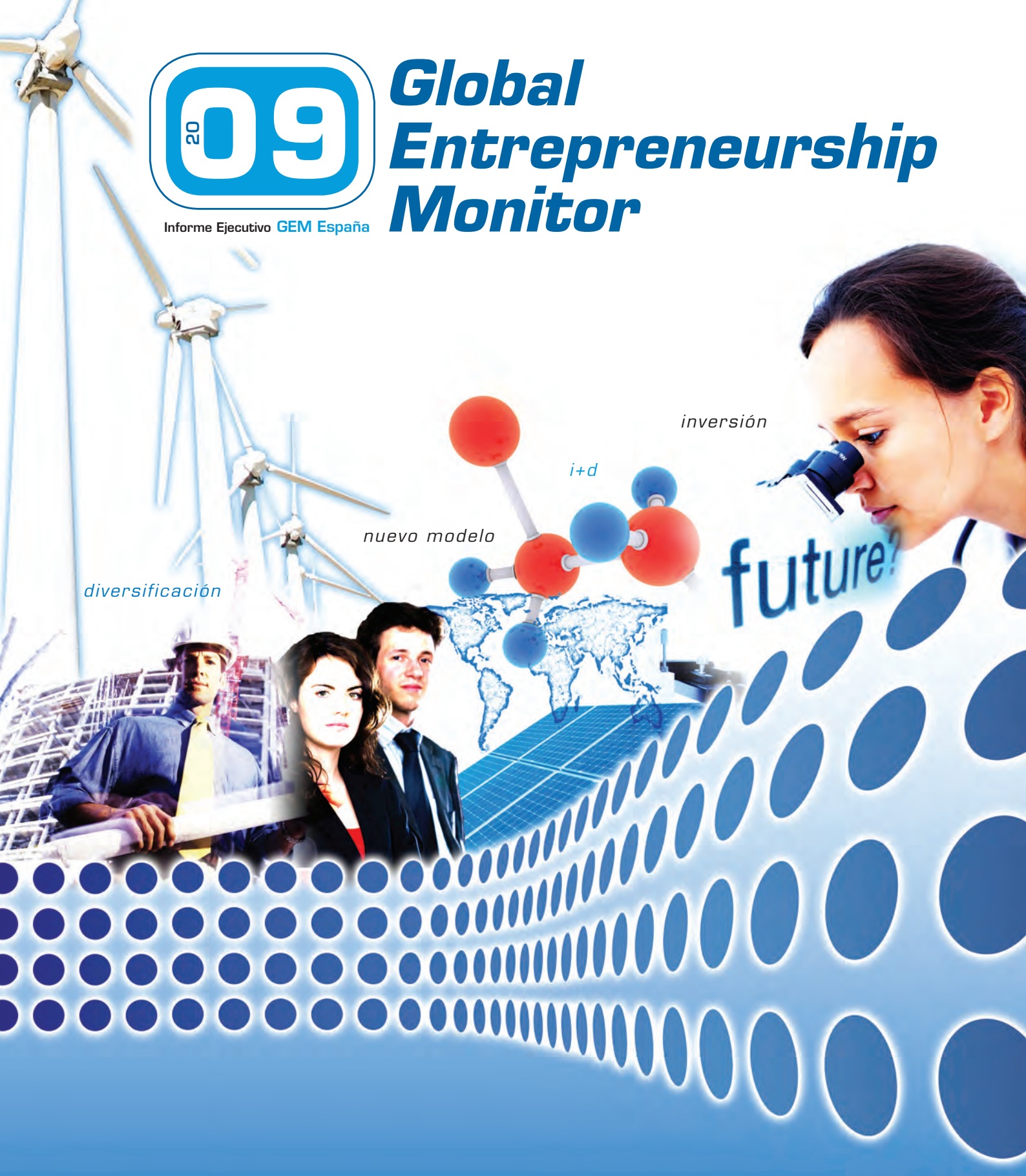
# 2009 Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo GEM España




**D**irector del **P**royecto: *Ignacio de la Vega García-Pastor* / **D**irección **T**écnica y de **I**nvestigación: *Alicia Coduras*
**I**nvestigadoras: *Cristina Cruz, Rachida Justo* / **A**dministradora del proyecto: *Isabel González*

Global Entrepreneurship Monitor
Informe Ejecutivo 2009 España

www.ie.edu/gem

Depósito Legal M-18.342-2009

ISSN
1695-9302

# 2009

Informe Ejecutivo **GEM España**

ie

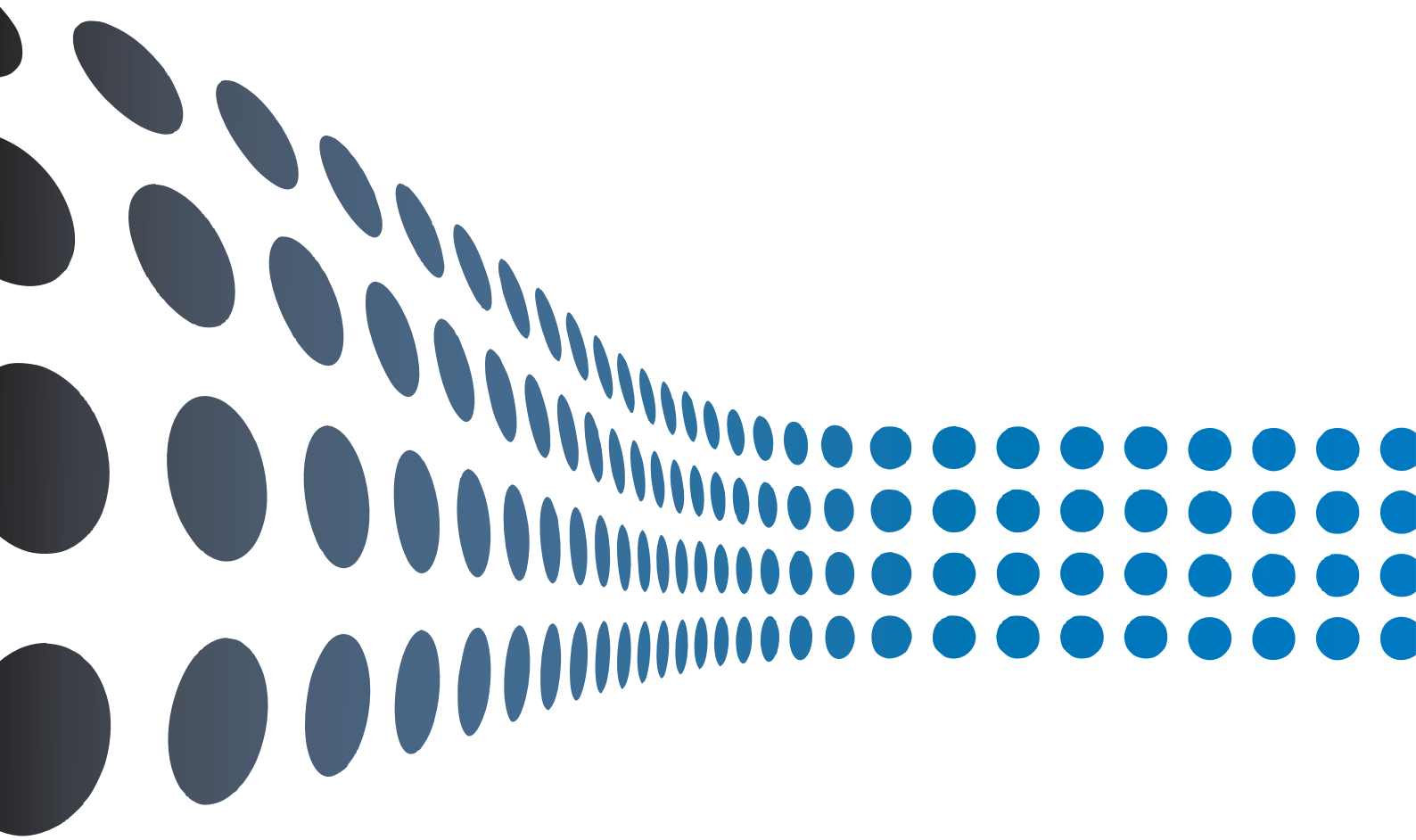
Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

GEM

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

## RELACIÓN DE LOS EQUIPOS GEM QUE PARTICIPAN EN LA EDICIÓN 2008 EN ESPAÑA Y SUS PATROCINADORES

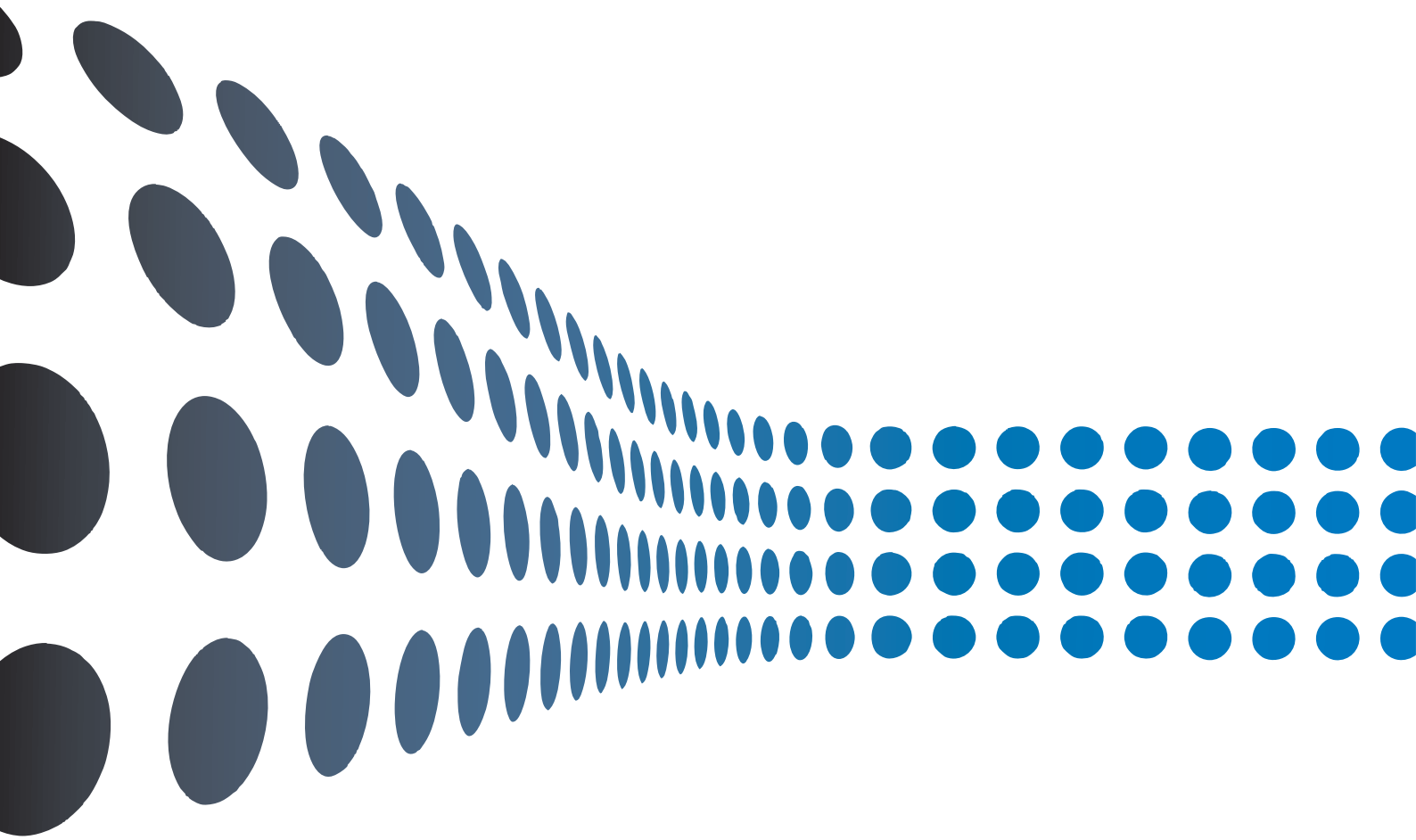
| UNIDAD | INSTITUCIÓN | MIEMBROS | PATROCINADORES |
|---|---|---|---|
| Nacional | IE Business School | Ignacio de la Vega García-Pastor (Director del Proyecto GEM España)<br>Alicia Coduras Martínez (Directora Técnica GEM-España)<br>Cristina Cruz Serrano<br>Rachida Justo<br>Isabel González Moya (Administradora GEM-España) | Fundación Instituto de Empresa<br>Dirección General de Política de la Pyme, Ministerio de Industria y Comercio<br>Fundación Banesto |
| Andalucía | Universidad de Cádiz | José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía)<br>José Aurelio Medina<br>José Daniel Lorenzo<br>Antonio Rafael Ramos<br>David Urbano | Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía<br>Centro de Estudios Andaluces |
| Aragón | Universidad de Zaragoza | Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón)<br>Cristina Bernad Morcate<br>Elisabet Garrido Martínez<br>Jaime Gómez Villascuerna<br>Juan Pablo Maícas López<br>Raquel Orcos Sánchez<br>Raquel Ortega Lapiedra<br>Sergio Palomas Doña | Gobierno de Aragón. Departamento de Industria, Comercio y Turismo<br>Instituto Aragonés de Fomento<br>Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio<br>Universidad de Zaragoza |
| Asturias | Universidad de Oviedo | Juan Ventura Victoria (Director GEM-Asturias)<br>Montserrat Entrialgo Suárez<br>Enrique Loredo Fernández | Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno del Principado de Asturias |
| Canarias | Universidad de Las Palmas de Gran Canaria<br>Universidad de La Laguna | Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias)<br>Alicia Bolívar Cruz<br>Alicia Correa Rodríguez<br>Desiderio García Almeida<br>Ana L. González Pérez<br>Esther Hormiga Pérez<br>Pino Medina Brito<br>Agustín Sánchez Medina<br>Silvia Sosa Cabrera<br>Domingo Verano Tacoronte | La Caja de Canarias<br>Caja Canarias<br>Gobierno de Canarias - Promoción Económica<br>Fondo Social Europeo |
| Cantabria | Universidad de Cantabria<br>Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria | Francisco Javier Martínez García (Director GEM-Cantabria)<br>Ana Fernández Laviada<br>José Manuel Fernández Polanco<br>Gemma Hernando Moliner<br>María Concepción López Fernández<br>Ana María Serrano Bedia<br>Francisco M. Somohano Rodríguez | Santander<br>Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda<br>Grupo SODERCAN<br>Fundación UCEIF |

| UNIDAD | INSTITUCIÓN | MIEMBROS | PATROCINADORES |
|---|---|---|---|
| Castilla y León | Universidad de León | Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León)<br>Nuria González Álvarez<br>Constantino García Ramos<br>Vanesa Solís Rodríguez<br>José Luis de Godos Díez<br>Noemi Huerga Pérez | Junta de Castilla y León<br>ADE Inversiones y Servicios<br>Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León<br>Universidad de León |
| Cataluña | Institut D'Estudis Regionals i Metropolitans<br><br>Universidad Autónoma de Barcelona | Yancy Vaillant, Carlos Guallarte (Dirección GEM-Cataluña)<br><br>Esteban Lafuente (Investigador Principal)<br>Rafael Boix<br>Teresa Obis<br>Marc Figuls | Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic<br><br>Generalitat de Catalunya. Departament de Treball. |
| Ceuta | Universidad de Granada | Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta)<br>María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Ceuta)<br>Carlos A. Albacete Sáez<br>Ana María Bojica<br>Gabriel García-Parada Arias<br>Manuel Hernández Peinado<br>Sara Rodríguez Gómez<br>Matilde Ruiz Arroyo | PROCESA-Sociedad de Fomento<br><br>Fundación Empresa Universidad de Granada |
| C. Valenciana | Universidad Miguel Hernández | José María Gómez Gras (Director GEM Comunidad Valenciana)<br>Ignacio Mira Solves (Dirección técnica)<br>Jesús Martínez Mateo<br>Antonio J. Verdú Jover<br>Noelia López del Castillo<br>Mª José Alarcón García<br>Mª Cinta Gisbert López<br>Javier Sancho Azuar<br>Mª Antonia Vaquero Sánchez<br>Domingo Galiana Lapera | Air Nostrum<br>Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA) |
| Extremadura | Fundación Xavier de Salas - Universidad de Extremadura | Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura y Coordinador Regional)<br>J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico)<br>Mª de la Cruz Sánchez Escobedo<br>Mª Victoria Postigo Jiménez | Fundación Xavier de Salas,<br>Junta de ExtremaduraUniversidad de Extremadura<br>Fomento de Emprendedores<br>CC. NN. Almaraz-Trillo<br>Sofiex<br>Arram Consultores<br>Fundación Academia Europea de Yuste<br>Ogesa, S.A.<br>Hoy Diario de Extremadura<br>Grupo Alfonso Gallardo<br>El Periódico de Extremadura<br>Philip Morris Spain, S. L.<br>Palicrisa<br>Caja Rural de Extremadura<br>Cámara de Comercio de Cáceres<br>Urvicasa<br>Infostock<br>Comisiones Obreras de Extremadura,<br>Federación Empresarial Cacereña,<br>U.G.T. de Extremadura,<br>García Plata y Asociados<br>Caja Duero, Cámara de Comercio de Badajoz,<br>Gestyona, S.L.<br>Huerta Honda. |

| UNIDAD | INSTITUCIÓN | MIEMBROS | PATROCINADORES |
|---|---|---|---|
| Galicia | Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)<br>CEEI Galicia SA (BIC Galicia)<br>Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela | Araceli de Lucas Sanz (Directora GEM-Galicia)<br>Fausto Santamarina Fernández<br>Marta Amate López<br>José Antonio Neira Cortés<br>María José Garrido Herrrera<br>Enrique Vila Sánchez<br>Enrique Gómez Fernández<br>Mariela Pérez-Rasilla Bayo<br>José Alberto Díez de Castro<br>Guillermo Sánchez Vilariño<br>Emilio Ruzo Sanmartín<br>Begoña Barreiro Fernández<br>Fernando Losada Pérez<br>María Gómez Barreiro | Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)<br>CEEI Galicia SA (BIC Galicia)<br>Grupo de investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela<br>Consellería de Economía e Industria<br>Consellería de Traballo e Benestar |
| Madrid | Universidad Autónoma de Madrid<br>Instituto Madrileño de Desarrollo | Eduardo Bueno Campos (Director GEM-Madrid)<br>Julio Acosta<br>Carlos Merino Moreno<br>Miguel Palacios<br>Javier Tafur<br>Sofía García<br>Cecilia Murcia | Instituto Madrileño de Desarrollo<br>Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid |
| Murcia | Universidad de Murcia | Antonio Aragón Sánchez (Director GEM-Murcia)<br>Alicia Rubio Bañón (Directora-GEM-Murcia)<br>Nuria Nevers Esteban Albert<br>José Andrés López Yepes<br>María Feliz Madrid Garre<br>Mercedes Palacios Manzano<br>Gregorio Sánchez Marín | Fundación Cajamurcia<br>Consejería de Economía, Empresa e Investigación<br>Instituto de Fomento de la Región de Murcia<br>Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia<br>Universidad de Murcia |
| Navarra | Servicio Navarro de Empleo<br>Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra<br>Universidad Pública de Navarra | Cristina Arcaya<br>Cristina García<br>Fermín Sáez<br>María Ibarrola<br>Miren Sanz (Coodinadora GEM-Navarra)<br>María Sanz de Galdeano<br>Ignacio Contín<br>Martín Larraza | Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo |
| País Vasco | Instituto Vasco de Competitividad<br>Universidad de Deusto<br>Universidad del País Vasco<br>Universidad de Mondragón<br>Aston University | Iñaki Peña (Director del proyecto GEM-País Vasco)<br>José Luis González-Pernía<br>Juan José Gibaja<br>María Saiz<br>Jon Hoyos<br>Saioa Arando<br>Iosu Lizarralde<br>Aloña Martiarena | Eusko Ikaskuntza<br>SPRI, Gobierno Vasco<br>Diputación Foral de Álava<br>Diputación Foral de Bizkaia<br>Diputación Foral de Gipuzkoa<br>Fundación Emilio Soldevilla |

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

GEM

# INDICE


| APARTADO | PÁG |
|---|---|
| Carta del Director del Proyecto GEM en España | 13 |
| **I. Introducción** | 16 |
| **II. El Proyecto GEM: conceptualización y modelo teórico** | 18 |
| **III. Score Cards o cuadros sintéticos de indicadores y resultados 2009** | 21 |
| **IV. Resumen Ejecutivo** | 24 |
| **1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en España** | 27 |
| 1.1. Actividad emprendedora registrada en la población activa española | |
| 1.2. Evolución de la actividad emprendedora total registrada en la población activa española | |
| 1.3. Dinámica empresarial en la población activa española | |
| 1.4. Actividad emprendedora en el contexto internacional | |
| 1.5. Dinámica empresarial en el contexto internacional GEM | |
| 1.6. Potencial emprendedor en la población adulta española y en el contexto internacional | |
| **2. Tipos de comportamiento emprendedor** | 45 |
| 2.1. Introducción | |
| 2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor | |
| 2.3. Análisis de otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en España el año 2009 | |
| **3. Perfil socioeconómico del emprendedor residente en España** | 51 |
| 3.1. Introducción | |
| 3.2. Género | |
| 3.3. Edad | |
| 3.4. Nivel de estudios | |
| 3.5. Nivel de renta | |
| 3.6. Tamaño medio del hogar | |
| 3.7. Situación laboral | |
| 3.8. Origen | |
| 3.9. Posesión de formación específica para emprender | |
| **4. Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor y empresarial en España** | 57 |
| 4.1. Introducción | |
| 4.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras y consolidadas españolas en el 2009 | |
| 4.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras y consolidadas españolas del 2009 | |
| 4.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y consolidadas españolas medida a través del número de empleados en Julio de 2009 | |
| 4.5. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado | |
| 4.6. Actividad emprendedora de las empresas nuevas y consolidadas | |
| 4.7. Innovación en las iniciativas emprendedoras y consolidadas | |
| 4.8. Grado de competencia que afrontan las iniciativas emprendedoras y las consolidadas | |
| 4.9. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas | |
| 4.10. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas | |
| 4.11. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas | |
| **5. Financiación del Proceso Emprendedor Español** | 73 |
| 5.1. Introducción | |
| 5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha un start up en el 2009 en España | |
| 5.3. El papel del Inversor Informal tipo Business Angel en España y en el entorno GEM | |
| 5.4. El perfil del Inversor Informal en España | |
| 5.5. El papel del capital riesgo | |
| **6. Actividad Emprendedora en función del género** | 81 |
| 6.1. Introducción | |
| 6.2. La actividad emprendedora femenina y masculina en España y en el ámbito GEM internacional | |
| 6.3. Características de la actividad emprendedora femenina comparadas con la a de la masculina | |
| 6.4. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora española y su comparación con el del hombre emprendedor | |
| 6.5. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora | |
| 6.6. El estado del entorno para el emprendimiento femenino | |

**7. Actividad emprendedora en función del origen del emprendedor** 91
7. Actividad emprendedora en función del origen del emprendedor
7.1. Introducción
7.2. La evolución de la inmigración en España
7.3. Actividad emprendedora incipiente de los extranjeros el año 2009
7.4. Diferencias entre los perfiles socio-económicos de los emprendedores en función de su origen
7.5. Características de la actividad emprendedora extranjera en el 2009
7.6. Procedencia de los emprendedores extranjeros y algunas conclusiones

**8: Motivación y capacidad para emprender en la población activa española en el 2009** 107
8.1. Introducción
8.2. La percepción de buenas oportunidades para emprender
8.3. El estado del entorno social del emprendedor como factor de motivación y capacitación para emprender
8.4. Posicionamiento español en el plano internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la motivación y capacitación para emprender

**9: Análisis general del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora en España en el 2009** 117
9.1. Introducción
9.2. Estado medio general de las condiciones de entorno para emprender
9.3. Algunas opiniones facilitadas: hablan los expertos
9.4. Información detallada relativa a las condiciones de entorno
9.5. Posición española en el ámbito internacional GEM 2009 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos

**10. Emprendimiento de índole social en España** 137
10.1. Introducción
10.2. Actividad emprendedora social en el contexto internacional
10.3. Tipos de actividad emprendedora social
10.4. Perfil socio-demográfico de los emprendedores sociales en España

**11. Actividad emprendedora y empresa familiar** 145
11.1. Introducción
11.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial de las empresas familiares
11.3. Características de los emprendedores familiares
11.4. Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor y empresarial en el caso de las empresas familiares
11.5. Impacto de la crisis sobre las iniciativas emprendedoras y consolidadas de carácter familiar

**12. Formación específica para emprender e impacto de la I+D en el proceso emprendedor y empresarial español el año 2009** 157
12.1. Introducción
12.2. Prevalencia de la formación específica para emprender en la población activa española el año 2009
12.3. Etapa en la que se recibe la formación específica para emprender
12.4. Actividad emprendedora y empresarial derivada de la transferencia de I+D en España el año 2009
12.5. Principales características de la actividad emprendedora y empresarial derivada de la transferencia de I+D en España el año 2009

**13. El impacto de la crisis** 165
13.1. Introducción
13.2. Opinión de los emprendedores nacientes sobre la creación empresarial, las expectativas de crecimiento y el impacto de la crisis en las oportunidades de negocio, comparando la situación actual con la de hace un año
13.3. Opinión de los emprendedores nacientes sobre la creación empresarial, las expectativas de crecimiento y el impacto de la crisis en las oportunidades de negocio, comparando la situación actual con la de hace un año en función del sector
13.4. El pulso del consumidor respecto a productos innovadores

**14. Breve análisis regional de la actividad emprendedora en España en el 2009** 173
14.1. Introducción
14.2. Principales indicadores de la actividad emprendedora por Comunidades y Ciudades Autónomas
Anexo: Ficha técnica y aspectos metodológicos

