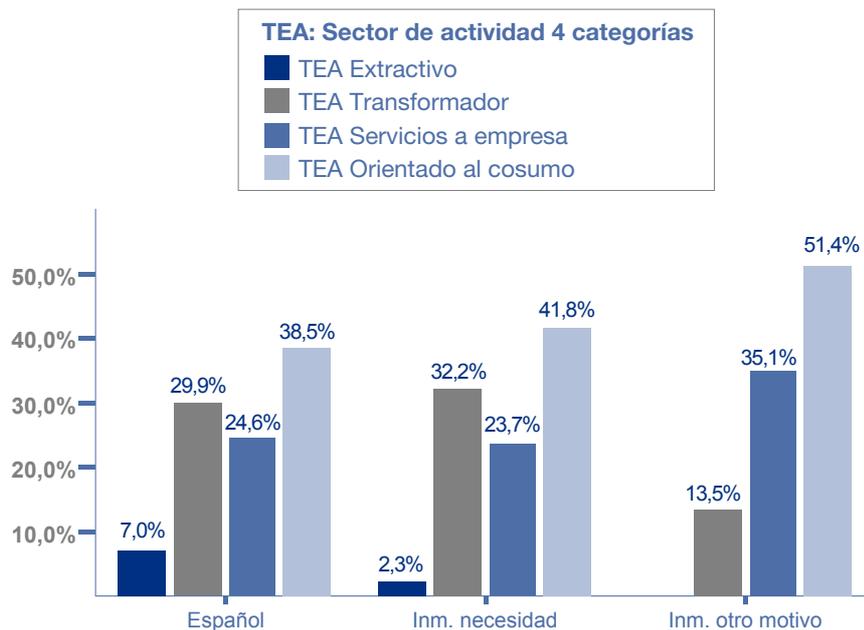
En el desglose de la actividad emprendedora incipiente (tabla 31), destaca la mayor proporción de iniciativas nacientes en el colectivo de inmigrantes que vienen de países desarrollados, síntoma de que en los países del ámbito económico de la UE se percibe España como un país de oportunidades, en el cual resulta interesante invertir. Más adelante se puede ver que estos inmigrantes están creando iniciativas en sectores inmobiliarios, hosteleros, tecnológicos y orientados al consumidor, sectores que siguen siendo destacados en el mercado nacional. Por otro lado, la actividad naciente de los inmigrantes por necesidad también supera a la de los españoles, de forma que su ritmo de crecimiento en este apartado es más progresivo que el de nuestra población autóctona.

**Tabla 30 Distribución de la actividad emprendedora incipiente en función del origen de los emprendedores**

Clasificación de personas según situación inmigrante				
TEA 2006: etapa de la actividad	No es inmigrante, es español	Inmigrante por necesidad (país en vías de desarrollo)	Inmigrante por otro motivo (país desarrollado)	Total
Naciente (hasta 3 meses)	40,1%	49,0%	63,4%	41,4%
Nueva (3-42 meses)	59,9%	51,0%	36,6%	58,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

El comportamiento emprendedor es diferente según el origen de la persona por lo que al sector de actividad se refiere. Así, aunque la mayoría de emprendedores se decide por el sector orientado al consumidor, sea cual sea su origen, los inmigrantes que vienen de países desarrollados se concentran especialmente en éste sector y en el de servicios a empresas, con escasa intervención en el sector transformador y nula presencia en el extractivo. La distribución sectorial de iniciativas emprendedoras españolas y de inmigrantes por necesidad es más parecida, si bien, los inmigrantes operan menos en el sector extractivo y algo más en el de transformación.

**Figura nº 41 Sector de las actividades emprendedoras en función del origen de los emprendedores**



**Clasificación de emprendedores según situación inmigrante**

La tabla 32 muestra información más detallada del tipo de negocio que emprenden españoles e inmigrantes:

**Tabla nº 31 Sector de actividad en función del origen de los emprendedores**

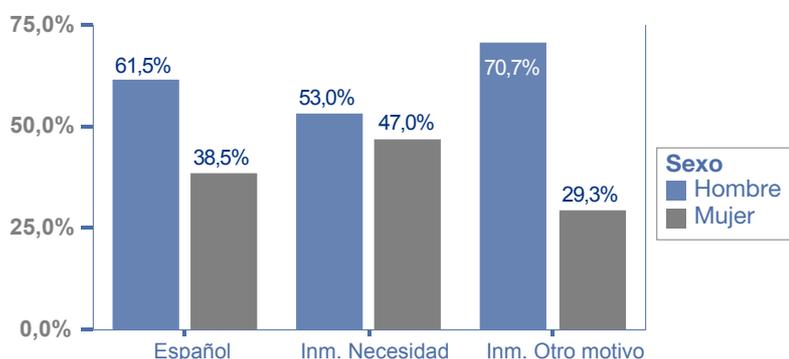
Sector	Español	Inmigrante por necesidad	Inmigrante por otro motivo	total
Agricultura, caza, pesca y silvicultura	7,0%	2,3%		6,4%
Construcción, minería	5,4%	9,7%		5,7%
Manufacturas	9,0%	14,2%	2,8%	9,4%
Transporte, almacenaje, comunicación	5,0%	2,8%		4,7%
Comercio	12,0%	8,0%	16,7%	11,7%
Hostelería, restauración, cafeterías, bares	21,4%	23,3%	22,2%	21,6%
Intermediación financiera, inmobiliaria	3,2%	2,8%	8,3%	3,3%
Servicios a empresas	21,3%	21,0%	25,0%	21,4%
Gobierno, salud, educación, servicios sociales	7,6%	3,4%	11,1%	7,3%
Servicios personales, actividades orientadas al consumidor	7,9%	12,5%	13,9%	8,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

En los tres colectivos destaca la inversión en el sector de la hostelería-restauración y también en el servicios a empresas. Entre los emprendedores que vienen de países desarrollados es muy notable la intervención en el sector de intermediación financiera y servicios inmobiliarios, así como en el sector comercio y de actividades sociales. Entre los inmigrantes por necesidad destaca, además de lo ya mencionado, la intervención en manufacturas, construcción y servicios personales y orientados al consumidor.

## 6.5. Perfil del emprendedor inmigrante en el 2006

Las distribuciones de sexo de los emprendedores incipientes españoles e inmigrantes que se visualizan en la figura 42 permiten concluir que la tasa de participación masculina supera a la femenina en todos los casos, si bien, en el caso de los inmigrantes por necesidad, la desproporción entre ambos sexos es notablemente inferior. Por consiguiente, la mujer tiene una participación mayor en la actividad emprendedora inmigrante por necesidad, bastante menor en la española y muy inferior en la de inmigrantes de países desarrollados. Las diferencias son estadísticamente significativas.

**Figura nº 42 Distribución de sexo de los emprendedores en función de su origen**



**Clasificación de emprendedores según situación inmigrante**

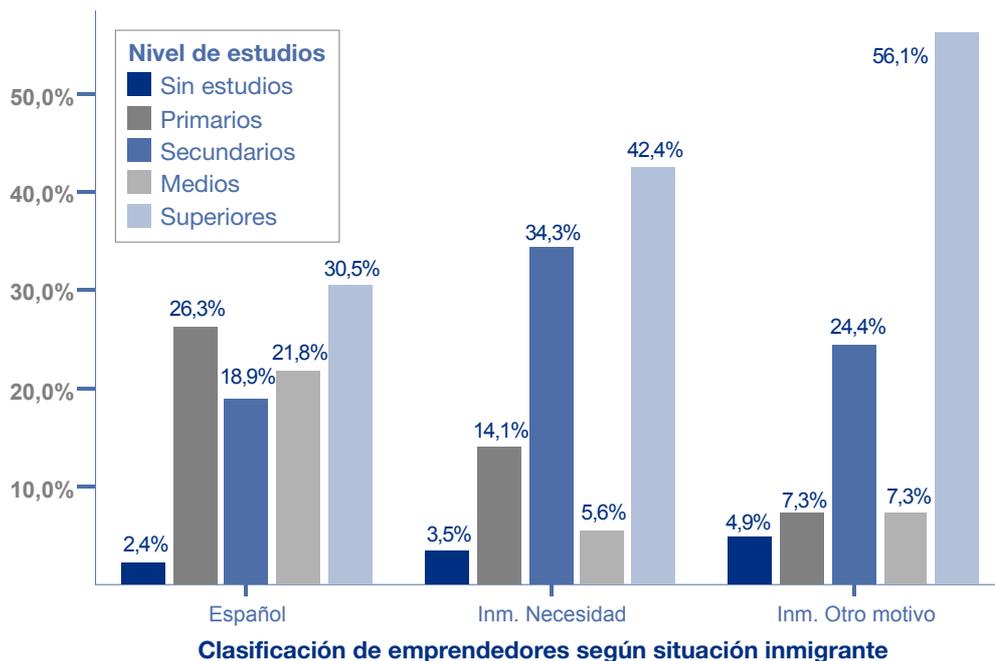
La edad media de los emprendedores es parecida pero significativamente diferente en función de su origen. Los emprendedores más jóvenes corresponden al grupo de los inmigrantes por necesidad, mientras que los españoles y los que vienen por otros motivos son algo más mayores, especialmente los segundos. Las diferencias son estadísticamente significativas:

**Figura 43 Edad media de los emprendedores en función de su origen**



El nivel de estudios que predomina en todos los orígenes es el superior, si bien, la mayor proporción de ellos se halla en el grupo de inmigrantes de países desarrollados y la menor proporción entre los españoles.

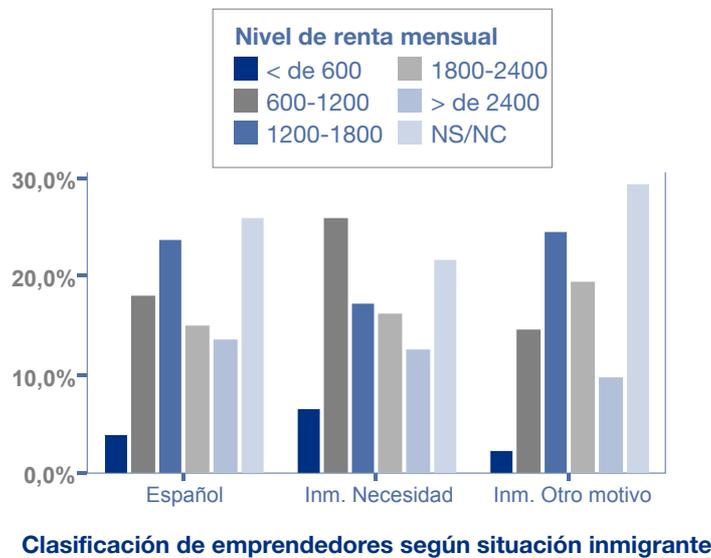
**Figura 44 Distribución de nivel educacional de los emprendedores en función de su origen**



El resultado acerca del nivel de estudios de los emprendedores fue uno de los más llamativos del año 2005 por cuanto no se esperaba una proporción tan elevada de titulados superiores entre los inmigrantes por necesidad. Sin embargo, los datos del 2006 corroboran la tendencia y el indicador apenas desciende del 43,6% registrado el año anterior. Dado que casi la mitad de los emprendedores inmigrantes por necesidad tiene estudios superiores, que la edad media de este colectivo es menor y que la participación femenina es mayor que en ningún otro, se puede comenzar a concluir que existe un colectivo joven de emprendedores procedentes de países en donde no tienen oportunidad de desarrollar sus carreras universitarias y que ven en España esa posibilidad. Su irrupción en el panorama empresarial es importante y puede hacer cierta "sombra" a los jóvenes emprendedores españoles en pocos años, pues su mentalidad forjada en ambientes muchos más competitivos es diferente de la nuestra en muchos aspectos relacionados con la gestión de negocios.

A lo anterior hay que unir las conclusiones acerca del nivel de renta de los emprendedores inmigrantes. En la Figura 45 las distribuciones de renta en función del origen de los emprendedores no presentan diferencias estadísticamente significativas. Por consiguiente, el emprendedor medio parte de una situación similar tanto si es español, como inmigrante por necesidad o por otro motivo. La mayoría se sitúa en los tramos intermedios de renta, siendo bastante marginales los que se sitúan en el tramo más abajo. También es importante señalar que, en todos los colectivos la tasa de no respuesta a esta pregunta se acerca al 25-30%, advirtiéndose que a más grado de desarrollo del origen o procedencia menos respuesta.

**Figura nº 45 Distribución del nivel de renta de los emprendedores en función de su origen**





El país de procedencia de los emprendedores inmigrantes se distribuye de la siguiente forma:

**Tabla nº 32 País de procedencia de los emprendedores inmigrantes**

<b>Emprendedores inmigrantes por necesidad</b>	<b>%</b>	<b>Emprendedores inmigrantes por otro motivo</b>	<b>%</b>
Argentina	15,6	Francia	28,5
Colombia	15,1	Alemania	19,8
Venezuela	10,0	Suiza	13,2
Ecuador	8,6	Portugal	11,6
Marruecos	7,0	Bélgica	7,6
Perú	6,2	Irlanda	7,1
Bolivia	5,1	Italia	5,1
Rumania	4,5	Estados Unidos	4,8
Méjico	4,1	Japón	2,4
Rusia	2,8		
Chile	2,4		
China	2,3		
Santo Domingo	2,3		
República Dominicana	2,1		
Brasil	2,0		
Paraguay	1,2		
Uruguay	1,2		
Panamá	1,2		
Polonia	1,1		
Honduras	1,1		
Pakistan	1,0		
Ucrania	0,9		
Senegal	0,9		
Palestina	0,9		

Las distribuciones describen bastante bien como está funcionando el proceso emprendedor en España. América del Sur es proveedora de importantes contingentes de titulados superiores que vienen a desarrollar sus carreras a nuestro país. Los países que más destacan son Argentina y Colombia. La facilidad del idioma, la rápida adaptación a nuestra cultura y unos medios económicos suficientes constituyen un trasfondo adecuado para tener éxito. Por otro lado, Francia, Alemania, Suiza y Portugal son países vecinos, con larga tradición de relaciones con España. Antiguamente, a los tres primeros emigraban grandes contingentes de españoles. Con el tiempo y en otro contexto diferente, son los inversores de estos países los que ven una oportunidad en la España que sigue desarrollando el mercado turístico, el de la construcción y los servicios.

La pregunta es: ¿se está convirtiendo la actividad emprendedora inmigrante en una oportunidad clasista? ¿Están equiparadas las oportunidades para emprender entre todos los extranjeros?

La respuesta parece decantarse hacia el primer supuesto, pues el idioma, el nivel educacional, la renta y otros factores están impulsando una actividad emprendedora inmigrante bastante similar a la española, siendo menor la proporción de personas que pueden emprender cuando la barrera idiomática, étnica y económica se alza ante ellas. Esta conclusión se sostiene aún más si tenemos en cuenta la evolución del número de medio años que llevan residiendo en España los emprendedores inmigrantes: los inmigrantes por necesidad presentan una evolución que desciende rápidamente en un año, mientras que los emprendedores inmigrantes por otro motivo se mantienen bastante estables. Por consiguiente, los emprendedores de países en vías de desarrollo están asentándose cada vez con mayor rapidez en nuestro tejido emprendedor porque el idioma, su nivel educacional y los medios económicos de que disponen se lo permite, lo cual no está al alcance de todos los colectivos. En cambio, los emprendedores de países desarrollados emprenden cuando ya llevan mucho tiempo en España, seguramente tras una dilata carrera en otras empresas multinacionales. Las características de la actividad de ambos colectivos son diferentes y, a medida que se separan las series de inmigrantes de régimen general y comunitario, se acentúan también estos rasgos aquí comentados.

**Tabla nº 33 Media de años de residencia en España de los emprendedores inmigrantes según su tipo de origen**

Origen del emprendedor	Año 2005	Año 2006
Inmigrantes por necesidad	12,2 años	7,42 años
Inmigrantes por otro motivo	19 años	18,06 años

Para completar el perfil del emprendedor extranjero, se proporciona una distribución de su asentamiento en las 17 Comunidades Autónomas. No se aprecian diferencias estadísticamente significativas entre el asentamiento geográfico de emprendedores extranjeros comunitarios y no comunitarios. Sin embargo, desde un punto de vista descriptivo, llama la atención la gran proporción de emprendedores de países comunitarios en la Comunidad Valenciana y de emprendedores de países menos desarrollados en Cataluña y Andalucía. Madrid aglutina grandes porcentajes de ambos tipos, lo mismo que sucede con Canarias en menor proporción. Galicia también despunta como una Comunidad interesante para los empresarios de países comunitarios, especialmente Portugal.

**Tabla nº 34 Distribución geográfica regional de los emprendedores extranjeros**

	Emprendedores		
	Inmigrante por necesidad (país en vías de desarrollo)	Inmigrante por otro motivo (país desarrollado)	Total
Castilla y León	4,0%	2,4%	3,8%
Madrid	20,6%	26,8%	21,7%
Navarra	1,0%	,08%	,8%
Andalucía	11,1%		9,2%
Canarias	6,5%	7,3%	6,7%
Cataluña	22,1%	14,6%	20,8%
Comunidad Valenciana	12,6%	24,4%	14,6%
País Vasco	3,5%	2,4%	3,3%
Extremadura	1,0%	2,4%	1,3%
Galicia	3,5%	9,8%	4,6%
Aragón	,5%		,4%
Asturias	1,5%	,07%	1,3%
Islas Baleares	3,0%		2,5%
Cantabria	1,0%		,8%
Castilla la Mancha	3,0%	2,4%	2,9%
La Rioja	2,5%	2,4%	2,5%
Murcia	2,5%	4,9%	2,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

En conclusión, el emprendedor inmigrante es preferentemente un hombre, si bien en el caso de haber venido por necesidad también tiene mayores probabilidades de ser una mujer. Ronda los 35 años si ha venido por necesidad y los 39 si procede de un país desarrollado, llevando 7 ó 18 años residiendo en España respectivamente. Invierte preferentemente en actividades del sector orientado al consumo, tiende a tener un nivel educacional alto y una renta media más bien alta. Se ubica preferentemente en Madrid, Cataluña, la Comunidad Valenciana o Andalucía y tiene un carácter más emprendedor que el español.

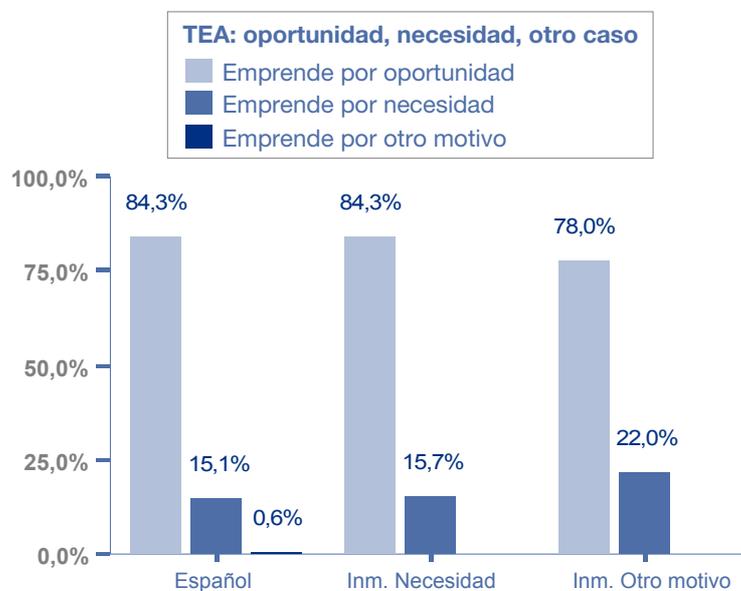


## 6.6. Motivación y capacidad del emprendedor inmigrante en el 2006

Al distinguir entre las principales motivaciones para emprender que contempla la encuesta GEM, es decir, emprender por aprovechar una oportunidad, emprender por necesidad (no hallar mejor alternativa profesional) y hacerlo por otro motivos, la distribución obtenida indica que no hay diferencias marcables entre los españoles y los inmigrantes de ambos tipos.

La oportunidad predomina claramente en los tres colectivos y sin diferencias significativas en cuanto a la proporción. Este resultado, comparado con el del año 2005 en que los emprendedores inmigrantes por necesidad emprendían proporcionalmente más por necesidad que el resto de colectivos es un síntoma más de que la actividad emprendedora se vuelve algo clasista y que cada vez se equipara más a los rasgos de la española. La situación ha cambiado muy rápidamente y ello es señal de que los titulados provenientes de América del Sur son muy dinámicos.

**Figura nº 46 Motivación principal de los emprendedores en función de su origen**

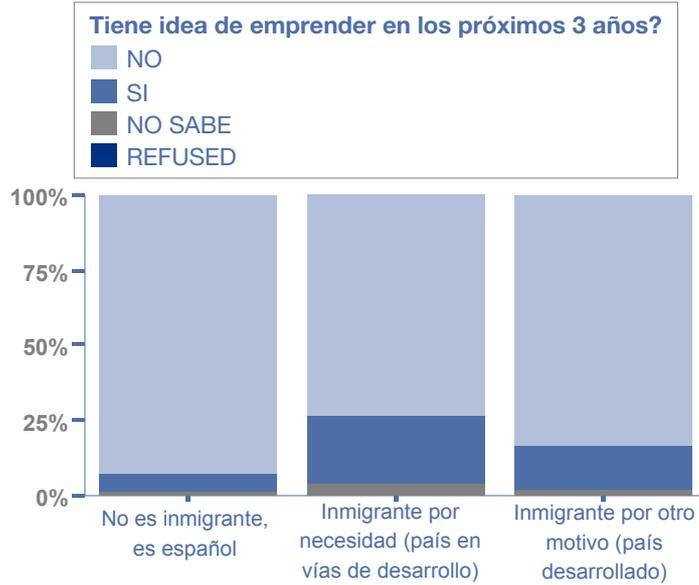


**Clasificación de emprendedores según situación inmigrante**

Por otro lado, las siguientes figuras proporcionan una idea del estado actual de la motivación para emprender entre los españoles y los inmigrantes de ambos tipos. En primer lugar se observa que la población inmigrante por necesidad es la que tiene la mayor propensión a emprender, seguida de la comunidad de inmigrantes comunitarios.



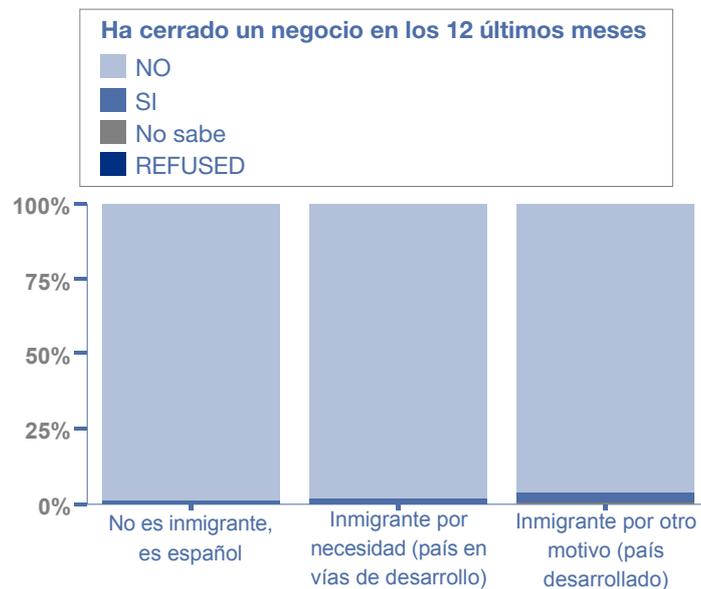
**Figura nº 47 Potencial emprendedor en función del origen**



**Clasificación de emprendedores según situación inmigrante**

En segundo lugar, la baja tasa de cierres de actividades en los tres colectivos es un motivo de impulso para emprender en el momento actual:

**Figura nº 48 Tasa de cierres de negocios y actividades en función del origen**

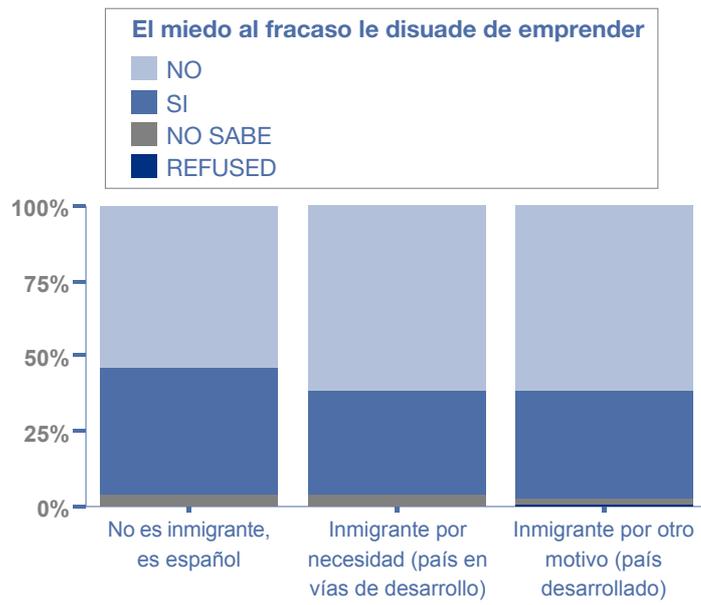


**Clasificación de personas según situación inmigrante**



En tercer lugar, otra característica que ratifica el mayor espíritu emprendedor de los inmigrantes es que temen al fracaso en menor proporción que los españoles:

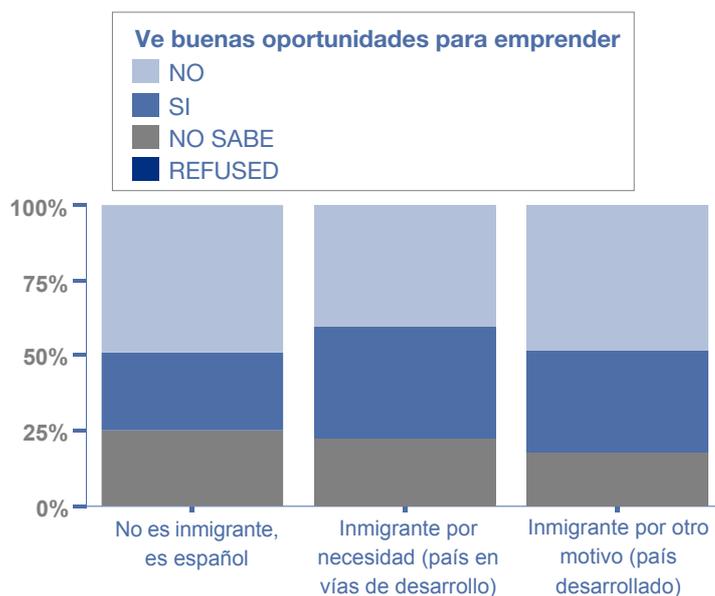
**Figura nº49 Miedo al fracaso en función del origen**



**Clasificación de personas según situación inmigrante**

En cuarto lugar, ambos colectivos de inmigrantes son capaces de detectar y ver más oportunidades de negocio para emprender que los españoles para los próximos 6 meses tras la entrevista en la zona en la que residen:

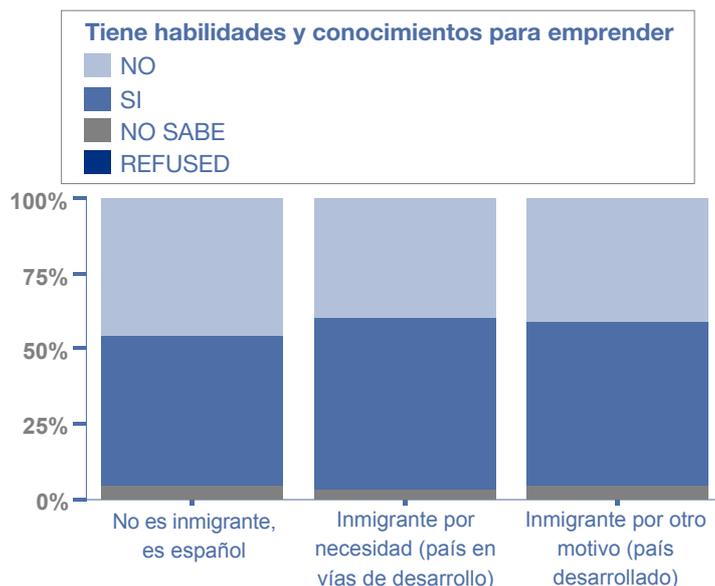
**Figura 50 Percepción de oportunidades en función del origen**



**Clasificación de personas según situación inmigrante**

Y, finalmente, los inmigrantes de ambos tipos reconocen en mayor proporción que los españoles el estar en posesión de habilidades y conocimientos necesarios para emprender, especialmente, los inmigrantes que vienen por necesidad:

**Figura 51 Habilidades y conocimientos para emprender en función del origen**



**Clasificación de personas según situación inmigrante**

## 6.7. Características de la actividad emprendedora inmigrante en el 2006

La dimensión de las actividades emprendedoras es bastante similar si se comparan las características de las españolas con las de los inmigrantes de ambos tipos.

El capital medio semilla invertido en actividades nacientes, aunque superior en el caso de los inmigrantes de países desarrollados, no presenta diferencias estadísticamente significativas con respecto al español o al de los emprendedores inmigrantes por necesidad. Tampoco la proporción aportada por el propio emprendedor difiere significativamente entre los emprendedores de los tres colectivos. El número medio de propietarios está entre 1,5 y 2 y, la plantilla media actual ronda las 3 personas incluyendo al emprendedor. Los inmigrantes esperan crecer algo más que los españoles en empleo en cinco años.

**Tabla nº 35 Dimensión de las iniciativas emprendedoras según origen del emprendedor**

	Capital semilla medio en	Porcentaje de capital aportado por el emprendedor	Número medio de propietarios de las iniciativas	Número medio de empleados actual	Número medio de empleados esperado en 5 años
Emprendedor Español	63528,90	71,5309	2,00	3,2677	6,9141
Inmigrante por necesidad	59892,86	68,0266	1,82	3,1166	7,1739
Inmigrante por otro motivo	83008,87	72,8583	1,58	2,7120	8,1398

Nota: el número de empleados incluye al emprendedor

Tampoco se aprecian diferencias significativas en cuanto a expansión en el mercado, que presenta un grado bajo en todos los colectivos; innovación que se advierte como escasa en todos los colectivos con tendencia a ser algo mayor entre los emprendedores de países desarrollados; nivel de competencia que se advierte como medio-alto en todos los colectivos y grado de uso de nuevas tecnologías, que se percibe como similar y más bien bajo en todos los colectivos.

**Tabla nº 36 Grado de expansión, innovación, competencia y uso de nuevas tecnologías según origen del emprendedor**

	Grado de medio de expansión en el mercado (de 1 a 4: a mayor valor más expansión)	Grado de innovación (Escala de 1 a 3: a menor valor más innovación)	Grado de competencia (Escala de 1 a 3: a mayor valor menos competencia)	Grado de uso de nuevas tecnologías (Escala de 1 a 3: a mayor valor más antigua la tecnología)
Emprendedor Español	1,36	2,34	1,49	2,81
Inmigrante por necesidad	1,34	2,34	1,44	2,83
Inmigrante por otro motivo	1,42	2,20	1,45	2,83

En conclusión, las características de las actividades emprendedoras son muy similares sea cual sea el origen del emprendedor, resultado que entronca con lo que sucede a nivel mundial. Las iniciativas nacientes suelen enmarcarse en el apartado de microempresa, con inversiones de capital inicial muy moderadas, plantillas muy reducidas, con escaso espíritu innovador y pocas expectativas de crecimiento a medio plazo, todo ello, salvo excepciones. El único elemento diferenciador de las iniciativas emprendedoras autóctonas e inmigrantes es la intensidad de exportación, significativamente superior en las iniciativas de emprendedores inmigrantes, especialmente, de aquellos que proceden de países desarrollados.

**Tabla nº 37 Grado de internacionalización según origen del emprendedor**

Emprendedor	Intensidad exportadora (Escala de 1 a 4, a mayor valor menos intensidad de exportación)
Español	3,39
Inmigrante por necesidad	3,05
Inmigrante por otro motivo	2,80



## **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 2006 en España**

**7.3. El retorno de la inversión realizada por el emprendedor**

**7.4. Las fuentes de financiación que se utilizan en el proceso 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 en España**

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

**7.8. El papel del capital riesgo**

**7.9. Conclusiones**

*Informe Ejecutivo 2006  
GEM España*

**06**



## Capítulo 7: Financiación del Proceso Emprendedor Español

### 7.1. Introducción

Las necesidades de financiación de una empresa varían a lo largo del ciclo de vida de la misma, por lo que la literatura denomina de forma distinta los fondos destinados a financiar proyectos empresariales según la etapa de desarrollo en la que éstos se encuentren. De estas etapas, el GEM se centra en el análisis de las necesidades de financiación de las empresas nacientes, es decir de aquellas que llevan menos de tres meses en el mercado. Por tanto, a lo largo de todo el capítulo, al hablar de los fondos necesarios para la creación de nuevas empresas estaremos implícitamente refiriéndonos al capital semilla o seed capital, que se destina a financiar el nacimiento de una start-up<sup>13</sup>.

Los datos proporcionados por el GEM son únicos para este propósito, pues permiten explorar el fenómeno de la financiación de nuevas empresas en su aspecto más amplio, cubriendo todo el continuo de fuentes de financiación disponibles que iría desde la autofinanciación hasta los fondos aportados por el capital riesgo. Adicionalmente, la metodología desarrollada permite analizar la problemática de la financiación tanto desde el punto de vista de los demandantes de fondos, los propios emprendedores, como desde la perspectiva de un colectivo muy importante de oferentes de fondos: los inversores informales. Todo ello constituye un conjunto de información sin precedentes del que además, al encontrarnos en la séptima edición del proyecto se pueden extraer conclusiones relativas a la evolución temporal de los recursos financieros destinados a la creación de nuevas empresas, cuyos rasgos más destacados para la edición de este año ofrecemos a continuación.

### 7.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha un start up en el 2006 en España

Según los resultados de la encuesta GEM, el capital semilla medio por empresa fue de 66.157 Euros en el año 2006. Este dato representa un notable incremento frente a ediciones anteriores, en las que el capital semilla necesario se situaba en torno a los 50.000 Euros. Sin embargo, un análisis más detallado revela una variabilidad mucho más alta de los datos de la edición 2006 (la desviación típica se duplica con respecto a la edición anterior), lo que sugiere cautela a la hora de establecer implicaciones en base al análisis del dato medio. Entre los indicadores más fiables en caso de alta dispersión se encuentra la mediana, o lo que es lo mismo, la cantidad máxima aportada por el 50% de los emprendedores de la muestra, que se mantiene estable en los 40.000 Euros. Igualmente estable se mantiene el caso más frecuente o moda que por segundo año se sitúa en los 30.000 euros.

*(13) Otros fondos serían por ejemplo los fondos de arranque (start-up funds), que aparecen una vez que la empresa se ha creado y requiere una segunda ronda de financiación para poder crecer hasta un tamaño mínimo que asegure su supervivencia y los fondos de consolidación (expansion/buy out), que aparecen en los procesos de maduración de las empresas con el fin de financiar su expansión. En la edición del 2005 se analizaron también las necesidades de financiación de los emprendedores nuevos (entre 3 y 42 meses operando en el mercado). La edición 2006 estudia solamente el caso para los emprendedores nacientes.*



**Tabla nº 38 Características y distribución del capital semilla en el 2006**

		CANTIDAD TOTAL	CANTIDAD INVERTIDA POR EL EMPRENDEDOR
Media		66.157,52	40.379,41
Mediana		40.000	25.000
Moda		30.000	30.000
Desv. Típ.		94.207	62.668
Mínimo		5.000	1.000
Máximo		800.000	600.000
Suma		55.094.747	33.385.591
Percentiles	10	12.000	7.882
	20	20.000	10.000
	30	24.000	15.000
	40	30.000	20.000
	50	40.000	25.000
	60	45.000	30.000
	70	60.000	36.000
	80	90.000	50.000
	90	120.000	75.000

En cuanto a la procedencia de estos fondos, como en años anteriores, los datos señalan que en una gran parte de los casos éstos son aportados por el propio emprendedor, siendo el caso más frecuente o “moda” aquel en el que la empresa es 100% autofinanciada por su fundador, algo que se repite en todas las ediciones del GEM.

Sin embargo, los datos de la presente edición revelan un notable incremento del porcentaje de fondos aportados por el propio emprendedor, que pasa del 64 al 71% y consecuentemente un aumento del porcentaje de emprendedores que aportan la totalidad del capital : si en el 2005, un 28% de los emprendedores encuestados declararon haber aportado el 100% de los fondos necesarios para crear su empresa, en el 2006 este porcentaje supera el 40% como se puede observar en la figura 52.

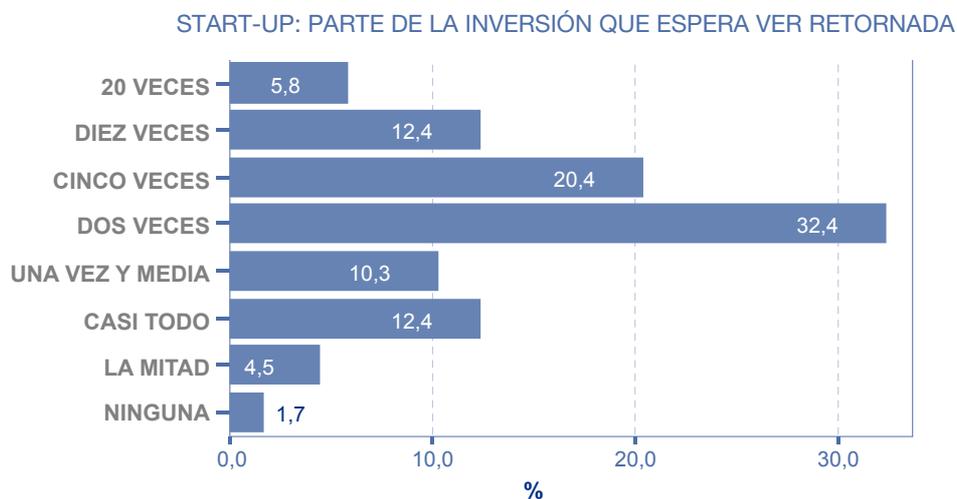
**Figura nº 52 Porcentaje de capital aportado por el emprendedor naciente**



### 7.3. El retorno de la inversión realizada por el emprendedor

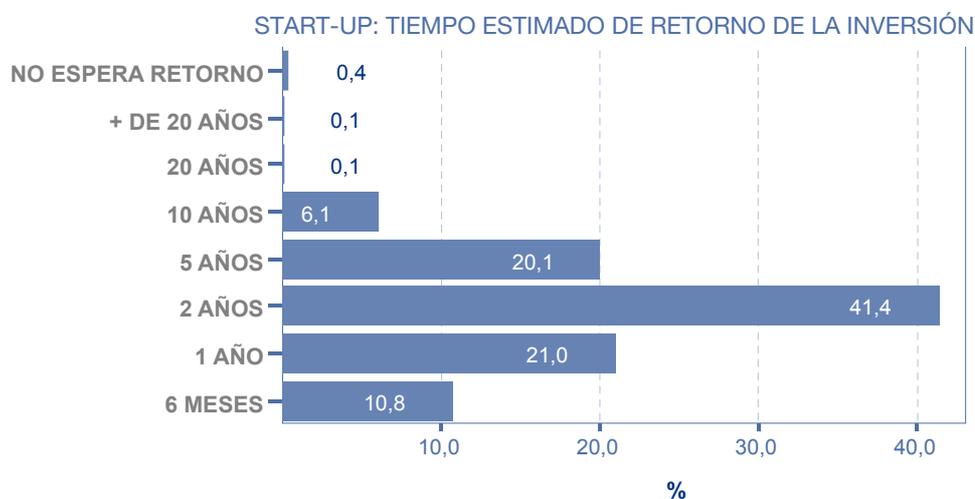
Dado que los emprendedores involucran una gran parte de su patrimonio personal en la creación de la nueva empresa, lo que implica un elevado nivel de riesgo, parece lógico preguntarse cual es el rendimiento que esperan obtener de esta inversión. Al igual que ocurría el año pasado, una gran mayoría de emprendedores (41,45%) esperan duplicar el capital invertido. Las expectativas del resto varían aunque este año se observa una tendencia hacia los valores extremos: si en el 2005 no llegaba al 1% el porcentaje de aquellos que esperaban obtener pérdidas, este porcentaje supera el 4% este año. Igualmente significativo es el aumento de los que esperan solamente recuperar lo invertido, que pasa del 4,5% al 2,4% . Sin embargo, por otra parte el porcentaje de emprendedores que esperan retornos que superen en 20 veces la inversión inicial es casi del 6% este año, mientras que en la edición anterior no llegó al 1%.