**Anexo. Ficha técnica del informe GEM** 181

| FIGURA Nº | TITULO | PAG. |
|---|---|---|
| Figura nº 1 | El Modelo Conceptual GEM | 18 |
| Figura nº 2 | El Proceso Emprendedor según el proyecto GEM | 20 |
| Figura nº 3 | Evolución del índice TEA que mide la actividad emprendedora total en España en el período 2000-2009 | 30 |
| Figura nº 4 | Abandono de iniciativas y su motivación | 33 |
| Figura nº 5 | Influencia de la crisis en el abandono de una actividad el año 2009 | 34 |
| Figura nº 6 | Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2009, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad | 36 |
| Figura nº 7 | Actividad emprendedora en los países de la UE participantes GEM 2009, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad | 36 |
| Figura nº 8 | Actividad emprendedora en los países de la OCDE participantes GEM 2009, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad | 37 |
| Figura nº 9 | Relación de dependencia del TEA respecto del nivel de desarrollo de los países GEM 2009 como conjunto total | 37 |
| Figura nº 10 | Actividad empresarial (incluyendo autoempleo y todos los sectores) en los países participantes en GEM 2009, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad | 39 |
| Figura nº 11 | Empresa consolidada (que lleva más de 3,5 años en activo) detectada como porcentaje de la población en el contexto de la Unión Europea, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad | 39 |
| Figura nº 12 | Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población activa en el contexto de la OCDE, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad | 40 |
| Figura nº 13 | Porcentaje de cese de actividades en la población de los países que participan en GEM 2009, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad | 40 |
| Figura nº 14 | Porcentaje de traspaso de actividades en la población de los países que participan en GEM 2009, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad | 41 |
| Figura nº 15 | Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de todos los países GEM 2009, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad | 42 |
| Figura nº 16 | Motivación principal para poner en marcha una iniciativa que da lugar a diferentes comportamientos emprendedores | 46 |
| Figura nº 17 | Distribución de la actividad emprendedora total 2009 en función del principal motivo de su creación y comparación con el 2008 | 47 |
| Figura nº 18 | Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en los países que han participado en GEM 2009 en la UE | 48 |
| Figura nº 19 | Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en el conjunto de países que han participado en GEM 2009 | 48 |
| Figura nº 20 | Análisis de otros motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad | 49 |
| Figura nº 21 | Distribución de la actividad emprendedora total en cuatro grandes sectores | 59 |
| Figura nº 22 | Distribución de la actividad consolidada total en cuatro grandes sectores | 59 |
| Figura nº 23 | Distribución del número actual de empleados en 4 categorías de las iniciativas emprendedoras (TEA) en su conjunto (desde 0 a 42 meses de actividad) | 61 |
| Figura nº 24 | Distribución del número actual de empleados en 4 categorías de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad) | 62 |
| Figura nº 25 | Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías de las iniciativas emprendedoras (TEA) en su conjunto (desde 0 a 42 meses de actividad) | 62 |
| Figura nº 26 | Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad) | 63 |
| Figura nº 27 | Clasificación de los países GEM 2009 en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras con potencial de rápido crecimiento en empleo (más de 19 puestos en 5 años) y de su grado de uso de la innovación como motor de la competitividad y de la productividad | 64 |
| Figura nº 28 | Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según su grado de innovación en oferta de productos y servicios 2005-09 | 66 |
| Figura nº 29 | Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según el grado de competencia afrontado 2005-09 | 67 |
| Figura nº 30 | Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según la antigüedad de las tecnologías usadas (2005-09) | 68 |
| Figura nº 31 | Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según la intensidad exportadora (2005-09) | 69 |
| Figura nº 32 | Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según sus expectativas de expansión en su mercado a corto plazo (2006-09) | 70 |

| | | |
|---|---|---|
| **Figura nº 33** | Porcentaje de población adulta que ha actuado como Business Angel en los tres últimos años en el 2009 en los países GEM clasificados en función de los factores principales que impulsan su competitividad | 76 |
| **Figura nº 34** | Evolución conjunta del índice de actividad emprendedora y la inversión informal tipo Business Angel | 76 |
| **Figura nº 35** | Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión | 78 |
| **Figura nº 36** | Actividad emprendedora incipiente en función del sexo en los países GEM 2009 | 83 |
| **Figura nº 37** | Ratio de actividad femenina sobre masculina | 84 |
| **Figura nº 38** | Composición de la población extranjera con permiso de residencia en España | 92 |
| **Figura nº 39** | Evolución de la inmigración en España desde 1996 hasta 2009 | 93 |
| **Figura nº 40** | Evolución conjunta de la percepción de oportunidades por parte de la población y del indicador de actividad emprendedora total incipiente en España | 109 |
| **Figura nº 41** | Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en los países GEM 2009 clasificados en función del principal elemento que impulsa su productividad y competitividad | 109 |
| **Figura nº 42** | Media resumen acerca de la percepción de los expertos al evaluar las oportunidades para emprender en los países GEM 2009, clasificados en función del principal elemento que impulsa su productividad y competitividad | 113 |
| **Figura nº 43** | Media resumen de la percepción de los expertos al evaluar la posesión de conocimientos y habilidades para emprender en la población de los países GEM 2009, clasificados en función del principal elemento que impulsa su productividad y competitividad | 113 |
| **Figura nº 44** | Media resumen de la percepción de los expertos en el bloque en que evalúan el apoyo social a la figura del emprendedor, en los países GEM 2009 clasificados en función del principal elemento que impulsa su productividad y competitividad | 114 |
| **Figura nº 45** | Valoración media general de las condiciones de entorno para emprender llevada a cabo por los expertos entrevistados en el 2009 | 118 |
| **Figura nº 46** | Situación internacional de España respecto a las condiciones de entorno | 128 |
| **Figura nº 47** | Actividad Emprendedora Social Total 2009 en los países GEM | 139 |
| **Figura nº 48** | Porcentaje de actividad emprendedora social en función de la etapa en que están las empresas o iniciativas emprendedoras en España el año 2009 | 139 |
| **Figura nº 49** | Modelo GEM de la actividad emprendedora social | 140 |
| **Figura nº 50** | Tipos de empresa social: porcentaje sobre población activa española 2009 | 141 |
| **Figura nº 51** | Actividad emprendedora social en España, en función del género | 141 |
| **Figura nº 52** | Actividad emprendedora social en España, en función del grupo de edad | 142 |
| **Figura nº 53** | Actividad emprendedora social en España, en función del nivel de estudios | 142 |
| **Figura nº 54** | Nivel de educación de emprendedores familiares y no familiares | 148 |
| **Figura nº 55** | Edad de los emprendedores familiares y no familiares | 149 |
| **Figura nº 56** | Distribución del género entre los emprendedores familiares y no familiares | 149 |
| **Figura nº 57** | Distribución sectorial de las iniciativas emprendedoras familiares y no familiares | 150 |
| **Figura nº 58** | Distribución sectorial de las actividades consolidadas familiares y no familiares | 150 |
| **Figura nº 59** | Dimensión de las iniciativas emprendedoras familiares y no familiares | 151 |
| **Figura nº 60** | Dimensión de las actividades consolidadas familiares y no familiares | 151 |
| **Figura nº 61** | Potencial de crecimiento de las iniciativas emprendedoras familiares y no familiares | 152 |
| **Figura nº 62** | Potencial de crecimiento de las empresas consolidadas familiares y no familiares | 152 |
| **Figura nº 63** | Impacto de la crisis en la percepción sobre la dificultad para dirigir una empresa para iniciativas emprendedoras | 154 |
| **Figura nº 64** | Impacto de la crisis en la existencia de nuevas oportunidades de negocio para empresas consolidadas | 154 |
| **Figura nº 65** | Impacto de la crisis en la percepción sobre la dificultad para dirigir una empresa para iniciativas emprendedoras | 155 |
| **Figura nº 66** | Impacto de la crisis en la percepción sobre la dificultad para dirigir una empresa para empresas consolidadas | 155 |
| **Figura nº 67** | Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora en el 2009, según la opinión de expertos de toda la geografía española | 167 |
| **Figura nº 68** | Percepción de los emprendedores nacientes en cuanto a sus expectativas de crecimiento comparadas con las que tenían un año antes | 167 |
| **Figura nº 69** | Opinión de los emprendedores nacientes sobre el impacto que está teniendo la crisis en la generación de oportunidades de negocio en su sector | 168 |
| **Figura nº 70** | Percepción de la dificultad de creación de empresas por parte de los emprendedores nacientes en comparación con el año anterior | 169 |
| **Figura nº 71** | Percepción de los emprendedores nacientes en cuanto a sus expectativas de crecimiento comparadas con las que tenían un año antes | 169 |
| **Figura nº 72** | Comparativa del índice de actividad emprendedora regional 2009 | 175 |
| **Figura nº 73** | Comparativa del número absoluto estimado de iniciativas de hasta 42 meses de vida en las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas en el 2009 | 175 |

| | | |
|---|---|---|
| **Figura nº 74** | Comparativa del número absoluto estimado de iniciativas consolidadas en las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas en el 2009 | 176 |
| **Figura nº 75** | Distribución de actividad emprendedora regional por oportunidad y necesidad | 177 |
| **Figura nº 76** | Distribución de actividad emprendedora regional por género | 177 |


| TABLA Nº | TITULO | PAG. |
|---|---|---|

| **Tabla nº 1** | Estimación puntual e interválica del número de iniciativas que estaban en fase incipiente (de 0 a 42 meses) en España en Julio de 2009, distinguiendo entre los estadios naciente y nuevo | 28 |
| **Tabla nº 2** | Emprendedores incipientes totales registrados en la población adulta española (PA) de 18 a 64 años de edad en el 2009 | 29 |
| **Tabla nº 3** | Comparación de la estimación puntual de las iniciativas emprendedoras de los años 2006, 2007, 2008 y 2009, distinguiendo entre la fase en que se hallan | 31 |
| **Tabla nº 4** | Estimación puntual e interválica del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en España en Julio de 2009 y su comparación con los años 2006, 2007 y 2008 | 31 |
| **Tabla nº 5** | Estimación puntual e interválica del número de iniciativas que fueron abandonadas en España los doce meses previos a Julio de 2009 y su comparación con los años 2006, 2007 y 2008 | 32 |
| **Tabla nº 6** | Principales indicadores de actividad consolidada (operativas por más de 42 meses) y cierre de actividades los doces meses previos a Julio de 2009 en España | 41 |
| **Tabla nº 7** | Potencial emprendedor de la población española de 18-64 años en el 2009 | 42 |
| **Tabla nº 8** | Distribución de iniciativas emprendedoras en función de su fase y motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población española de 18-64 años) | 46 |
| **Tabla nº 9** | Evolución del tipo de comportamiento emprendedor en España como porcentaje de la población adulta y como porcentaje del TEA total | 47 |
| **Tabla nº 10** | Evolución de la distribución de las motivaciones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender | 49 |
| **Tabla nº 11** | Distribución del sexo de los emprendedores en las distintas fases | 52 |
| **Tabla nº 12** | Distribución de la edad de los emprendedores en las distintas fases | 52 |
| **Tabla nº 13** | Distribución del nivel de estudios de los emprendedores en las distintas fases | 53 |
| **Tabla nº 14** | Distribución del nivel de renta de los emprendedores en las distintas fases | 53 |
| **Tabla nº 15** | Tamaño medio del hogar de los emprendedores en las distintas fases | 54 |
| **Tabla nº 16** | Distribución de la situación laboral de los emprendedores en las distintas fases | 54 |
| **Tabla nº 17** | Distribución del origen de los emprendedores en las distintas fases | 55 |
| **Tabla nº 18** | Distribución de la posesión de formación específica para emprender entre los emprendedores en las distintas fases | 55 |
| **Tabla nº 19** | Distribución del número de propietarios de las iniciativas nacientes, nuevas, emprendedoras en general y consolidadas | 60 |
| **Tabla nº 20** | Clasificación de la PYME en función del número de empleados | 61 |
| **Tabla nº 21** | Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas emprendedoras y consolidadas para dentro de cinco años | 63 |
| **Tabla nº 22** | Actividad emprendedora en empresas nuevas y consolidadas 2009 | 64 |
| **Tabla nº 23** | Porcentaje de iniciativas innovadoras en las fases emprendedora y consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido | 65 |
| **Tabla nº 24** | Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado | 66 |
| **Tabla nº 25** | Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir su bienes o servicios | 67 |
| **Tabla nº 26** | Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de su bienes o servicios | 69 |
| **Tabla nº 27** | Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de su potencial estimado de expansión en su mercado | 70 |
| **Tabla nº 28** | Características y distribución del capital semilla en el 2009 | 75 |
| **Tabla nº 29** | Evolución de los índices de actividad emprendedora total (TEA) dentro de las poblaciones de hombres y mujeres de 18-64 años de edad residentes en España | 83 |
| **Tablan° 30** | Etapa en la que se hallaban las iniciativas en fase emprendedora puestas en marcha por hombres y por mujeres | 84 |
| **Tabla nº 31** | Número de empleados actual y esperado en cinco años, de las actividades emprendedoras masculinas y femeninas | 85 |
| **Tabla nº 32** | Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población española no empresaria de 18-64 años, en función del sexo | 86 |

| | | |
|---|---|---|
| **Tabla nº 33** | Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población española empresaria de 18-64 años, en función del sexo | 87 |
| **Tabla nº 34** | Opinión media de los expertos españoles acerca del apoyo prestado a la mujer emprendedora en el 2009 | 88 |
| **Tabla nº 35** | Actividad emprendedora total registrada en España desglosada en función del tipo de origen del emprendedor y su evolución | 93 |
| **Tabla nº 36** | Porcentaje de población que emprende y que no que lo hace en cada colectivo según su origen y su evolución | 94 |
| **Tabla nº 37** | Diferencias de mentalidad entre extranjeros y españoles en el 2009 | 94 |
| **Tabla nº 38** | Evolución de la edad media de los emprendedores en función de su origen | 95 |
| **Tabla nº 39** | Evolución de la participación masculina y femenina en la actividad emprendedora en función del origen de los emprendedores | 96 |
| **Tabla nº 40** | Evolución del nivel de estudios de los emprendedores en función de su origen | 96 |
| **Tabla nº 41** | Evolución del nivel de renta de los emprendedores en función de su origen | 97 |
| **Tabla nº 42** | Evolución del sector de las iniciativas en función del origen del emprendedor | 98 |
| **Tabla nº 43** | Etapa en que se halla la iniciativa emprendedora según el origen del emprendedor | 98 |
| **Tabla nº 44** | ¿Cuántos clientes consideran el producto o servicio ofrecido completamente nuevo? | 99 |
| **Tabla nº 45** | ¿Qué grado de competencia enfrentan los emprendedores? | 99 |
| **Tabla nº 46** | ¿Qué grado de antigüedad tienen las tecnologías utilizadas para desarrollar el producto o servicio? | 100 |
| **Tabla nº 47** | ¿Qué potencial de expansión en el mercado tienen las iniciativas emprendedoras en función del origen de los emprendedores? | 100 |
| **Tabla nº 48** | Internacionalización de las iniciativas emprendedoras en función del origen de los emprendedores | 101 |
| **Tabla nº 49** | Evolución del capital medio semilla necesario para la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras en función del origen de su impulsor (en euros) | 102 |
| **Tabla nº 50** | Evolución del número de empleados en función del origen del impulsor de la iniciativa (datos porcentuales sobre cada tramo de número de empleados) | 102 |
| **Tabla nº 51** | País de nacimiento declarado por los emprendedores extranjeros | 103 |
| **Tabla nº 52** | Evolución del tiempo medio de residencia en España de los emprendedores extranjeros (en años) | 104 |
| **Tabla nº 53** | Principal motivación para emprender años 2005-2009, según origen | 105 |
| **Tabla nº 54** | 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 | 108 |
| **Tabla nº 55** | Valoración media de los expertos acerca de un conjunto de afirmaciones sobre la existencia de oportunidades para emprender España | 110 |
| **Tabla nº 56** | Resultados de las preguntas relacionadas con el entorno social y la motivación para emprender en la población española en el 2009 y su evolución desde el 2005 | 111 |
| **Tabla nº 57** | Evaluación media de expertos españoles sobre factores que influyen en la motivación para emprender | 112 |
| **Tabla nº 58** | Evaluación media de expertos españoles sobre la capacidad que tiene nuestra población para emprender | 112 |
| **Tabla nº 59** | Evolución de las valoraciones medias de las condiciones de entorno | 119 |
| **Tabla nº 60** | Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora en el 2009, según la opinión de los expertos de toda la geografía española | 120 |
| **Tabla nº 61** | Fuentes de apoyos a la actividad emprendedora en el 2009, según la opinión de los expertos de toda la geografía española | 121 |
| **Tabla nº 62** | Temas tratados por los expertos consultados en toda la geografía española, en las recomendaciones que hacen para mejorar el entorno del emprendedor | 122 |
| **Tabla nº 63** | Valoración mediana de los expertos acerca de aspectos particulares de cada condición de entorno en nuestro país | 124 |
| **Tabla nº 64** | Actividad emprendedora y Dinámica empresarial de las empresas familiares | 146 |
| **Tabla nº 65** | Emprendimiento naciente y nuevo y su dimensión familiar | 147 |
| **Tabla nº 66** | Distribución de iniciativas emprendedoras totales y de modelo familiar, en función de la motivación principal para su puesta en marcha | 147 |
| **Tabla nº 67** | Motivos de abandono en la empresa en general y en la empresa familiar | 148 |
| **Tabla nº 68** | Porcentaje de empresas familiares y no familiares que ofrecen un producto o servicio similar | 153 |
| **Tabla nº 69** | Antigüedad de las tecnologías utilizadas en la empresa familiar y no familiar | 153 |
| **Tabla nº 70** | Grado de internacionalización de la empresa familiar y no familiar | 153 |
| **Tabla nº 71** | Principales indicadores de prevalencia de la formación para emprender en la población activa española | 159 |
| **Tabla nº 72** | Distribución de la formación específica para emprender, según la etapa en que se ha adquirido la misma | 160 |
| **Tabla nº 73** | Proporción de actividades emprendedoras y empresariales derivadas de la explotación comercial de algún conocimiento, tecnología o resultado de investigación desarrollado en una universidad | 161 |
| **Tabla nº 74** | Principales características de la actividad emprendedora y empresarial que explota conocimientos, tecnologías o resultados de investigación universitaria | 162 |
| **Tabla nº 75** | Evolución de la percepción de la población adulta sobre consumo de productos innovadores en el mercado | 170 |

# Carta del Director del Proyecto en España

Estimado lector:

El Informe Anual del Observatorio Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sobre Actividad Emprendedora en España cumple, con la edición que me honro en poner en sus manos, su décimo aniversario.

El Informe GEM y su metodología y rigor investigador han logrado su plena consolidación en España y en el entorno internacional y constituye el más completo análisis de la actividad emprendedora en España nunca realizado. En las páginas de esta décima edición, usted hallará, además de la información que habitualmente presentamos y la radiografía de la actividad emprendedora en nuestro país , apartados dedicados al análisis del impacto que está teniendo la crisis en la misma; un estudio sobre emprendimiento de vertiente social; datos sobre empresa familiar; un análisis sobre la prevalencia de la educación específica para emprender en nuestra población activa y finalmente, un informe de resultados de I+D aplicados al emprendimiento más reciente.

En la edición internacional, que tuve el honor de presentar en Santiago de Chile a mediados del mes de Enero, el Proyecto GEM ha batido su récord de participación, proporcionando, por primera vez, información simultánea de 54 países, entre los cuales destaca la incorporación de los más relevantes del entorno árabe. La estrategia de expansión del observatorio avanza y su próximo objetivo es el de ampliar la esfera asiática y del continente africano, para lo cual se están valorando importantes propuestas que implican la colaboración de entidades gubernamentales y agencias y bancos de desarrollo multilaterales.

El observatorio español es, en estos momentos, el más desarrollado del mundo y su modelo de participación regional ya ha sido adoptado por Chile con éxito, estando en estudio su implementación en Argentina, Colombia, Brasil y otras naciones.

Nuestro equipo se ha ido incorporando paulatinamente al Equipo Gestor del Proyecto a nivel internacional, de tal forma que, en estos momentos, el equipo español ocupa la Presidencia del GERA Board (Global Entrepreneurship Research Association), organismo rector del Consorcio de Países GEM. Asimismo, nuestra Directora Técnica, Alicia Coduras, es la responsable de la parte del observatorio que concierne a la encuesta de expertos, miembro del Equipo de Coordinación GEM y miembro del Comité Científico del Proyecto. Desde estas posiciones, prestamos servicio a la comunidad internacional GEM, posicionando como referente investigador al IE Business School.

La gravísima crisis que padecemos, no ha dejado de impactar en el proyecto español y, desafortunadamente, el año 2009, se han perdido las contribuciones de los equipos de Castilla La Mancha y Melilla, cuyos datos han sido cubiertos por el IE Business School. Esperamos que ambos se recuperen, presentando más adelante informes con datos de dos años en la próxima edición. El desarrollo regional del observatorio GEM supone la cobertura de información de gran valor para el diseño de políticas públicas en el entorno empresarial y los gobiernos, tanto el estatal como los autonómicos, utilizan regularmente el informe GEM desde hace varios años, por lo que su rentabilidad ha sido plenamente contrastada.

En el plano internacional, como he comentado, la crisis global ha supuesto un incremento de naciones participantes, precisamente por la necesidad de información y recomendaciones que suscita el desafío de la recuperación, especialmente, en los países desarrollados, que son los que se han visto más plenamente afectados.

Siguiendo con su línea emprendedora e innovadora, el Proyecto GEM ha elaborado el año 2009 un monográfico especial dedicado a Educación y Formación Emprendedora y, el año 2010 va a presentar un monográfico especial dedicado a Emprendimiento de Vertiente Social. Ambos constituyen iniciativas que sientan precedente, pues no se habían elaborado informes sobre estos temas en la esfera internacional, y comparando el número de países que abarcan. En los dos ha intervenido personal de nuestro equipo (Alicia Coduras como responsable del estudio de educación y Rachida Justo en el de empresa social), lo cual pone de manifiesto la elevada consideración lograda por el equipo español en el ámbito investigador GEM.

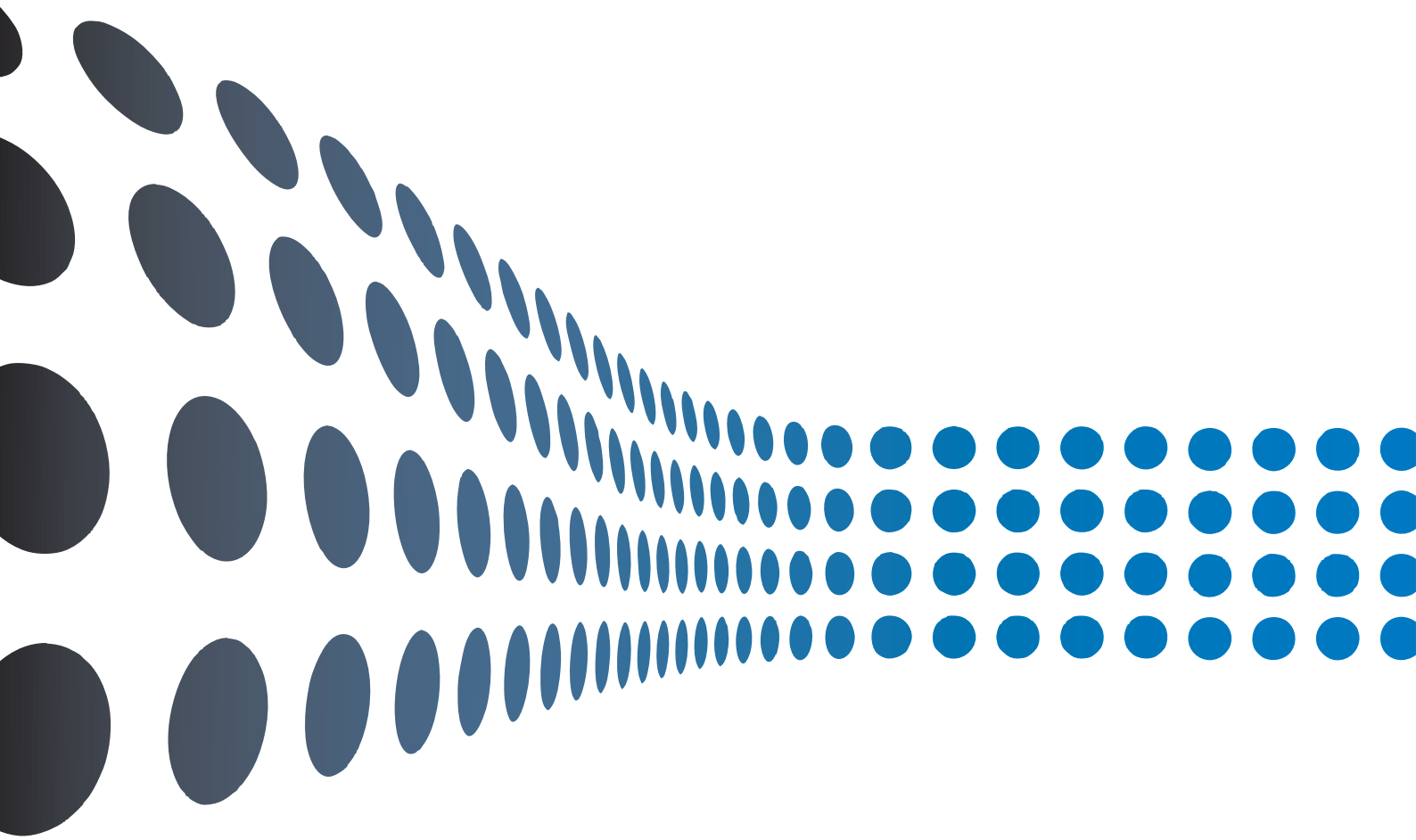
En el terreno académico, los equipos regionales españoles, en colaboración con el IE, siguen organizando anualmente ediciones de Workshops de Investigación basados en GEM, abiertos a la comunidad académica internacional, de los cuáles la última edición ha tenido lugar en la Universidad de Cádiz, habiendo contando con la participación de algunos de los más prestigiosos investigadores en emprendimiento, como son los profesores Paul Reynolds, David Audrestch, Roy Thurick y Zoltan J. Acs, bajo la Dirección del Dr. José Ruiz Navarro. Para el año 2010, se está organizando una nueva edición en el mismo escenario, esta vez dedicado al tema específico de emprendimiento y género. En ese marco, la Universidad de Cádiz y el IE Business School presentarán allí un estudio específico sobre este tema, encargado por el Ministerio de Igualdad, en el ámbito de sus actuaciones para incrementar la igualdad en el desempeño profesional de empresarios y empresarias. Este estudio, constituye una prueba más de la capacidad del observatorio GEM para proporcionar servicio y desarrollos amplios en ámbitos específicos de las políticas públicas.

El Proyecto GEM español es un modelo de colaboración y de implicación de un amplio colectivo de personas e instituciones, y por ello, es de rigor agradecer su apoyo y esfuerzo a los equipos regionales, a sus Directores, Investigadores y Sponsors y a todos los colaboradores que han creído y depositado su confianza en esta investigación, especialmente al Ministerio de Industria, Turismo y Comercio a través de la Dirección General de Política de la PYME, y a la Fundación Banesto. Creemos con firmeza que su inversión tiene un retorno de la mayor importancia para la generación de empleo, riqueza, innovación y cohesión en nuestra sociedad.

Ignacio de la Vega
Entrepreneurship at IE
Instituto de Empresa, Business School
Presidente GERA Board
Director del Proyecto GEM en España

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

GEM

I. Introducción

II. El Proyecto GEM: conceptualización y modelo teórico

III. Score cards o Cuadros sintéticos de resultados e indicadores 2009

IV. Resumen ejecutivo


2009

Informe Ejecutivo GEM España

# I. Introducción

El Consorcio Global Entrepreneurship Monitor presenta este año su onceavo Informe Global sobre emprendimiento batiendo el récord de participación anual con 54 naciones comparadas.

Con más de 80 equipos de investigación GEM creados en otras tantas naciones y con una participación regular de más de 40 en los últimos años, el Proyecto GEM ha demostrado que la férrea voluntad de sus asociados puede mantener, aunque sea con gran esfuerzo, un amplio colectivo estable de investigadores volcados en la proporción de información de calidad, caracterización, benchmarking y análisis de un objeto de estudio concreto: la actividad emprendedora.

El observatorio GEM, pionero a nivel mundial comienza a disfrutar del reconocimiento de ser la fuente de información más completa sobre el fenómeno emprendedor, siendo prueba de ello la demanda de datos comparativos por parte de la OCDE sobre algunos de sus apartados, especialmente el de formación emprendedora de la población, medida por primera vez para 38 naciones el año 2008.

España, adherida al Proyecto desde su apertura Global en el año 2000, ha desarrollado un modelo de implantación y crecimiento del Proyecto que convierte a su Observatorio en el más completo de todos cuantos se han establecido en el mundo. Creando una estructura similar a la del Proyecto Global, pero perfeccionando su gestión interna, España cuenta con 18 equipos operativos: Nacional (instituto de Empresa Business School, Madrid); Andalucía (Universidad de Cádiz), Aragón (Universidad de Zaragoza), Asturias (Universidad de Oviedo), Canarias (Universidad de Las Palmas de Gran Canaria y Universidad de La Laguna), Cantabria (Universidad de Cantabria), Castilla y León (Universidad de León), Castilla La Mancha (Universidad de Castilla La Mancha), Cataluña (Universidad Autónoma de Barcelona, Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona), Ceuta (Universidad de Granada), Comunidad Valenciana (Universidad Miguel Hernández de Elche), Extremadura (Universidad de Extremadura, Fundación Xavier de salas), Galicia (Confederación de Empresarios de Galicia, BiC Galicia, Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela), Madrid (Universidad Autónoma de Madrid), Melilla (Universidad de Granada), Murcia (Universidad de Murcia), Navarra (CEIN, Universidad Pública de Navarra) y País Vasco (Universidad de Deusto, Universidad del País Vasco). Está prevista la adhesión del nuevo equipo en creación en las Islas Baleares de la mano de su Universidad y el IDI, patrocinados mayoritariamente por Sa Nostra, por lo que sólo falta la Comunidad Autónoma de La Rioja, cubierta mientras tanto por el IE.

El potencial investigador de este conjunto de equipos representa el esfuerzo de más de 80 investigadores trabajando desde cada Comunidad y Ciudad Autónoma para ofrecer información de la mayor calidad y utilidad para la sociedad de la nación y de cada región en general, pero sobre todo al servicio de los agentes de los cuales depende que el impulso de la actividad emprendedora sea cada vez más acertado y eficaz: instituciones gubernamentales, educacionales, financieras, asociaciones empresariales, cámaras de comercio, parques tecnológicos, medios de comunicación, sindicatos, los propios empresarios y muchos más.

Tras el mérito de este desarrollo está, sin lugar a dudas el apoyo de los patrocinadores que figuran en las tablas de equipos y en nuestra contraportada. A ellos debemos nuestro más sincero agradecimiento por haber creído en el Proyecto, en su utilidad, en el servicio que está ofreciendo y en el beneficio que supone tanto desde el punto de vista de su aplicación práctica como académica.

La celebración de un Workshop de carácter internacional en cada una de las regiones españolas, iniciada en Trujillo (2006), continuada en San Sebastián (2007), en Las Palmas de Gran Canaria (2008) y posteriormente en Cádiz en Junio de 2009, confirma la gran atención que ha despertado en el ámbito académico el Observatorio GEM español. A estos eventos han acudido, y regresarán, personalidades como los doctores Reynolds, Acs, Thurick, Johanesson, Audrestch y Bosma, así como miembros de diversos equipos GEM de otras naciones, todos ellos investigadores de talla mundial del fenómeno emprendedor. Asimismo, en España ya son más de cinco las Tesis doctorales leídas y basadas en datos del Observatorio y varias más están en desarrollo. El curriculum de investigación del Consorcio GEM español es amplio y cada vez más nutrido y diverso. Investigadores de todas las regiones tienen posibilidad de presentar sus trabajos, y así lo vienen haciendo cada vez con mayor frecuencia, en las más prestigiosas Conferencias internacionales.

El Observatorio GEM mide la actividad emprendedora de cualquier territorio en que sea implantado, por lo cual proporciona un producto diferenciado y único en su género.

Se entiende por actividad emprendedora el conjunto de iniciativas de negocio de cualquier tipo y sector, incluido el autoempleo, que están en el mercado por un período no superior a 42 meses o tres años y medio. Superado dicho período, la actividad pasa a ser considerada como consolidada.

Por consiguiente, la medición GEM va más allá de la de entidades empresariales y autónomos que se registran oficialmente cada año en el Registro Mercantil y supone un complemento indispensable de la información que el INE y resto de Institutos de Estadística regionales ofrecen anualmente al respecto.

GEM ofrece, además de la estimación de la actividad que está en fase emprendedora la estimación de emprendedores potenciales (personas que afirman tener en mente emprender a corto plazo) en la población activa. Asimismo, distingue entre iniciativas nacientes (de 0 a 3 meses), nuevas (de 3 a 42 meses) y consolidadas (más de 42 meses), ofrece estimaciones del número de propietarios de todos los tipos de iniciativas o colectivo emprendedor y empresarial y una amplia descripción de las características de las actividades. Esta descripción incluye el perfil del emprendedor, dimensión actual de las iniciativas, financiación de la actividad emprendedora, actividad emprendedora en función del género, competitividad, innovación, expectativas de crecimiento en empleo y expansión en el mercado, internacionalización, uso de nuevas tecnologías y muchos más datos.

Asimismo, el Informe GEM, ofrece información sobre el cierre y traspaso de actividades de actividades, diversos rasgos de la población española en general en cuanto a su conocimiento y valoración del papel del emprendedor en la sociedad, su motivación para emprender, su grado de conocimientos sobre el tema y otras variables de interés.

En la edición 2008 se ha realizado un monográfico especial sobre formación emprendedora, liderado en su ejecución por la Dirección Técnica de GEM España y en colaboración con los equipos de EE.UU., Reino Unido, Islandia y Dinamarca. Por su parte, la edición 2009 presenta como tema social la actividad emprendedora de vertiente social, proyecto en el que también participa el equipo nacional español.