Figura nº 53 Parte de recuperación de la inversión inicial esperada por el emprendedor



En relación al tiempo esperado de recuperación de la inversión, de nuevo la mayor parte de los emprendedores (41,4%) sitúan en dos años el horizonte temporal máximo para recuperar la cantidad invertida en la nueva empresa, un porcentaje muy similar al del año anterior (figura 54). En relación al resto de los periodos de recuperación esperados, es significativo el aumento del porcentaje de emprendedores que esperan recuperar el capital en seis meses, que pasa del 4,18% en el 2005 al 10,8% en el 2006, así como el de los que esperan un periodo de recuperación de más de 10 años, un 6,1% , 5% más que el año anterior. Así pues, al igual que ocurría con los datos sobre expectativas de rendimiento, se observa una tendencia hacia el aumento de los valores extremos.

Figura nº 54 Tiempo medio de recuperación de la inversión inicial



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

El predominio de las empresas en las que todo el capital es aportado por el propio emprendedor no excluye que existan otras muchas en las que éste necesita recurrir a fuentes de financiación externas para completar el capital semilla necesario para iniciar su negocio.

La tabla 39 muestra la importancia de cada una de las fuentes de financiación externas según la respuesta del emprendedor sobre si ha utilizado o no dicha fuente como recurso para obtener fondos con los que financiar su proyecto.

**Tabla nº 39 Fuentes de financiación utilizadas por el emprendedor naciente**

¿Ha recibido o espera recibir dinero para el start up de ....?	% Sí	% No
Su familia directa	9,2	90,2
Otras relaciones familiares menos directas	3,9	95,4
Compañeros de trabajo	3,1	96,4
Desconocidos (nuevo en el 2006)	4,6	94,8
Amigos o vecinos	13,6	86,1
Bancos e instituciones financieras	28,4	71,2
Programas del Gobierno	19,5	79,8
Cualquier otra fuente diferente de las anteriores	4,3	95,2

Al igual que en años anteriores, la financiación bancaria se revela como el recurso más utilizado por los emprendedores, aunque su importancia es mucho menor que en otras ediciones. Concretamente, si en el 2005 un 55 % de los emprendedores afirmaba haber recibido algún tipo de financiación por parte de bancos o instituciones financieras, este porcentaje disminuye al 28% en la edición de este año. Por su parte, la importancia del entorno familiar y laboral así como de amigos u otros conocidos como proveedores de fondos se mantiene bastante estable con respecto a años anteriores. Dado que como se comentó anteriormente, la cantidad invertida en creación de empresas ha experimentado un cambio notable mientras que los fondos autofinanciados permanecen relativamente estables, la pregunta que surge es la siguiente: ¿qué otras fuentes utiliza el emprendedor para suplir la financiación bancaria?

La respuesta parece hallarse en las categorías de “desconocidos” y “otros”, que aparecen por primera vez en la edición de este año para el caso español, con porcentajes del 4,6% y 4,3% respectivamente. Estas dos categorías podrían estar reflejando las fuentes de financiación que aportan capital privado (private equity) al proceso emprendedor a partir de redes de Business Angels profesionales o entidades de capital riesgo. En las ediciones anteriores se observaba un cierto retraso de este tipo de financiación en España con respecto a otros países de su entorno.

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

Tal y como muestra la tabla 39, ya sea procedentes de amigos, familiares u otras personas que pertenecen al entorno mas cercano del emprendedor (lo que se conoce como las 3Fs por sus siglas anglosajonas: Family, Friends & Foolhardy), o bien procedentes de redes de Business Angels profesionales, lo cierto es que la inversión informal supone una fuente de recursos muy importante para los emprendedores a la hora de financiar sus proyectos. De hecho, la aportación de fondos por parte de los inversores informales es vital para el proceso de creación de empresas, pues permite a éstas cubrir su brecha financiera hasta alcanzar el tamaño y el desarrollo suficiente como para poder cumplir con los criterios más exigentes de inversión solicitados por los inversores más profesionales en una primera etapa.

Consciente de esta importancia, el Proyecto GEM asumió desde el principio el reto de contribuir a arrojar luz sobre este fenómeno de la inversión informal entendiendo por éste a todo aquel que ha invertido dinero propio en un negocio ajeno en los últimos tres años. En el caso de España, en el 2006 el porcentaje de personas clasificadas bajo esta definición fue del 2,81% de la población adulta. Este porcentaje sitúa a España por encima de otros países europeos como Alemania, Italia o Reino Unido y en línea con otros como Grecia o Suecia tal y como muestra la figura 55.



**Figura nº 55 Porcentaje de población adulta que ha actuado como business angel**



En relación a la evolución temporal del indicador, en la edición anterior se señaló que, a pesar de disponer de una serie temporal corta, los datos obtenidos a lo largo de las distintas ediciones del GEM permitían 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. Los datos de este año parecen corroborar dicha relación que se muestra gráficamente en la Figura 56: caídas del TEA están asociadas con caídas en el porcentaje de población que actuó como inversor informal y viceversa. La ausencia de una serie temporal más larga impide, por el momento, establecer hipótesis sobre la causalidad del efecto.

**Figura nº 56 Evolución conjunta del índice de actividad emprendedora y la inversión informal tipo business angel**



## 7.6. El perfil del Inversor Informal en España

La información proporcionada por la encuesta realizada a la población adulta permite establecer una radiografía del inversor informal en nuestro país, radiografía cuyos principales aspectos se recogen en la Tabla 40. Así se puede establecer el perfil del inversor informal en España como el de un varón, en torno a los 40 años, con estudios universitarios, renta familiar media-alta, que trabaja por cuenta ajena, que invierte preferentemente en negocios orientados al consumo una cantidad media en torno a los 21.000 Euros y al que le une una relación familiar directa con el beneficiario de la inversión.

**Tabla nº 40 Perfil del inversor informal en España**

Un 59,6% de hombres y un 40,4% de mujeres.

El 56,3% tiene entre 25 y 44 años. La edad media del business angel español es de 39,7 años con una dispersión de 12 años.

El 38,3% ha cursado estudios superiores, el 17,6% medios, el 18,2% de secundaria, el 22,5% de primaria y un 3,4% no tiene estudios. El nivel medio aumenta respecto al año 2005.

La gran mayoría tienen un empleo (78,6%), un 4% son jubilados, un 6,7% amas de casa, un 3,7% estudiantes, un 6,1% parados y un 0,9% está en otras situaciones.

La mayoría (45%) trabaja por cuenta ajena, un 32,5% lo hace por cuenta propia y el 22,5% restante está en otras situaciones.

Un 24,2% no ha querido revelar su nivel de renta. Un 17,2% supera los 2400 euros mensuales, un 14,6% está entre 1800 y 2400 euros mensuales y el resto responde a niveles más bajos de renta. En conjunto, casi un 32% tiene rentas elevadas.

Un 14,6% reside en zona rural y 85,4% en zona urbana.

Un 14,3% de los business angels estaban acometiendo un start up independiente en el momento de la entrevista.

Un 8,8% estaban acometiendo un start up en combinación con otro trabajo en el momento de la entrevista.

Un 22,7% son propietarios gerentes de una empresa nueva o consolidada.

Un 24,2% 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 7,9% ha cerrado o clausurado una actividad de negocio en los últimos 12 meses anteriores a la entrevista.

Un 40,9% de estos inversores ve buenas oportunidades de negocio en su zona para los próximos 6 meses tras la entrevista. Un 41,1% opina lo contrario y un 18,1% no lo sabe.

El 68,2% de estos inversores afirma poseer las habilidades y conocimientos suficientes como para acometer un start up de un pequeño negocio.

Para el 60% de estos inversores, el miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender.

El 62,3% de los business angel tiene una relación familiar directa con el beneficiario de su inversión. El 5,4% invierte en familia indirecta, el 4,3% ayuda a compañeros de trabajo, el 23,1% a amigos y conocidos, el 1,5% a desconocidos y el 3,4% a otros.

La inversión media que realizan los business angel españoles en el 2006 es de 21.837 euros, con una desviación típica de 43.897. El mínimo invertido es de 1.000 euros y el máximo de 600.000 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.

Un 8,8% estaban acometiendo un start up en combinación con otro trabajo en el momento de la entrevista.

Un 22,7% son propietarios gerentes de una empresa nueva o consolidada.

Un 24,2% 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 7,9% ha cerrado o clausurado una actividad de negocio en los últimos 12 meses anteriores a la entrevista.

Un 40,9,9% de estos inversores ve buenas oportunidades de negocio en su zona para los próximos 6 meses tras la entrevista. Un 41,1% opina lo contrario y un 18,1% no lo sabe.

La evolución positiva del indicador de la inversión informal viene acompañada además de la consolidación de ciertos cambios cualitativos que se destacaron en la edición del año anterior: por una parte, se consolida el porcentaje de inversión informal en la población femenina en torno al 40%. Por otro, se mantiene la importancia de los inversores informales situados en el tramo de renta media. Por último, aunque algo menores este año, también muestran cierta estabilidad los porcentajes relativos a la proporción de inversores informales que han sido, son o serán emprendedores.

En cuanto a la relación con el beneficiario de la inversión, de nuevo los datos no dejan dudas de la importancia del inversor informal que pertenece al entorno cercano del emprendedor pues la mayoría invierte en negocios de familiares o amigos; de hecho, la inversión en el entorno familiar es incluso superior a la de años anteriores. A pesar de esto, al igual que en el caso de las fuentes de financiación utilizadas por el emprendedor, por primera vez aparece en el caso de la inversión informal la categoría de "Desconocidos" (1,5%). Asimismo, la categoría de "otros" se incrementa en un 1% con respecto al año anterior.

A falta de confirmación directa, de nuevo estos datos parecen sugerir el desarrollo en España de la figura del Business Angel profesional, que invierte en negocios ajenos en los que no tiene ninguna relación con el emprendedor. El perfil de estos inversores suele corresponderse con personas de dilatada experiencia en el mundo empresarial, con un deseo de mantenerse al frente de empresas innovadoras y con capacidad para liderar proyectos, en los que el riesgo asociado es alto, pero controlable y que en la mayoría de los casos no sólo aportan fondos, sino también consejo y acceso a una red de contactos.

Dado este perfil, es lógico suponer que las motivaciones y expectativas de este tipo de inversores más "profesionales" varíen sustancialmente de los de aquellos que pertenecen al entorno cercano del emprendedor. Así pues, frente a líneas tradicionales de investigación que estudian la inversión informal como un grupo homogéneo, estos datos sugieren la importancia de distinguir entre distintos tipos de inversores a la hora de comprender la importancia de la inversión informal en cualquier país.

Esta diferenciación podría explicar por ejemplo el aumento de la cantidad media invertida por inversor informal, que pasa de los 18000 Euros en el 2005 a los 21000 en el 2006, pues el análisis de las cantidades medias invertidas por tipo de inversor informal según su relación con el beneficiario (Tabla 41) revela una cantidad media mucho mayor en el caso de la inversión en proyectos de "desconocidos", categoría que hemos equiparado con el Business Angel profesional.



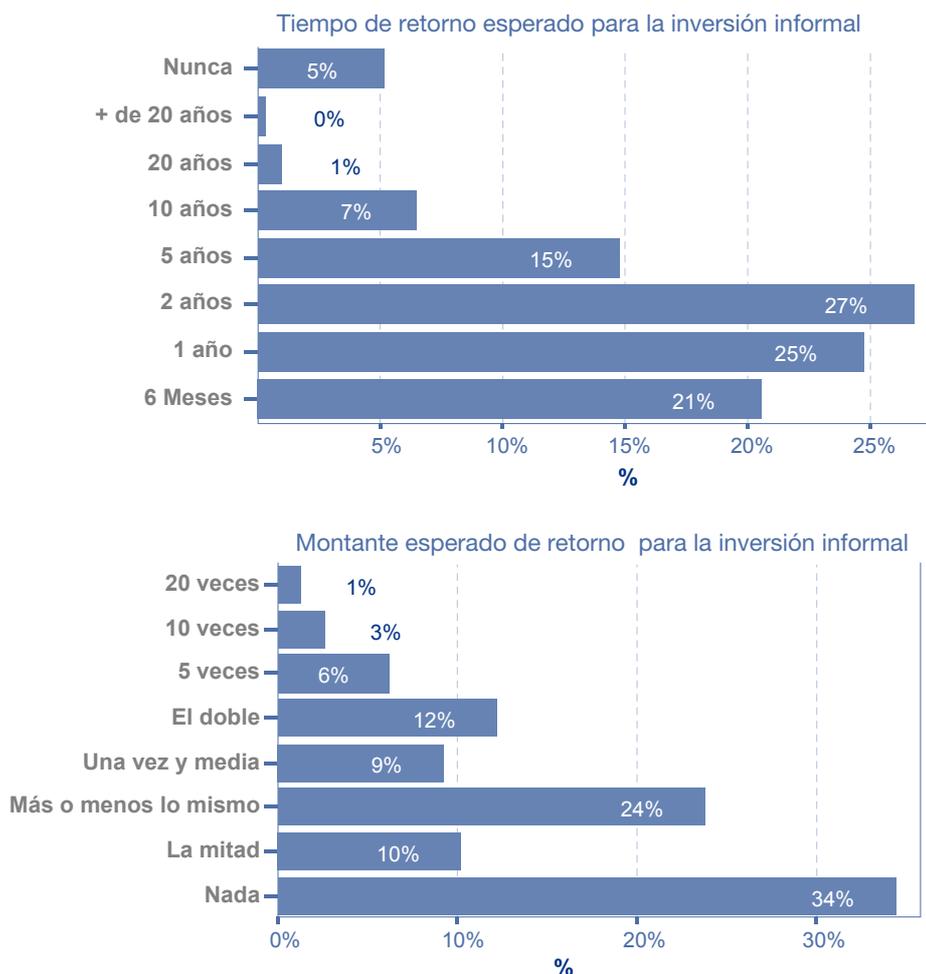
**Tabla nº 41. Cantidad Invertida por el inversor informal según su relación con el beneficiario de la inversión.**

RELACIÓN CON EL BENEFICIARIO DE LA INVERSIÓN	CANTIDAD MEDIA INVERTIDA ( )
Familiar Directo	27.629,31
Otras relaciones familiares menos directas	19.331,71
Compañeros de trabajo	24.046
Amigos o vecinos	19.510
Desconocidos	42.920
Otros	28.632,52

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

Al igual que en el caso del emprendedor, el proyecto también analiza las expectativas de rendimiento del inversor informal en torno a la inversión realizada en la creación de la nueva empresa. En concreto, desde la edición del 2004 analiza el rendimiento esperado por el inversor informal mediante el periodo medio de recuperación de la inversión, así como por la cantidad de la misma que esperaban recuperar en un plazo de diez años. En la edición de este año, ambos indicadores se mantienen estables con respecto a las ediciones anteriores: la mayoría, igual que en el 2005, espera tener un retorno de su inversión en 2 años y también se mantiene el hecho de que la mayoría espera un retorno que duplique la inversión inicial. Igualmente se mantiene en torno al 30% el porcentaje de los que invierten a fondo perdido, no esperando recuperar nada de la inversión realizada.

**Figura nº 56 Tiempo de retorno y montante esperados por el business angel**

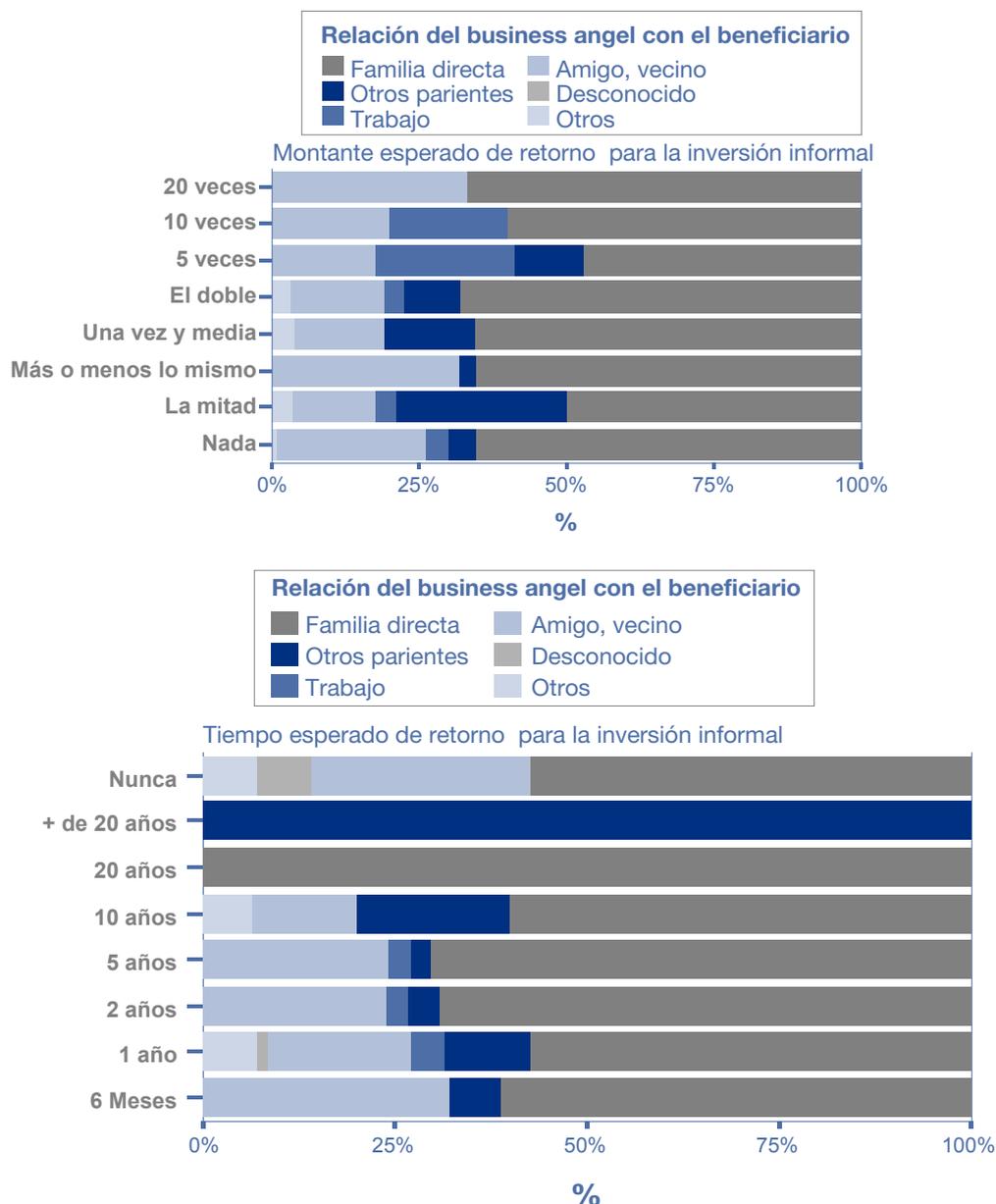




Sin embargo, existen cambios significativos tales como el aumento en un 11% del porcentaje de inversores que esperan recuperar su inversión en un periodo muy corto, inferior a seis meses o el porcentaje de inversores que esperan retornos superiores a cinco veces la inversión que, si bien en la edición anterior no superaban el 3,5%, en el 2006 suponen el 10% del total de inversores. De nuevo, estos cambios parecen apuntar hacia la mayor presencia de los inversores profesionales, que esperan mayores rendimientos en un menor plazo de tiempo.

Así pues, en línea con lo analizado anteriormente en relación a la heterogeneidad del grupo de inversores informales, a la hora de analizar el rendimiento exigido por un inversor, parece necesario distinguir a éstos en función de su relación con el beneficiario de la inversión. En particular, se observa cómo por ejemplo, el mayor porcentaje de inversores que no esperan recuperar nada de lo invertido se concentra en aquellos que mantienen una relación de parentesco con el emprendedor, mientras que en la categoría de “Desconocidos” no existe ningún inversor que no espere recuperar la inversión realizada.

**Figura nº 57 Montante esperado de retorno según la relación entre el business angel y el beneficiario de su inversión**



## 7.8. El papel del capital riesgo

Con el objetivo de completar la panorámica de las fuentes de financiación disponibles para el emprendedor, a lo largo de las distintas ediciones, el Proyecto GEM ha ido analizando el papel del capital riesgo en el apoyo a la creación de empresas. En el 2006, se estima que la inversión de capital riesgo en actividades nacientes en España se aproxima a los 104 millones de euros, cifra todavía muy alejada de los once mil millones que se invierten en el Reino Unido, pero cercana a los 128 millones de Italia. Nuestro país está todavía desfasado en cuanto a la inversión de capital riesgo en el proceso emprendedor, en parte debido a la alta selección de proyectos de inversión de este tipo. Sin embargo, como se comenta a continuación el capital riesgo se está desarrollando significativamente, aunque no se beneficien de él los emprendedores potenciales en general.