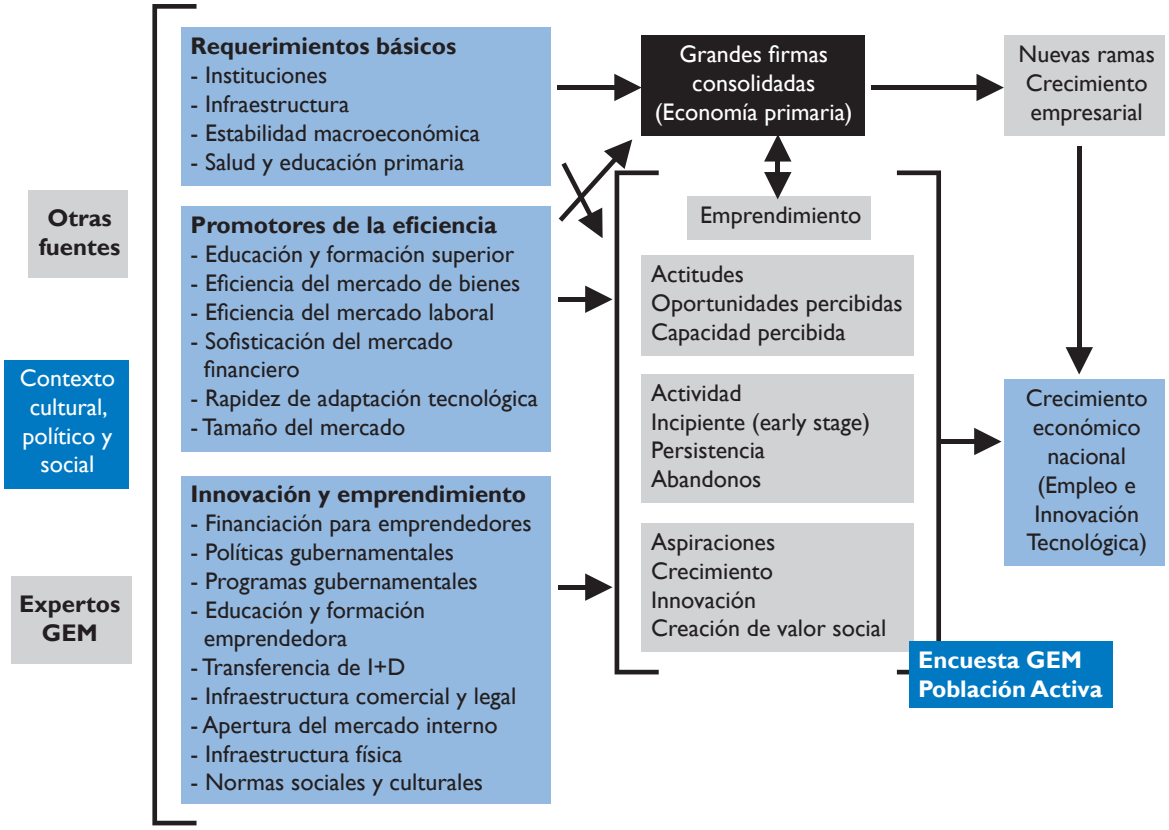
Finalmente y, muy importante es el diagnóstico que se deriva de la encuesta realizada a expertos sobre el estado de las variables o factores que más inciden en el entorno o marco para emprender tanto en nuestro país como en las regiones y ciudades autónomas que lo componen. La contribución de los expertos, que además identifican obstáculos y apoyos para emprender, y proporcionan un notable número de recomendaciones a seguir, es inestimable. Con una muestra de aproximadamente 600 expertos de toda nuestra geografía y de diversos ámbitos, la calidad de este barómetro dentro del proyecto español está más que garantizada y es de gran utilidad. Nuestro agradecimiento a todos los que han tenido la amabilidad de facilitar sus valiosas opiniones en el marco de esta encuesta.

Les animamos pues a consultar el presente informe con la certeza de que tienen en sus manos una herramienta consolidada, de gran calidad y realizada bajo los más estrictos y rigurosos controles en lo referente a su metodología.

# II. El Proyecto GEM: conceptualización y modelo teórico

El año 2008, el Proyecto GEM revisó su modelo teórico, siendo el que se utiliza actualmente y que quedó como sigue:

**Figura 1. El Modelo Conceptual GEM revisado**




El contenido que proporciona un Informe GEM cubre el espectro de los componentes básicos de este modelo persiguiendo una serie de objetivos y sustentándose en tres fuentes de información:

**Variables secundarias:** recopiladas en los organismos más reconocidos mundialmente en temas relacionados con la demografía, el desarrollo económico, la educación, la competitividad, la innovación, la transferencia de I+D y otros temas considerados relevantes en relación al análisis de la actividad emprendedora. FMI, OCDE, ONU, Eurostat, INE, WYB, etc. Son los principales proveedores.

**Encuesta a la población de 18-64 años:** conocida como Adult Population Survey o APS, contiene una amplia batería de preguntas diseñadas por GEM

**Encuesta a expertos de 9 condiciones de entorno:** conocida como Nacional Expert Survey o NES, obtiene la valoración de una muestra representativa de especialistas en financiación, políticas y programas públicos, educación, apertura del mercado interno, transferencia de I+D, acceso a infraestructura física, comercial y de servicios, normas sociales y culturales y otros aspectos que configuran el entorno al que se enfrentan los emprendedores del territorio analizado.

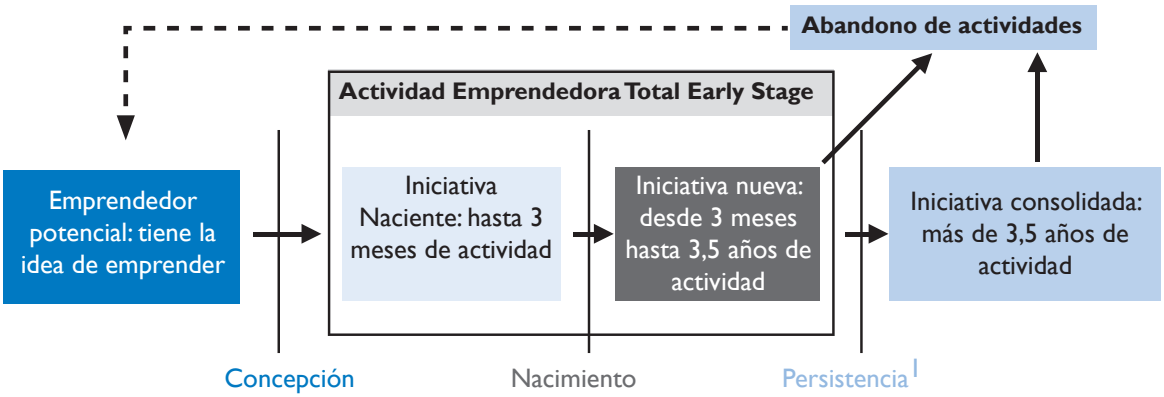
Uniendo los ingredientes anteriores, se obtiene la siguiente descripción del sistema operacional que se sigue anualmente en cuanto a la confección de los Informes GEM:

| FUENTE | CONCEPTO | OBJETIVO PRINCIPAL |
|---|---|---|
| Variables Secundarias | Contexto Social, Cultural, Político | Relacionar este contexto con el entorno general y con el que enfrentan los emprendedores |
| Variables Secundarias | Entorno General Nacional | Relacionar el estado actual de la economía, las políticas públicas y otros aspectos generales con la acividad emprendedora |
| Variables Secundarias Encuesta a expertos | Entorno General Para emprender | Establecer el diagnóstico actual sobre el estado de las condiciones de entorno que influyen en el desarrollo de la actividad emprendedora: Financiación, políticas y programas públicos, educación, acceso al mercado y otros |
| Variables Secundarias | Economía Primaria Economía Secundaria Nuevos Desarrollos | Estudiar los indicadores referentes a estos apartados en el territorio analizado y disponer de información complementaria que ayude en la explicación de los resultados proporcionados por GEM |
| Encuesta GEM a la población de 18-64 años Encuesta a expertos | Oportunidades para emprender capacidad y habilidad para emprender | Medir directamente en la población su percepción de oportunidades para emprender y su grado de disposición de capacidad y habilidades naturales en esta materia recabar la opinión de los expertos sobre el mismo tema y comparar con la anterior |
| Encuesta GEM a la población de 18-64 años | Nuevas iniciativas empresariales | Medir y caracterizar la actividad emprendedora del territorio |
| Variables Secundarias | Crecimiento Económico | Relacionar los resultados sobre actividad emprendedora con el desarrollo |

En la conceptualización del modelo GEM, el aspecto al cual hay que prestar más atención de cara a la correcta interpretación de los resultados es el referente al de las nuevas iniciativas empresariales. Leyendo este título, es lógico pensar inmediatamente en el registro de empresas y en las nuevas altas que tienen lugar en el mismo anualmente. Sin embargo, en el seno del Proyecto GEM, no se entiende lo mismo, sino más bien, el volumen de iniciativas que se captan en la población en un año determinado y que están en fase incipiente o de consolidación. El momento crítico entre que una iniciativa sea considerada emprendedora o consolidada se establece en 42 meses, tal y como muestra la Figura 2, en que se diferencian claramente las etapas del proceso emprendedor que se analizan en GEM.

Por consiguiente, tal y como se remarca en las ediciones GEM desde el año 2000 al actual, téngase presente que el registro de empresas, representado por el DIRCE en España, proporciona el número de altas habidas cada año, mientras que GEM informa del porcentaje de iniciativas de entre 0 y 42 meses de actividad captadas en la población de 18 a 64 años del país, conceptos y cifras no comparables de forma directa.

**Figura 2. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM**




Los porcentajes que obtiene GEM en cada apartado, elevados a la población de referencia[2] proporcionan estimaciones del número de iniciativas emprendedoras potenciales, nacientes, nuevas y consolidadas que hay en cualquier país o región participante. Los Informes GEM siguen un camino complementario pero diferente al del registro oficial (DIRCE en el caso de España) Los resultados GEM muestran el grado de actividad emprendedora y su evolución, comparándola entre los países, regiones y ciudades participantes gracias al uso de una metodología común, y en ello reside uno de los factores de mayor relevancia de este observatorio anual.

El análisis de la actividad emprendedora constituye desde finales de los años 90 un elemento imprescindible para la comprensión del desarrollo económico de cualquier territorio y ayuda a la previsión y ajuste de políticas públicas allí donde se necesita el impulso de nuevos proyectos y la generación de empleo y riqueza que no puede ser proporcionada debido a la saturación o falta de rotación del empleo funcionarial o de la economía primaria representada por las grandes empresas nacionales y multinacionales.

El tener una tasa de actividad emprendedora total alta o baja depende de múltiples factores y siempre debe valorarse en función de las características de los territorios en que se mide.

Desde el año 2000, se ha podido observar que las tasas de actividad emprendedora más elevadas corresponden a países y territorios en vías de desarrollo en los cuales, una buena parte de la población tiene que emprender por falta de otras alternativas de trabajo, es decir, por necesidad (Marruecos, Uganda, China, Ecuador, Líbano, Brasil y otras naciones). Otros territorios tienen tasas notables de actividad emprendedora debidas a la propia tradición empresarial de su población (Estados Unidos, Nueva Zelanda, Cataluña y otros). También se observan tasas notables allí donde las políticas públicas han proporcionado un amplio impulso a los emprendedores o donde la propia población ha comprendido que era necesario evitar la despoblación, cambiar la mentalidad laboral y avanzar en el propio desarrollo (Irlanda, Finlandia, Madrid, Canarias). En cambio, en los países y territorios desarrollados, se aprecian tasas de actividad emprendedora moderada porque la mayor parte del empleo está todavía en manos de los organismos públicos o de grandes empresas que ofertan mucho empleo.

Desde el punto de vista de la actividad emprendedora, la crisis ha llegado en un momento en que España estaba comenzando a recoger los frutos de la concienciación del empresariado consolidado y, sobre todo del emprendedor novel en cuanto a aplicar la innovación, en el sentido más amplio del término, en la puesta en marcha de cualquier tipo de iniciativa, en la búsqueda de la diversificación en cuanto al producto o servicio a ofrecer, en el incremento de la internacionalización e incorporación de nuevos mercados y otros tantos aspectos que se veían como de urgente instauración para mejorar la calidad de la actividad emprendedora de nuestra nación y hacerla más competitiva. Por eso, la salida de esta crisis, no resultará sencilla en nuestro país, pues no hubo tiempo material de desarrollar la necesaria transformación del tejido empresarial de forma progresiva y sin traumas. Ahora, la situación exige ese cambio, y las medidas gubernamentales necesarias para favorecer el mismo entran en contradicción con las de carácter social, necesarias para paliar los efectos del desempleo y la capacidad adquisitiva del consumidor, que tampoco puede paralizar el mercado en el que las empresas deben colocar sus bienes y servicios.

Complicada situación nacional e internacional, en que los próximos años serán decisivos en cuanto a acometer la modernización de la economía española y clave para asistir, posiblemente, a la gestación de un nuevo orden económico global.

[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, N° 3, Abril de 2005. ISSN 0921-898X CODEN SBECEX.

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

# III. Score Cards o Cuadros Sintéticos de Resultados e Indicadores 2009

Desde la edición GEM 2007, España confecciona un conjunto de "score cards" que consisten en tablas que contienen y resumen los valores que han alcanzado los indicadores más emblemáticos que se ofrecen a lo largo de los capítulos que componen este Informe. Este formato permite la comparación interanual de dichos indicadores de forma rápida y la disponibilidad de una síntesis del estado de todas aquellas variables que describen la actividad emprendedora en un momento determinado del tiempo y en un territorio en concreto.

| TEA SCORE CARD I GEM ESPAÑA 2009 (1ª parte) | |
|---|---|
| Indicadores porcentuales sobre la población total de 18-64 años | |
| Tasa total de actividad emprendedora o TEA: composición | |
| % de iniciativas nacientes de entre 0 y 3 meses de actividad (start up) | 2,3% |
| % de iniciativas nuevas de entre 3 y 42 meses de actividad (baby businesses) | 2,8% |
| Suma de las anteriores: TEA o % de iniciativas emprendedoras de entre 0 y 42 meses | 5,1% |
| **Tasa total de actividad emprendedora o TEA: diversos desgloses** | |
| % TEA masculino (sobre población activa masculina) | 6,3% |
| % TEA femenino (sobre población activa femenina) | 3,9% |
| % TEA por oportunidad (sobre población activa total) | 4,1% |
| % TEA por necesidad (sobre población activa total) | 0,8% |
| % TEA por otro motivo (sobre población activa total) | 0,2% |
| % TEA sector extractivo (sobre población activa total) | 0,3% |
| % TEA sector transformador (sobre población activa total) | 1,3% |
| % TEA sector servicios a empresas (sobre población activa total) | 0,7% |
| % TEA sector orientado al consumo (sobre población activa total) | 2,8% |
| % TEA sin expectativas de expansión en el mercado | 2,9% |
| % TEA con expectativas de expansión moderadas (sin uso de nuevas tecnologías) | 1,4% |
| % TEA con expectativas de expansión moderadas (con uso de nuevas tecnologías) | 0,6% |
| % TEA con bastantes expectativas de expansión en el mercado | 0,2% |
| % TEA sin empleados (autónomos, en solitario) | 2,0% |
| % TEA con 1-5 empleados (sobre población activa total) | 2,6% |
| % TEA con 6-19 empleados (sobre población activa total) | 0,4% |
| % TEA con 20+ empleados (sobre población activa total) | 0,2% |
| % TEA que no espera emplear a nadie en 5 años(sobre población activa total) | 1,2% |
| % TEA que espera emplear 1-5 empleados en 5 años (sobre población activa total) | 2,9% |
| % TEA que espera emplear 6-19 empleados en 5 años(sobre población activa total) | 0,7% |
| % TEA que espera emplear 20+ empleados en 5 años(sobre población activa total) | 0,3% |
| % TEA: todos los clientes consideran el producto o servicio nuevo o desconocido (innovadoras) (sobre población activa total) | 1,0% |
| % TEA: algunos de los clientes consideran parte del producto o servicio como nuevo o desconocido (algo innovadoras) (sobre población activa total) | 0,9% |
| % TEA: ningún cliente considera el producto o servicio como nuevo o desconocido (no innovadoras) (sobre población activa total) | 3,2% |
| % TEA con muchos competidores (sobre población activa total) | 2,8% |
| % TEA con pocos competidores(sobre población activa total) | 1,6% |
| % TEA sin competidores (sobre población activa total) | 0,7% |
| % TEA que usa tecnología nueva (menos de 1 año) (sobre población activa total) | 0,7% |
| % TEA que usa tecnología reciente (1-5 años) (sobre población activa total) | 0,9% |
| % TEA que usa tecnología más antigua (> 5 años) (sobre población activa total) | 3,4% |
| % TEA que no exporta (sobre población activa total) | 3,6% |
| % TEA que exporta 1-25%(sobre población activa total) | 0,8% |
| % TEA que exporta 25-75%(sobre población activa total) | 0,5% |
| % TEA que exporta 75-100% (sobre población activa total) | 0,2% |

| TEA SCORE CARD II GEM ESPAÑA 2009 | |
|---|---|
| Indicadores porcentuales sobre la tasa total de actividad emprendedora TEA = 100% | |
| % Iniciativas nacientes o en fase de Start up | 45,4% |
| % Iniciativas nuevas o en fase de Baby Business | 54,6% |
| Total o TEA | 100,0% |
| % de iniciativas por oportunidad | 80,1% |
| % de iniciativas por necesidad | 15,8% |
| % de iniciativas por otro motivo | 4,1% |
| Total o TEA | 100,0% |
| % de actividad emprendedora por oportunidad, para aumentar ingresos | 21,3% |
| % de actividad emprendedora por oportunidad, por independencia | 21,6% |
| % de actividad en que se mezclan motivos de necesidad y oportunidad<br>% otro caso | 34,1% |
| Total o TEA | 23,0% |
| % de actividad emprendedora masculina | 100,0% |
| % de actividad emprendedora femenina | 62,6% |
| Total o TEA | 37,4% |
| % de actividad emprendedora sector extractivo | 100,0% |
| % de actividad emprendedora sector transformador | 5,11% |
| % de actividad emprendedora sector servicios a empresas | 25,9% |
| % de actividad emprendedora sector orientado al consumo | 13,4% |
| Total o TEA | 55,4% |
| % TEA sin empleados (autónomos, en solitario) | 100,0% |
| % TEA con 1-5 empleados | 40,7% |
| % TEA con 6-19 empleados | 49,8% |
| % TEA con 20+ empleados | 7,3% |
| Total o TEA | 2,2% |
| % TEA que no espera emplear a nadie en 5 años | 100,0% |
| % TEA que espera emplear 1-5 empleados en 5 años | 22,3% |
| % TEA que espera emplear 6-19 empleados en 5 años | 58,4% |
| % TEA que espera emplear 20+ empleados en 5 años | 14,5% |
| Total o TEA | 4,8% |
| % TEA en que todos los clientes consideran el producto o servicio nuevo o desconocido (innovadoras) | 100,0% |
| % TEA en que algunos de los clientes consideran parte del producto o servicio como nuevo o desconocido (algo innovadoras) | 19,43% |
| % TEA en que ningún cliente considera el producto o servicio como nuevo o desconocido (no innovadoras) | 17,23%<br>63,3% |
| Total o TEA | 100,0% |
| % TEA con muchos competidores | 54,6% |
| % TEA con pocos competidores | 31,9% |
| % TEA sin competidores | 13,5% |
| Total o TEA | 100,0% |
| % TEA que responde a un modelo de Empresa Familiar | 21,4% |
| % TEA que en su empresa desarrolla actividad social | 4,9% |

| TEA SCORE CARD II GEM ESPAÑA 2009 (2ª parte)<br>Indicadores porcentuales sobre la tasa total de actividad emprendedora TEA = 100% | |
|---|---|
| % TEA que usa tecnología nueva (menos de 1 año) | 14,5% |
| % TEA que usa tecnología reciente (1-5 años) | 18,5% |
| % TEA que usa tecnología más antigua (> 5 años) | 67,0% |
| Total o TEA | 100,0% |
| % TEA que no exporta | 71,8% |
| % TEA que exporta 1-25% | 15,3% |
| % TEA que exporta 25-75% | 8,8% |
| % TEA que exporta 75-100% | 4,1% |
| Total o TEA | 100,0% |
| % TEA sin expectativas de expansión en el mercado | 58,4% |
| % TEA con algunas expectativas de expansión en el mercado (sin uso de NT) | 27,1% |
| % TEA algunas expectativas de expansión en el mercado (con uso de NT) | 10,5% |
| % TEA con bastantes expectativas de expansión en el mercado | 4,0% |
| Total | 100,0% |
| % de actividades emprendedoras de españoles | 88,0% |
| % de actividades emprendedoras de extranjeros | 12,0% |
| Total | 100,0% |
| % de actividades emprendedoras de españoles | 88,0% |
| % de actividades emprendedoras de inmigrantes por necesidad (no comunitarios) | 9,6% |
| % de actividades emprendedoras de inmigrantes por otro motivo (comunitarios) | 2,4% |
| Total | 100,0% |
| % de emprendedores que recibieron algún tipo de formación emprendedora en la escuela primaria o secundaria | 57,0% |
| % de emprendedores que no recibieron algún tipo de formación emprendedora en la escuela primaria o secundaria | 43,0% |
| Total | 100,0% |
| % de emprendedores que recibió algún tipo de formación emprendedora en la etapa escolar | 6,2% |
| % de emprendedores que recibió algún tipo de formación emprendedora tras la etapa escolar | 40,6% |
| % de emprendedores que recibió algún tipo de formación emprendedora tanto en la etapa escolar como tras ella | 10,2% |
| Total | 57,0% |

| TEA SCORE CARD III GEM ESPAÑA 2009<br>Otros datos de interés acerca de los emprendedores entrevistados y sus iniciativas | |
|---|---|
| Edad media del emprendedor masculino | 36,7 años |
| Edad media del emprendedor femenino | 36,4 años |
| Edad media del emprendedor total | 36,6 años |
| Número medio de propietarios de iniciativas masculinas | 1,69 personas |
| Número medio de propietarios de iniciativas femeninas | 1,72 personas |
| Número medio de propietarios total | 1,70 personas |
| Capital medio semilla en iniciativas masculinas | 168.134 € |
| Capital medio semilla en iniciativas femeninas | 67.822 € |
| Capital medio semilla para desarrollar una iniciativa emprendedora 2009 | 135.882 € |
| Capital mediano semilla en iniciativas masculinas | 40.000 € |
| Capital mediano semilla en iniciativas femeninas | 24.000 € |
| Capital mediano semilla para desarrollar una iniciativa emprendedora 2009 | 30.000 € |

# IV. Resumen ejecutivo

Tras haber sufrido una caída moderada del 8% entre Julio de 2007 y Julio de 2008, el índice de actividad emprendedora total de España, ha acusado fuertemente la crisis, registrando una caída del 27,1% entre Julio de 2008 y Julio de 2009.

El TEA 2009 en España tiene un valor de 5,1%, que se interpreta como el porcentaje de actividades de entre 0 y 3 meses de vida en el mercado y que, traducido en cifras absolutas supone la estimación de 1.534.964 empresas que se hallan en fase de consolidación en Julio de 2009.

También la actividad consolidada ha disminuido notablemente (29,7%) entre Julio de 2008 y Julio de 2009, regresando al nivel registrado el año 2007, un 6,4% sobre población activa. Sin embargo, el número de actividades estimado (1.926.230) es superior al del 2007 (1.675.513), debido al incremento de población activa, por lo que, en términos efectivos, se registran más empresas que dicho año, aunque la densidad empresarial permanezca igual.

Acompañando al resultado anterior, el abandono de negocios y empresas en el período analizado sigue su tendencia creciente y aumenta un 53,8% con respecto al año anterior. Sin embargo, dentro de este porcentaje, se incluyen los negocios traspasados, que suponen un 30% del total de abandonos, cifra nada desdeñable. En definitiva, se cierra un 70% de los abandonos, que traducido en cifras absolutas supone una estimación de 415.343 actividades. El 56% de los empresarios que han abandonado una actividad, ya sea para clausurarla o traspasarla atribuye su decisión a la crisis económica global, mientras que en un 25% de los casos ésta no ha tenido nada que ver.

El perfil del emprendedor del 2009, regresa en términos de edad media a la tendencia registrada antes de la recesión, de forma que vuelve a rejuvenecerse el colectivo, tal y como venía sucediendo antes del 2008. Por consiguiente, el emprendedor medio tiene unos 36 años. Sin embargo, la participación femenina se ha visto significativamente perjudicada por la crisis y la diferencia entre el TEA masculino y el femenino se ha agrandado, significando un retroceso respecto de lo logrado hasta el 2008 en términos de igualdad.
El aprovechamiento de una oportunidad sigue siendo la principal motivación que impulsa la creación empresarial, habiendo aumentado la tasa de necesidad moderadamente (un 6,7%), habida cuenta de la situación coyuntural.

La distribución sectorial de la actividad emprendedora se ha visto modificada por causa de la crisis, habiéndose registrado una reducción a casi la mitad del emprendimiento en el sector de servicios a otras empresas, entre los cuales se halla el inmobiliario. Por otro lado, el sector primario a sufrido una reducción de cuatro puntos porcentuales y, en cambio, resulta muy positiva la reactivación del sector transformador que aumenta dos puntos porcentuales con respecto al 2008. Finalmente, el sector que concentra la mayor parte del emprendimiento, es el orientado al consumo, con algo más de un 56% de las empresas en fase de consolidación. La mayor facilidad y el menor coste que supone emprender en este sector, resulta atractivo, especialmente en el caso de la mujer.

La dimensión de las iniciativas emprendedoras en empleo, es algo menor que la del año 2008, pero se mantiene el resultado obtenido ya en dicho año, en que la mayor proporción de empresas era la que tiene entre 1 y 5 empleados, habiéndose superado la barrera del emprendimiento sin empleados como fórmula habitual, indicador con el que no ha podido la crisis. Lo mismo sucede en el plano de la empresa consolidada, como fruto del aumento de calidad empresarial de los años anteriores a la recesión. Para finalizar, también resulta positivo el que en el 2009 haya seguido aumentando la proporción de empresas, tanto en consolidación como consolidadas, que tiene expectativas de crecimiento en empleo.

Entre los aspectos que más ha afectado la crisis destacan: la drástica disminución de empresas que crean o diversifican desde la empresa matriz; la disminución del porcentaje de empresas completamente innovadoras en servicio o producto y la caída de la exportación.

En la parte positiva, destacan, por un lado, la mejora de la competitividad, pues disminuye el porcentaje de empresas que enfrentan mucha competencia y, por otro el aumento de la proporción de empresas que usan tecnologías de última generación, es decir, con menos de un año en el mercado. En este sentido, existe un colectivo empresarial que entiende y puede permitirse invertir para facilitar su competitividad como forma de enfrentar la crisis.

También es importante señalar que la apuesta por la tecnología parece manifestarse como un elemento clave en el crecimiento pues, aunque aumenta el segmento de empresas que no tiene expectativas de expansión en su mercado, al mismo tiempo aumenta el de aquellas que esperan alguna expansión basada en tecnologías y el de aquellas que esperan una profunda expansión a corto plazo.

En el terreno financiero, el capital medio que ha invertido un emprendedor para poner en marcha una iniciativa en el 2009 es de 30.000€, caso que es, además, el más frecuente. Esta mediana desciende con respecto a la registrada en el 2009, en que se situaba

cerca de los 50.000€. Las iniciativas son, por consiguiente, menos ambiciosas en general. Por otro lado, el capital medio aportado por el emprendedor se sitúa en 15.000€. Los emprendedores están poniendo, por término medio, el 67,5% del capital necesario, aunque más del 50% del colectivo pone todo el capital, siendo este el caso más frecuente. La inversión informal, lejos de disminuir, ha aumentado, lo que se interpreta como una respuesta a la dificultad de acceso a crédito bancario.

La tendencia a la baja de la actividad extranjera, que se inició el 2008, prosigue en el 2009, por lo que el aumento de población extranjera residente no ha supuesto una inyección de emprendedores, sino que su potencial laboral se ha canalizado por otras vías. Decremento, pues, del 4,76% esta parte del emprendimiento, que puede considerarse discreto dentro de los cambios que ha producido la crisis. Argentina sigue a la cabeza de los países que proporcionan emprendedores foráneos a España.

El indicador que mide la percepción de oportunidades para emprender en la zona en que uno reside desciende un 33,5% para los meses de Julio a Diciembre del 2009 y se sitúa en un 16,9% de la población de 18-64 años. Sin embargo, los expertos muestran una opinión más optimista con respecto a que en España las buenas oportunidades para emprender se han incrementado en los últimos 5 años, y su valoración, ha comenzado a mejorar en comparación con la del año 2008.

El resto de indicadores que miden la actitud de la población hacia el emprendimiento han variado de forma que disminuye el porcentaje de personas que conocen emprendedores, el porcentaje de personas con espíritu competitivo, los que valoran el emprendimiento como buena opción profesional, los que creen que el emprendedor de éxito logra un buen estatus y reconocimiento social, y el porcentaje de personas que piensan que los medios de comunicación realizan buena cobertura del emprendimiento. Por otro lado, aumenta el porcentaje de población que afirma poseer conocimientos y habilidades para emprender, así como y, finalmente, se mantiene estable el porcentaje de población para que el miedo al fracaso no sería un freno para emprender, situándose en una cifra similar a la del año 2008, síntoma de que comienza a haber cierta reactivación del interés por emprender.

Los expertos GEM que han valorado el entorno para emprender en España, han calificado como peores condiciones las referentes a la educación y formación emprendedora en la etapa escolar, así como la financiación de la actividad emprendedora. En el lado positivo, destaca como condición mejor valorada el acceso a infraestructura física y servicios y el apoyo a la mujer emprendedora.

En emprendimiento de vertiente social, España presenta una de las tasas más reducidas del entorno GEM, con tan sólo el 0,53% de la población adulta involucrada en alguna iniciativa de este tipo. El análisis en esta parcela, indicar que el sector social en España necesita de un mayor impulso para adquirir un dinamismo comparable al de otros países vecinos como Francia o el Reino Unido

El 21,5% de la actividad emprendedora responde a un modelo familiar. Por consiguiente, en España es bastante frecuente que surjan iniciativas impulsadas por varios miembros de una familia, o que en las empresas se cuente con la participación de familiares, ya sea como socios o directivos.

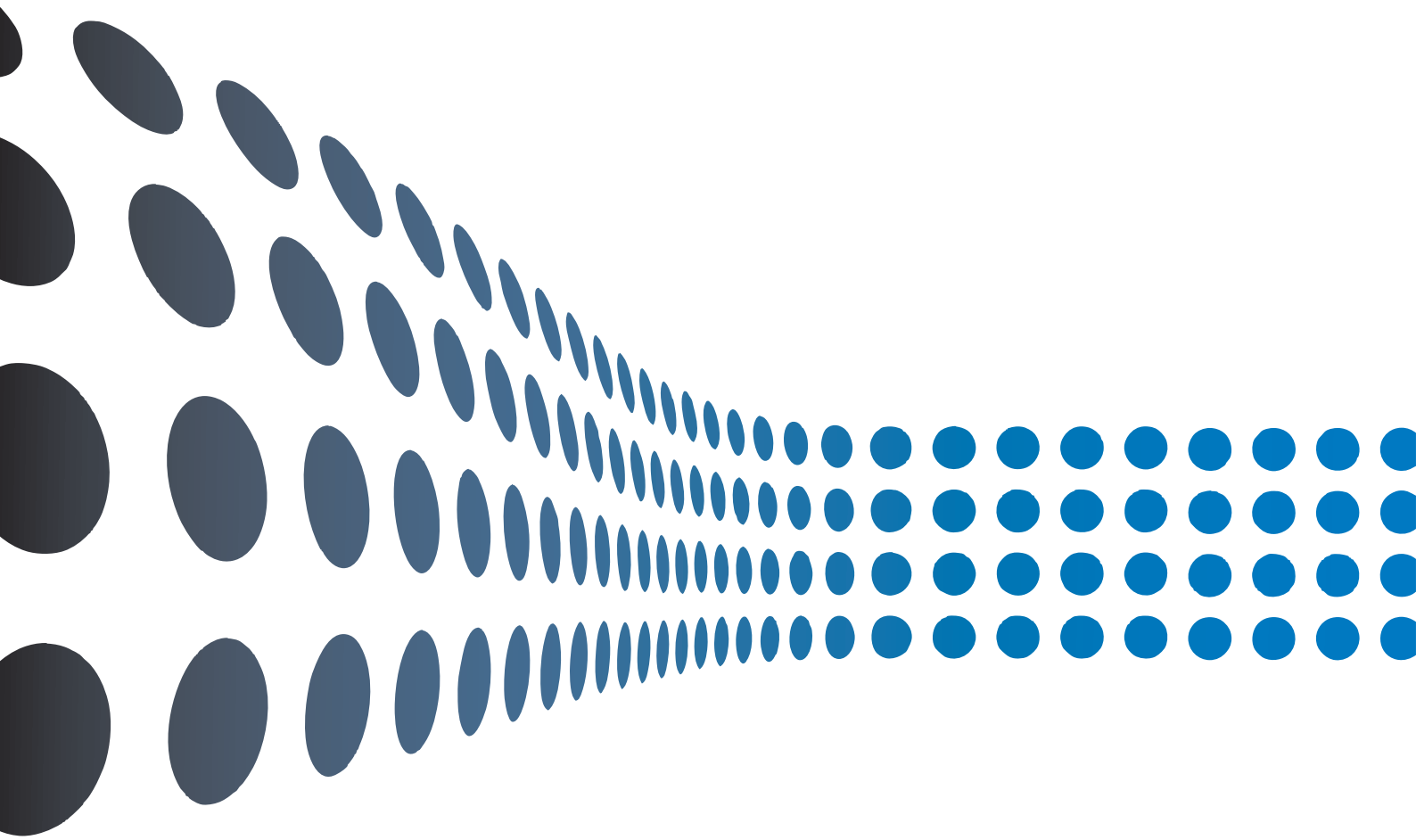
La población activa española muestra un fuerte incremento (42%) de la prevalencia en formación para emprender en tan sólo un año, formación que hay que relacionar con la intensificación de la enseñanza de estas materias tras el período escolar y como una de las medidas para favorecer el emprendimiento en la situación de crisis.

El aprovechamiento de resultados de I+D como idea de negocio avanza y se sitúa en un 20,4% de las iniciativas potenciales y un 14,3% de las nacientes, mientras que entre las nuevas y consolidadas se venía dando en un 10%.

El impacto de la crisis se ha dejado notar con fuerte intensidad en la mayoría de las regiones españolas, habiendo resistido mejor el embate Baleares y Melilla que han mantenido o incluso aumentado ligeramente sus tasas de actividad emprendedora, aunque haya sido en forma más sustentada en la necesidad. Cataluña se pone a la cabeza de la clasificación con una población de cultura tradicionalmente empresarial y Andalucía la secunda con un emprendimiento emergente y el mayor número de empresas consolidadas de la nación, dato acorde con el de acoger a la mayor cifra de población activa en nuestro país.

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

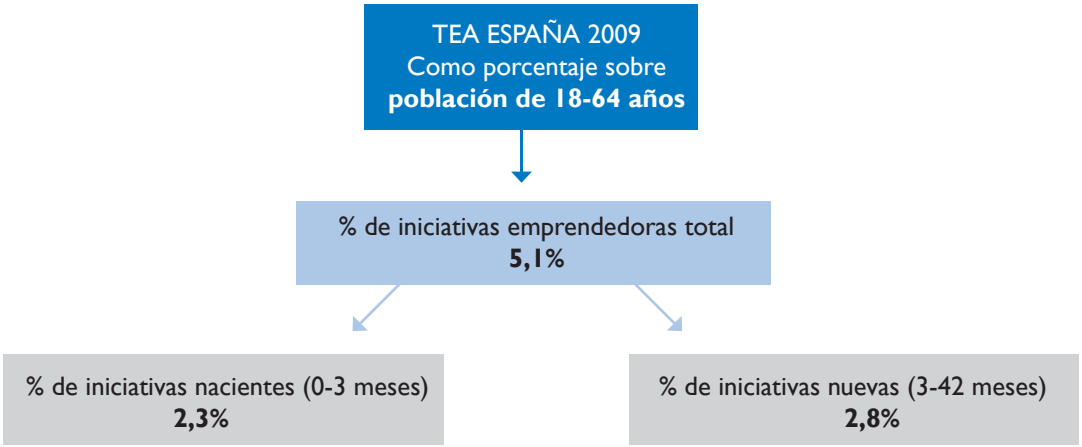
GEM

# 1 Actividad emprendedora y dinámica empresarial en España

# Capítulo 1: Actividad emprendedora y dinámica empresarial en España

## 1.1. *Actividad emprendedora registrada en la población activa española*

Entendiendo que una iniciativa emprendedora es todo aquél negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no sobrepasa los 42 meses de vida, la tasa de actividad emprendedora registrada por GEM en la población española de 18 a 64 años de edad es del 5,1% en el 2009.




Dado que la población de 18 a 64 años estimada en el 2009 en España se compone de 30.097.343 , al elevar los porcentajes anteriores a la misma, se ha estimado que el número de iniciativas de cada tipo que había en marcha en España en Julio de 2009 era el presentado en los resultados de la Tabla 1. El impacto de la crisis es plenamente visible y ha supuesto una disminución del 19,9% en registro de iniciativas nacientes y del 12,9% en registro de iniciativas en fase de consolidación o nuevas. El conjunto total del número de iniciativas en fase emprendedora ha sufrido una disminución del 16,3%.

Por consiguiente, el retroceso de la actividad emprendedora nos devuelve al nivel registrado el año 2004 y, en la parte positiva del resultado, hay que destacar la notable resistencia de los negocios en fase de consolidación frente a la nueva creación, más retraída pero que aún estando mermada ha supuesto la puesta en marcha de casi 700.000 actividades.

**Tabla 1. Estimación puntual e interválica del número de iniciativas que estaban en fase incipiente (de 0 a 42 meses) en España en Julio de 2009, distinguiendo entre los estadios naciente y nuevo**

| Tipo de iniciativas | Estimación puntual | | Estimación por intervalo (error±0,28%) | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Extremo inferior | | Extremo superior | |
| | 2008 | 2009 | 2008 | 2009 | 2008 | 2009 |
| Nacientes (0-3 meses) | 864.185 | 692.239 | 829.568 | 662.713 | 829.568 | 662.713 |
| Nuevas (3-42 meses) | 968.127 | 842.725 | 930.228 | 731.034 | 930.228 | 731.034 |
| Total (0-42 meses) | 1.833.312 | 1.534.964 | 1.759.796 | 1.459.721 | 1.759.796 | 1.459.721 |

Al igual que en ediciones anteriores, se advierte que, en ningún caso deben compararse directamente estas cifras con las del registro oficial de empresas que ofrece el DIRCE el primero de Enero de cada año y que, además, siempre se refieren al anterior. GEM mide actividad emprendedora, concepto más amplio que el del registro anual empresarial, distinguiendo entre actividades que se estaban poniendo en marcha y que no llevaban más de tres meses en el mercado y actividades en fase de consolidación de hasta tres años y medio de vida.

*(1) Fuente US Census, que actualmente se basa en datos INE, Facilitada por GEM Global para España en el 2009.*

Estas estimaciones provienen de la encuesta GEM a la población de 18 a 64 años de edad y residente en España, por lo que se hallan sujetas a error de muestreo. Dado que la muestra total se compone de 28.888 entrevistas y que, para un 95% de confianza el error muestral cometido es del ±0,28% aplicando dicho error a las estimaciones puntuales, se hallan los intervalos de confianza correspondientes a cada tipo de actividad emprendedora: naciente (0-3 meses) y nueva (3-42 meses)

Los resultados de la Tabla 1 muestran el desglose de la actividad emprendedora del 2009 en España en cuanto a número de iniciativas nacientes y nuevas. Sin embargo, el número de emprendedores se estima a partir del número de propietarios de cada iniciativa naciente y nueva, dato que también permite obtener la encuesta GEM y cuyos resultados se facilitan en la Tabla 2.

**Tabla 2. Emprendedores incipientes totales registrados en la población adulta española (PA) de 18 a 64 años de edad en el 2009**

| | 2009 | 2008 | Variación |
|---|---|---|---|
| Número de emprendedores nacientes | 1.281.807 | 1.698.124 | -24,5% |
| Número de emprendedores nuevos | 1.326.305 | 1.729.733 | -23,3% |
| Número total de emprendedores incipientes | 2.608.112 | 3.427.857 | -23,9% |

En conclusión, la actividad emprendedora captada por la encuesta GEM sobre la población de 18-64 años de edad en España ha acusado la crisis de forma notable, tras haber resistido bastante bien la recesión. El índice de actividad emprendedora en su conjunto disminuye un 27,1%, lo cual traducido en cifras absolutas ha supuesto la pérdida de unas 298.348 iniciativas en fase emprendedora y de alrededor de 820.000 personas menos, propietarias de este tipo de actividades en un año.

La disminución de la tasa de actividad emprendedora se debe tanto a la menor aparición de actividades nacientes como de las que estaban ya en fase de consolidación, es decir, que en Julio de 2009 se registran menos casos de iniciativas de entre 0 y 3 meses y también de entre 3 y 42 meses en el mercado. El dato es negativo y en consonancia con el estado de crisis económica.

Sin embargo, también es cierto que se ha dado un mayor freno de creación de iniciativas notándose, en cambio, que los empresarios en fase de consolidación o nuevos, han realizado, en conjunto, un mayor esfuerzo por permanecer en el mercado. La diversificación registrada por GEM en los últimos años y el mayor afán de innovación y de crecimiento han tenido que contribuir a este resultado.

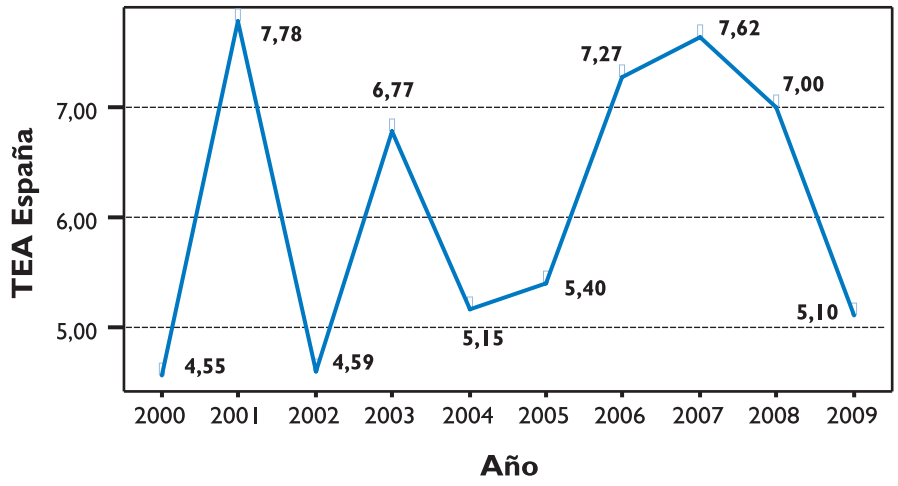
El espíritu de los empresarios, en general, es el de resistir. Las dificultades que enfrentan son, especialmente, de financiación y de disponibilidad de circulante y liquidez para afrontar pagos, tanto a proveedores como impositivos, si bien, el tema es variable en función del tipo de actividad y, por consiguiente, sector.

Se espera que la crisis se convierta en una oportunidad para mejorar nuestro tejido empresarial desde diversos frentes, pero especialmente, se esperan cambios de mentalidad empresarial, mayor atención a los cambios del mercado y captación de oportunidades que permitan una mayor diversificación y una menor dependencia de algunos sectores que han tenido un peso excesivo en nuestra economía. Todo ello debe venir apoyado por un acceso acertado a financiación y unas políticas ajustadas a las necesidades reales de los empresarios y sus trabajadores.

## 1.2. *Evolución de la actividad emprendedora total registrada en la población activa española*

La evolución de la tasa de actividad emprendedora total conocida como TEA se ha desarrollado en la forma en que se puede ver en la Figura 3 desde que se presentó el primer Informe GEM en España en el 2000 hasta el año 2009.

**Figura 3. Evolución del índice TEA que mide la actividad emprendedora total en España en el período 2000-2009**




El gráfico permite visualizar el impacto de la crisis económica en la tasa de actividad emprendedora española que regresa a un valor similar al registrado el año 2004. El pronóstico es de lenta recuperación, pues España, a diferencia de otros países del mismo nivel de desarrollo, presenta características particulares que impiden una rápida transformación. Nuestra economía es muy dependiente del sector de la construcción, uno de los más afectados por esta crisis, y la fuerte recesión que está sufriendo, influye directamente en el sector inmobiliario y en múltiples empresas relacionadas con su actividad. Asimismo, en España, el sector de la automoción, que también está resultando muy afectado, juega un papel muy relevante. El efecto dominó ha arrastrado más tardíamente a las micro y pequeñas empresas, pero lo ha hecho y ahora se echa en falta el haber tenido un tejido industrial más diversificado e innovador. Como se ha apuntado anteriormente, la crisis debe de ser aprovechada como una oportunidad para cambiar la estructura de nuestra economía. Sectores como el de las energías renovables han resistido bien y el impacto ha sido menor en Comunidades Autónomas en que el tejido empresarial cuenta con industrias innovadoras y que han apostado por nuevas estrategias y mercados exteriores.

En la Tabla 3 se puede apreciar el ritmo de evolución negativa desde el año 2007 hasta el 2009: la recesión supuso un cambio de tendencia y la actividad nueva se resintió en un primer momento más que la naciente, que mostró una menor desaceleración. Sin embargo, ya en plena crisis, disminuye rápidamente el registro de iniciativas nacientes y, la tasa de nuevas, aunque sigue disminuyendo, lo hace de forma menos drástica. Por consiguiente, los empresarios que ya están en el mercado muestran una mayor voluntad de resistencia siendo más complicado estimular el lanzamiento de nuevas actividades. El freno que supone la falta de acceso a capital para emprender es uno de los motivos principales, pero también lo es el hecho de que parte de la población que podría emprender por necesidad no percibe que pueda tener ni medios ni mercado para establecer actividades que repliquen otras que ya están en marcha. En esta situación la formación y el estímulo para detectar nuevas oportunidades, localizaciones y estrategias se convierten en fundamentales.

**Tabla 3. Comparación de la estimación puntual de las iniciativas emprendedoras de los años 2007, 2008 y 2009, distinguiendo entre la fase en que se hallan**

| Tipo de Iniciativas | Estimación puntual 2007 | Estimación puntual 2008 | Estimación puntual 2009 | Variación porcentual 2007-08 | Variación porcentual 2008-09 |
|---|---|---|---|---|---|
| Nacientes (0-3 meses) | 916.296 | 864.185 | 692.239 | -5,68% | -19,9% |
| Nuevas (3-42 meses) | 1.073.376 | 968.127 | 842.725 | -9,80% | -12,9% |
| Total (0-42 meses) | 1.989.672 | 1.833.312 | 1.534.964 | -7,85% | -16,3% |

## *1.3. Dinámica empresarial en la población activa española*

El observatorio GEM fue diseñado para proporcionar datos, no sólo de la actividad emprendedora, sino además de iniciativas ya consolidadas, es decir, de aquellas que han sobrepasado la barrera de los 42 meses con que se identifica la fase incipiente. Los resultados obtenidos en este apartado para el 2009 se presentan a continuación y se comparan con los de tres años anteriores.

**Tabla 4. Estimación puntual e interválica del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en España en Julio de 2009 y su comparación con los años 2006, 2007 y 2008**

| Año | Estimación puntual sobre la población de 18-64 años | | Estimación por intervalo (error ± 0,25%*) | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Extremo inferior | Extremo superior |
| 2009 | 6,4% | 1.926.230 | 1.850.986 | 2.001.473 |
| 2008 | 9,1% | 2.383.057 | 2.30.9732 | 2.396.402 |
| 2007 | 6,4% | 1.675.513 | 1.523.669 | 1.827.356 |
| 2006 | 5,4% | 1.413.714 | 1.261.871 | 1.565.557 |

** El año 2009, pues en los anteriores el error muestral era de ± 0,28% y de ± 0,58%*

En conclusión, la actividad consolidada disminuye notablemente (29,7%) entre Julio de 2008 y Julio de 2009, regresando al nivel registrado el año 2007. Sin embargo, el número de actividades es superior al de dicho año debido al incremento de población activa, por lo que, en términos efectivos, se registran más empresas que dicho año, aunque la densidad empresarial permanezca igual.

El fruto recogido el año 2008 queda pues, mermado y la desaparición de más de 450.000 empresas supone un duro golpe en términos de empleo y de generación de riqueza.

Dado que la actividad consolidada se nutre de la que está en fase de consolidación, la capacidad de resistencia y la habilidad de estos nuevos empresarios será determinante en la recuperación de este indicador, que se prevé progresiva pero lenta.

El escenario 2009 de la actividad empresarial se completa con el cálculo de la tasa de iniciativas que han cerrado en los doce meses previos a la encuesta GEM. Las cifras y su comparación con los años 2006, 2007 y 2008 son las siguientes:

**Tabla 5. Estimación puntual e interválica del número de iniciativas que fueron abandonadas en España los doce meses previos a Julio de 2009 y su comparación con los años 2006, 2007 y 2008**

| Año | Estimación puntual sobre la población de 18-64 años | | Estimación por intervalo (error ± 0,25%*) | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Extremo inferior | Extremo superior |
| 2009 | 2,0% | 601.947 | 526.703 | 677.190 |
| 2008 | 1,3% | 340.437 | 267.112 | 413.761 |
| 2007 | 1,0% | 261.799 | 109.955 | 413.642 |
| 2006 | 1,2% | 314.159 | 162.315 | 466.002 |

** El año 2009, pues en los anteriores el error muestral era de ± 0,28% y de ± 0,58%*

Este indicador, que invirtió su tendencia ya en el 2008, sigue aumentando en el 2009 y acusa un crecimiento del 53,8%, el más elevado de los registrados en 10 años de medición. Traducido en cifras, ello significa que se abandonaron unas 261.510 iniciativas más que en el período anterior. Se trata de un dato completamente coherente con el estado de crisis y con la impactante disminución de actividad emprendedora nueva y empresarial consolidada.

Sin embargo, nótese que en los últimos años, este observatorio habla de "abandonos" cuando, hasta el 2006, se trataba este movimiento como "cierres" de iniciativas. En la encuesta 2007 se tomó la decisión de explorar si realmente estos "cierres" eran tales o si entre ellos había más bien "abandonos" por parte de los emprendedores continuando algunas actividades en otras manos y, por consiguiente no constituyendo clausuras de negocios en realidad sino "transmisiones o traspasos". Los resultados de esta exploración son de gran interés, pues confirman la hipótesis de que, efectivamente, no todo lo que se consideraba en el observatorio como "cierres o clausuras" lo es en realidad. La Figura 4 resume los resultados concernientes a este apartado para la edición 2009.

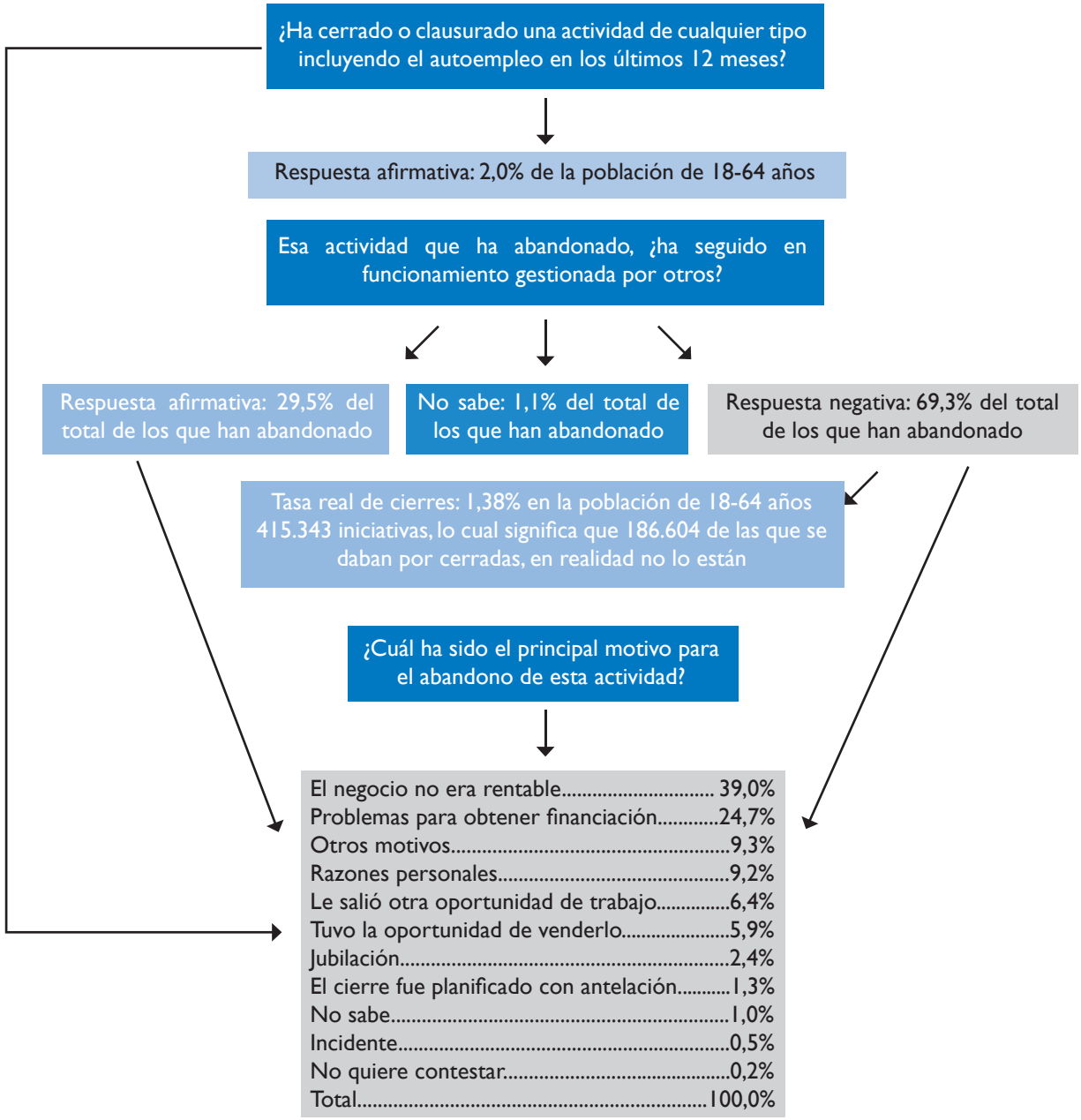
Comparando las cifras de la edición del 2008 con las del 2009, la tasa de cierres efectivos ha aumentado un 42,2%, por lo que, a pesar de que se han traspasado más actividades que el año anterior, la pérdida de empresas es muy notable. Por otro lado, entre los motivos de abandono, destaca la falta de rentabilidad del negocio, que ya encabezaba la lista en el 2008, pero sube posiciones el tener problemas para obtener financiación, causa que está afectando a una cuarta parte de los abandonos y que ya se apuntó como una de las más graves en períodos de recesión y crisis.

Las jubilaciones también han aumentado con respecto al porcentaje del 2008 y no es aventurado suponer que entre los abandonos haya jubilaciones anticipadas o personas que hayan pensado que éste era el momento adecuado para cesar en una actividad que podría haber durado poco más, al menos en sus manos.

No deja de ser llamativo que también haya aumentado el porcentaje de casos que han sido abandonados por causa de cambio de trabajo u oportunidad de negocio. Este aumento puede estar respaldado por la búsqueda de una mayor seguridad, cuando menos aparente, en otro tipo de empleo, por parte de algunos empresarios, o en un abandono temporal en espera de la resolución de la crisis.

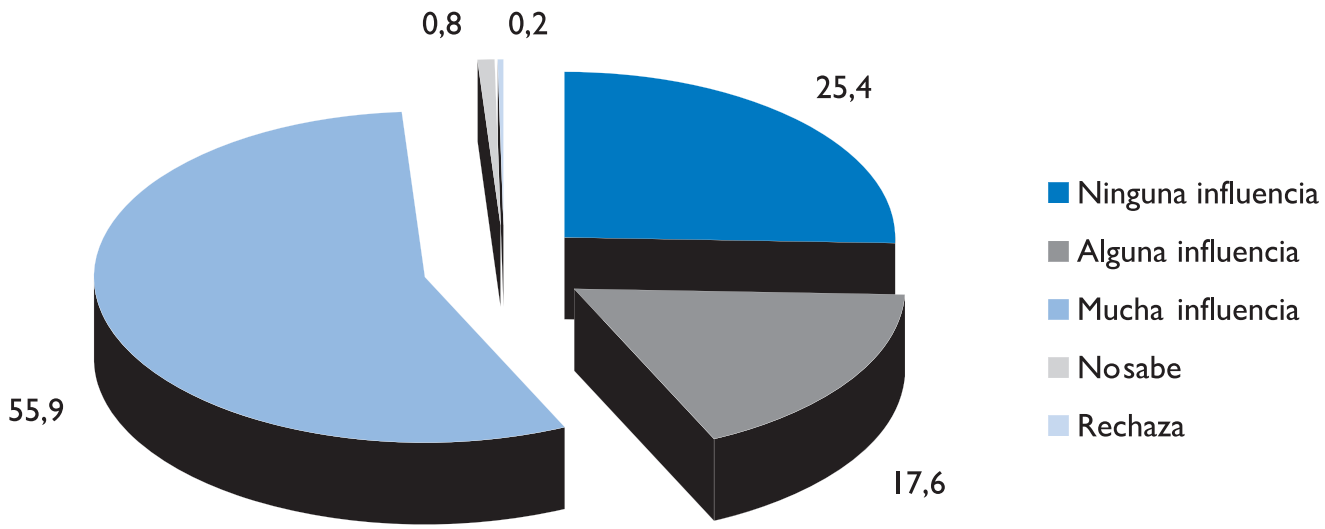
En cualquier caso, es importante constatar que la tasa de cierres, a pesar de resultar elevada en comparación con la de los últimos años, contiene un importante contingente de ventas y traspasos que han impedido mayores pérdidas de riqueza y empleo.

**Figura 4.** **Abandono de iniciativas y su motivación**




Para evaluar el impacto que ha tenido la crisis en la decisión de abandono de cualquiera de los negocios registrados en esta parte, el observatorio GEM ha preguntado a aquellos que han cesado en una actividad el grado de influencia que ha tenido la crisis en esa decisión. El siguiente gráfico muestra la distribución de respuesta que, como se puede ver, pone de manifiesto que tan sólo una cuarta parte de los abandonos no han tenido su principal causa en la crisis. Entre el resto destaca, lógicamente, que prácticamente un 56% de los abandonos, hayan seguido o no activos en otras manos, han sido completamente motivados por la crisis, mientras que en algo más del 17% de los casos, ésta ha tenido alguna influencia.

**Figura 5.** **Influencia de la crisis en el abandono de una actividad el año 2009**




## *1.4. Actividad emprendedora en el contexto internacional*

En la edición 2009, el observatorio GEM ha superado el récord de naciones participantes. Así, se ha contado con resultados de 55 naciones, destacando la amplia participación de países árabes acerca de los que no se tenía información previa. En el caso de España, resulta especialmente interesante el analizar la posición de los países del Norte de África habida la transferencia migratoria tan importante de los últimos años, así como la importante actividad de relaciones diplomáticas y de negocios con la zona.