Los datos que se comentan a continuación proceden de la ASCRI (Asociación de Capital Riesgo) que proporciona en su web diversos informes sobre el capital riesgo en España, artículos y otros datos (<http://www.ascrri.org>).

Según los informes elaborados por esta asociación, de nuevo en el año 2006 se alcanzaron máximos históricos en la actividad del capital riesgo en España, tanto en el volumen invertido (4.117 millones de euros), como en el número de nuevas operaciones llevadas a cabo (341). Esta tendencia creciente se ha mantenido durante el primer semestre del 2006 en el que según los datos de la ASCRI elaborados en colaboración con Webcapitalriesgo ([www.webcapitalriesgo.com](http://www.webcapitalriesgo.com)), el volumen invertido por parte de las Entidades de Capital Riesgo (ECR) establecidas en España ascendió a 537,4 millones de euros, lo que supone un incremento del 13% con respecto al mismo periodo del año anterior.

El desglose de estos datos de actividad del capital riesgo según la fase de desarrollo en la que se encuentre la empresa receptora de los fondos revela como se ha dicho anteriormente que, aunque la contribución del capital riesgo como canal de asignación de recursos financieros en las economías desarrolladas es innegable, la canalización de estos fondos se dirige mayoritariamente hacia una tipología de empresas muy distinta a la que suele caracterizar el negocio emprendedor: así, del total de operaciones realizadas en el primer semestre del 2006, el 83% de los recursos invertidos se destinó a operaciones apalancadas, un 14% se invirtió en empresas en fase de expansión y sólo un 3% correspondió a empresas en semilla y arranque.

## 7.9. Conclusiones

Los datos del 2006 ponen de manifiesto una vez más que el acceso a los recursos financieros se plantea como uno de los principales obstáculos al que se enfrenta un emprendedor a la hora de poner en marcha su proyecto empresarial, lo que se manifiesta en que otro año más, las empresas que son financiadas en su totalidad por el propio emprendedor constituyen la mayoría de la muestra. Adicionalmente, tanto desde un enfoque de demanda como de oferta, los datos ponen de manifiesto de nuevo en esta edición el papel clave que, en todas las economías del mundo, y en particular en España juegan los inversores informales.

El análisis detallado de la estructura de la inversión informal este año parece apuntar hacia una mayor “profesionalización” de este tipo de inversión para el caso español, pues frente a ediciones anteriores en las que este tipo de inversores pertenecía exclusivamente al entorno cercano al emprendedor, en los datos del 2006 aparece por primera vez la figura del inversor que aporta dinero propio en el negocio de un ajeno, al que no le une ninguna relación.

Esta mayor profesionalidad de las fuentes de financiación externas disponibles para la creación de nuevas empresas puede tener importantes implicaciones a la hora de determinar la dimensión así como las expectativas de crecimiento de las empresas creadas, ya que los mayores requisitos establecidos por estos inversores, así como su involucración en la mayoría de los casos en la gestión de la empresa, contribuyen al crecimiento y desarrollo de ésta, hasta el punto que se ha demostrado que las empresas que reciben este tipo de financiación crecen más rápido y con mayores productividades<sup>14</sup>. Todo ello por supuesto, sin menoscabar la importancia que juega el inversor informal mas “tradicional” pues su inversión es, en muchos casos, la única alternativa disponible para el emprendedor en las primeras etapas de los proyectos.

(14) Gompers, P. y Lerner J. 1999. *The Venture Capital Cycle*. Cambridge, MIT Press.



## **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**



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

### 8.1. Introducción

Uno de los aspectos más susceptibles de mejora en el actual panorama español relacionado con la creación de empresas es el referido a la motivación para emprender. Desde hace algunos años, diversos estudios realizados en el ámbito universitario vienen poniendo de manifiesto que la gran mayoría de los futuros licenciados escogerían la carrera de empresario como la última de las opciones posibles, prefiriendo trabajar por cuenta ajena, realizar oposiciones u otras alternativas.

Las instituciones gubernamentales estatales y regionales, así como la propia Universidad y otros muchos agentes relacionados con el ámbito empresarial, están trabajando para cambiar esta tendencia: organización de jornadas como el día del emprendedor; creación de nuevas asignaturas sobre creación de empresas; premios a iniciativas emprendedoras; campañas publicitarias y muchas otras acciones se están desarrollando desde hace unos años y los resultados comienzan a traducirse en un incremento, lento, pero progresivo de la motivación para emprender en nuestra población en algunos aspectos, mientras que en otros sigue el retroceso o el estancamiento.

En este capítulo, se pasa revista al estado y evolución de este apartado, presentando información que proviene de la propia población y del amplio conjunto de expertos que ha colaborado en esta edición del observatorio GEM.

### 8.2. La percepción de buenas oportunidades para emprender

Uno de los aspectos que puede impulsar la motivación emprendedora es la existencia de buenas oportunidades para emprender en el entorno. Preguntada directamente acerca de ello, el 25,7% de la población española de 18 a 64 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 un 28%, por lo que se advierte un descenso del 8,2%, que no tiene justificación en el sentido de responder a una fuerte recesión económica o a acontecimientos adversos como los sufridos en años anteriores.

Un resultado de este tipo en época de estabilidad económica y social hay que relacionarlo, precisamente, con la falta de necesidad de búsqueda de oportunidades mientras la oferta de empleo por cuenta ajena no impulse a las personas a reflexionar acerca de su posible incorporación al mercado. Por otro lado, también se puede relacionar esta falta de existencia de oportunidades con la propia competitividad y la falta de espíritu innovador de que adolece nuestra sociedad en la actualidad.

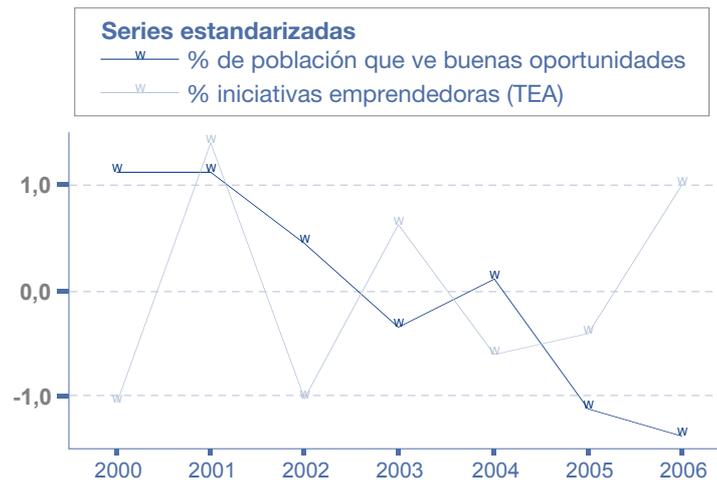
**Tabla nº 42 Evolución temporal del porcentaje de población de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en España en los 6 meses posteriores a la entrevista del observatorio GEM**

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



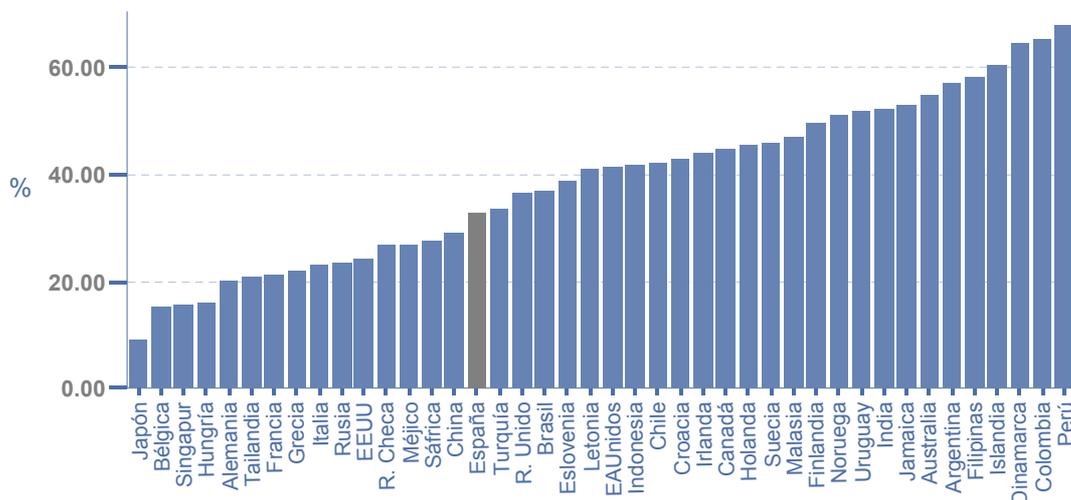
La Figura 58, que muestra la evolución conjunta del indicador anterior y de la tasa de actividad emprendedora incipiente en España, presenta la comentada disociación entre ambas variables, cuando para el 2006 se esperaba una recuperación de este factor tan influyente en la motivación, que de hecho, como se ve más adelante, mejora en opinión del amplio conjunto de expertos consultados.

**Figura nº 58 Evolución conjunta de la percepción de oportunidades por parte de la población y del indicador de actividad emprendedora total incipiente en España**



Desde el punto de vista internacional, la población española es algo más optimista que la de nuestros vecinos más inmediatos de la UE, pero se aleja de los niveles alcanzados en los países nórdicos e Irlanda.

**Figura nº 59 Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país**



Junto a la opinión facilitada por la población adulta, proporcionamos la de los 476 expertos entrevistados, que trabajan en nueve ámbitos de influencia en la creación empresarial y que el año 2006 responden a la siguiente distribución para España:

**Tabla nº 43 Distribución de los expertos entrevistados en España en el 2006**

Ámbito de influencia	Nº Expertos	Porcentaje
Apoyo financiero	57	12
Políticas gubernamentales	52	10,9
Programas gubernamentales	55	11,6
Educación y formación	51	10,7
Transferencia de I+D	55	11,6
Infraestructura comercial y profesional	57	12
Apertura del mercado	50	10,5
Acceso a infraestructura física	50	10,5
Normas sociales y culturales	49	10,3
Total	476	100,0

Con un elenco tan completo de personas conocedoras de los factores que influyen en la creación empresarial, los resultados del observatorio GEM se enriquecen enormemente, a la par que se obtiene información de inestimable valor para matizar los resultados que se obtienen de las diversas fuentes consultadas. Tal es el caso de la percepción de oportunidades, cuyos datos poblacionales siguen en franco descenso, cuando las opiniones de los expertos difieren y mejoran con respecto al 2005, tal y como era de esperar. En la Tabla 45, se aprecia claramente que los expertos opinan con más convencimiento que en el 2005, que en España hay muchas y buenas oportunidades para la creación de empresas. Sin embargo, esta afirmación va acompañada de la siguiente, que entronca con la contradicción observada en las opiniones de la población: hay más oportunidades que gente preparada para explotarlas o, en otras palabras: no existe suficiente espíritu emprendedor y, por consiguiente, motivación. El resto de opiniones también mejoran respecto al 2005.

**Tabla nº 44 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 476 entrevistas	Medias sobre un total de 379 entrevistas	Medias sobre un total de 325 entrevistas
Año en que se realiza la consulta	2006	2005	2004
En España, hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,23	3,18	3,28
En España, hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	3,03	2,98	3,15
En España, las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	3,53	3,39	3,64
En España, es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,54	2,51	2,58
En España, hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,68	2,67	2,65

### 8.3. Motivación para emprender en la población adulta española

El observatorio GEM sigue prestando atención a diversas variables que describen el estado de la motivación para emprender en la población adulta de los países mediante una serie de preguntas relacionadas con el tema. Los resultados del 2006 son positivos en la mayoría de apartados, tendencia que es la que cabe esperar en función de las numerosas acciones que, como se ha comentado en la introducción, se están llevando a cabo para impulsar el espíritu emprendedor. Por consiguiente, es positivo el incremento del porcentaje de población que ha conocido emprendedores en los dos últimos años, por el efecto mimético que ello puede causar, así como el incremento de personas para las cuales el miedo al fracaso no supone un obstáculo y, finalmente, el que los medios de comunicación se perciban como más comprometidos con el cubrir noticias sobre emprendedores de éxito. En cambio, empeoran ligeramente otros indicadores como el de considerar que poner en marcha una iniciativa empresarial es una buena elección profesional, mucho más elevado en el 2004 o el de pensar que triunfar como emprendedor proporciona un buen estatus social. Finalmente, más de la mitad de nuestra población adulta muestra una actitud menos competitiva que la que se da en países anglosajones.

**Tabla nº 45 Resultados de las entrevistas sobre motivación para emprender en la población española en el 2006 y evolución desde el 2004**

Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación para emprender	% de la población de 18-64 años		
	2006	2005	2004
Año en que se realiza la consulta			
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	35,8%	30,0%	28,4%
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	52,7%	50,4%	51,7%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	62,1%	64,8%	71,8%
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	54,7%	51,0%	51,9%
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	53,4%	55,2%	54,0%
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios	42,9%	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. En el año 2006 se consolidan y reafirman los cambios que se detectaron en el 2005 de forma algo tímida:

- Las mujeres tienen mayor propensión a desear emprender.
- La edad media de los emprendedores potenciales sigue disminuyendo.
- A más nivel de estudios más intención emprendedora.
- Las personas de rentas bajas y medias están más interesadas en emprender que las de rentas altas.
- A menor miedo al fracaso más posibilidades de ser emprendedor.

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

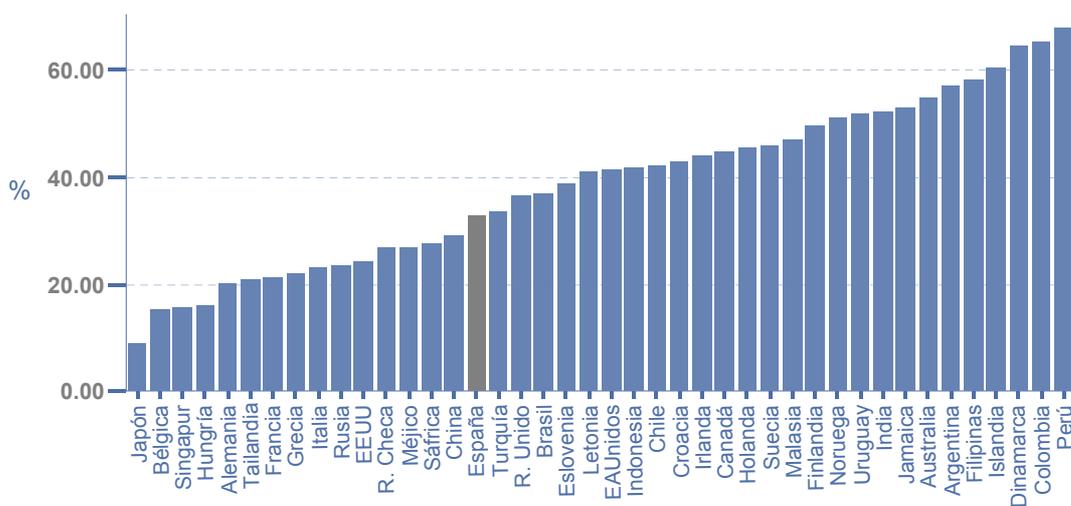
Al comparar la opinión de los expertos acerca del estado de factores que influyen en la motivación para emprender, con la de la población, la situación es ligeramente más positiva que la del año 2005 y todos los indicadores salvo uno, mejoran sus puntuaciones.

**Tabla nº 46 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 2006	Media 2005	Media 2004
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	3,00	2,98	3,16
Convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,86	2,84	2,87
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,67	3,50	3,55
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,33	3,21	3,30
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3,15	3,16	3,12

La siguiente figura muestra que la opinión de nuestros expertos es bastante positiva dentro del contexto internacional del GEM 2006, 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 60 Opinión media de los expertos acerca de la motivación de la población para emprender en sus respectivos países (Escala 1-5, a mayor valor mayor motivación)**



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

El porcentaje de población que afirma tener las habilidades y conocimientos necesarios para llevar a cabo un pequeño start up ha aumentado casi un 9% entre el año 2005 y el 2006. Este indicador sigue una progresión ascendente, pues ya había aumentado entre el 2004 y el 2005 en un 6,2%. Desde el punto de vista de las políticas públicas debe considerarse esta tendencia como un éxito y como un elemento de gran importancia que ayuda a crear el ambiente necesario para impulsar la actividad emprendedora.

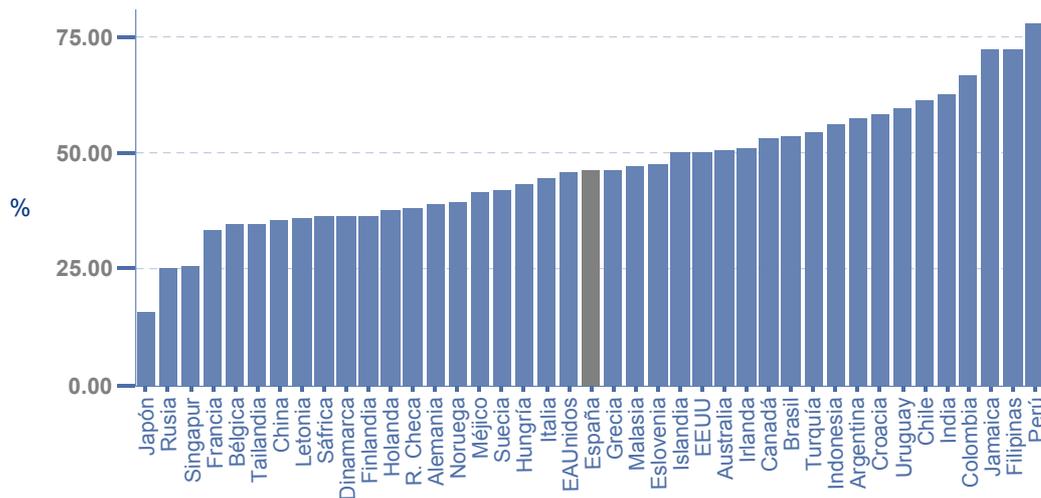


**Figura nº 61 habilidad y conocimientos para emprender declarados por los adultos españoles en el 2006**



Desde el punto de vista internacional, la población española ocupa una posición intermedia bastante alineada con la de Grecia e Italia 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 62 Clasificación de los países GEM 2006 según el % de población que afirma tener conocimientos y habilidades necesarios para llevar a cabo un pequeño start up**



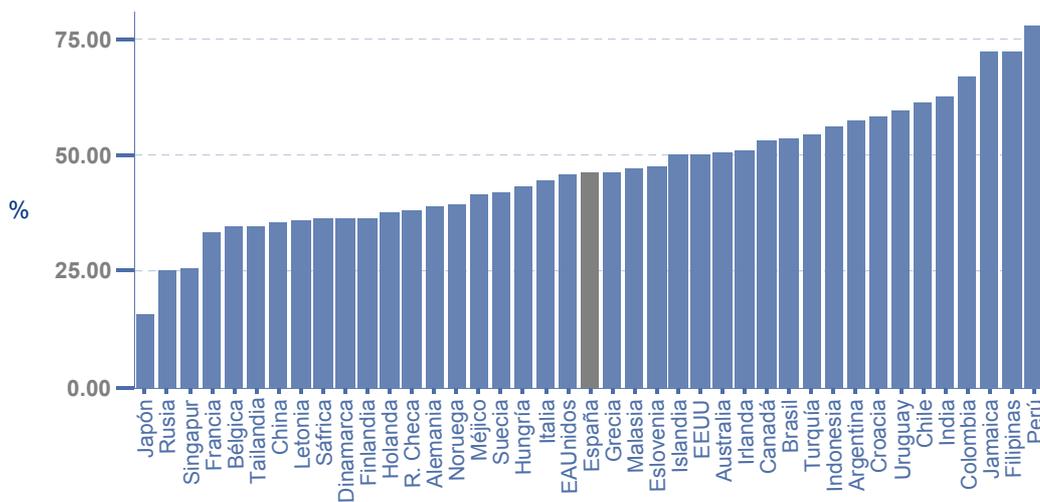
Los expertos apenas han variado su percepción de las habilidades y conocimientos que tiene nuestra población para emprender. respecto al 2005 (tabla 47), si bien, todos los indicadores excepto el que se refiere a la creación de empresas con alto potencial de crecimiento, han mejorado ligeramente. Ahora bien, las valoraciones de este apartado, no alcanzan la media de 3 puntos, por lo que nuestra población es más optimista que ellos en cuanto a su apreciación de la preparación que tiene para emprender. Estos resultados son una constante año tras año, si bien, el ligero movimiento ascendente puede representar un despegue para el futuro.