Al observar los gráficos comparativos de la tasa de actividad emprendedora, se insiste en la importancia de tener en cuenta que una tasa elevada responde a una mayor necesidad de la población de emprender ante la falta de otras alternativas de trabajo. Los países en vías de desarrollo no cuentan con estructuras funcionariales ni de grandes empresas comparables con las de los países desarrollados y, por consiguiente, una mayor proporción de la población emprende. Asimismo, en el conjunto de países GEM, los hay con tradición y cultura emprendedora que gracias a la misma muestran tasas por encima de la media, sin llegar a ser tan elevadas como las de los países en vías de desarrollo. Finalmente, existen otros dos grupos de naciones: las desarrolladas en que el espíritu emprendedor se fomenta de nuevo para lograr una mayor implicación de la sociedad en nuevas actividades que generen riqueza y empleo, y las desarrolladas en que el estatus de la población presenta estándares muy elevados y que necesitan invertir el excedente en iniciativas innovadoras, e incluso sofisticadas, para satisfacer demandas de una sociedad que puede permitirse la búsqueda de una mayor calidad de vida.

También, por lo que respecta a estas comparaciones, es necesario tener en cuenta que no contemplan aspectos de calidad de las iniciativas emprendedoras, sino sólo de cantidad, por lo que hay que tener presente que en una nación no es deseable una elevada tasa de actividad, si ésta no se corresponde con negocios que tengan posibilidades de supervivencia a largo plazo y sean fuente de innovación, creación de empleo y generadoras de riqueza o bienestar, aspectos que se analizan en los siguientes apartados del Informe GEM.

En el 2009, el observatorio presenta los resultados, al igual que en el año 2008, clasificando a las naciones participantes en función del tipo de orientación que muestran en indicadores relacionados con las principales herramientas que aplican para mejorar su productividad y competitividad. En ese sentido, como se puede observar en la Figura 6, los países en tono más claro son aquellos que están considerando a la innovación como el principal elemento que puede mejorar la productividad y la competitividad. El grupo en tono medio representa a los países que están en transición entre la aplicación de la eficiencia (que es el criterio inmediatamente anterior al de innovación) y de la innovación para lograr este objetivo.

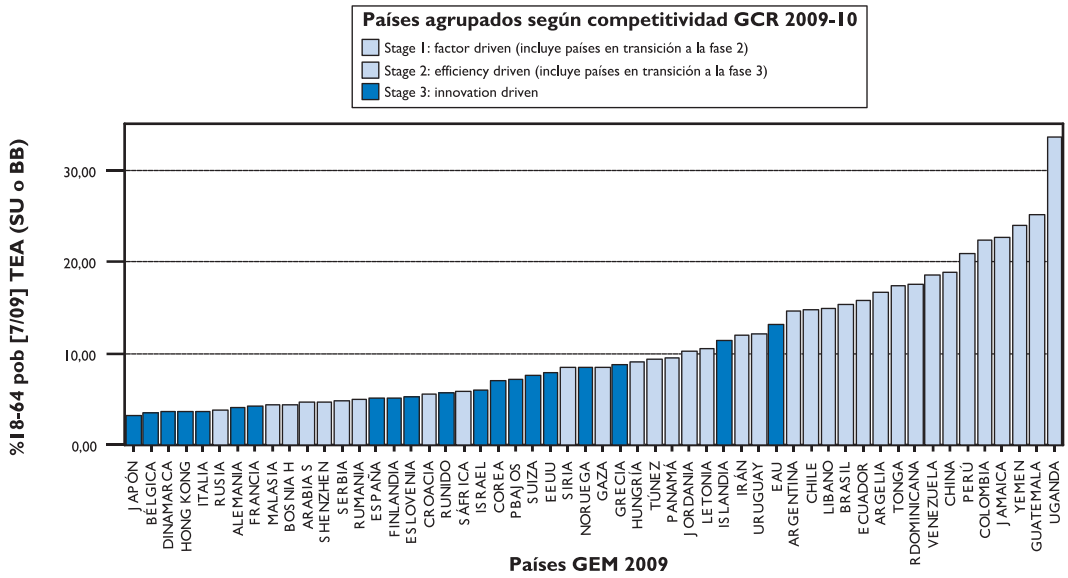
Finalmente, los países en tono más oscuro, son aquellos que todavía consideran a los factores de producción (especialmente el capital humano) como los elementos capaces de mejorar la productividad y la competitividad. En este grupo también están incluidos países que están en transición entre el estadio más antiguo y el que considera la eficiencia como impulso para mejorar la productividad y la competitividad.

Mediante el uso de esta clasificación, GEM quiere facilitar la comparación de los resultados que obtiene con los que proporcionan otros indicadores de ámbito global como el Índice de Competitividad Mundial.

En la Figura 6 se muestra la posición relativa de España entre los países participantes en la edición 2009. La crisis ha afectado de forma notable a los países desarrollados de la Unión Europea y todos muestran una tendencia a la baja en cuanto a actividad emprendedora, no siendo España uno de los que peor resultado muestra. Así, Francia, Alemania, Italia, Dinamarca y Bélgica han acusado el descenso mucho más que nuestra nación pero, en cambio, han resistido mejor otras naciones como Islandia, Grecia, Noruega, los Países Bajos, Suiza y el Reino Unido, siempre hablando de nuestro mismo nivel de competitividad y desarrollo. Eslovenia y Finlandia muestran un TEA similar al español, habiendo disminuido también en ellas a lo largo de 2009.

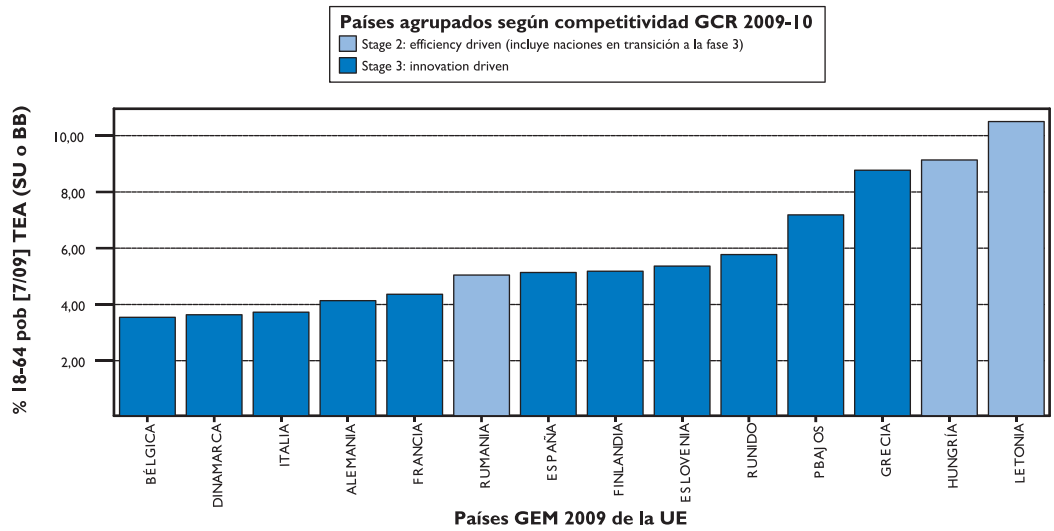
En cuanto a los países árabes, la introducción de Marruecos ha puesto de manifiesto el elevado índice de actividad emprendedora de este país: uno de los más elevados medidos por GEM entre las naciones en vías de desarrollo. Yemen y Argelia muestran tasas elevadas pero más moderadas. Emiratos Árabes Unidos constituyen una nación desarrollada y muy competitiva, con una tasa de actividad emprendedora relativamente elevada que indica una cultura empresarial extendida entre la población. En cambio, Arabia Saudí, con un nivel de desarrollo muy inferior, muestra un comportamiento mucho más discreto en cuanto a emprendimiento, señal del menor arraigo de esta cultura entre la población en la que, además, la participación femenina es muy escasa impidiendo lograr cotas más altas. Líbano y la franja de Gaza, se muestran más dinámicas que Israel a pesar de compartir zona geográfica. Se trata de un emprendimiento más basado en la necesidad y de menor componente innovadora y tecnológica, pues ambas naciones acusan una economía de subsistencia en medio de una situación bélica que les impide lograr el desarrollo que les correspondería. No hay que olvidar el estatus que había tenido el Líbano en los años previos a los conflictos bélicos. La incorporación de estos países al Proyecto GEM aporta una riqueza de matices interesante, pues permite observar el comportamiento emprendedor de la población bajo diversas situaciones que no había sido posible analizar en los primeros diez años del observatorio.

**Figura 6. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países participantes GEM 2009, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad**



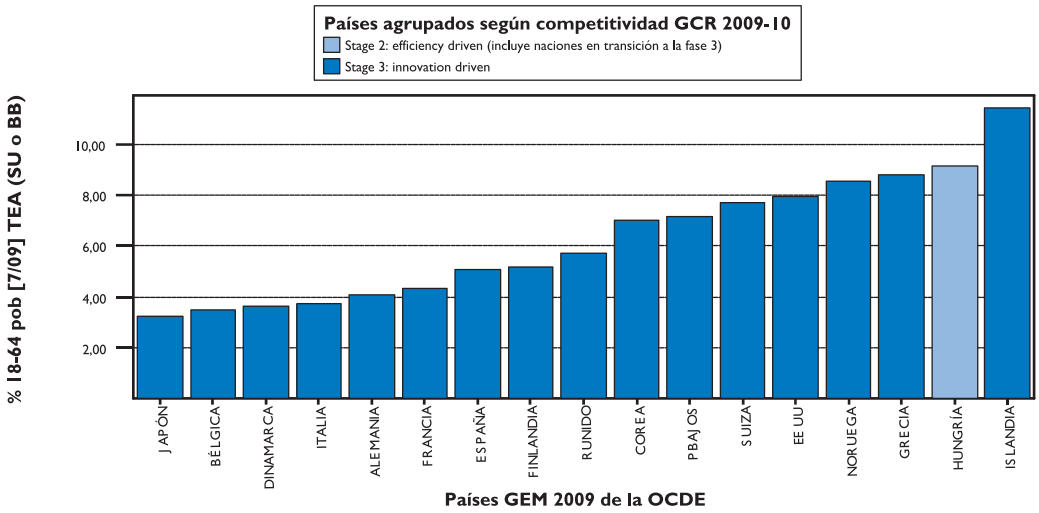

Por su parte, la Figura 7 muestra la posición española en el contexto de los países GEM de la UE que han participado en esta edición. Con la excepción de Rumania, las naciones con las tasas de actividad emprendedora más elevada son las que están en el segundo estadio de competitividad y menos desarrolladas.

**Figura 7. Actividad emprendedora en los países de la UE participantes GEM 2009. Países clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad**




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 que simplemente se muestra la tasa bruta de iniciativas emprendedoras sobre la población de 18 a 64 años de edad. La pérdida de empresas y de actividad emprendedora en España se nota, especialmente en su comparación con el Reino Unido, por lo que el objetivo de recuperar los niveles alcanzados el año 2007 debe priorizarse para mantener y mejorar nuestra competitividad.

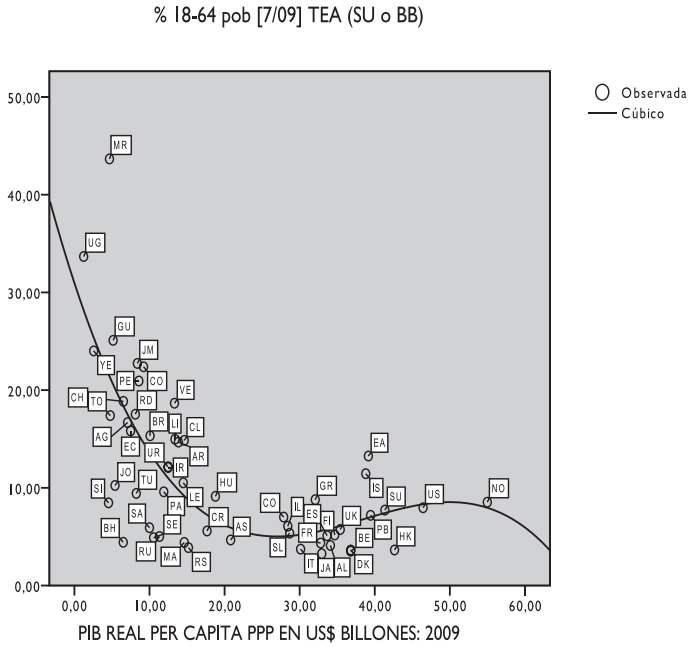
**Figura 8. Actividad emprendedora en los países de la UE participantes GEM 2009. Países clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad**




Desde hace varios años los resultados del proyecto GEM han puesto de manifiesto que tener una alta tasa de actividad emprendedora en la población no es sinónimo de desarrollo en términos brutos. La principal conclusión que permiten extraer los resultados GEM tras 10 años de 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.

La Figura 9 muestra cómo el indicador TEA depende significativamente de grado de desarrollo de los países representado por el PIB real per cápita en Paridades de Poder Adquisitivo (PPS) a precios corrientes del 2009 mediante un modelo de regresión no lineal cúbico. El ajuste o capacidad explicativa del modelo es del 51%.

**Figura 9. Relación de dependencia del TEA respecto del nivel de desarrollo de los países GEM 2009 como conjunto total**



La ampliación de la muestra de países ha dado como resultado el año 2009, un mejor ajuste de los datos al modelo cúbico planteado. La situación de las naciones se mantiene proporcionalmente de forma similar a pesar de la crisis. Los países desarrollados que se ubican en el valle de la curva aparecen menos dispersos y algunos de los que estaban en la parte izquierda el año anterior, aparecen mezclados con los desarrollados.

Ese es el caso de Colombia, por ejemplo, que parece haber finalizado rápidamente su período de transición hacia el segundo estadio de competitividad. En cambio, se advierte cierto retroceso en Finlandia y un mayor avance en actividad emprendedora en Japón, que acostumbraba a aparecer más separado del núcleo de países desarrollados.

El efecto de la crisis ha desplazado a los países hacia valores más bajos del indicador TEA y el fenómeno se aprecia como global, sin que ello afecte excesivamente a las posiciones sobre y alrededor de la curva. Es como si todo el escenario hubiese sido "empujado" hacia abajo pero con pocos cambios en las posiciones relativas entre naciones. Noruega sigue apareciendo como el país más adelantado en el ciclo, seguido de Estados Unidos. Irlanda que estaba próximo a Estados Unidos no ha participado este año en el proyecto.

La recuperación de la crisis debería propiciar un avance algo más rápido hacia la derecha de la mayoría de los países si se aprovecha la coyuntura para progresar en racionalizar la competitividad, impulsando nuevos modelos de crecimiento que equilibren las diferencias entre países desarrollados y en vías de desarrollo un poco más, es decir, si se mejora la transferencia de conocimientos e innovación para la puesta en marcha de proyectos empresariales de calidad saltando obstáculos y propiciando un salto cualitativo sin esperar a que se vaya produciendo una evolución sin intervención de los países con excedente.

La crisis ha demostrado que el consumismo sin freno llega a colapsar los mercados desarrollados mientras su excedente se podría transferir a naciones que podrían aprovecharlo para potenciar un crecimiento inteligente y libre de los defectos que han marcado el avance de los países desarrollados.

## *1.5. Dinámica empresarial en el contexto internacional GEM*

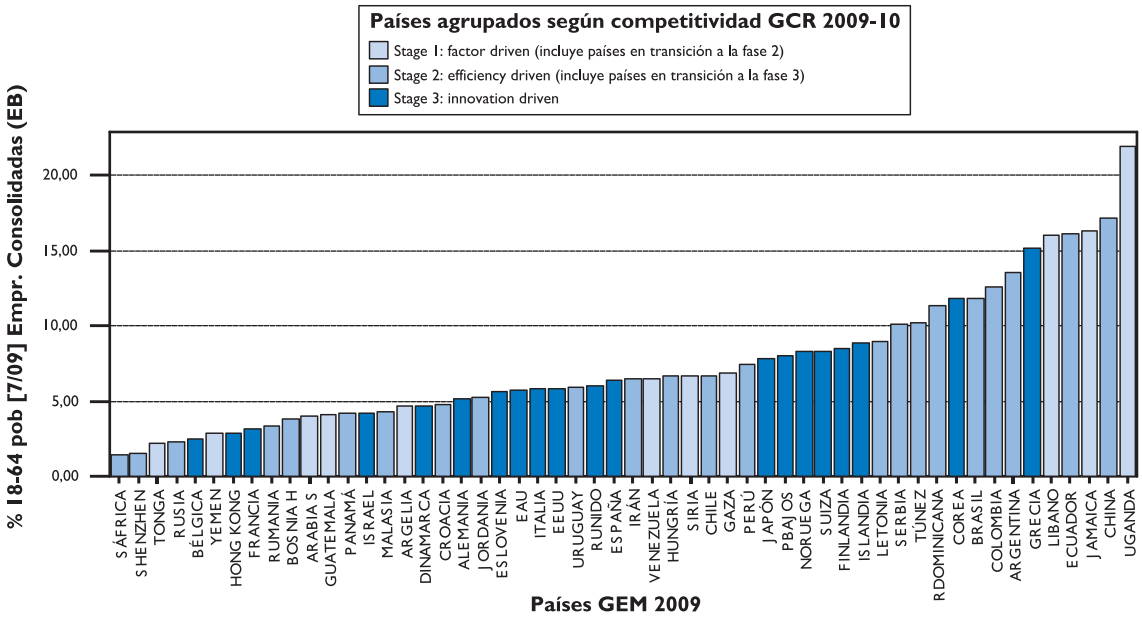
La Figura 10 muestra el porcentaje de empresas consolidadas (established business) estimado en la población de 18-64 años de los países participantes. Se trata de empresas, negocios y autoempleos que llevan operando por más de 42 meses y se corresponde aproximadamente con lo que en España entendemos 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. Nuestro país estaba bien situado entre los del grupo que utilizan la innovación como motor de la productividad y de la competitividad, pero la crisis ha supuesto la desaparición de un considerable número de empresas nuevas y consolidadas. Ello nos hace retroceder en nuestro posicionamiento y, aunque en otros países ha sucedido lo mismo, ya se ha comentado que la falta de diversificación y la estructura de nuestra economía, fuertemente anclada en sectores muy afectados, no propician una rápida recuperación.

Lo que cabe esperar es una recuperación progresiva y lo deseable es un cambio que regenere el tipo de empresas que formen nuestro futuro tejido. En España debemos considerar firmemente la necesidad de un cambio de mentalidad, de estrategia empresarial y explorar nuevas parcelas para producir bienes y servicios, disminuyendo la dependencia de sectores como el de la construcción, el inmobiliario, el turismo y otros, que si bien van seguir teniendo una presencia significativa en nuestra economía, no deberían de tener tanto peso relativo en el conjunto total de actividades empresariales. Una diversificación acertada y la apuesta por la sostenibilidad y el medio ambiente garantizarían una mejor recuperación de la actividad en caso de nuevas crisis.

El año 2008, al agudizarse la recesión, se acusó un paro bastante generalizado en la inversión en nuevas tecnologías, en innovación, en internacionalización y en transferencia de I+D, justamente los pilares del crecimiento y el desarrollo, circunstancia nada deseable para afrontar una buena recuperación. La complejidad de acceso a financiación supone un obstáculo para el cambio de tendencia de estos indicadores.

**Figura 10. Relación de dependencia del TEA respecto del nivel de desarrollo de los países GEM 2009 como conjunto total**




Al igual que en el apartado anterior, es interesante mostrar estos resultados para la UE (Figura 11), la OCDE (Figura 12) y tener siempre en cuenta que la calidad y dimensión de la dinámica empresarial no es comparable entre algunos países. En la UE, Grecia es la nación participante en GEM 2009 con mayor proporción de tejido empresarial consolidado sobre la población activa, pero sus estándares de calidad e innovación son inferiores en comparación con otras naciones. Nuestro país ha perdido posiciones y ha dejado de estar alineado con Finlandia, país con el que estaba equiparado en el 2008.

**Figura 11. Empresa consolidada (que lleva más de 3,5 años en activo) detectada como porcentaje de la población en el contexto de la Unión Europea, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad**

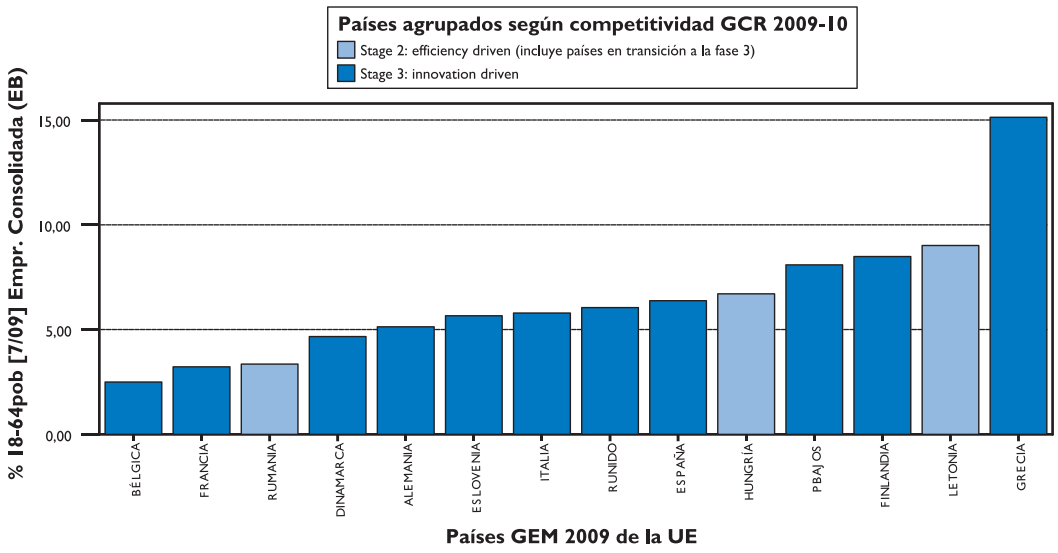
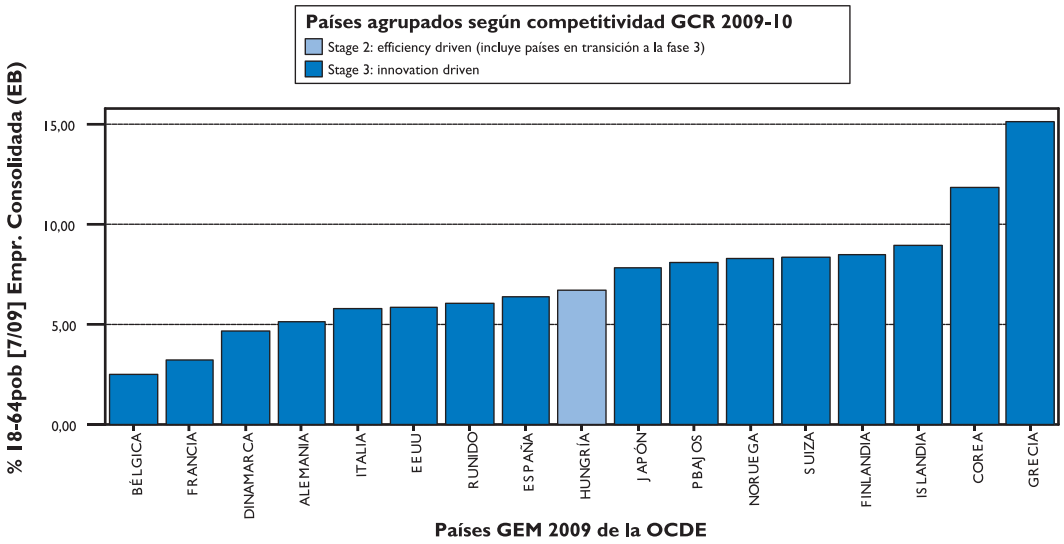


**Figura 12. Empresa consolidada detectada como porcentaje de la población activa en el contexto de la OCDE, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad**




La descripción de la dinámica empresarial, se completa con el estudio del cierre efectivo de iniciativas doce meses antes de Julio de 2009 en forma de porcentaje en la población de 18-64 años de los países GEM. Dinamarca es la nación que presenta una situación más favorable y Uganda se desmarca del conjunto con una tasa de cierres completamente desproporcionada. España y Reino Unido son los países con mayor tasa de cierres efectivos entre sus vecinos de la UE.

**Figura 13. Porcentaje de cese de actividades en la población de los países que participan en GEM 2009, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad**

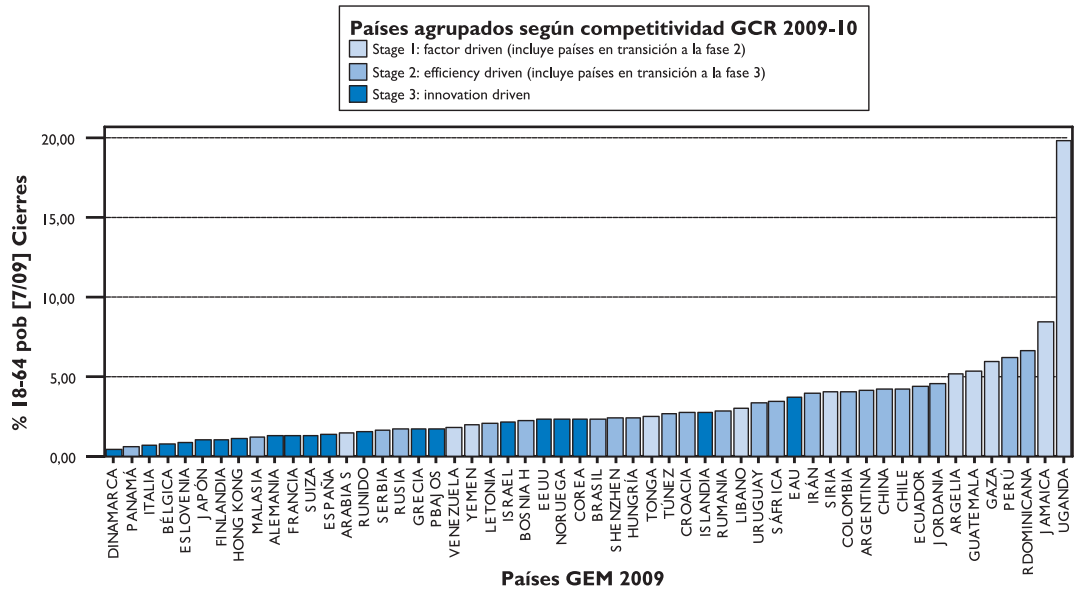
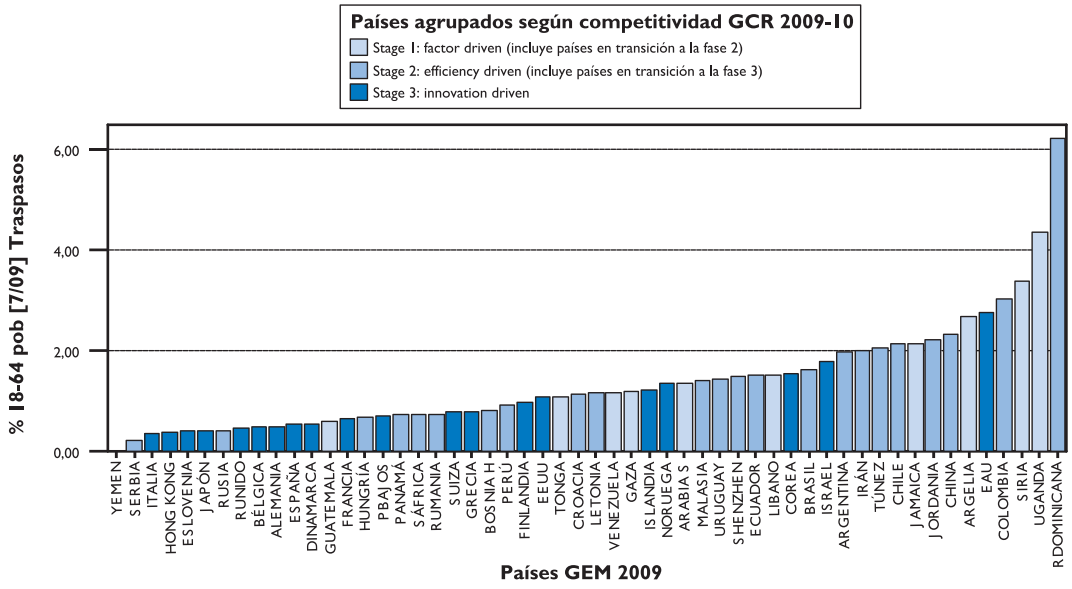


**Figura 14. Porcentaje de traspaso de actividades en la población de los países que participan en GEM 2009, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad**




En resumen, la dinámica empresarial española entre Julio de 2008 y Julio de 2009, se describe mediante los resultados de la Tabla 6.