**Tabla nº 47 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 2006	Media 2005	Media 2004
En mi país, mucha gente sabe cómo crear y dirigir una empresa de alto potencial de crecimiento	2,24	2,36	2,31
Mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa	2,96	2,89	2,79
Mucha gente tiene experiencia en la creación de nuevas empresas	2,41	2,38	2,34
Mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio	2,60	2,57	2,51
Mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa	2,70	2,71	2,67

Finalmente, la situación internacional de esta opinión era mejor que la de la mayoría de países en años anteriores, pero España ocupa ahora una posición algo más relegada. Sin embargo, es importante tener presente que tan sólo 7 países del conjunto GEM alcanzan y superan los 3 puntos calificando la habilidad y conocimientos de la población para llevar a cabo start ups, lo que proporciona una idea de cómo está este apartado a nivel mundial.

**Figura nº 63 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 2006**

**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**

**9.4. Información detallada relativa a las condiciones de entorno**

**9.5. Posición española en el ámbito internacional GEM 2006 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos**

*Informe Ejecutivo 2006  
GEM España*

**06**



## **9. Capítulo 9: Las condiciones específicas de entorno para emprender en España en el 2006**

### **9.1. Introducción**

Al igual que en ediciones anteriores, el observatorio GEM español analiza el estado de los factores o condiciones de entorno que, según la literatura académica especializada, mayor incidencia tienen en la actividad emprendedora como apoyo o freno a la misma y que son: apoyo financiero, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación y formación, transferencia de I+D, infraestructura comercial y profesional, apertura del mercado interno, acceso a infraestructura física y normas sociales y culturales.

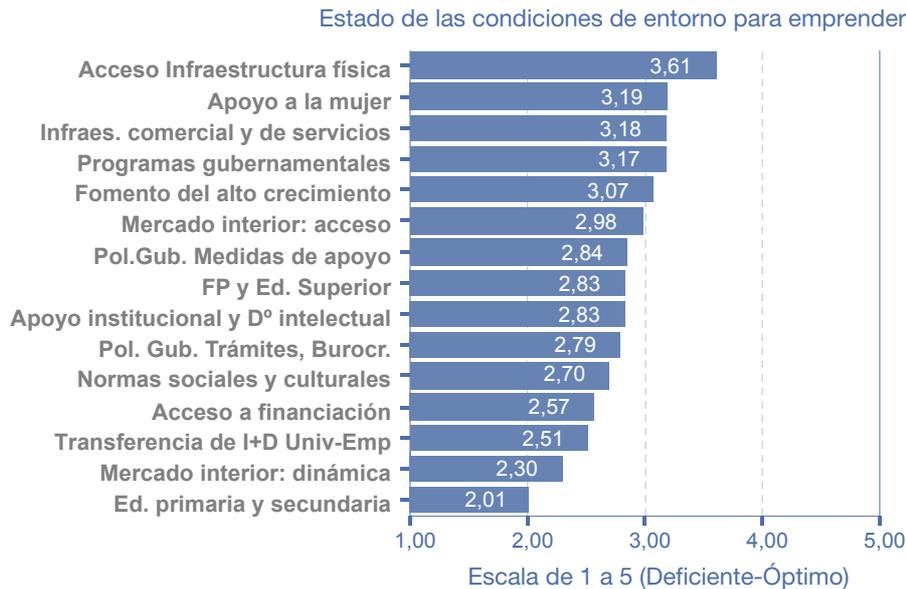
La información que se utiliza para la realización de estos análisis procede de una muestra de 476 expertos entrevistados entre abril y junio de 2006 y repartidos por todas las regiones españolas. La metodología y fiabilidad de esta encuesta se ha descrito ampliamente en el punto II del Anexo I del Informe GEM España 2005.

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

En el 2006, 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 se mantiene como el activo mejor valorado de la lista por cuarto año consecutivo. Sin embargo, el incremento de precios del sector inmobiliario y de todos los servicios en general, comienza a notarse en su valoración que sigue una tendencia progresiva a la baja desde hace dos años (ver Tabla...). El apoyo a la mujer parte de una posición bastante aceptable en el 2006. El tercer factor mejor valorado es el acceso a infraestructura comercial y de servicios a empresa, que empeora muy ligeramente, posiblemente por el incremento de precios. La existencia de programas gubernamentales y su eficacia han mejorado desde el año anterior, manteniéndose estable el fomento del crecimiento empresarial. También mejora la percepción sobre las políticas públicas de apoyo y fomento de creación de empresas, así como el estado del mercado en cuanto a su accesibilidad, si bien, el estado de ambos factores roza el aprobado sin alcanzarlo.

Los expertos no llegan a dar un aprobado a ninguna de las condiciones de entorno restantes, si bien, dentro de esta situación, hay algunas que comienzan a mejorar. Tal es el caso del fomento del espíritu emprendedor en la educación primaria y secundaria, que aunque sigue ocupando la última posición de la lista, este año alcanza ya 2 puntos. Regiones como Asturias y Castilla y León, especialmente, están desarrollando importantes experiencias en este terreno que pueden servir de ejemplo a otras regiones.

**Figura nº 64 Valoración media del estado de las condiciones de entorno para emprender en España (Escala de 1 = deficiente a 5 = óptimo)**



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

**Tabla nº 48 Evolución de las valoraciones medias de las condiciones de entorno**

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

Para matizar el resumen anterior, la Tabla 49 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 2006. Como puede apreciarse, el apoyo financiero, las normas sociales y culturales, las políticas gubernamentales y la educación y el fomento del espíritu emprendedor en la escuela primaria y secundaria, siguen siendo los cuatro obstáculos principales a la creación empresarial. Los expertos han ido cambiando a lo largo de estos cuatro 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. Sin embargo, a partir de la cuarta posición, se aprecian cambios interesantes. En primer lugar, destaca el ascenso de la capacidad emprendedora, que es citada por casi un 21% de los expertos como deficitaria en nuestra sociedad. También asciende varias posiciones en tan solo un año, el contexto político social e intelectual, siendo menos preocupante el diseño y provisión de programas gubernamentales, una condición de entorno que mejora y que desde hace años se valora como aprobada. La preocupación por alcanzar una buena transferencia de I+D desde la Universidad y otros estamentos científicos a la empresa, también se evidencia con un ascenso de este factor en el ranking. En cambio, el clima económico desciende por debajo de los niveles que tenía en el 2004, síntoma de estabilización progresiva de este apartado.

En general, las opiniones de los expertos constituyen un barómetro sólido y lleno de interés acerca del estado y la evolución del entorno para emprender, siendo muy apreciable su contribución informativa para el diseño y corrección de las políticas públicas de fomento de la creación empresarial.

**Tabla nº 49 Obstáculos a la creación empresarial en el 2006, según la opinión de 476 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 en el 2006	% de la tabla	Ranking 2006	Ranking 2005	Ranking 2004	Ranking 2003
Apoyo financiero	45,9%	1	1	1	1
Normas sociales y culturales	39,8%	2	2	2	2
Políticas gubernamentales	34,6%	3	3	3	3
Educación, formación	31,5%	4	4	4	4
Capacidad emprendedora	20,7%	5	7	6	6
Contexto político, social e intelectual	19,6%	6	9	7	10
Programas gubernamentales	15,2%	7	5	5	5
Acceso a infraestructura física	11,7%	8	6	8	8
Transferencia de I+D	10,0%	9	10	10	11
Clima económico	8,5%	10	8	9	13
Infraestructura comercial y profesional	8,5%	11	12	13	12
Apertura de mercado, barreras	7,4%	12	11	11	7
Estado del mercado laboral	5,4%	13	13	12	9
Composición percibida de la población	3,9%	14	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 se estabilizan en segunda posición constituyendo un éxito las mejoras logradas en este apartado. El clima económico sigue estable y se consolida como un elemento favorable para los emprendedores. El apoyo financiero gana una posición y muestra una tendencia positiva en estos cuatro años, a pesar de que se le sigue citando como el elemento más obstaculizador. La educación y formación retrocede un puesto en la lista, pero no ocupa un mal lugar y es tan citada por los expertos como las normas sociales y culturales. El contexto político, social e intelectual gana 6 posiciones, siendo el factor que más ha cambiado desde el año anterior junto con la apertura del mercado que empeora ostensiblemente (ver Tabla 50).

**Tabla nº 50 Apoyos a la creación empresarial en el 2006, según la opinión de 476 expertos de toda la geografía española**

	% del N de la tabla	Ranking 2006	Ranking 2005	Ranking 2004	Ranking 2003
Programas gubernamentales	38,3%	1	1	1	4
Políticas gubernamentales	32,8%	2	2	3	1
Clima económico	28,9%	3	3	2	2
Apoyo financiero	21,4%	4	5	7	8
Educación, formación	20,5%	5	4	5	7
Normas sociales y culturales	20,0%	6	6	4	6
Contexto político, social e intelectual	18,3%	7	13	11	12
Acceso a infraestructura física	15,2%	8	8	8	5
Capacidad emprendedora	14,3%	9	9	10	11
Transferencia de I+D	13,0%	10	11	12	13
Estado del mercado laboral	12,1%	11	12	6	10
Apertura de mercado, barreras	11,5%	12	7	6	3
Infraestructura comercial y profesional	7,0%	13	10	9	9
Composición percibida de la población	4,8%	14	14	14	14
Total	100,0%				

Para completar este apartado, la Tabla 51 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, la cabecera de la lista se mantiene inalterable hasta la sexta posición, habiendo insistido los expertos en realizar recomendaciones en los apartados de Educación y formación (que sigue siendo el tema más preocupante para impulsar el espíritu emprendedor), políticas gubernamentales, programas gubernamentales, apoyo financiero, normas sociales y culturales y transferencia de I+D.

Los cambios más remarcables entre el 2005 y el 2006 se refieren al contexto político, social e institucional, que pasa a ocupar la séptima posición frente a la décima que tenía. Especialmente, se ha detectado un incremento de recomendaciones en este apartado entre los expertos de Cataluña, la región que crea el mayor número de empresas y la que tiene una mayor tradición y cultura empresarial. De sus recomendaciones se deduce que un contexto político equilibrado favorece el desarrollo empresarial, mientras que un clima político crispado lo obstaculiza. Unido a ello, se incrementan las recomendaciones acerca de la capacidad emprendedora, percibida como deficiente en nuestra sociedad y necesitada de estímulos y campañas de sensibilización al respecto. Este último apartado también se relaciona con el estado del mercado laboral, epígrafe que también gana una posición en cuanto a menciones comenzando a advertirse que los expertos hablan de la falta de trabajo por cuenta ajena en general y, especialmente, para los más jóvenes.

**Tabla nº 51 Temas tratados por los 476 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 en el 2006	% de tabla	Ranking 2006	Ranking 2005	Ranking 2004	Ranking 2003
Educación y Formación	55,9%	1	1	1	1
Políticas Gubernamentales	50,0%	2	2	4	2
Programas Gubernamentales	42,3%	3	3	3	3
Apoyo financiero	40,7%	4	4	2	4
Normas sociales y culturales	14,1%	5	5	5	6
Transferencia I+D	12,8%	6	6	6	7
Contexto político, institucional y social	11,0%	7	10	8	11
Infraestructura física	10,8%	8	7	7	5
Infraestructura Com. y Profesional	7,0%	9	8	9	8
Capacidad emprendedora	5,7%	10	11	10	10
Mercado laboral	2,4%	11	12	12	13
Apertura del mercado	2,4%	12	9	11	9
Composición de la población	0,7%	13	13	14	14
Clima económico	0,7%	14	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

Dado el elevado número de respuestas disponibles, al ser 476 los expertos que han opinado, en la edición 2006 se ha efectuado una pequeña selección de respuestas acerca de los tres principales obstáculos detectados.

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

Es necesario un mayor desarrollo de las entidades de capital riesgo en nuestro país.

Hay que canalizar las ayudas en función de los objetivos y no del IAE.

Son necesarios más apoyos de la Administración en financiación inicial y en adquisición de nuevas tecnologías, así como un mayor apoyo a las asociaciones de autónomos en temas de asesoramiento. En este aspecto, se echan de menos programas integrales de autónomos financiados por la Administración.

Es necesario ajustar más las ayudas económicas a las necesidades reales de los empresarios, así como dar información sobre derechos y obligaciones y promover la creación de empresas industriales en el ámbito de la PYME.



Faltan partidas destinadas a los orientadores de autoempleo, así como incrementar la publicidad y difusión de la posibilidad de auto-emplearse.

Existe poca disposición o capacidad de los propios emprendedores para aportar fondos propios en cuantías suficientes y la exigencia de garantías para obtener financiación ajena también es un obstáculo al desarrollo de iniciativas emprendedoras. Hay que seguir potenciando la oferta de fondos que complementen las aportaciones de los promotores: capital y otros instrumentos financieros accesibles.

Estructura financiera de la empresa con pocas posibilidades de crecimiento. Las firmas están demasiado sujetas a la estructura financiera bancaria y sus tendencias.

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

Algunos factores del entorno tales como el exceso de trámites, las necesidades de personal específico, la falta de cultura empresarial, la aplicación de normativas, la necesidad de formación continua y otros, constituyen un obstáculo para el fomento de la actividad emprendedora.

Existe una acusada falta de cultura emprendedora y mucha aversión al riesgo, unida a una falta de implicación de algunos agentes dinamizadores.

Sería necesaria una mayor implicación de las empresas consolidadas y exitosas en el apoyo al emprendedor.

En España existe una falta de cultura emprendedora. Existe una gran dificultad para transformar las ideas en iniciativas reales y sería necesario un mayor intercambio de experiencias entre empresarios consolidados y emprendedores.

Falta de espíritu emprendedor de investigadores, doctores, doctorandos, becarios y personal de la Universidad en general que tiene capacidad para desarrollar proyectos.

La mentalidad conservadora frente al riesgo empresarial, que se traduce en falta de emprendedores y, sobre todo, de ideas, innovación y proyectos con potencial de crecimiento.

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

La descoordinación entre los diferentes programas y políticas de apoyo a los emprendedores que se llevan a cabo desde los diversos organismos, ya que a pesar de la existencia de muchos y buenos programas desarrollados, existe solapamiento de actuaciones.

Impuestos demasiado elevados, que afectan especialmente a las primeras fases del desarrollo de las iniciativas emprendedoras.

Falta de mejoras sociales para los emprendedores y autónomos en general. No se ha avanzado suficientemente en este tema.

Mejor canalización de las ayudas. Hay muchas subvenciones y programas, pero no se distribuyen de forma eficiente y equilibrada. Incentivar y proporcionar ayudas a quien no las necesita produce empresas “cómodas” por un lado, frente a otras que no pueden consolidarse por falta de apoyo.



### 9.3.2. Apoyos

Los **Programas Gubernamentales** ocupan la primera posición entre los apoyos detectados por los expertos el año 2006. Algunas respuestas relacionadas con esta percepción son las siguientes:

Existencia de un creciente interés en los poderes públicos de nuestra región (Aragón), que se está materializando en el diseño por parte de éstos en líneas de programas y ayudas para los nuevos emprendedores.

Sensibilización, motivación y apoyo desde programas de las administraciones y agentes implicados en ellos.

La mayor creación de agencias de desarrollo local y de políticas públicas a nivel regional en general.

Se aprecian colaboraciones entre distintas entidades para informar y apoyar a los emprendedores.

Se organizan más eventos y encuentros con expertos que proporcionan la información necesaria sobre los instrumentos existentes y el conocimiento necesario para llevar a cabo un start up.

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

Las acciones dinamizadoras que se están llevando a cabo desde el sector público y, también las que se están coordinando entre dicho sector y la universidad.

Interés de la Administración Pública en la creación de empresas de base tecnológica y apoyo a la innovación empresarial

Fomento del espíritu emprendedor a través de la organización de eventos (día del emprendedor, auto ocupación, foros de inversión, etc.)

Algunos gobiernos regionales han establecido planes y estrategias a largo plazo que impulsan la actividad emprendedora.

### 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:

Crear más cursos y asignaturas relacionadas con el entrepreneurship en todos los niveles educacionales. Hay que insistir en cambiar los valores sociales y las percepciones, tanto estudiantes como profesores. La gente joven debe conocer la actividad emprendedora mientras es estudiante y, sobre todo, deben ser informados de que existen instituciones de apoyo al emprendedor.

Fomento de la actitud emprendedora en la universidad, especialmente en regiones desfavorecidas para impedir la emigración y ayudar a asentar a la población.

Fomentar cultura de creación de empresa (desde Universidades y otros centros formativos)

Incrementar la cualificación de los directivos.

Asesoramiento efectivo y más educación y formación en general: en España, la educación primaria y secundaria es mucho peor que la de hace algunos años.



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

Incrementar el acompañamiento participativo en el riesgo de los adecuados proyectos y arropamiento profesional en el desarrollo estratégico empresarial.

Diseño de nuevas herramientas financieras adecuadas que se adapten a las necesidades de los emprendedores.

Diseño de sistemas integrales de apoyo a los emprendedores: itinerarios de formación personalizados a sus necesidades, seguimiento de los proyectos, canales de información adecuados, etc.

Efficiente campaña divulgativa a nivel regional, nacional e internacional de las oportunidades y valores que se poseen.

Adecuado y profesionalizado proceso de selección de los proyectos captados.

Financiación de estructuras de apoyo profesionalizadas que den servicio a las empresas de base tecnológica.

Fomentar, con mayores ventajas fiscales y financieras, la innovación (desde la Administración Central-Estado)

Favorecer la información acerca de las posibilidades de innovación en las empresas.

Limitar la intervención pública en los mercados para favorecer la “comprensión” de las empresas acerca de los factores competitivos.

Reducir los incentivos a las compañías con excepción de aquellas que vayan a destinarlos a la innovación y el crecimiento.

Mejoras sociales para aquellos que eligen ser emprendedores y, en especial, conciliación de la vida profesional y la familiar para una mayor incorporación de la mujer al proceso emprendedor.

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

Diseño de canales de coordinación y comunicación entre las actuaciones desarrolladas por los diferentes organismos.

Creación de un fondo de capital riesgo para proyectos de la región (Baleares), tal y como se ha hecho en otras regiones.

Organización rotativa de eventos y encuentros con expertos que puedan proporcionar información de calidad acerca de cómo se puede emprender y qué apoyos existen para los emprendedores.

Generar y favorecer la creación de redes regionales y locales de empresas en forma de cluster y otras modalidades.

Impulsar las incubadoras de empresas, poniendo especial atención a los territorios dinámicos pero alejados de las principales ciudades.

Proporcionar más apoyo local a los emprendedores en términos de asesoramiento, realización de trámites y, sobre todo, organización de los recursos necesarios para iniciar las actividades.