**Tabla 6. Principales indicadores de actividad consolidada (operativas por más de 42 meses) y cierre de actividades los doces meses previos a Julio de 2009 en España**

| | Actividad consolidada | Tasa de cierre efectivo de actividades |
|---|---|---|
| % | 6,4% | 1,38% |
| Estimación puntual | 1.926.230 | 415.343 |
| Intervalo de confianza al 95% | (1.850.986, 2001473) | (340.100, 490.586) |

En definitiva, aglutinando las cifras de iniciativas emprendedoras más las consolidadas, el GEM puede aproximarse al registro de empresas DIRCE del año 2009 arrojando una cifra de: 3.461.194 actividades en funcionamiento, ya sea en fase de despegue, de consolidación o consolidadas. El intervalo de confianza al 95% de esta estimación es: (3.310.707, 3.611.681)

Si se descuentan las actividades efectivamente cerradas, la estimación final sería de 3.045.851 actividades de cualquier sector, incluyendo el autoempleo, con un intervalo de confianza al 95% de: (2.970.607, 3.121.095)

*Nota: Téngase en cuenta que los datos DIRCE 2009 harán referencia al registro empresarial del 2008, mientras que GEM abarca el período: Julio 2008-Julio 2009.*

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

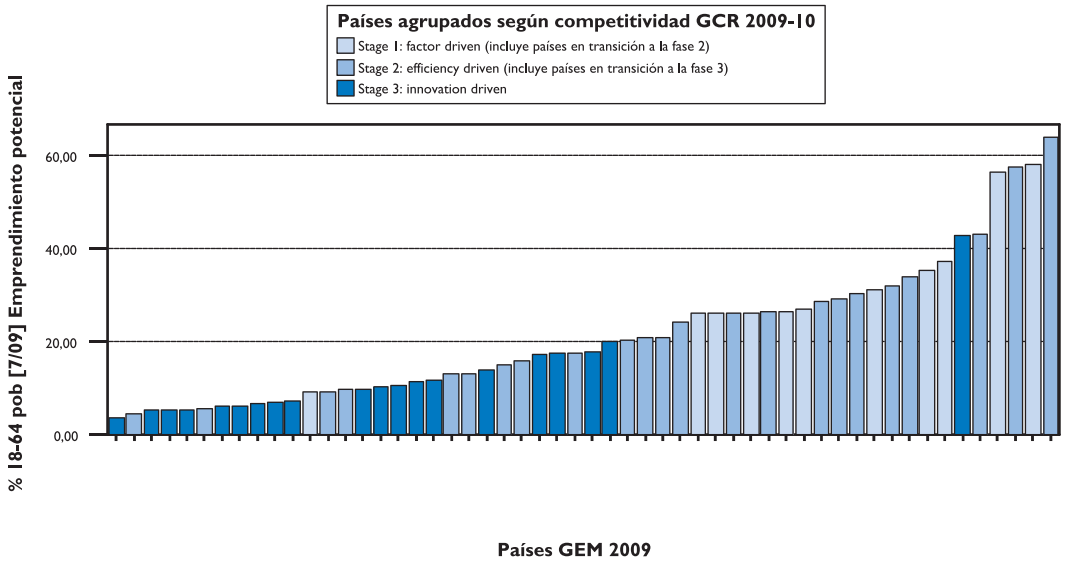
GEM identifica a los emprendedores potenciales como aquellas personas que tienen en mente la idea de poner en marcha un negocio o autoempleo en los próximos 3 años. El año 2009, en España, la tasa de emprendimiento potencial ha disminuido un 29,9%, viéndose, por consiguiente, afectado este indicador por la crisis. La población se ha retraído abriéndose un compás de espera hasta la reactivación económica. Entre las personas en paro, la tasa de emprendimiento potencial es algo superior, alcanzando el 5,7%, señal de que es considerada por una parte de los que están en esta situación como una alternativa al desempleo. Sin embargo, en un escenario como el actual, esta tasa se esperaba mayor, por lo que se puede suponer que la falta de acceso a financiación y el tiempo que requieren los trámites burocráticos no acaban de impulsar el emprendimiento como alivio de la enorme tasa de paro actual: las políticas públicas deben ajustarse aún más para lograr un resultado efectivo en este apartado.

**Tabla 7. Potencial emprendedor de la población española de 18-64 años en el 2009**

| Emprendedores Potenciales en la Población Adulta Española 2007-2009 | | | |
|---|---|---|---|
| **Estimaciones al 95% de confianza** | **Número** | **% de PA** | **Error muestral** |
| Emprendedores potenciales año 2007 | 1.790.704 | 6,8% | ± 0,58% |
| Emprendedores potenciales año 2008 | 2.013.814 | 7,7% | ± 0,28% |
| Emprendedores potenciales año 2009 | 1.625.256 | 5,4% | ± 0,25% |

En el plano internacional, Colombia, Túnez, Marruecos y Chile se desmarcan presentando unas muy elevadas tasas de emprendimiento potencial. El fenómeno se explica, en parte, por la combinación de emprendimiento y empleo, muy presente en estas economías y más, en tiempos de crisis, en que muchas personas buscan actividades complementarias para aumentar o mantener sus ingresos.

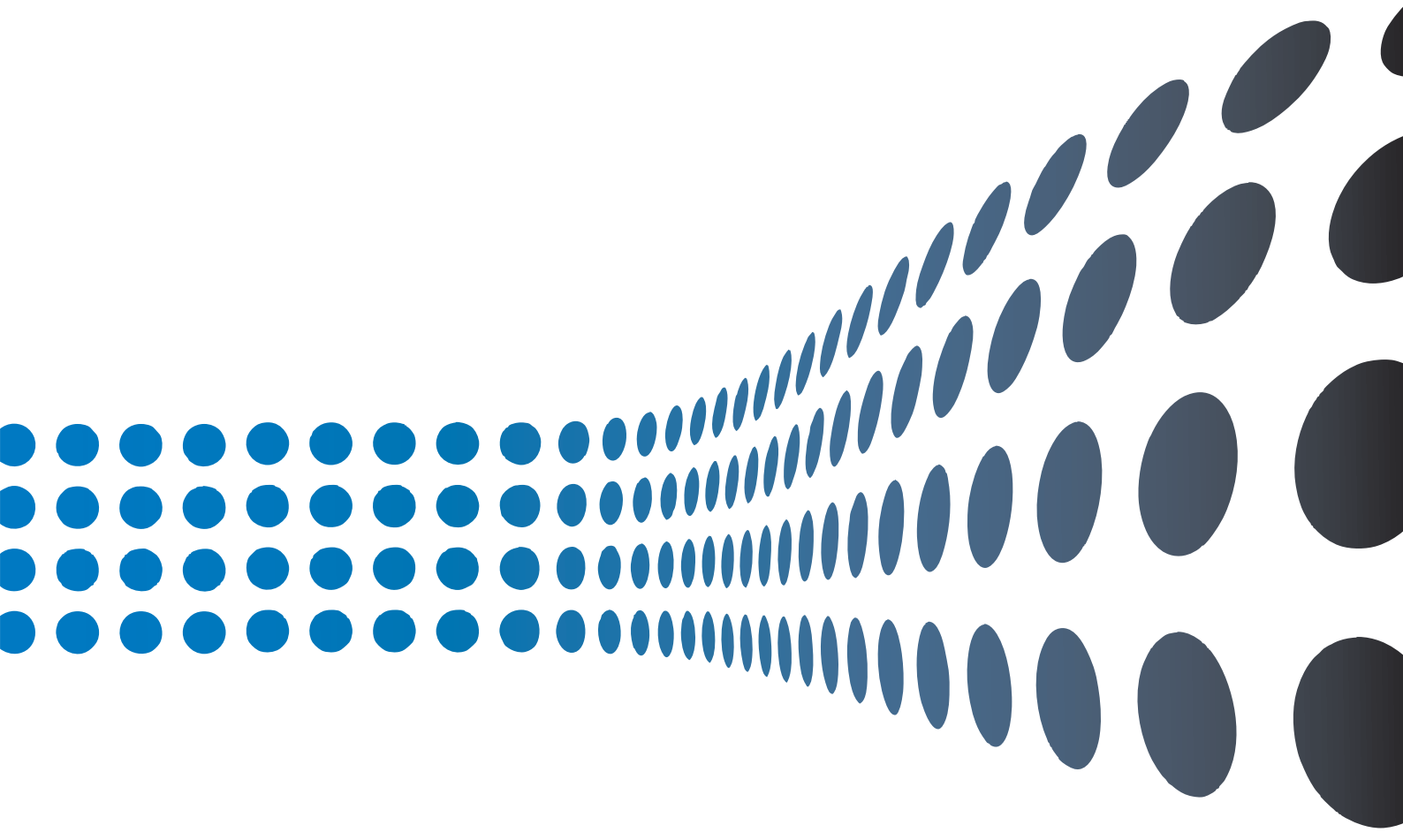
**Figura 15. Porcentaje de emprendedores potenciales en la población de todos los países GEM 2009, clasificados en función de la orientación en cuanto a productividad y competitividad**




Entre los países más competitivos, salvo la excepción de Emiratos Árabes Unidos, la mayoría de los integrantes de la UE ha visto disminuir este indicador sugiriendo una dinámica parecida a la española. Sin embargo, también hay casos excepcionales, como el de Islandia, en que esta tasa se ha disparado, seguramente por causa de su excepcional situación financiera, que la convierte en nación competitiva en precios para determinados sectores. Asimismo, en Francia y también en Grecia, se registra una proporción inusual de emprendedores potenciales que podría estar propiciada por el descenso de precios de bienes orientados al consumo, la falta de empleo y el empuje de la necesidad de la parte de población inmigrante, muy notable en Francia.

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



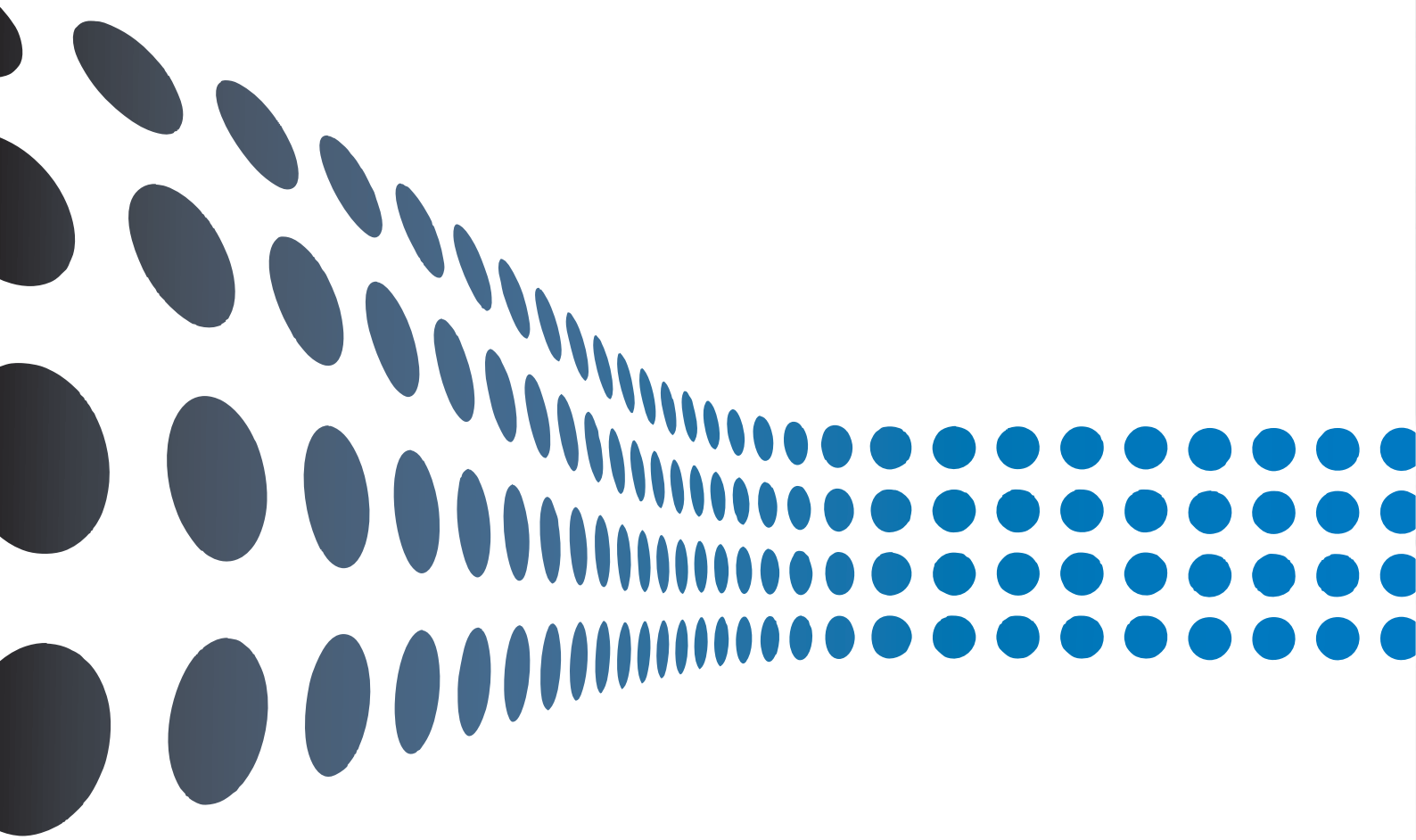
Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

GEM

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

GEM

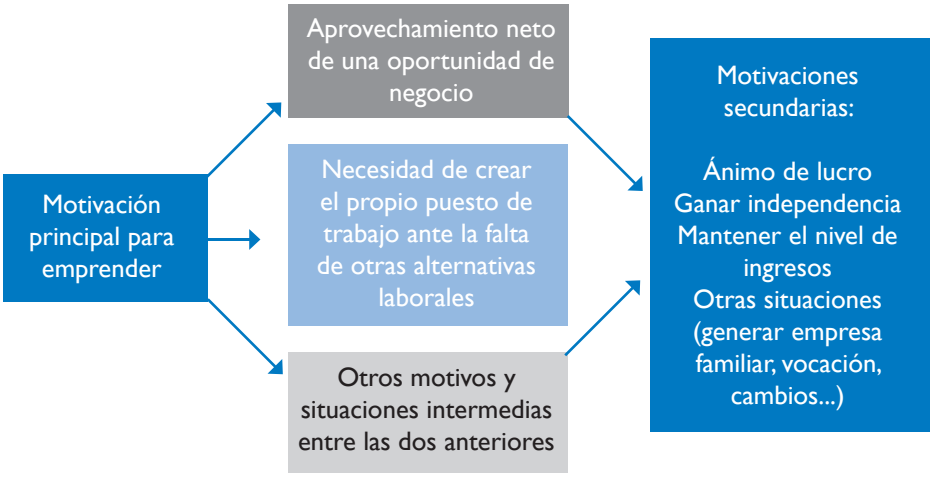
# 2 Tipos de comportamiento emprendedor

# Capítulo 2: Tipos de comportamiento emprendedor

## 2.1. *Introducción*

El observatorio GEM analiza la motivación del emprendimiento clasificando a las iniciativas de negocio, a grandes rasgos, en: creadas por aprovechamiento de una oportunidad y creadas por motivos de necesidad ante la falta de alternativas de empleo. El modelo teórico en que se basan los análisis del observatorio acerca de este aspecto del emprendimiento, es el siguiente:

**Figura 16. Motivación principal para poner en marcha una iniciativa que da lugar a diferentes comportamientos emprendedores**




## 2.2. *Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor*

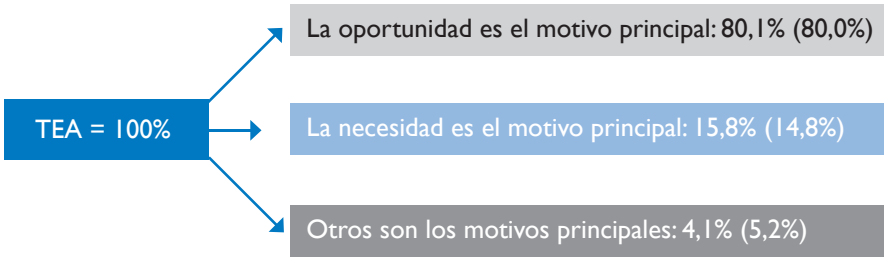
La siguiente tabla resume las cifras relativas a los diversos comportamientos emprendedores obtenidas en el 2009, sobre la población de 18-64 años de edad, distinguiendo entre las iniciativas que están en fase naciente (start up), nueva o baby business y la total (TEA) que aglutina a ambas.

**Tabla 8. Distribución de iniciativas emprendedoras en función de su fase y motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población española de 18-64 años)**

| Motivo de su creación | Tipo de iniciativa | | |
|---|---|---|---|
| Oportunidad pura | 1,1% | 1,4% | 2,4% |
| Oportunidad en parte | 0,7% | 0,9% | 1,7% |
| Necesidad | 0,4% | 0,4% | 0,8% |
| No clasificable, otro caso | 0,1% | 0,1% | 0,2% |
| Total | 2,3% | 2,9 % | 5,1% |

Los resultados de la siguiente figura permiten visualizar fácilmente que del total de la actividad emprendedora española, la gran mayoría (más de tres cuartas partes), se crea, principalmente, por aprovechamiento de una oportunidad.

**Figura 17. Distribución de la actividad emprendedora total 2009, en función del principal motivo de su creación y comparación con el 2008**




Al igual que en ediciones anteriores, el emprendimiento en España se basa, de forma bastante generalizada, en el aprovechamiento de oportunidades. Sin embargo, derivado de la crisis, comienza a acusarse el vaticinado incremento del emprendimiento por necesidad, que responde a la iniciativa de parte de la población en paro, que utiliza esta fórmula para generar su propio empleo.

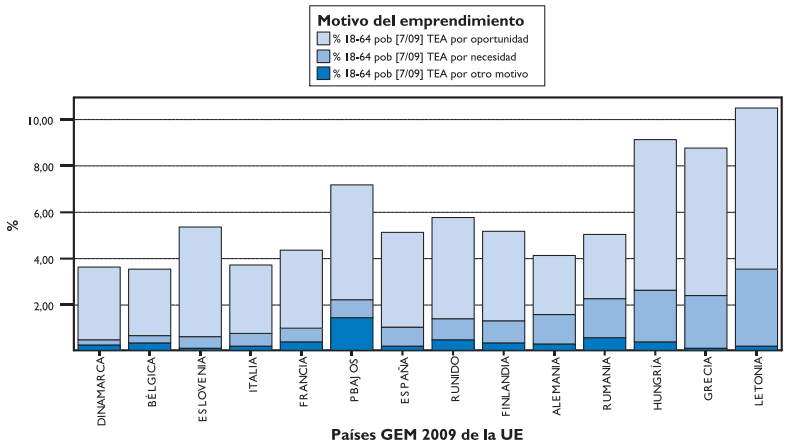
A primera vista, el incremento del TEA por necesidad puede parecer menor que el esperado, teniendo en cuenta que en el momento de la medición nuestra tasa de paro se situaba ya por encima del 17%. Pero la puesta en marcha de nuevos negocios y las altas de nuevos autónomos, necesitan más tiempo que el transcurrido y, por ello, cabe esperar que aún se note un aumento más significativo de este indicador en el 2010: de momento, apenas sobrepasa el nivel del año 2006. Por consiguiente, a pesar de las medidas tomadas para la agilización de la burocracia, de la mayor facilidad de disponer del subsidio de paro y otros recursos activados para impulsar el emprendimiento, no hay que olvidar que el emprendedor potencial debe seleccionar un sector, forjar una idea y llevar a cabo un conjunto de acciones que implican una media de más de seis meses para el inicio real de una actividad. Asimismo, dependiendo de la edad, ante el recrudecimiento de la crisis, también es cierto que muchas personas han optado por la prejubilación y que no considerarán la alternativa del emprendimiento para proseguir con su vida profesional.

**Tabla 9. Evolución del tipo de comportamiento emprendedor en España como porcentaje de la población adulta y como porcentaje del TEA total**

| Año | TEA | TEA oportunidad | TEA necesidad | TEA otro caso |
|---|---|---|---|---|
| 2001 | 6,3 (100%) | 4,4 (70,5%) | 1,61 (25,5%) | 0,2 (4,0%) |
| 2002 | 4,5 (100%) | 3,4 (74,5%) | 1,0 (22,2%) | 0,1 (3,3%) |
| 2003 | 6,7 (100%) | 6,0 (89,4%) | 0,5 (7,5%) | 0,2 (3,1%) |
| 2004 | 5,1 (100%) | 4,5 (88,0%) | 0,6 (12,0%) | 0,0 (0,0%) |
| 2005 | 5,4 (100%) | 4,4 (81,5%) | 0,8 (14,8%) | 0,2 (3,7%) |
| 2006 | 7,2 (100%) | 6,1 (84,1%) | 1,1 (15,2%) | 0,0 (0,6%) |
| 2007 | 7,6 (100%) | 5,8 (76,4%) | 1,1 (14,9%) | 0,6 (8,7%) |
| 2008 | 7,0 (100%) | 5,6 (80,0%) | 1,0 (14,8%) | 0,4 (5,2%) |
| 2009 | 5,1 (100%) | 4,1 (80,1%) | 0,8 (15,8%) | 0,2 (4,1%) |

En la Figura 18, se puede ver que la posición relativa de España acerca de los indicadores anteriores en el contexto de la UE es moderada, pues existen países de nuestro nivel de desarrollo, como por ejemplo Alemania, con tasas de emprendimiento por necesidad, superiores a la nuestra. Finlandia y el Reino Unido muestran niveles de emprendimiento por necesidad similares al nuestro y Dinamarca es la nación en situación más favorable.

**Figura 18. Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en los países que han participado en GEM 2009**

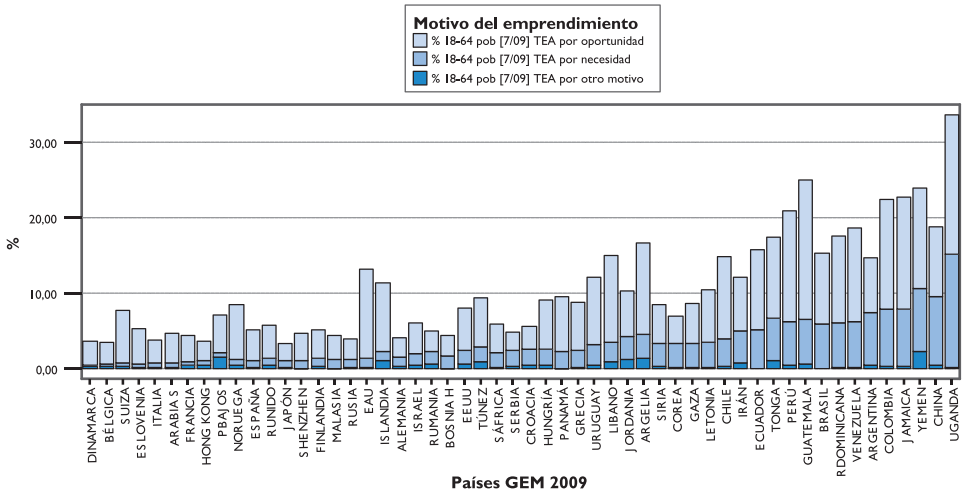



En un contexto más amplio como es el de todos los países GEM del 2009, España ocupa una posición acorde con su nivel de desarrollo y características macroeconómicas, que no guarda relación con la distribución de actividad empresarial de otros países en vías de desarrollo. Así, ordenados los países por su tasa de actividad emprendedora por necesidad de menos a más, en el 2009, la nación que presenta la mayor proporción de emprendedores por necesidad es Uganda, seguida de Marruecos, China y Yemen. La incorporación de nuevos países al Proyecto GEM proporciona detalles nunca vistos hasta la fecha. Entre los países árabes, Marruecos y Yemen son los que presentan una distribución de la motivación del emprendimiento típica de poblaciones en desarrollo en que escasean las alternativas de empleo por cuenta ajena, localizándose éstas en focos de población urbana concretos y mucho más desarrollados que el resto de la nación. Argelia y Túnez, muestran situaciones en que el emprendimiento por necesidad es mucho menor. Esta diferencia condiciona la emigración, que sigue siendo muy pronunciada en Marruecos y en Yemen y, por consiguiente constituye una información relevante para España, por ser el país más escogido como acceso a Europa.

Finalmente, el escenario Latinoamericano y Caribeño, sigue mostrando tasas elevadas de emprendimiento por necesidad que evidencian la falta de una estructura general de empleo público y privado. Con todo, la zona presenta excepciones como la de Uruguay y la de Panamá, que sirven como referente y ejemplo a seguir en múltiples aspectos. Desde el punto de vista español, el seguimiento de esta evolución también es relevante por cuanto muchos de estos países siguen siendo el origen de importantes corrientes migratorias hacia nuestro país. La crisis ha frenado algo esta tendencia pero, si la economía comienza a mejorar, hay que esperar una intensificación de la inmigración a corto plazo.

La Figura 19 permite visualizar estos resultados, salvo en el caso de Marruecos siendo necesario recordar que estas cifras no proporcionan información acerca de la calidad, dimensión y otros aspectos de las iniciativas emprendedoras.

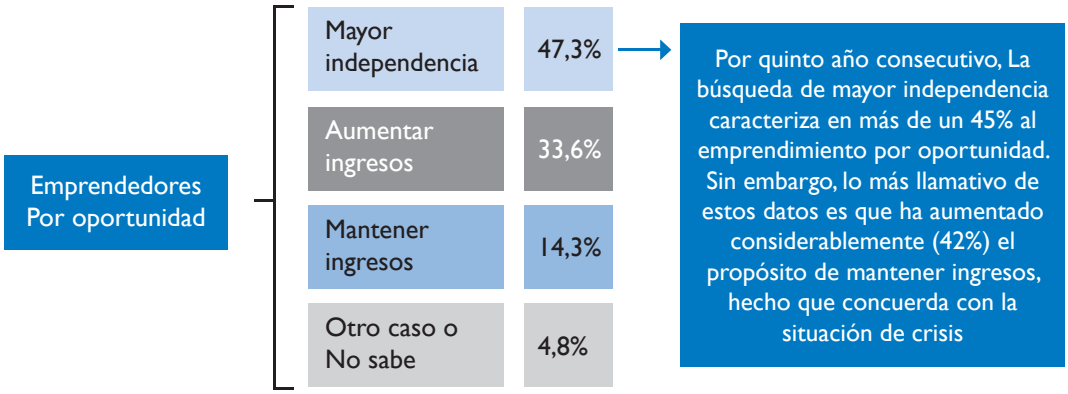
**Figura 19. Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en el conjunto de países que han participado en GEM 2009**



## 2.3. *Análisis de otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en España el año 2009*

Cuando un emprendedor potencial detecta una oportunidad y toma la decisión de poner en marcha su iniciativa, bajo esa decisión subyacen, además, otros motivos de índole más personal relacionados, generalmente, con el desarrollo personal y profesional. El Proyecto GEM explora por quinta vez estos motivos obteniéndose estos resultados para España:

**Figura 20. Análisis de otros motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad**



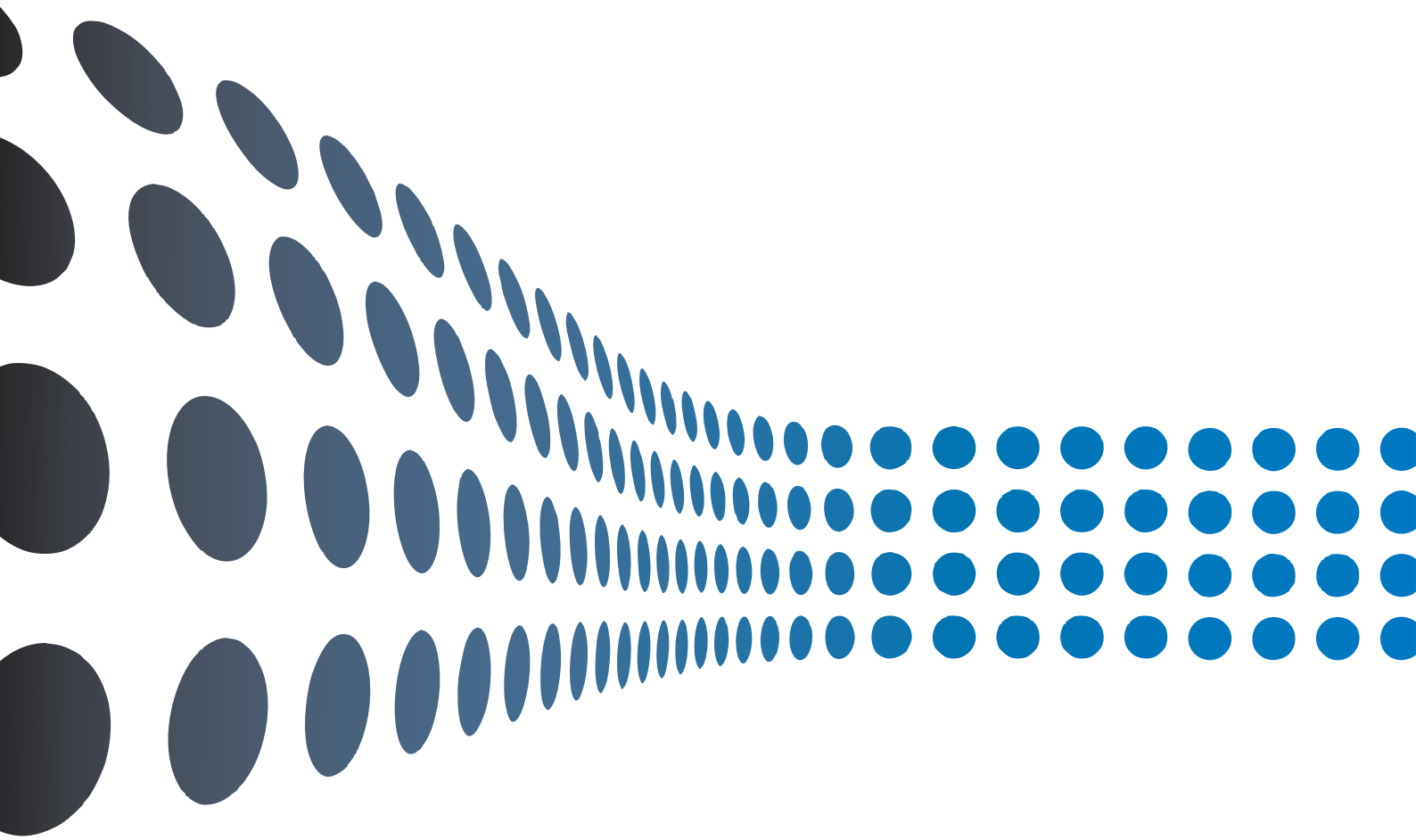

La evolución del indicador anterior en los cuatro últimos años, y que puede verse en la Tabla 10, sigue la tendencia cambiante que se inició en el 2008. Así, en dicho año, en plena recesión, se apreció claramente una disminución del deseo de mayor independencia laboral a favor del deseo de incrementar y también de mantener el nivel de ingresos, disminuyendo otros motivos no especificados. Ya en plena crisis, en el 2009, la búsqueda de independencia se mantiene bastante similar, pero disminuye la proporción de emprendedores en búsqueda del lucro y, por consiguiente, parte del espíritu competitivo que les caracteriza. Aumenta, pues, el emprendimiento motivado por el mantenimiento de ingresos y también, por otras causas diferentes de las habituales.

**Tabla 10. Evolución de la distribución de las motivaciones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender**

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|---|
| Independencia | 54,4% | 53,2% | 57,1% | 46,6% | 47,3% |
| Aumentar ingresos | 34,5% | 32,6% | 34,1% | 42,3% | 33,6% |
| Mantener ingresos actuales | 11,1% | 12,9% | 8,1% | 10,8% | 14,3% |
| Otros No sabe | - | 1,3% | 4,4% | 0,3% | 4,8% |
| Empresa Familiar | - | - | 1,8% | - | - |
| Total | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

GEM

# 3 Perfil socioeconómico del emprendedor residente en España

# Capítulo 3: Perfil socioeconómico del emprendedor residente en España

## 3.1. Introducción

En este apartado, se presenta el perfil medio de los emprendedores que intervienen en el proceso descrito en la Figura 2. Para elaborarlo, se ha partido de la información proporcionada por los entrevistados que estaban involucrados en una iniciativa empresarial de algún tipo: naciente, nueva, consolidada, potencial o abandonada y que han respondido a la encuesta GEM 2009.

Las variables que se han analizado son: el sexo, la edad, el nivel de estudios, el nivel de renta, el tamaño medio del hogar, el estatus laboral, el origen de las personas y la posesión de formación específica para emprender. El colectivo se ha dividido en: emprendedores nacientes (hasta 3 meses en el mercado), nuevos (entre 3 y 42 meses en el mercado), consolidados (más de 42 meses en el mercado), que han abandonado una actividad en los doce meses previos a la encuesta GEM, potenciales (que tienen en mente emprender en los próximos tres años) y en general, es decir, nacientes o nuevos.

## 3.2. Género

El perfil del emprendedor en lo que se refiere al género permanece inalterable, siendo predominantemente un hombre, ya sea en la fase naciente, nueva, consolidada o cualquier otra. La crisis ha ampliado la diferencia existente entre ambos sexos de nuevo, cuando en el 2008 se había dado un importante avance de la actividad femenina. En la Tabla 11 se aprecia, no obstante, que en las fases naciente y potencial, la presencia femenina tiende a ser mayor que en el resto, lo cual no deja de ser un síntoma de cierta reactivación entre este colectivo.

**Tabla 11. Distribución del sexo de los emprendedores en las distintas fases**

| Tipo de emprendedor | Naciente | Nuevo | General | Consolidado | Abandono | Potencial |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Hombres | 61,5% | 63,4% | 62,6% | 66,7% | 63,9% | 61,0% |
| Mujeres | 38,5% | 36,6% | 37,4% | 33,3% | 36,1% | 39,0% |

## 3.3. Edad

En cuanto a la edad, el emprendedor en fase naciente y nueva regresa a la tendencia de mayor incorporación de jóvenes, con una edad media de 36 años, inferior a la registrada el año 2008 (38 años), en que la incorporación de personas maduras a la actividad emprendedora debido al aumento del desempleo había dado como resultado un retroceso en este aspecto. Consecuente con esta tendencia, la edad media de los emprendedores potenciales también disminuye hasta menos de 34 años. En cambio, como es lógico, se advierte una mayor madurez entre los consolidados y los que han abandonado alguna actividad. Por consiguiente, la concentración de emprendedores nacientes, nuevos y potenciales en los tramos inferiores de edad, constituye otro signo de recuperación de la dinámica que se venía observando antes del desencadenamiento de la crisis.

**Tabla 12. Distribución de la edad de los emprendedores en las distintas fases**

| Tipo de emprendedor | Naciente | Nuevo | General | Consolidado | Abandono | Potencial |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 18-24 años | 8,9% | 6,0% | 7,3% | 1,4% | 4,9% | 18,3% |
| 25-34 años | 41,0% | 44,7% | 43,0% | 16,5% | 27,7% | 41,6% |
| 35-44 años | 28,1% | 28,5% | 28,3% | 32,9% | 32,6% | 23,2% |
| 45-54 años | 15,7% | 16,6% | 16,2% | 30,4% | 22,4% | 12,8% |
| 55-64 años | 6,4% | 4,4% | 5,3% | 18,9% | 12,4% | 4,2% |
| Media (años) | 36,9 | 36,4 | 36,6 | 44,7 | 40,6 | 33,8 |

## 3.4. *Nivel de estudios*

El nivel de estudios ha evolucionado favorablemente en los últimos años, tal y como se advierte en las distribuciones de la Tabla 13, en que se puede ver mayor proporción de universitarios en las fases naciente y nueva, comparadas con las fases de consolidación y abandono. En la etapa potencial, es interesante ver la futura incorporación de mayores proporciones de diplomados y formación profesional superior, en detrimento de los licenciados. La mayor promoción de este tipo de carreras comienza a notarse en el escenario emprendedor.

**Tabla 13. Distribución del nivel de estudios de los emprendedores en las distintas fases**

| Tipo de emprendedor | Naciente | Nuevo | General | Consolidado | Abandono | Potencial |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Sin estudios | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,3% | 0,5% | 0,0% |
| Primarios | 27,5% | 34,9% | 29,8% | 42,6% | 36,1% | 26,2% |
| Secundarios | 17,9% | 12,1% | 14,6% | 15,5% | 15,2% | 18,2% |
| FP superior | 22,4% | 17,4% | 19,6% | 15,0% | 18,1% | 20,4% |
| Diplomado | 16,0% | 17,3% | 16,6% | 13,6% | 14,5% | 18,5% |
| Licenciado | 17,4% | 15,1% | 16,1% | 11,4% | 12,3% | 13,8% |
| Post grado | 2,5% | 2,8% | 2,6% | 1,3% | 2,3% | 1,8% |
| Otros | 0,1% | 0,1% | 0,1% | 0,2% | 0,8% | 0,4% |
| No contesta | 0,8% | 0,5% | 0,6% | 0,3% | 0,2% | 0,8% |

## 3.5. *Nivel de renta*

Acorde con la coyuntura económica, el nivel de renta de los emprendedores nacientes y de los potenciales, tiende a situarse en los intervalos medios y bajos. Ello no resulta positivo, por cuanto implica menor capacidad de inversión propia en la creación de empresas y mayor necesidad de endeudamiento o puesta en marcha de actividades más modestas.

Este retroceso, se nota, sobre todo en la franja de entre cuarenta y sesenta mil euros, manteniéndose, en cambio, el intervalo superior, donde no llega a alcanzarse el 3% de participación en ninguna fase. Entre el emprendedor potencial, mejora el penúltimo tramo, que puede estar representando ideas más ambiciosas, pero los emprendedores en esta fase se concentran mucho en las rentas medias y bajas. El mercado financiero y la ayuda pública, deben, por consiguiente, tener presente que en la recuperación de la creación empresarial, su inversión ha de jugar un papel destacado.

**Tabla 14. Distribución del nivel de renta de los emprendedores en las distintas fases**

| Tipo de emprendedor | Naciente | Nuevo | General | Consolidado | Abandono | Potencial |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ≤ 10.000€ | 15,1% | 14,5% | 14,8% | 10,5% | 23,1% | 14,8% |
| 10.001-20.000€ | 28,5% | 26,0% | 27,2% | 26,5% | 31,3% | 31,7% |
| 20.001-30.000€ | 27,2% | 23,9% | 25,5% | 28,3% | 21,1% | 23,1% |
| 30.001-40.000€ | 16,1% | 14,5% | 15,3% | 15,1% | 9,5% | 11,2% |
| 40.001-60.000€ | 7,4% | 12,0% | 9,7% | 9,1% | 7,2% | 10,6% |
| 60.001-100.000€ | 2,8% | 6,3% | 4,6% | 8,2% | 5,6% | 6,0% |
| >100.000€ | 2,9% | 2,8% | 2,8% | 2,3% | 2,2% | 2,6% |
| Por tercios | | | | | | |
| Tercio inferior | 15,1% | 14,5% | 14,8% | 10,5% | 23,1% | 14,8% |
| Tercio medio | 28,5% | 26,0% | 27,2% | 26,5% | 31,3% | 31,7% |
| Tercio superior | 56,4% | 59,5% | 57,9% | 63,0% | 45,6% | 53,5% |

## 3.6. *Tamaño medio del hogar*

El tamaño medio del hogar es bastante similar en todas las fases, pero los decimales advierten de futuros cambios. Así, el hogar de los emprendedores nacientes, nuevos y potenciales tiende a ser un poco menor que el de los consolidados y de los que han abandonado actividades. Esta tendencia concuerda con las edades medias de los emprendedores de cada fase: el hogar español tiende cada vez más hacia un modelo de tres personas. Las implicaciones de esta tendencia son diversas: propicia una mayor participación femenina y una mayor igualdad en el desempeño profesional; puede permitir mayores inversiones de capital propio al no adquirirse mayores obligaciones con respecto al hogar y otras.

**Tabla 15. Tamaño medio del hogar de los emprendedores en las distintas fases**

| Tipo de emprendedor | Naciente | Nuevo | General | Consolidado | Abandono | Potencial |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Tamaño medio del hogar (incluye al emprendedor) | 3,25 | 3,32 | 3,30 | 3,37 | 3,37 | 3,32 |

## 3.7. *Situación Laboral*

Como se puede observar en la Tabla 16, la mayoría de los emprendedores se consideran auto empleados, salvo en el caso de los que han abandonado actividades. El que aparezca un remanente de auto empleados en esta categoría, se explica porque algunos han abandonado alguna actividad empresarial pero teniendo otras en marcha que continúan. En ese apartado destaca el porcentaje de antiguos empresarios que están buscando empleo, circunstancia que también se da entre los emprendedores activos y que anuncia nuevos abandonos en el futuro.

También en la fase de abandono llama la atención el mayor porcentaje de personas dedicadas a las labores del hogar, reflejo del impacto de la crisis en la actividad femenina. Así, se están dando casos de mujeres que cesan su actividad y vuelven a depender del salario del cabeza de familia a la espera de una mayor bonanza económica. Entre los emprendedores potenciales, destaca la proporción de personas buscando empleo, lo que es síntoma de visión del emprendimiento como salida profesional, siendo interesante facilitar el acceso al mercado a ese 22% que podría canalizar sus aspiraciones de desarrollo profesional creando empresas. En la fase naciente se dan muy diversas situaciones que responden al momento en que la empresa está despegando y que pueden propiciar el mantenimiento de más de un estatus laboral mientras se resuelve la fase de despegue.

**Tabla 16. Distribución de la situación laboral de los emprendedores en las distintas fases**

| Tipo de emprendedor | Naciente | Nuevo | General | Consolidado | Abandono | Potencial |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Tiempo completo o parcial | 30,1% | 24,5% | 27,0% | 27,3% | 29,7% | 37,8% |
| Sólo a tiempo parcial | 9,1% | 4,1% | 6,4% | 4,6% | 6,4% | 10,4% |
| Se considera auto empleado | 34,5% | 67,%% | 52,5% | 64,4% | 16,5% | 11,6% |
| Buscando empleo | 16,9% | 1,4% | 8,4% | 0,7% | 28,5% | 22,0% |
| Jubilado | 0,4% | 0,5% | 0,4% | 0,3% | 4,2% | 0,8% |
| Labores del hogar | 2,9% | 0,5% | 1,6% | 0,8% | 6,9% | 3,3% |
| Estudiante | 2,2% | 0,1% | 1,0% | 01% | 1,5% | 11,1% |
| Paro, otro caso | 4,0% | 1,5% | 2,6% | 2,0% | 6,2% | 3,0% |

## 3.8. Origen

Los resultados de la Tabla 17 evidencian la progresiva incorporación de personas extranjeras a nuestro tejido empresarial. En pocos años, la evolución de los indicadores de emprendimiento inmigrante se han más que triplicado. Así, comparando el porcentaje de empresarios extranjeros consolidados con los de nacientes, nuevos y potenciales, se advierte que las cifras van aumentando, especialmente entre los extranjeros de régimen general. El extranjero de régimen comunitario muestra cierto retroceso, que puede ser debido a la crisis, pero ha alcanzado cotas muy elevadas de participación proporcional en los últimos años. Finalmente, es importante prestar atención al elevado porcentaje de abandonos entre el colectivo extranjero, especialmente elevado entre los de régimen general: es importante estudiar las barreras que les impiden seguir.

**Tabla 17. Distribución del origen de los emprendedores en las distintas fases**

| Tipo de emprendedor | Naciente | Nuevo | General | Consolidado | Abandono | Potencial |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Español | 85,0% | 90,5% | 88,0% | 95,2% | 88,5% | 83,2% |
| Extranjero régimen general | 12,9% | 6,9% | 9,6% | 3,0% | 9,6% | 15,1% |
| Extranjero régimen comunitario | 2,1% | 2,7% | 2,4% | 1,5% | 2,0% | 1,7% |

## 3.9. Posesión de formación específica para emprender

La formación específica para emprender está evolucionando positiva y rápidamente en nuestro país. Así, tras diez años de insistencia desde las páginas del informe GEM España, por primera vez se observa que más del 50% del colectivo emprendedor reciente y potencial, afirma tener esta formación en algún grado. Tal y como han venido advirtiendo los expertos, esta formación es el pilar de la calidad y posibilidades de desarrollo de empresas con futuro, por lo que es importante insistir en que los indicadores comienzan a mostrar el fruto de un esfuerzo que debe seguir siendo impulsado.

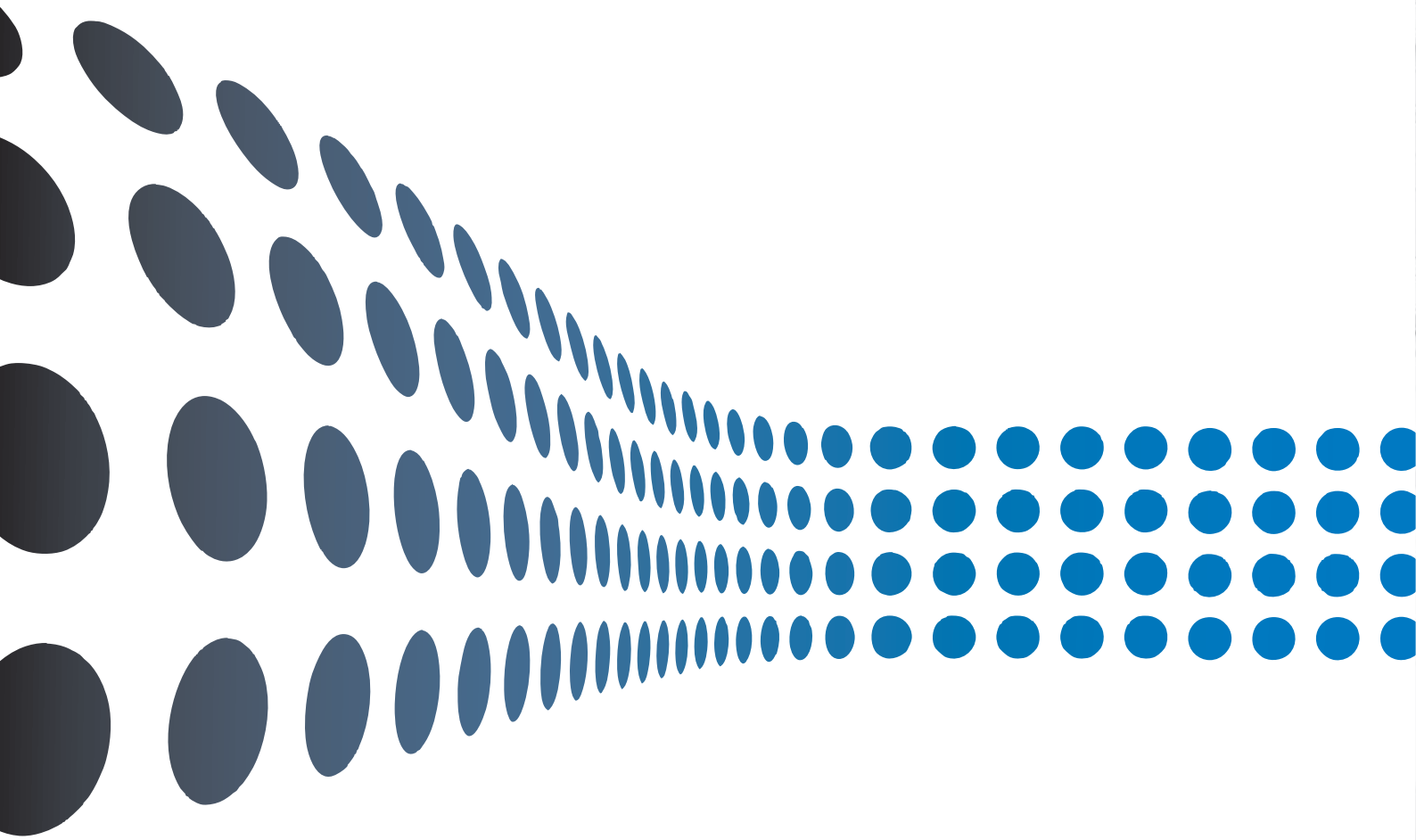
La implantación de estudios reglados de creación de empresas y de todo lo que conforma el espíritu emprendedor en todos los niveles educacionales, debería de convertirse en una realidad en pocos años. Por el momento, como se verá en el capítulo dedicado a las opiniones de los expertos sobre el entorno para emprender y su estado, es poco lo que se avanza en la valoración de este recurso, por consiguiente, a pesar de estos indicios de mejora, queda mucho por hacer en cuanto a este apartado.

**Tabla 18. Distribución de la posesión de formación específica para emprender entre los emprendedores en las distintas fases**

| Tipo de emprendedor | Naciente | Nuevo | General | Consolidado | Abandono | Potencial |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Tiene formación | 59,9% | 54,5% | 57,0% | 45,9% | 47,3% | 55,8% |
| No tiene formación | 39,7% | 45,5% | 42,8% | 53,8% | 52,4% | 43,9% |
| No lo sabe | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,1% | 0,2% | 0,2% |
| No contesta | 0,4% | 0,0% | 0,2% | 0,2% | 0,1% | 0,1% |

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

GEM

# 4 Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor y empresarial en España

# Capítulo 4: Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor y empresarial en España

## 4.1. Introducción

El observatorio GEM analiza las características de las iniciativas resultantes de la actividad emprendedora, es decir, de las nacientes y las nuevas, en cada edición. Para ello, confecciona las distribuciones referentes a:

- Sector de actividad
- Número de propietarios de las iniciativas
- Número de empleados actual
- Número de empleados esperado en cinco años desde la puesta en marcha
- Actividad emprendedora de iniciativas nuevas y consolidadas
- Carácter innovador
- Grado de competencia que afrontan
- Antigüedad de las tecnologías de producción de bienes o servicios
- Grado de internacionalización o exportación de sus bienes o servicios
- Grado de expansión esperada en su mercado
- Grado de orientación económica, social y medioambiental del negocio

## 4.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras y consolidadas españolas en el 2009

Dado el carácter sintético del Informe Nacional GEM, la clasificación sectorial que se ofrece en el mismo consta de cuatro grandes apartados: extractivo, transformador, servicios a empresas y orientado al consumo, pudiendo consultarse información más detallada (basada en el sistema CNAE-93 de hasta 4 dígitos) acerca de este epígrafe en estudios detallados como la segunda edición del AC-E[1].

La mayor parte de las iniciativas emprendedoras registradas por el observatorio GEM en el 2009, que tienen entre 0 y 42 meses de operatividad se ubican en el sector orientado al consumo (56,5%). Esta cifra representa un considerable aumento de 12 puntos porcentuales con respecto al 2008 en que la cifra fue del 44,1% y que ya representó un aumento de 3 puntos con respecto al 2007. El resultado concuerda con lo esperado en tiempos de crisis dado que, gracias al estudio AC-E, se demostró que es más barato y sencillo emprender en este sector y en el de servicios que en el primario y en el industrial.

Las ubicadas en el sector transformador  han aumentado dos puntos porcentuales con respecto al 2008, lo que constituye una excelente noticia de inicio de recuperación y diversificación, especialmente, si este incremento obedece a una mayor inversión en el sector tecnológico, que tanto se desea impulsar en España. Así, en la actualidad representan casi un 26% del total, cuando en el 2008 representaron un 23,6%.

La proporción de empresas en el sector de servicios a otras ha resultado mucho más afectada por la crisis, pues con un 12,8% del total, ha sufrido una disminución de casi 11 puntos porcentuales, o en otras palabras, se ha reducido casi a la mitad. El impacto de la crisis ha sido muy importante en este sector que contiene, entre otras, a las empresas inmobiliarias.

Habitualmente, el sector que registra una menor actividad emprendedora es el extractivo o primario, y el año 2009 no ha mostrado un comportamiento diferente. Representando el 4,8% restante, ha sufrido una disminución de 4 puntos porcentuales, pero sigue por encima del nivel del año 2007, lo que evidencia su progresiva expansión.

*(1) AC-E es un estudio auspiciado por la DGPYMES y la Fundación Cultural Banesto iniciado en el 2005 con el ánimo de profundizar en el análisis del crecimiento de la PYME española. Elaborado por el mismo equipo investigador GEM en el Instituto de Empresa se puede consultar en las páginas web de las tres instituciones citadas. Los datos comparan los resultados de los años 2006 y 2007.*

Como ya se comentó en la edición 2008, este desarrollo se justifica por el auge de los biocombustibles, energías renovables, especialmente la solar, que sustituye a campos de cultivo, el mayor interés en el desarrollo del ámbito rural, la mayor facilidad que representa la ubicación y explotación de fincas agrarias por parte de inmigrantes y el lento pero positivo regreso desde zonas urbanas a rurales de origen de personas que se retiran anticipadamente o que han perdido su empleo y la renovación del sector agrícola y ganadero. Tampoco hay que olvidar que dentro de este sector se desarrollan industrias de apicultura, silvicultura, acuicultura, caza y otros negocios relacionados.

Si se compara la distribución de la actividad emprendedora del 2009 mostrada en la Figura 21 con la de la consolidada (ver Figura 22), es decir, con aquella que ha superado los 42 meses y que puede tener una gran diversidad de años de antigüedad, se observa que ha habido mayor resistencia en el mantenimiento de proporciones de empresas del sector servicios y extractivo entre estos empresarios que entre los recientes. En la próxima reactivación económica las políticas públicas deben tratar de animar y atraer las inversiones hacia los sectores transformador y extractivo, así como hacia recuperar el de servicios a empresas, el más castigado, pero tratando de impulsar la base tecnológica y biotecnológica en los dos primeros y la innovación en los segundos, con el ánimo de no volver a desarrollar un peso excesivo en la parte inmobiliaria. En definitiva es más deseable una estructura como la que presenta la parte empresarial consolidada que la mostrada por la parte en fase de emprendimiento, siendo la adecuada canalización de ideas y financiación la clave del aprovechamiento de la oportunidad de modernización que brinda la crisis.

**Figura 21. Distribución de la actividad emprendedora total (operativa entre 0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores**

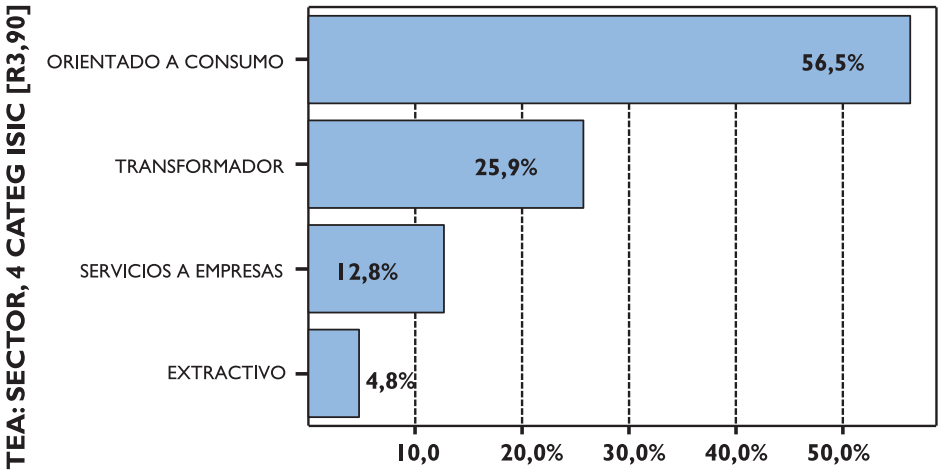
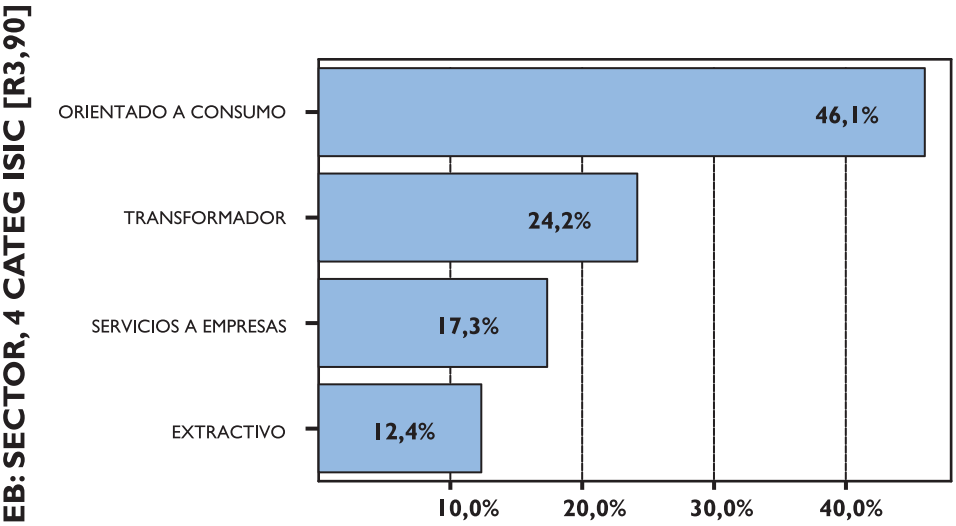



**Figura 22. Distribución de la actividad emprendedora consolidada (operativa en más de 42 meses) en cuatro grandes sectores**



## 4.3. *Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras y consolidadas españolas del 2009*

El número de propietarios de las iniciativas emprendedoras y consolidadas constituye un primer dato acerca de su dimensión. La Tabla 19, proporciona un descriptivo de la distribución de esta variable para las actividades nacientes (hasta 3 meses), nuevas (entre 3 y 42 meses) y consolidadas (más de 42 meses), comparando los resultados que fueron obtenidos el año 2007 con los del 2008.

**Tabla 19. Distribución de la actividad emprendedora total (operativa entre 0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores**

| Iniciativas: | Naciente | | | Nuevo | | | Consolidado | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Año** | **2007** | **2008** | **2009** | **2007** | **2008** | **2009** | **2007** | **2008** | **2009** |
| Media | 1,85 | 1,97 | 1,85 | 2,36 | 1,79 | 1,58 | 1,53 | 1,65 | 2,31 |
| Mediana | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Moda | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Des.Estándar | 1,35 | 1,48 | 1,25 | 1,74 | 1,37 | 1,11 | 0,95 | 1,24 | 23,9 |
| Mínimo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Máximo | 10 | 10 | 10 | 9 | 10 | 10 | 6 | 10 | 950 |
| Percentil 10 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Percentil 20 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Percentil 30 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Percentil 40 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Percentil 50 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Percentil 60 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Percentil 70 | 2 | 2 | 2 | 2,8 | 2 | 2 | 1,6 | 2 | 2 |
| Percentil 80 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Percentil 90 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |

Las iniciativas que están en período naciente, regresan al nivel del 2007 en cuanto a número medio de propietarios mostrando un retraimiento en cuanto a dimensión en este apartado: estas iniciativas han sido menos ambiciosas que las del año pasado, si bien, en el percentil 90 se manifiesta un 10% de empresas con 4 y más propietarios.

La crisis afecta aún más que lo hizo la recesión al ajuste de número de propietarios en las iniciativas nuevas, pues en ellas baja por segundo año consecutivo la media y se retraen los valores elevados en los últimos percentiles.

En cuanto a las consolidadas, la media de propietarios ha aumentado significativamente, mientras la mediana se mantiene en un solo propietario y se alcanza el percentil 70 con dos propietarios igualando la distribución del año 2008. Esta media está afectada por casos extremos, por lo que hay que atender a la mediana, si bien, también es cierto que se han consolidado empresas que estaban en el estadio de nuevas en la edición anterior y que tenían medias de propietarios algo mayores que las actuales, lo cual es un resultado positivo dentro del complicado escenario de crisis.

## 4.4. *Dimensión de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas españolas medida a través del número de empleados en Julio de 2009*

Tal y como muestra la Tabla 20. 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 20. Distribución de la actividad emprendedora total (operativa entre 0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores**

| Tipo de Empresa | Trabajadores |
|---|---|
| Microempresa | Menos de 10 |
| Pequeña empresa | Entre 10 y 49 |
| Mediana empresa | Entre 50 y 249 |
| Gran empresa | Más de 249 |

En la edición 2008, GEM España, registró por primera vez en nueve años una proporción de empresas con 1-5 empleados superior a la de aquellas que sólo proporcionan empleo al emprendedor. Los resultados de las Figuras 22 y 23, ponen de manifiesto el gran esfuerzo que está haciendo la microempresa por mantener el máximo de empleo a pesar de la situación de crisis, pues se mantiene el resultado comentado y fuera de todo pronóstico. Por consiguiente, las microempresas que han resistido y las que están en fase de consolidación, siguen generando más empleo que las del período correspondiente a los años 2000-2007, resultado muy positivo en la actual coyuntura. En cambio, disminuye la proporción de empresas con 6-19 empleados prácticamente a la mitad de lo registrado en el 2008 y también algo la de empresas con 20 y más empleados, lo cual evidencia la dificultad de mantener el empleo en compañías en que el coste salarial tiene más peso.

En el caso de la empresa consolidada, es la primera vez en diez años que la proporción de empresas con 1-5 empleados supera a la de aquellas que sólo proporcionan empleo al emprendedor. Así, el fenómeno registrado el año anterior en las emprendedoras se transmite hacia las que se van consolidando mejorando las expectativas de crecimiento. La evolución que se da entre el 2008 y el 2009 es la siguiente: disminuye el porcentaje de empresas sin empleados en 0,7 puntos porcentuales; aumenta el porcentaje de microempresas de 1-5 empleados en casi 2 puntos porcentuales; disminuye el porcentaje de empresas de 6-19 empleados en 1 punto porcentual y se mantiene inalterable el porcentaje de empresas con 20 y más empleados, otro esfuerzo de gran valor en el mantenimiento de empleo por parte del empresariado que ha resistido.