## 9.4. Información detallada relativa a las condiciones de entorno

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

**Tablas nº 52 Valoración media de los expertos acerca de aspectos particulares de cada condición de entorno**

<b>Financiación</b>		
Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
En mi país, hay suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento.	1,72	Falso, estable
En mi país hay suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distintos de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,32	Más bien falso, estable
En mi país, hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,55	Más bien falso, mejora
En mi país, hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.	2,81	Más bien falso, mejora
En mi país, hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,00	Ni cierto ni falso, mejora
En mi país, hay suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,22	Más bien cierto, mejora

<b>Políticas gubernamentales</b>		
Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
En mi PAÍS, las nuevas empresas pueden realizar todos los tramites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.	2,21	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación ( por ejemplo licitaciones o aprovisionamiento públicos).	2,44	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento no representa una especial dificultad	2,73	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal.	2,81	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.	3,04	Ni cierto ni falso, mejora
En mi PAÍS, los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.	3,19	Más bien cierto, mejora
En mi PAÍS, el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración autonómica.	3,22	Más bien cierto, mejora

<b>Programas gubernamentales</b>		
Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
En mi PAÍS, 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.	2,87	Más bien falso, mejora
En mi PAÍS, los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.	2,91	Ni cierto ni falso, mejora
En mi PAÍS, existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.	3,23	Más bien cierto, mejora
En mi PAÍS, 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).	3,31	Más bien cierto, mejora
En mi PAÍS, los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.	3,33	Más bien cierto, mejora
En mi PAÍS, los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	3,39	Más bien cierto, mejora



#### Educación y formación

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
En mi PAÍS, en la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.	1,82	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, en la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.	2,07	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, en la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	2,17	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, 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.	2,53	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, 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.	2,89	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, 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.	3,04	Más bien cierto, empeora

#### Transferencia de I+D

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
En mi PAÍS, las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.	2,14	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, 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.	2,37	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.	2,40	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.	2,59	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.	2,61	Más bien Falso, algo peor
En mi PAÍS, 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, estable

#### Acceso a Infraestructura Comercial y de Servicios

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
En mi PAÍS, las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores.	2,57	Más bien Falso, estable
En mi PAÍS, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.	2,97	Ni cierto ni falso, empeora
En mi PAÍS, las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.	3,45	Más bien cierto, poco peor
En mi PAÍS, existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.	3,47	Más bien cierto, poco peor
En mi PAÍS, 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).	3,58	Más bien cierto, mejora

#### Apertura de mercado interno

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
En mi PAÍS, los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro..	2,16	Más bien Falso, estable
En mi PAÍS, los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	2,18	Más bien Falso, estable
En mi PAÍS, las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.	2,52	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado.	2,58	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas.	2,83	Más bien Falso, estable
En mi PAÍS, la legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.	2,97	Más bien Falso, poco peor

#### Infraestructura Física, Estado y Acceso

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
En mi PAÍS, una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).	3,31	Más bien cierto, empeora
En mi PAÍS, las infraestructuras físicas ( carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento	3,37	Más bien cierto, mejora
En mi PAÍS, no es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.).	3,66	Más bien cierto, estable
En mi PAÍS, una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc) en aproximadamente un mes.	3,78	Más bien cierto, empeora
En mi PAÍS, las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc).	3,86	Más bien cierto, empeora

#### Normas Sociales y Culturales

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
En mi PAÍS, las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial.	2,36	Más bien Falso, empeora
En mi PAÍS, las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2,54	Más bien Falso, empeora
En mi PAÍS, las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2,73	Más bien Falso, empeora
En mi PAÍS, las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	2,88	Más bien falso, mejora
En mi PAÍS, las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	3,06	Ni cierto ni falso, empeora

#### Legislación y estado de registros, patentes y similares

Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
En mi PAÍS, la venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs y productos registrados no está muy extendida.	2,12	Más bien Falso, empeora
En mi PAÍS, la legislación sobre derechos de propiedad intelectual se hace cumplir de manera eficaz.	2,76	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas.	2,98	Ni cierto ni falso, mejora
En mi PAÍS, la legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa.	3,02	Ni cierto ni falso, empeora
En mi PAÍS, se acepta en general que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados.	3,41	Más bien cierto, estable



Apoyo a la mujer emprendedora		
Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
En mi PAÍS, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia.	2,42	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres.	3,20	Más bien cierto, empeora
En mi PAÍS, se fomenta entre las mujeres el auto-empleo o la creación de empresas.	3,23	Más bien cierto, mejora
En mi PAÍS, crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer.	3,27	Más bien cierto, estable
En mi PAÍS, las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres.	4,22	Bastante cierto, empeora

Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo		
Afirmaciones valoradas por los expertos	Media	Conclusión y evolución
En mi PAÍS, existen muchas iniciativas que son especialmente diseñadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo	2,75	Más bien Falso, mejora
En mi PAÍS, el apoyo a las empresas de rápido crecimiento es un tema prioritario de la política pública de creación de empresas	2,84	Más bien Falso, empeora
En mi PAÍS, 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.	3,13	Más bien cierto, empeora
En mi PAÍS, 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.	3,19	Más bien cierto, estable
En mi PAÍS, los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3,28	Más bien cierto, mejora

## 9.5. Posición española en el ámbito internacional GEM 2006 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 2006. Las conclusiones que se extraen de su análisis se resumen a continuación:

España sigue ocupando una posición precaria en relación al apoyo financiero de la actividad emprendedora. En cambio, ha mejorado bastante en todo lo relacionado con las políticas y programas gubernamentales, situándose en este último apartado entre los países más destacados en este tema, siempre teniendo en cuenta que las valoraciones de los expertos son en todos los casos moderadas.

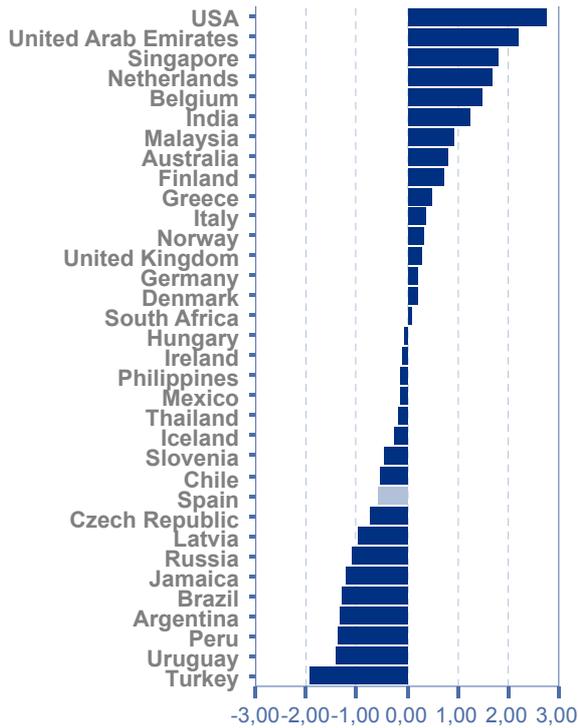
En fomento del espíritu emprendedor en nuestro sistema educativo, apenas hemos avanzado y seguimos ocupando una posición muy retrasada.

La Transferencia en I+D sigue mejorando progresivamente, aunque de forma lenta y el acceso a infraestructura comercial y profesional empeora ligeramente, debido principalmente al incremento de costes. Nuestra posición en cuanto a capacidad de reacción del mercado es baja y también lo es su grado de apertura, si bien, en este caso la posición española es algo mejor.

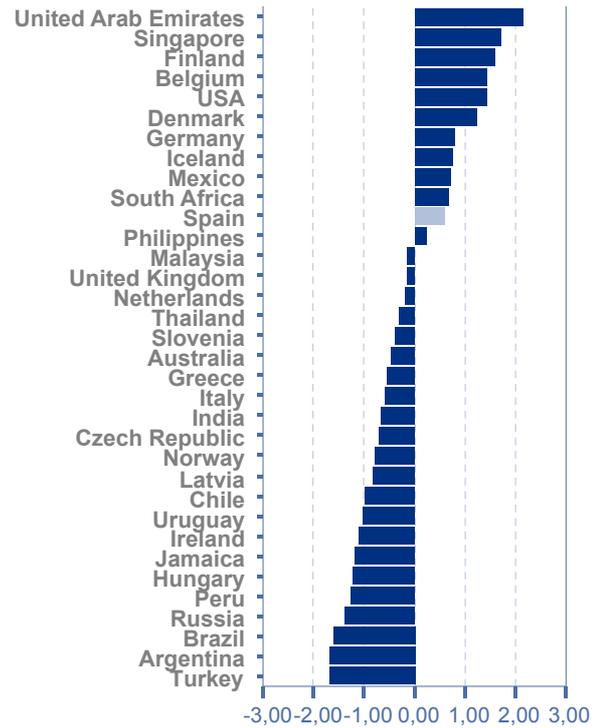
Nuestras normas sociales y culturales se equiparan a las del Reino Unido y están en la media internacional. El acceso a infraestructura física, uno de nuestros mejores activos, se sitúa en la media internacional y la protección de los derechos intelectuales la supera ligeramente, mejorando nuestra posición en este tema.

Finalmente, también se ha mejorado apreciablemente en el apoyo a la mujer y en el apoyo al crecimiento empresarial, factores que han sido y siguen siendo objetivos prioritarios de los organismos públicos que gestionan las políticas relacionadas con la empresa, por lo que se puede afirmar que las acciones que se están llevando a cabo tienen repercusión.

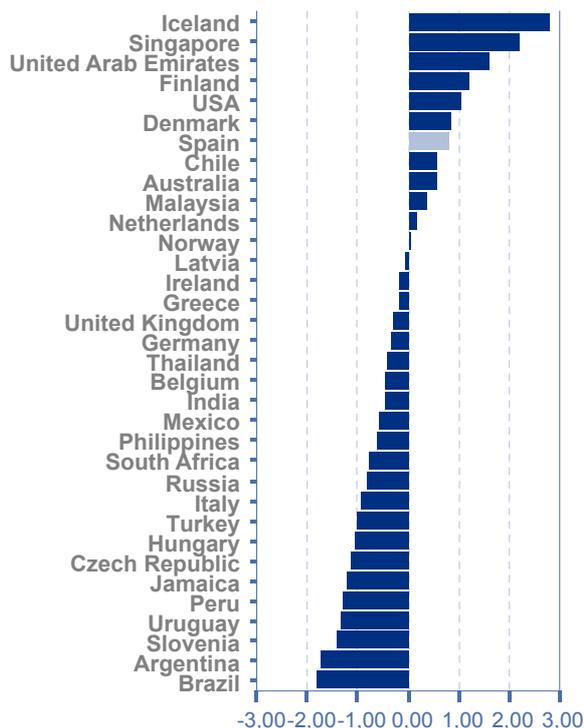
**Figuras nº 65 Situación internacional de España respecto a las condiciones de entorno**



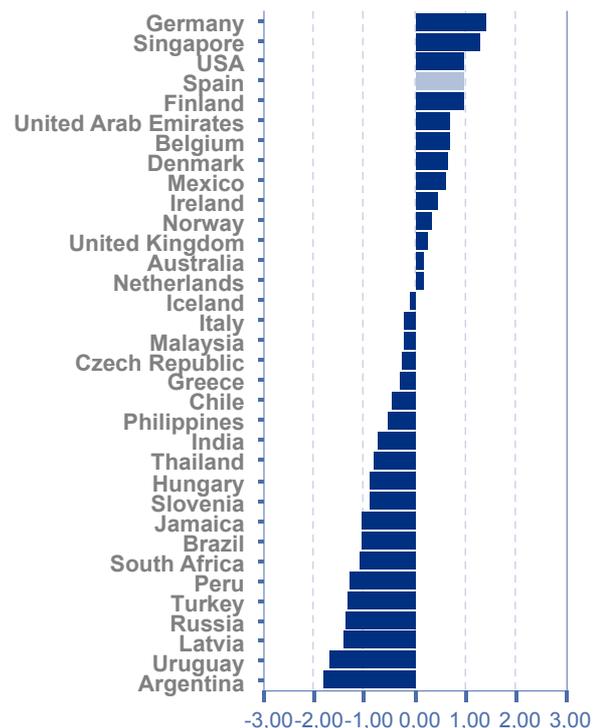
**Acceso a financiación**



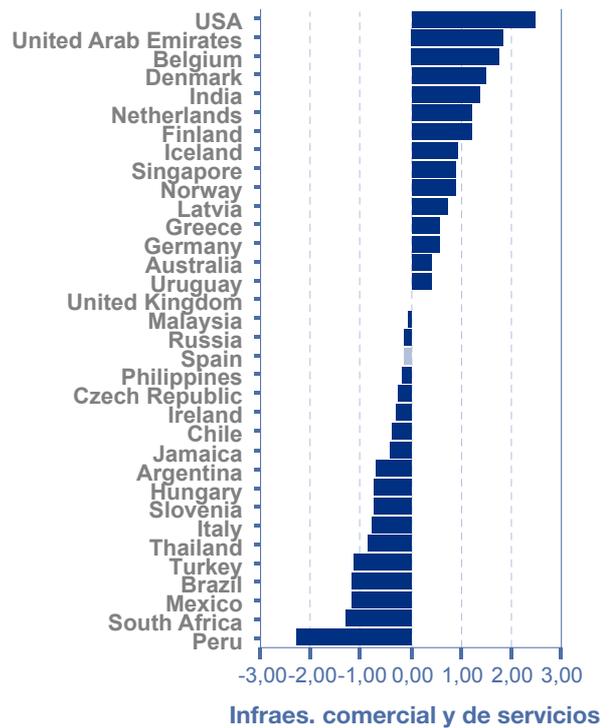
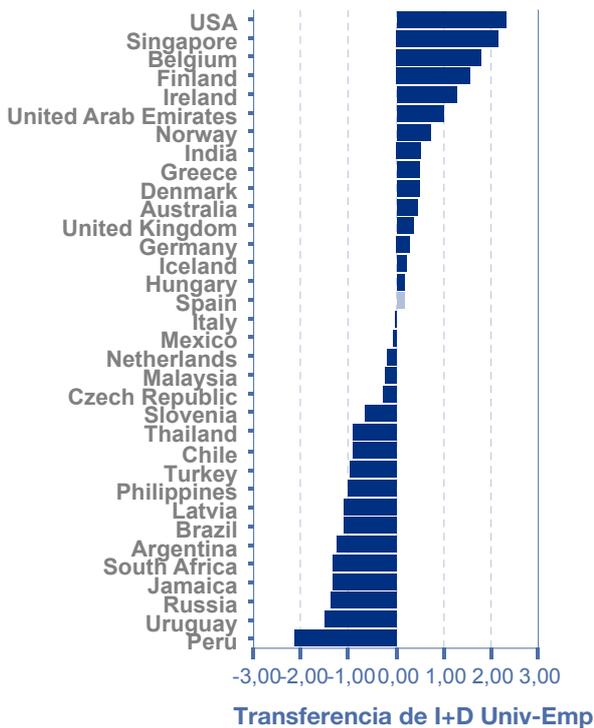
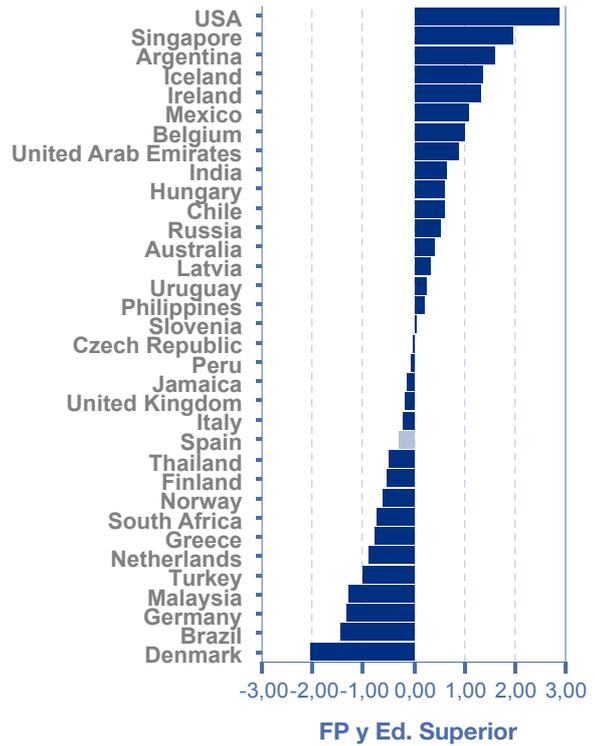
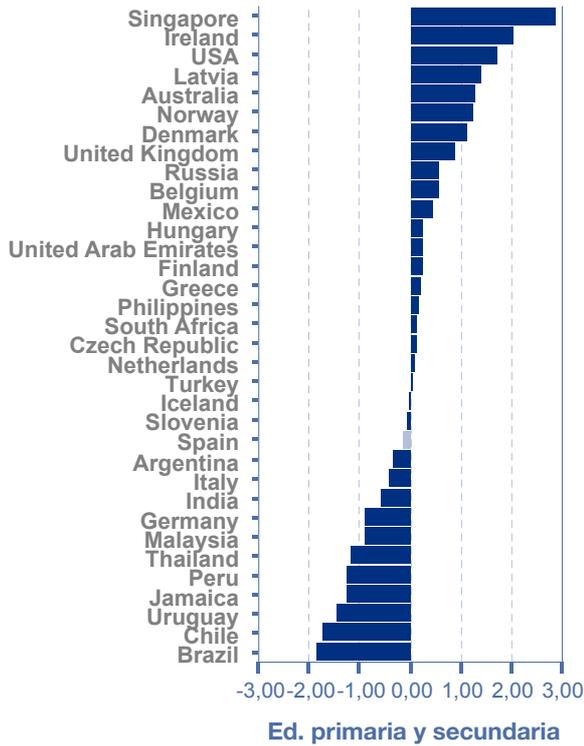
**Pol.Gub. Medidas de apoyo**

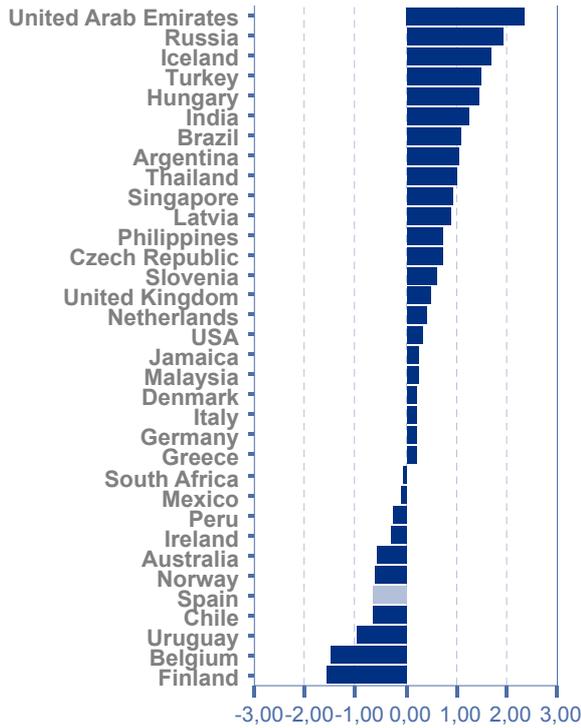


**Pol. Gub. Trámites, Burocr.**

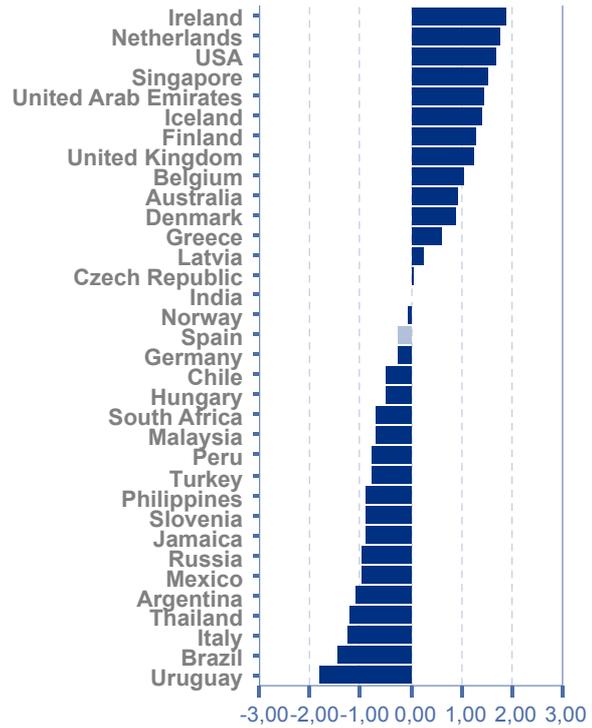


**Programas gubernamentales**

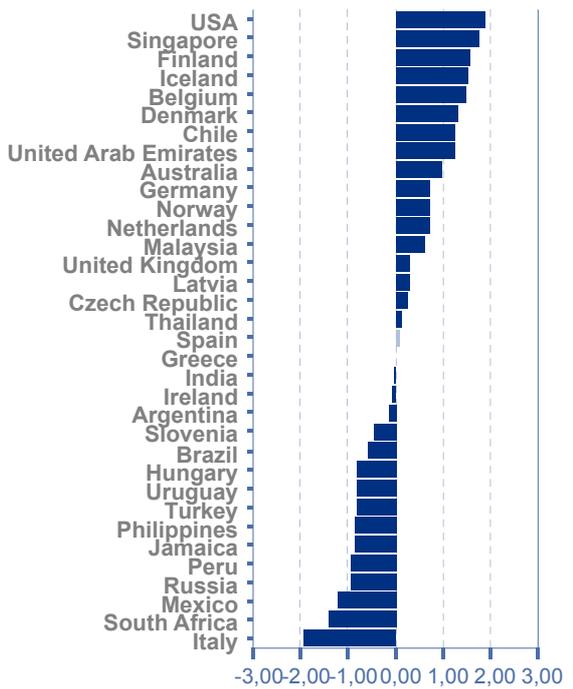




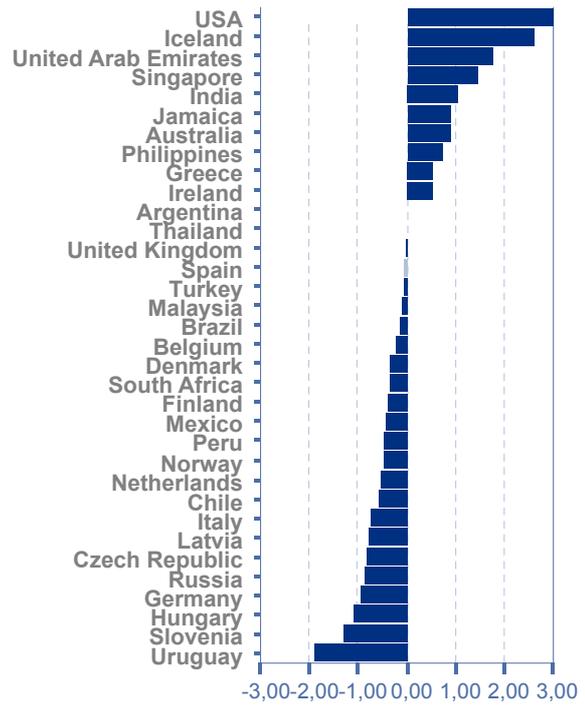
Mercado interior: dinámica



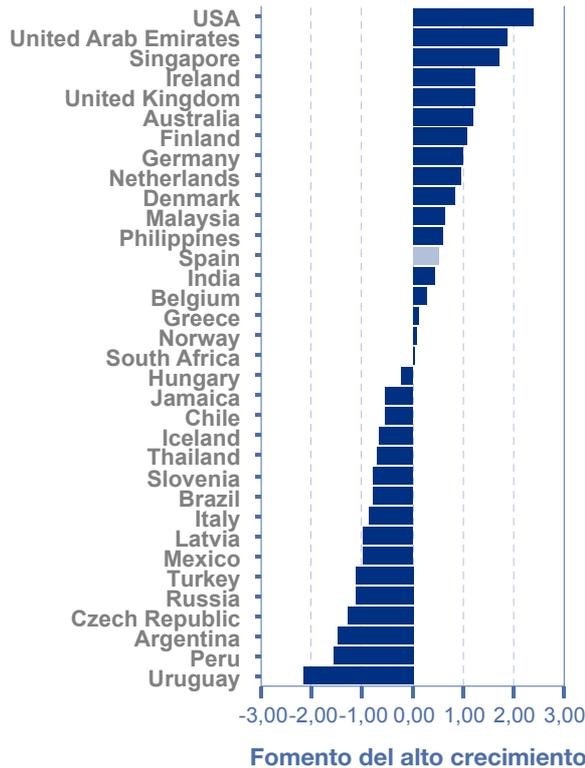
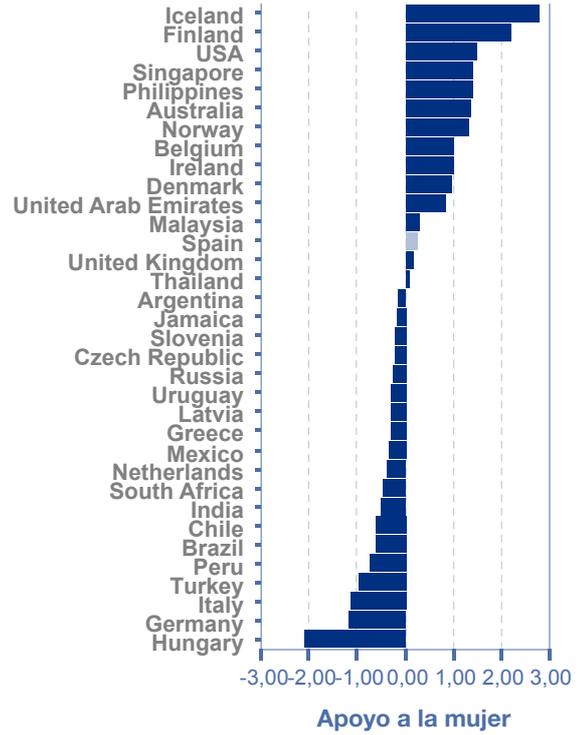
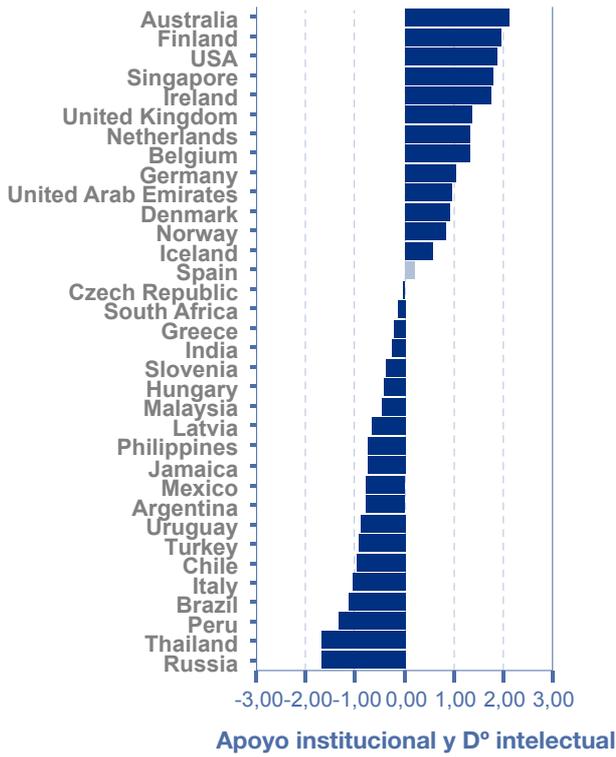
Mercado interior: acceso



Acceso Infraestructura física



Normas sociales y culturales





## **Capítulo 10: Análisis regional de la actividad emprendedora en España en el 2006**

**10.1. Introducción**

**10.2. Principales indicadores de la actividad emprendedora por Comunidades Autónomas**

**10.3. Potencial y entorno emprendedor de las Comunidades Autónomas**  
**Anexo: Ficha técnica del informe GEM**

*Informe Ejecutivo 2006*  
*GEM España*

**06**

## Capítulo 10: Análisis regional de la actividad emprendedora en España en el 2006

### 10.1 Introducción

La edición 2006 del observatorio GEM español cuenta ya con la participación de 13 equipos regionales que presentan sus informes específicos de las Comunidades Autónomas de: Andalucía, Asturias, Canarias, Castilla la Mancha, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra y el País Vasco. Estos informes tienen el mismo grado de desarrollo que el nacional y constituyen una información de inestimable valor para el conocimiento del fenómeno emprendedor en cada territorio.

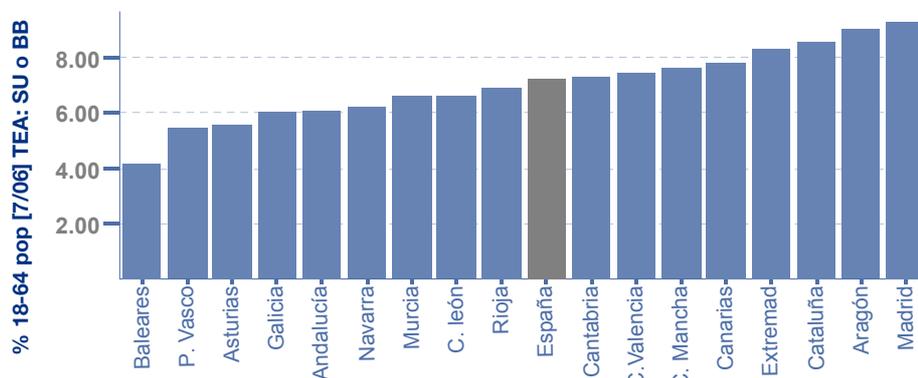
Conscientes de la importancia de completar el mapa de las 17 Comunidades, el equipo nacional ha cubierto este año las 4 regiones que faltaban (Aragón, Baleares, Cantabria y Rioja), para ofrecer, por primera vez, una comparativa regional completa de los principales indicadores del observatorio GEM.

En este capítulo final se presentan estos resultados que permiten hablar ya de un informe prácticamente completo, pues Ceuta y Melilla, se cubrirán a partir del año 2007, a la par que se creará algún equipo regional más entre los que todavía faltan.

### 10.2 Principales indicadores de la actividad emprendedora por Comunidades Autónomas

Una vez completado el mapa de las Comunidades Autónomas, la que tiene un mayor porcentaje de emprendedores en la población es Madrid, seguida de Aragón y Cataluña. Ocho regiones están por encima de la media española y 9 por debajo de ella, si bien, salvo el caso de Baleares, la mayoría presenta niveles de actividad por encima del que mostraba España el año 2005. Aragón, una de las regiones que se analizan por primera vez en el 2006, sorprende por su elevado índice de actividad emprendedora, que los expertos de la región atribuyen a diversos factores: la celebración de la Expo en Zaragoza, el impacto de las nuevas infraestructuras y, especialmente, del AVE, el desarrollo del turismo en el Pirineo y la situación geográfica de la región que constituye un eje entre la cornisa cantábrica y el Mediterráneo y el enlace natural entre Madrid y Cataluña.

Figura nº 66 Comparativa del índice de actividad emprendedora regional



El mayor número estimado de iniciativas en que se traduce el índice de actividad emprendedora (TEA) mostrado en la Figura 66, se registra en Cataluña. El tener más población influye en que haya más actividades, pero la relación no es de tipo lineal. Madrid queda por debajo de Cataluña porque la tradición empresarial de esta región sigue superando a la del resto de CCAA. Madrid, Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valenciana aglutinan la mayor parte de las iniciativas emprendedoras de España, sin embargo, como se ha visto en el gráfico anterior, proporcionalmente hablando, hay más emprendedores en la población de Aragón con respecto a estas cuatro regiones y en Extremadura, Canarias y Castilla la Mancha con respecto a la Comunidad Valenciana y Andalucía.

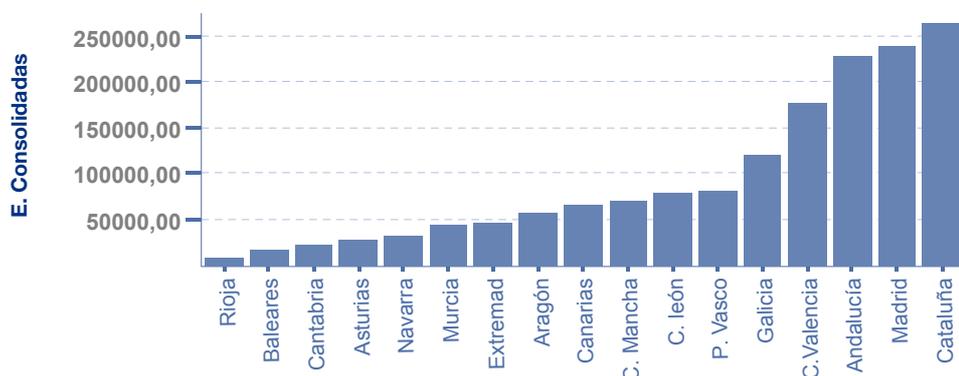
También Cataluña sigue encabezando la lista de regiones con mayor número de iniciativas consolidadas de España (ver figura 68). Le siguen Madrid y Andalucía. La Rioja y Baleares son las regiones que cuentan con menor número de actividades empresariales.

Los informes específicos de cada Comunidad Autónoma contienen las claves que explican el comportamiento emprendedor de sus respectivas poblaciones ayudando a comprender el porqué se producen estas diferencias.

**Figura nº 67 Número estimado de iniciativas emprendedoras en cada CA**

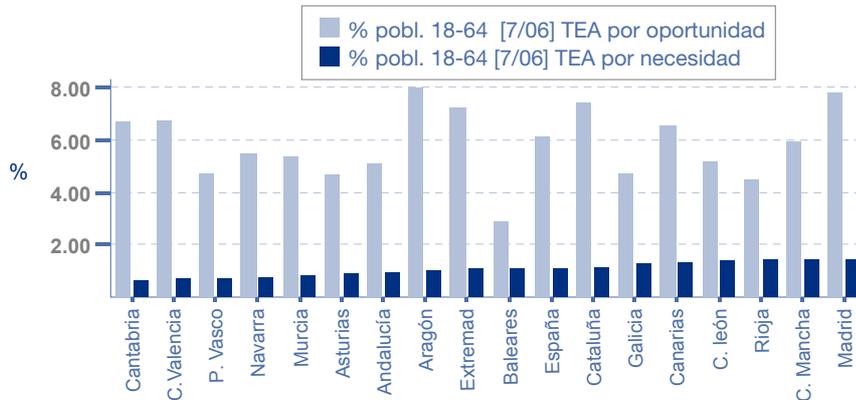


**Figura nº 68 Número estimado de iniciativas consolidadas por Comunidad Autónoma**



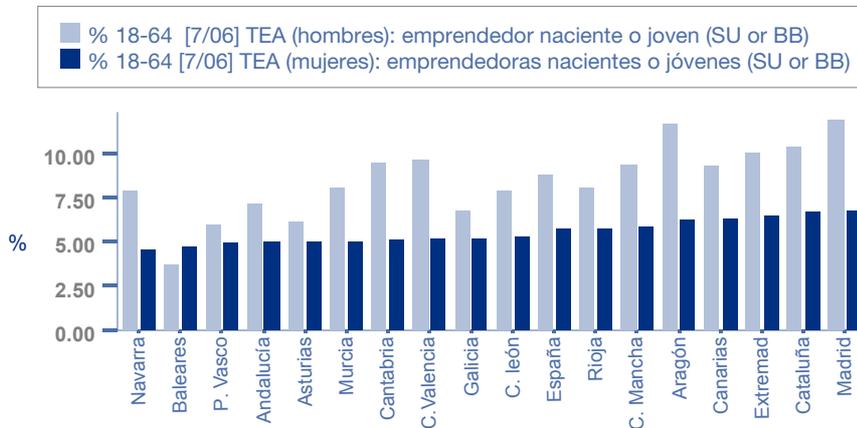
La oportunidad es la motivación predominante para emprender en todas las regiones y en España en general, pero ordenadas de menor a mayor proporción de emprendedores por necesidad, Madrid, Castilla la Mancha, la Rioja y Castilla y León, presentan índices superiores al resto de las regiones.

Figura nº 69 Distribución de actividad emprendedora por oportunidad y necesidad



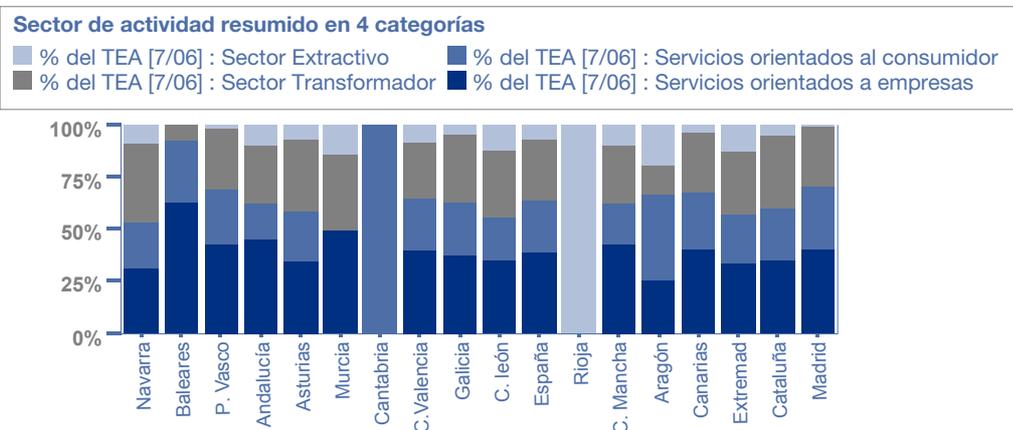
La tasa de participación femenina en la actividad emprendedora es variable entre las regiones españolas, ostentando Madrid la mayor de ellas, seguida de cerca por Cataluña y Extremadura. Llama la atención el hecho de que en Baleares, la tasa femenina supere a la masculina, fenómeno que no tiene lugar en ninguna otra región y que proporciona un interesante objeto de estudio para esta Comunidad Autónoma, cuyos datos se han obtenido por primera vez en el observatorio GEM.

Figura nº 70 Distribución de actividad emprendedora por sexo



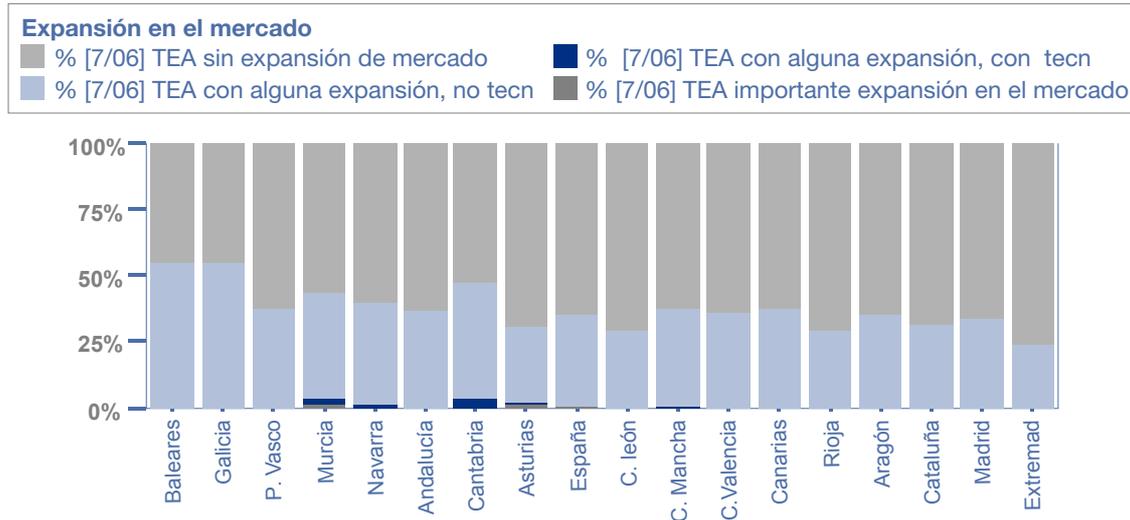
En la mayoría de Comunidades Autónomas, las iniciativas emprendedoras se orientan hacia los servicios a empresas o al consumidor. Sin embargo, existen diferencias significativas. Así, en la Rioja, las escasas iniciativas registradas se enmarcan en el sector extractivo y, en Cantabria en los servicios al consumidor. Aragón, Murcia, Extremadura, Castilla y León, Andalucía, Castilla la Mancha y Navarra, aún siguen ofreciendo un porcentaje notable de oportunidades en el sector primario, sector que en ocasiones se funde con el transformador por la renovación tecnológica a que está siendo sometido. En Baleares y Madrid, apenas tiene impacto la actividad emprendedora en dicho sector. En Aragón, la actividad transformadora se aprecia algo descompensada con respecto al resto de regiones, con la excepción de Baleares.

Figura nº 71 Distribución sectorial de la actividad emprendedora en las regiones



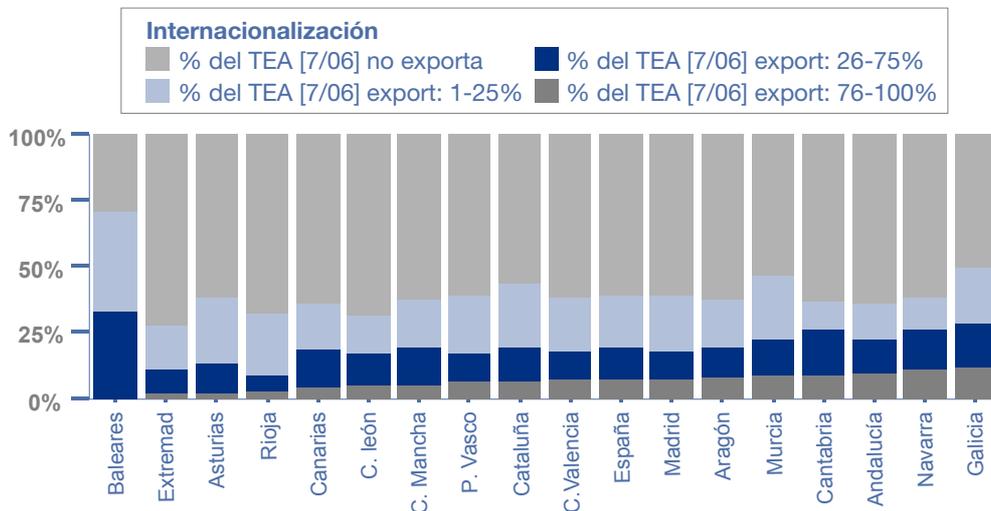
Baleares, Galicia, Cataluña y Murcia destacan en el conjunto por tener más iniciativas con cierta expansión en el mercado, en un panorama general en que predominan las iniciativas sin expansión. Cataluña, especialmente se distingue por acoger una pequeña proporción de iniciativas con expansión de base tecnológica, lo mismo que Murcia, aunque en menor grado.

**Figura nº 72 Distribución de la actividad emprendedora en las regiones según su grado de expansión en el mercado**



Galicia, Navarra y Andalucía se distinguen como las regiones con mayor proporción, aunque estas sea muy discreta, de iniciativas con elevada intensidad de exportación. Baleares también cuenta con importantes proporciones de iniciativas exportadoras, si bien, dicha exportación se concentra en los tramos de hasta un 25% y un 75%.

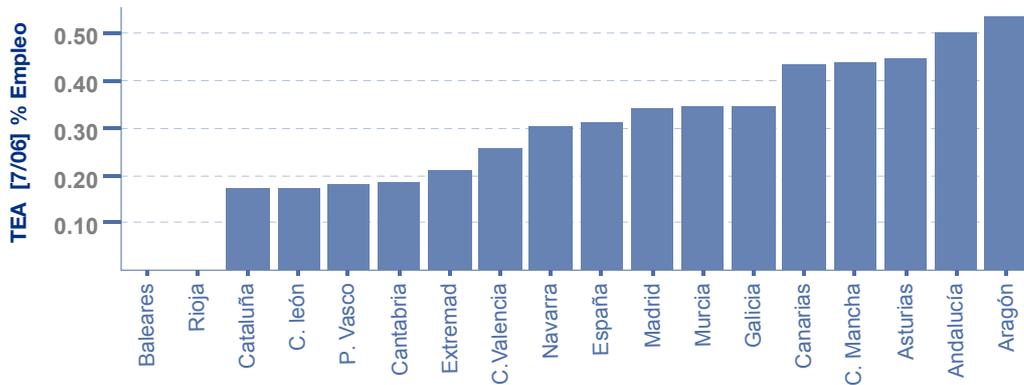
**Figura nº 73 Distribución de la actividad emprendedora en las regiones según su grado de internacionalización**





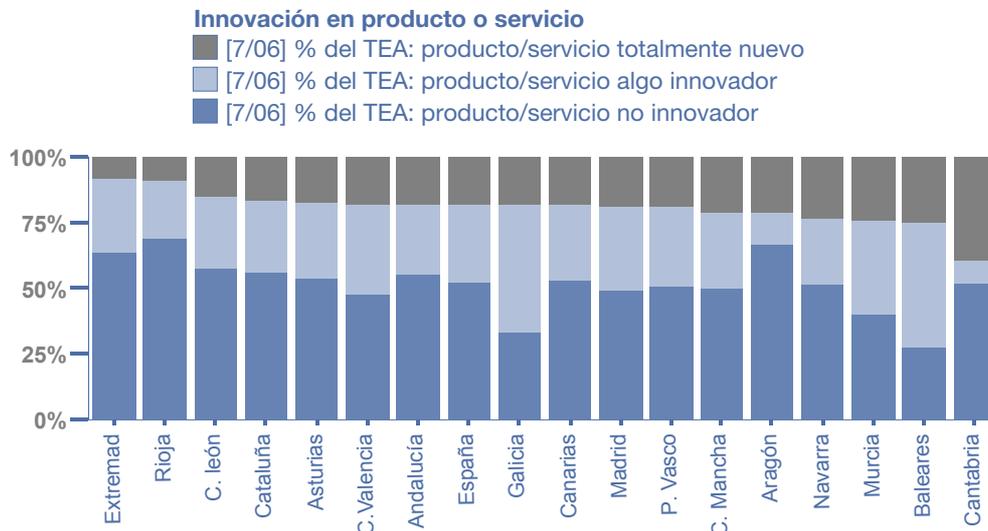
Aragón destaca en cuanto a la proporción de iniciativas con altas expectativas de creación de empleo. Le sigue Andalucía. La Rioja y Baleares no registran actividades de este tipo.

**Figura nº 74 Distribución de la actividad emprendedora en las regiones según su alto potencial de creación de empleo (iniciativas que esperan crear más de 19 puestos en 5 años)**



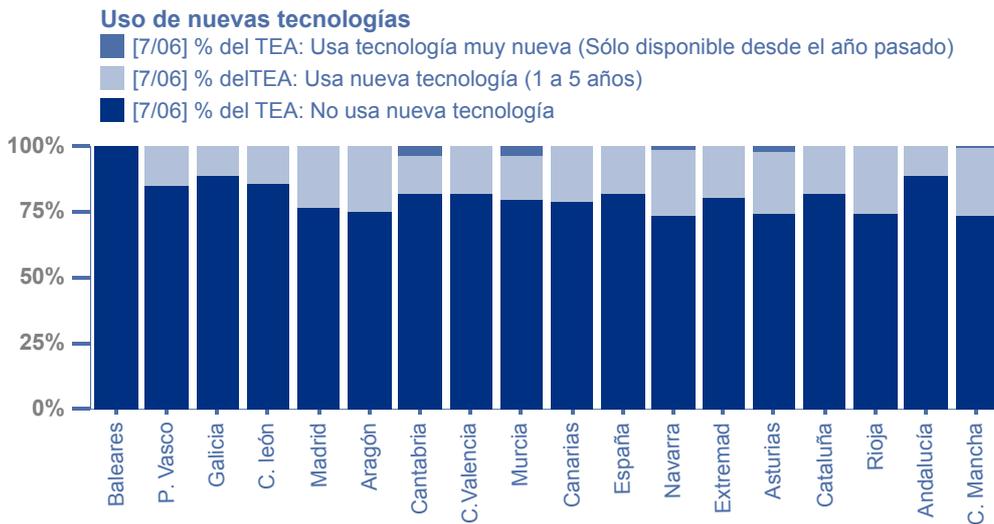
Cantabria se distingue como la región con mayor proporción de iniciativas que ofrecen productos o servicios completamente nuevos. Le sigue Baleares, Murcia y Navarra. En la Rioja, Aragón y Extremadura se registran las mayores proporciones de iniciativas no innovadoras.

**Figura nº 75 Distribución de la actividad emprendedora en las regiones según su grado de innovación**



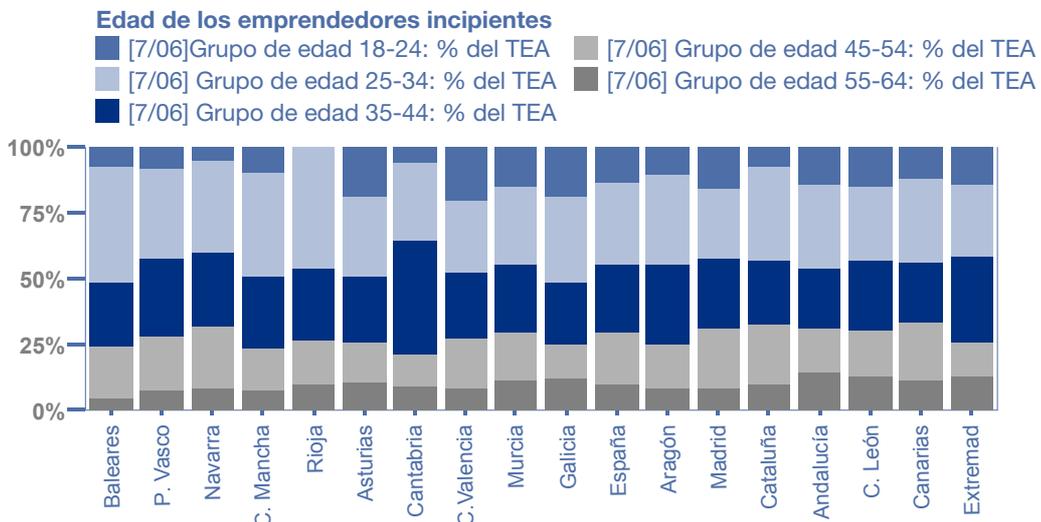
La situación acerca del uso de nuevas tecnologías en la producción de bienes y servicios es parecida en las Comunidades Autónomas, salvo en el caso de Baleares, donde se advierte un mayor retraso en su adopción. En general, la PYME española está bastante al día en cuanto a tecnologías de información, pero acusa un mayor retraso en la adopción de tecnologías de producción de última generación. Varios expertos han mencionado el tema de la dificultad de acceso a dichas tecnologías y la falta de recursos para la actualización en la mayoría de nuestras empresas.

**Figura nº 76 Distribución de la actividad emprendedora en las regiones según su grado de utilización de nuevas tecnologías**



Asturias, una de las regiones punteras en aplicación de materias relacionadas con la creación de empresas en la escuela primaria es, junto con la Comunidad Valenciana y Galicia la que presenta mayor porcentaje de emprendedores en el tramo más joven de edad (18-24 años)

**Figura nº 77 Distribución de la actividad emprendedora en las regiones según la edad de los emprendedores**

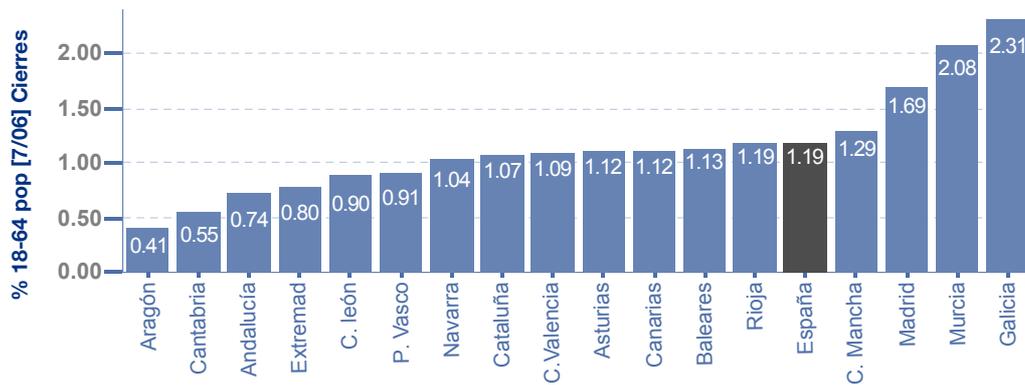




### 10.3 Potencial y entorno emprendedor de las Comunidades Autónomas

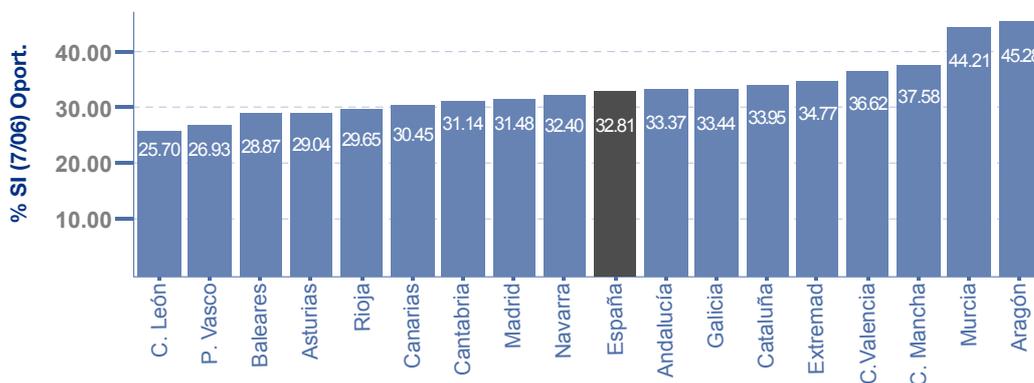
El porcentaje de cierres de actividades registrado en España es un muy bajo y, por consiguiente positivo. La CA con mayor tasa de cierres es Galicia y las que menos registran son Aragón, Cantabria y Andalucía. La estabilidad y disminución de este factor es importante para favorecer el que otros se decidan a emprender.

Figura nº 78 Tasa de cierre de actividades en las regiones excluida la venta



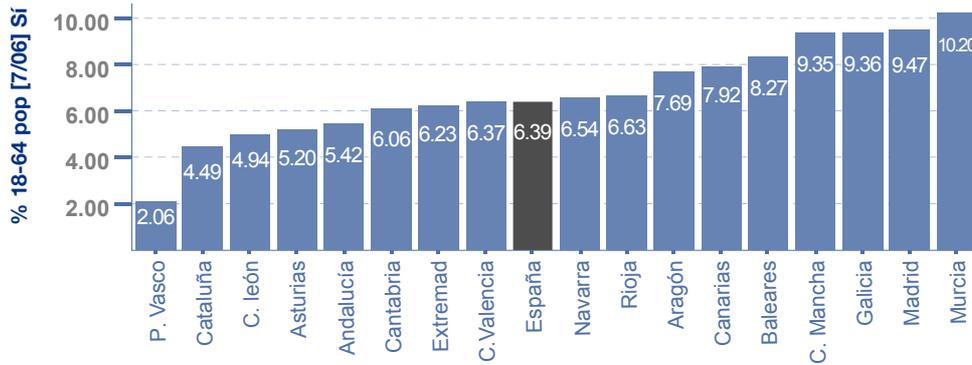
Aragón y Murcia son las regiones en que mayor proporción de la población percibe que hay buenas oportunidades para emprender. En el caso de Aragón, los resultados concuerdan con la medición de la actividad emprendedora actual.

Figura nº 79 Tasa de percepción de buenas oportunidades para emprender en las regiones



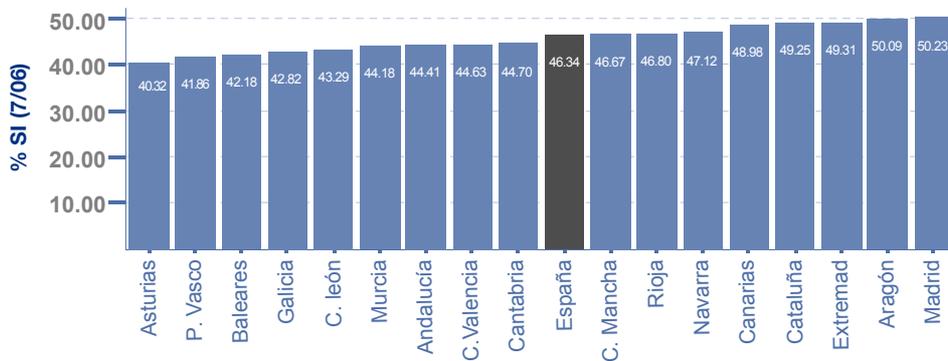
Murcia presenta el porcentaje más elevado de población que afirma tener la idea de emprender una iniciativa propia en el plazo de tres años (figura 80). Por consiguiente, es la región con más potencial emprendedor en este sentido. Con ella, son nuevas las Comunidades por encima de la media española, síntoma positivo de desarrollo del espíritu emprendedor.

**Figura nº 80 Tasa de emprendedores potenciales en las regiones**



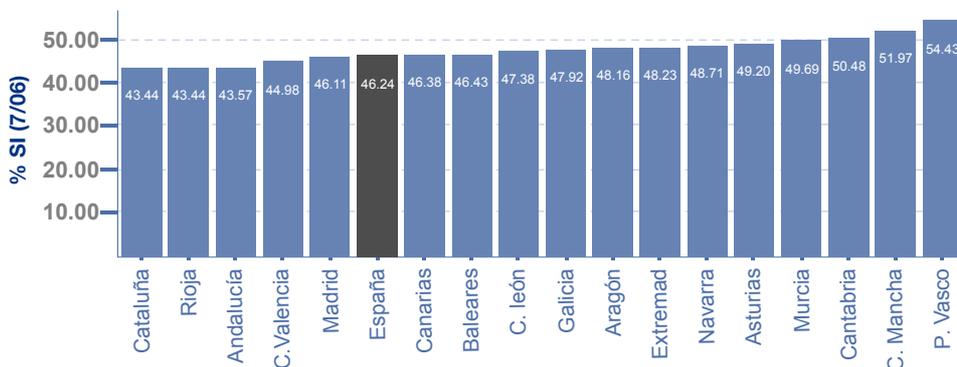
Madrid, Aragón, Extremadura y Cataluña son las Comunidades donde hay mayores porcentajes de población que afirma tener los conocimientos y habilidades necesarios para emprender un pequeño start up. Los resultados concuerdan con las importantes contribuciones de estas regiones al proceso emprendedor. Nueve regiones quedan por debajo de la media en cuanto a este indicador.

**Figura nº 81 Tasa de emprendedores potenciales en las regiones**



El repaso por el entorno regional para emprender finaliza con la comparativa de los porcentajes de población para los cuales el miedo al fracaso es un obstáculo para emprender. La población del País Vasco encabeza una lista en la que no hay excesivas diferencias, pues en todas las regiones, entre un 42 y un 55% de la población teme al fracaso. Con todo, el resultado es coherente, pues el País Vasco es la región en que menos personas tienen previsto emprender en los próximos 3 años y, Cataluña, que cierra la lista con el menor porcentaje de esta variable, es la comunidad con mayor tradición emprendedora de la nación. Todo ello, se puede visualizar en la Figura 82.

**Figura nº 82 Tasa de emprendedores potenciales en las regiones**



El volumen de información regional obtenido en la edición 2006 es demasiado extenso como para consignarlo en estas páginas, por lo que se remite a los lectores interesados en obtener más detalles, a los informes regionales de las respectivas Comunidades Autónomas. En ellos se encuentra también, la información proporcionada por los expertos de cada región, con interesantes recomendaciones que pueden ayudar en el diseño de políticas públicas adecuadas a la problemática de cada región.

## Anexo: Ficha técnica del informe GEM

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

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

Encuesta a la población adulta española de 18-64 años de edad, realizada entre abril y julio de 2006

Encuesta a expertos de los ámbitos: financiero, políticas y programas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios a empresas, educación y formación, normas sociales y culturales, transferencia de I+D y apertura del mercado interno. Realizada entre abril y junio de 2006.

Variables secundarias procedentes de las siguientes fuentes:

- Crecimiento y desarrollo nacional: IMF
- Empleo: ILO, OCDE, WDI
- Exportación: WTO, CL-CC
- Demografía: US Census, Eurobarómetro
- Educación: WDI
- Tecnología e información: ITV, WDI, WCY
- Papel del Gobierno en temas económicos: WCY, WDI y otras
- Productividad: PROD NOTE
- Renta: WDI
- Competitividad: GCR, WCY, IEF
- Capital Riesgo: VCNOTES, BRL, ICGR

Siendo:

BRL = Bankruptcy and Reorganisation Laws  
 CL-CC = Company Law or Commercial Code  
 GCR = Global Competitiveness Report  
 ICRG = International Country Risk Guide  
 IMF = World Economic Outlook Data Base, International Monetary Fund  
 IEF = Index of economic freedom (Heritage Foundation & The Wall Street Journal)  
 ILO = International Labour Organization  
 ITV = NUA Internet Surveys  
 OECD = Organization for Economic Coordination and Development  
 PROD NOTE = WCY, IMF, ILO  
 USCENSUS = US Census Bureau International Database  
 WDI = The World Bank, World Development Indicators

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

Universo (1)	28.036.098 habitantes residentes en España de 18 a 64 años.
Muestra	28.306 individuos mayores de 18 años y menores de 65 años.
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las provincias según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural). En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo entre 18 y 64 años.
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Error muestral (+/-) (2)	± 0,58%
Nivel de confianza	95%
Periodo encuestación	Desde el mes de abril hasta julio de 2.006
Trabajo de campo	Instituto Opinometre
Codificación y base de datos	Instituto Opinometre

(1) Fuente INE 2006

(2) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas  
 Hipotesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación.



Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un Consorcio compuesto, en la edición 2006, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Argentina, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Colombia, Croacia, Chile, China, Dinamarca, Emiratos Árabes Unidos, Eslovenia, España, EEUU, Filipinas, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, India, Indonesia, Irlanda, Islandia, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, Malasia, Méjico, Noruega, Perú, R. Unido, R. Checa, Rusia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Tailandia, Turquía y Uruguay. Asimismo, son componentes regionales del Proyecto, los equipos de: Andalucía, Asturias, Canarias, Castilla la Mancha, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Escocia, Extremadura, Gales, Galicia, Irlanda del Norte, Madrid, Murcia, Navarra y País Vasco. Los nombres de los miembros de todos los equipos españoles están publicados en el Informe Nacional Español. Asimismo, existe el Informe Global Entrepreneurship Monitor y los Informes del resto de naciones participantes que pueden obtenerse en: [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org). GEM Global agradece a todos los investigadores del proyecto y a sus patrocinadores, su trabajo y su apoyo, que son los que hacen posible que esta investigación vea la luz cada año.

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

© Global Entrepreneurship Research Association

# Global Entrepreneurship Monitor

*Informe Ejecutivo GEM España 20*

*(Although data used in this work are collected by the GEM consortium, their analysis and interpretation are the sole responsibility of the authors)*

# 06

## PATROCINADORES E INSTITUCIONES

<b>Nacional</b>	
<b>Andalucía</b>	
<b>Asturias</b>	
<b>Canarias</b>	
<b>Castilla La Mancha</b>	
<b>Castilla y León</b>	
<b>Cataluña</b>	
<b>Comunidad Valenciana</b>	
<b>Galicia</b>	
<b>Navarra</b>	

<b>Extremadura</b>	
<b>Madrid</b>	
<b>Murcia</b>	
<b>País Vasco</b>	