**Figura 23. Distribución del número actual de empleados en 4 categorías de las iniciativas emprendedoras (TEA) en su conjunto (desde 0 a 42 meses de actividad)**

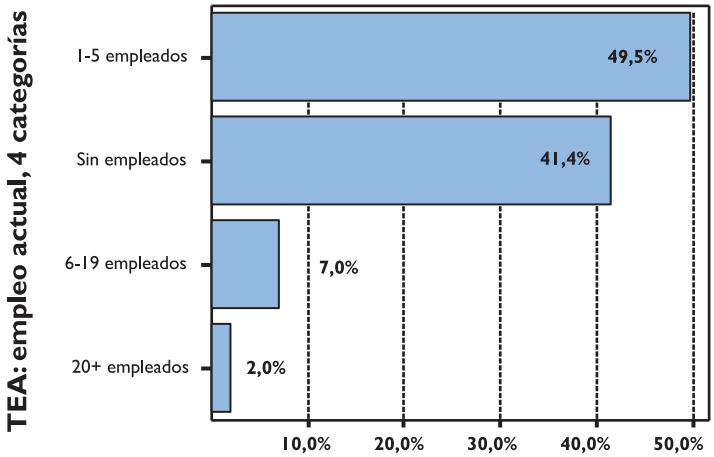
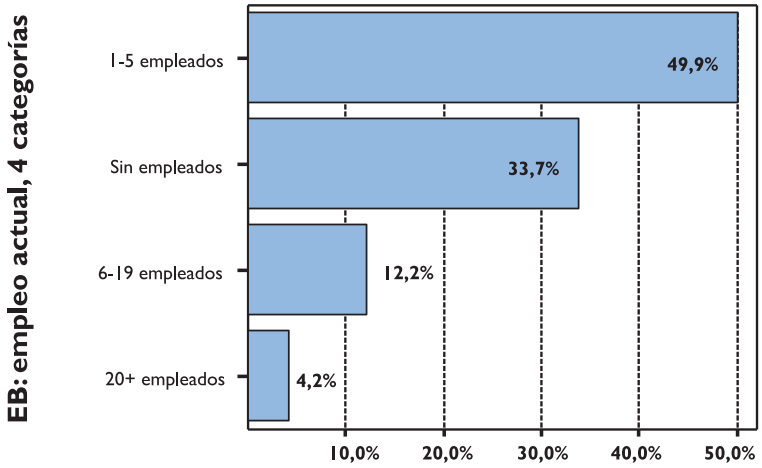


**Figura 24. Distribución del número actual de empleados en 4 categorías de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)**

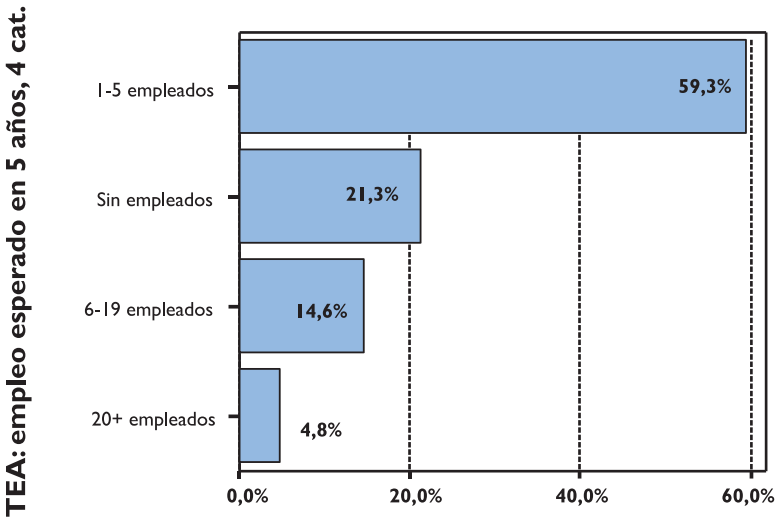



## 4.5. *Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado*

Para estimar la proporción de iniciativas que espera crecer en términos de empleo se pregunta cada año a los empresarios entrevistados cuántos puestos de trabajo esperan tener al final de los 5 próximos años a contar desde el momento de la entrevista. Las Figuras 25 y 26 muestran los resultados referentes a las actividades emprendedoras y a las consolidadas.

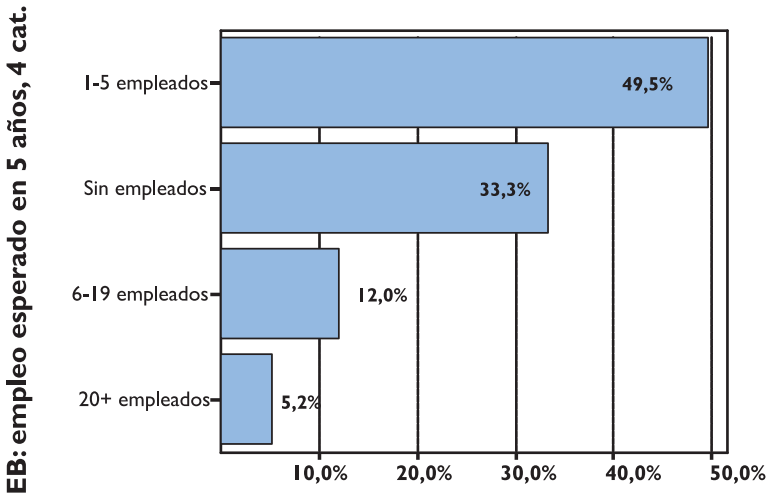
Comparando estas figuras con las anteriores se aprecia un notable incremento de las iniciativas que alcanzarían la categoría de 1-5 empleados y una significativa disminución de las que no tendrían empleados. En el caso de las empresas en fase emprendedora, y a pesar de la crisis, esta cifra aumenta por segunda vez y se acerca del 60%, cuando en el año 2008 era un 54%. También siguen aumentando las proporciones del resto de empresas generadoras de empleo. Por consiguiente, contra pronóstico, la crisis en lugar de amortiguar las expectativas de creación de empleo las está aumentando entre los emprendedores.

**Figura 25. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías de las iniciativas emprendedoras (TEA) en su conjunto (desde 0 a 42 meses de actividad)**



En cuanto a las iniciativas ya consolidadas, disminuye por segundo año consecutivo el porcentaje de emprendedores que no piensa crear puestos de trabajo y aumenta la proporción de empresas que espera tener de 1 a 5 empleados. En cambio, disminuyen 4 y 0,5 puntos porcentuales, respectivamente, los porcentajes de empresas consolidadas que esperan entre 6 y 19 empleados y 20 y más empleados, resultado coherente con el esfuerzo que están realizando para mantener el empleo estos empresarios y las bajas expectativas de crecimiento en volumen de ventas de la mayoría de sectores. En conclusión, se da un importante freno a la expansión en empleo entre las empresas que han superado la fase de puesta en marcha y consolidación, interrumpiéndose la tendencia al alza que venían mostrando antes de la crisis.

**Figura 26. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)**



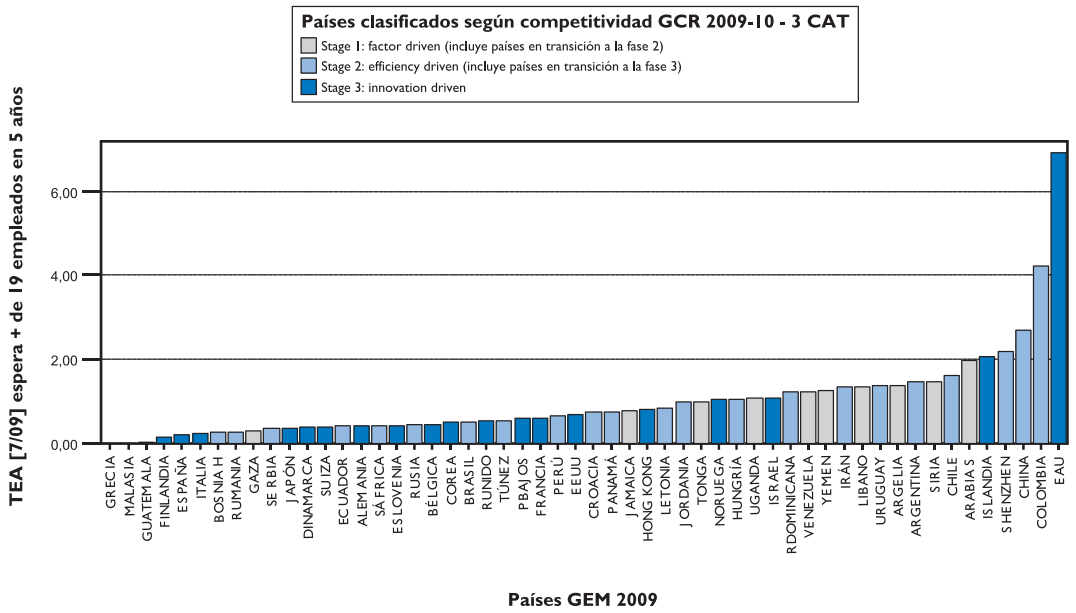

El crecimiento medio esperado por los dos tipos de empresas y la dispersión en torno a la media de empleados se pueden ver en la Tabla 21, cuyos resultados están medidos en personas. Como se puede ver, el empresario en fase incipiente todavía muestra signos de optimismo en cuanto a desarrollar empleo, mientras que el consolidado frena en seco las expectativas.

**Tabla 21. Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas emprendedoras y consolidadas para dentro de cinco años**

| Crecimiento medio en empleo esperado en 5 años por: | Media | | | Dv. Estándar | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Año** | **2007** | **2008** | **2009** | **2007** | **2008** | **2009** |
| TEA: iniciativas emprendedoras (0-42 meses de actividad) | 3,42 | 3,50 | 2,95 | 16,2 | 8,16 | 12,0 |
| EB: iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad) | 0,92 | 1,05 | 0,19 | 5,9 | 11,85 | 14,4 |

Desde una perspectiva internacional, España retrocede posiciones, y presenta unas expectativas peores que en años anteriores, con respecto al número de iniciativas emprendedoras que tienen un alto potencial de crecimiento en empleo. La Figura 27 muestra dicha posición en el conjunto global de países participantes en la edición GEM 2009, habiéndose alineado con Italia y superando a Finlandia y a Grecia. El resto de naciones de la UE muestran situaciones más favorables sobre este indicador. En consecuencia, y teniendo en cuenta que los países GEM se clasifican en distintos grupos en función de la implantación de la innovación como motor del crecimiento y la competitividad, España está sufriendo una retracción en la generación de gacelas, al menos desde el punto de vista del empleo.

**Figura 27. Clasificación de los países GEM 2009 en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras con potencial de rápido crecimiento en empleo (más de 19 puestos en 5 años) y de su grado de uso de la innovación como motor de la competitividad y de la productividad (cuanto más intenso el color, más se considera la innovación)**




## 4.6. *Actividad emprendedora de las empresas nuevas y consolidadas*

Entendemos por actividad emprendedora de empresas o "intrapreneurial activity" la creación de iniciativas de expansión, diversificación y/o ramificación que tienen lugar en empresas ya existentes, es decir que han sido clasificadas como nuevas o consolidadas. En este apartado se proporciona una estimación del porcentaje de actividades de este tipo comparando el 2009 con años anteriores.

El auge experimentado en este tipo de actividad en el 2005 en las empresas más antiguas, volvió a renacer en el 2007, especialmente en referencia a la creación de iniciativas nacientes, decayó de forma generalizada y notable en el 2008 y se desmorona en el 2009, año en que se registran los niveles más bajos en seis años. El impacto de la crisis es muy fuerte en este indicador y la escasa actividad de expansión se produce exclusivamente en el seno del tejido empresarial consolidado.

**Tabla 22. Actividad emprendedora en empresas nuevas y consolidadas 2009**

| Actividad emprendedora de empresas | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Empresas nuevas que generan nacientes | 0,73% | 0,77% | 1,2% | 4,1% | 1,9% | 0,0% |
| Empresas consolidadas que generan nacientes | 2,28% | 3,20% | 1,2% | 6,1% | 0,9% | 0,13% |
| Empresas consolidadas que poseen nuevas | 0,91% | 5,36% | 0,9% | 4,1% | 0,5% | 0,02% |

El balance en cuanto a este tipo de actividad emprendedora es peor de lo vaticinado en el informe 2008: la creación de actividades emprendedoras desde empresas existentes representa sólo un 0,15% de la población activa española y, tomado este porcentaje como 100%, se desglosa en un 86% de empresas consolidadas que han generado nacientes y un 14% de consolidadas que poseen nuevas.

## 4.7. *Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y en consolidadas*

El impulso de la innovación se considera uno de los factores clave para la superación de la crisis. De ahí que la administración haya difundido el mensaje de la necesidad de su consideración e impulso desde la empresa.

El concepto de innovación es multidimensional y se puede hacer referencia al mismo desde muchos puntos de vista: gestión, producción, distribución, implantación y otros. El observatorio GEM se ha centrado en los últimos años en el aspecto relacionado con el producto o servicio que se ofrece al cliente. Por consiguiente, los resultados que muestra la Tabla 23, han de entenderse como únicamente referidos a este factor que resulta excesivamente específico como representante de un concepto mucho más amplio.

**Tabla 23. Porcentaje de iniciativas innovadoras en las fases emprendedora y consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido y evolución en los últimos años**

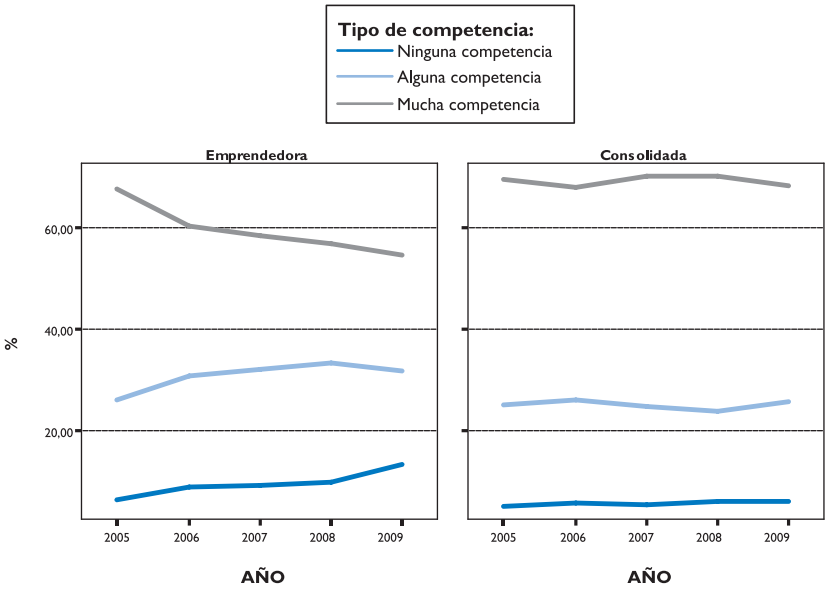
| Tipo de iniciativa | Completamente innovadora | | | Algo innovadora | | | No innovadora | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Año** | **2007** | **2008** | **2009** | **2007** | **2008** | **2009** | **2007** | **2008** | **2009** |
| Emprendedora | 20,3% | 20,6% | 19,4% | 28,3% | 30,6% | 17,2% | 51,4% | 48,9% | 63,3% |
| Consolidada | 11,3% | 13,1% | 10,4% | 24,1% | 22,6% | 10,0% | 64,7% | 64,3% | 79,6% |

Los resultados indican que la proporción de iniciativas emprendedoras venía siguiendo una línea positiva y lentamente progresiva hacia el mayor grado de innovación en la oferta de sus productos y servicios en los dos últimos años, que se frenó prácticamente en la primera categoría en el 2008 para comenzar a caer en el 2009, siguió aumentando en la segunda hasta el 2008 para caer más fuertemente en el 2009 aumentando notablemente la proporción de iniciativas en absoluto innovadoras ese año.

El año 2008, las consolidadas habían tomado en parte el relevo en la primera categoría con un crecimiento de unos dos puntos porcentuales, mientras que perdieron participación entre las algo innovadoras quedando estancadas en la categoría de no innovadoras. Ya en pleno 2009, se acusa una disminución de las completamente innovadoras, una drástica bajada de las algo innovadoras y un fuerte crecimiento de las que no innovan en producto o servicio.

La crisis ha frenado la inversión en innovación y las empresas que lograron introducir este elemento en el 2008 lo siguen explotando por el momento. La parte negativa de estos resultados es la falta de impulso de la creación empresarial más reciente en este apartado pues, como se ha comentado en la introducción del capítulo, se considera que la innovación es un elemento esencial para la superación de la crisis. El carácter financiero de la crisis no permite destinar inversiones a su desarrollo cuando está siendo más necesario y, por consiguiente, habrá que sufrir un cierto retraso en la modernización de la oferta empresarial. La situación de España no es aislada y si se sabe aprovechar el período de recuperación para impulsar la innovación, a medio plazo podría suponer una ventaja frente a otras economías en que ya se hizo esta apuesta y que ahora no están tampoco en condiciones de subir un nuevo peldaño.

**Figura 28. Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según su grado de innovación en oferta de productos y servicios 2005-09**




## 4.8. *Grado de competencia que afrontan las iniciativas emprendedoras y las consolidadas*

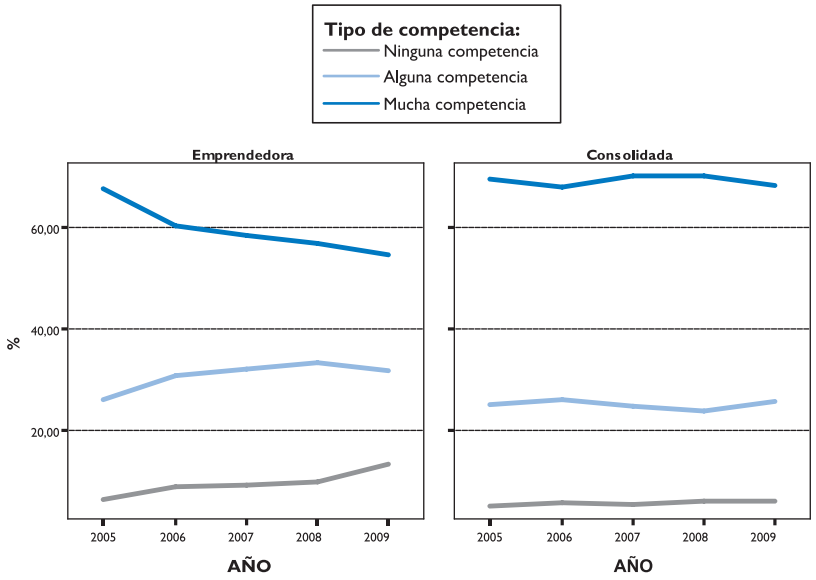
El exceso de competencia y la competencia externa es uno de los factores que dificultan el desarrollo de las empresas e impulsan el cierre de iniciativas. El observatorio GEM analiza el impacto de esta variable en el conjunto de iniciativas emprendedoras y consolidadas por medio de preguntas cualitativas. La Tabla 24 muestra los resultados obtenidos acerca de este apartado. El tema cobró especial relevancia el año 2008 y también en el 2009 porque es necesaria una buena estrategia en este apartado para sobrevivir en un mercado en crisis de consumo. Las empresas más capaces de diferenciarse en cuanto a producto y servicio y con mejor relación calidad/precio son las que tienen más posibilidades de supervivencia en este terreno. A su vez, la administración debe tratar de adecuar el marco de las importaciones para que no se produzcan situaciones de competencia desleal, si bien, en un escenario global, este punto se convierte en especialmente dificultoso.

La crisis no ha permitido un incremento notable de la innovación en producto o servicio, pero los indicadores sobre competitividad indican que los empresarios han mejorado otros elementos que han permitido que la proporción de las que afrontan mucha competencia disminuya incluso en un escenario tan duro como el actual. Estrategias, precios, aproximación al cliente son recursos que ayudan a incrementar ventas, si bien, su efectividad, depende en parte del sector.

**Tabla 24. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado**

| Tipo de iniciativa | Ninguna competencia | | | Alguna competencia | | | Ninguna competencia | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Año** | **2007** | **2008** | **2009** | **2007** | **2008** | **2009** | **2007** | **2008** | **2009** |
| Emprendedora | 9,4% | 9,8% | 13,5% | 32,1% | 33,3% | 31,9% | 58,5% | 56,9% | 54,6% |
| Consolidada | 5,4% | 6,1% | 6,1% | 24,9% | 23,9% | 25,7% | 70,0% | 70,0% | 68,2% |

**Figura 29. Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según el grado de competencia afrontado 2005-09**




Los datos mostrados en la Figura 29 señalan tendencias positivas para las iniciativas emprendedoras en el sentido de que hay mayores proporciones de éstas que no afrontan competencia y ha bajado notablemente la proporción de las que tienen mucha competencia. Entre las consolidadas mejora un poco la situación en cuanto a las que afrontan poca competencia, pero la serie de las que no tienen desciende más lentamente.

## 4.9. *Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas*

El observatorio GEM proporciona datos acerca de la antigüedad de las tecnologías utilizadas en las iniciativas emprendedoras y consolidadas para producir sus bienes y servicios, tal y como se puede ver en la Tabla 25 y en la Figura 30.

Este elemento tiene el mismo nivel de relevancia que la innovación y la competitividad siendo uno de los apartados en que mayor esfuerzo de inversión y actualización ha hecho nuestro tejido empresarial en los últimos años. Sin embargo, la crisis ha promovido la cautela y retención de todo tipo de inversiones, de forma que, especialmente, en la empresa consolidada se percibe un aumento del porcentaje de aquellas que siguen utilizando tecnologías más antiguas.

**Tabla 25. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir sus bienes o servicios**

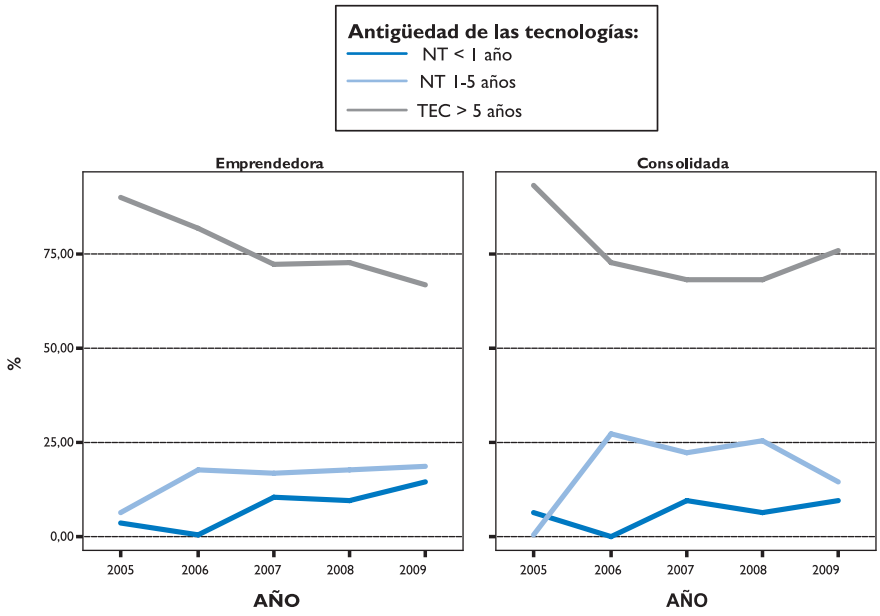
| Tipo de iniciativa | NT < 1 año | | | NT = 1-5 años | | | NT > 5 años | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Año** | **2007** | **2008** | **2009** | **2007** | **2008** | **2009** | **2007** | **2008** | **2009** |
| Emprendedora | 10,6% | 9,5% | 14,5% | 16,8% | 17,7% | 18,5% | 72,6% | 72,8% | 67,0% |
| Consolidada | 9,5% | 6,5% | 9,5% | 22,1% | 25,3% | 14,4% | 68,4% | 68,2% | 76,1% |

En el 2007, se observó una drástica recuperación y amplia superación de los niveles registrados en el 2006 en cuanto a uso de tecnologías de última generación, moderándose algo el uso de tecnologías de entre 1 y 5 años y cayendo en un significativo porcentaje el uso de tecnologías más antiguas de cinco años. En el 2008, disminuyó el uso de tecnologías de última generación, sobre todo en las empresas consolidadas.

El uso de tecnologías recientes prosiguió su tendencia a aumentar en ambos tipos de empresas y el uso de tecnologías de más de cinco años se estancó, evidenciando que la recesión ralentizó la renovación de equipamiento. En el 2009 la crisis ha causado diversas reacciones. Así, aumentan significativamente los porcentajes de empresas tanto emprendedoras como consolidadas que invierten en tecnologías de última generación.

En cambio, aumenta ligeramente la proporción de las que usan tecnologías nuevas entre las emprendedoras y disminuye esta parte entre las consolidadas, propiciando un balance final de mayor proporción de empresas que usan tecnologías de cinco y más años. De nuevo, este elemento ha pasado por encima de la innovación en producto o servicio y constituye, junto con la gestión de la competencia, uno de los recursos de modernización considerados, cuando menos, por parte de los propietarios de iniciativas emprendedoras.

**Figura 30. Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según la antigüedad de las tecnologías usadas (2005-09)**




Los gráficos de la Figura 30 muestran una clara tendencia a la disminución del uso de tecnologías de más de cinco años de antigüedad en las iniciativas emprendedoras y un aumento en las consolidadas. La actividad en fase emprendedora ha apostado más fuertemente por las nuevas tecnologías a pesar de la crisis.

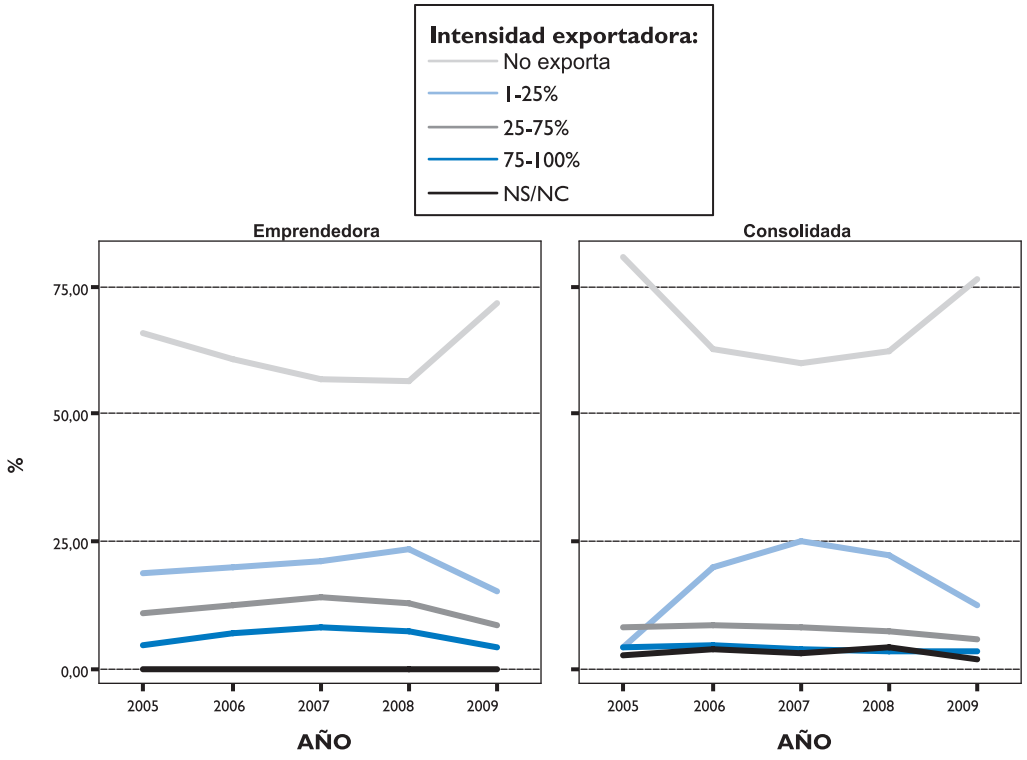
## 4.10. *Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas*

La internacionalización de la PYME española constituye otro de los frentes en que las distintas administraciones vienen trabajando con el ánimo de ver conseguido un sustancial incremento. Desde el principio de la recesión este apartado cobró especial relevancia porque la internacionalización es otro de los elementos clave a desarrollar para paliar los efectos de la crisis en determinados sectores. Sin embargo, la crisis ha intensificado la disminución del número de empresas exportadoras, tanto entre las que están en fase emprendedora como entre las consolidadas, y será necesario trabajar en este apartado para recuperar la tendencia positiva registrada en años anteriores.

**Tabla 26.** **Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios**

| Intensidad Exportadora | Emprendedoras | | | Consolidadas | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Año** | **2007** | **2008** | **2009** | **2007** | **2008** | **2009** |
| No exporta | 56,7% | 56,4% | 71,8% | 59,8% | 62,3% | 76,6% |
| 1-25% | 21,2% | 23,4% | 15,4% | 25,0% | 22,4% | 12,5% |
| 25-75% | 13,9% | 12,7% | 8,7% | 8,3% | 7,5% | 5,9% |
| 75-100% | 8,2% | 7,5% | 4,1% | 3,7% | 3,5% | 3,3% |
| NS/NC | 3,9% | 0,0% | 0,0% | 3,2% | 4,4% | 1,7% |

**Figura 31.** **Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según la intensidad exportadora (2005-09)**




La internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas de España ha visto intensificado su retroceso en el punto álgido de la crisis. Por consiguiente, por el momento, no está resultando un factor que proporcione una vía de escape a la falta de consumo en el mercado interno, cuando sería deseable que así fuese. El empresariado de múltiples sectores debe tratar de trabajar la innovación y la competitividad, así como considerar la participación en clústeres que permitan aportaciones en proyectos multisectoriales que puedan tener desarrollos en mercados externos, para dinamizar la exportación y la canalización de su oferta en más mercados a la espera de una mejora del interno.

La pérdida de empresas y la menor ambición y dimensión de las más recientemente creadas están constituyendo un freno a la exportación, por lo que la empresa consolidada que ha resistido la crisis, es la que podría tratar de remontar más rápidamente en este apartado, a pesar de que las cifras indiquen que su participación en exportación es inferior que la de la actividad emprendedora.

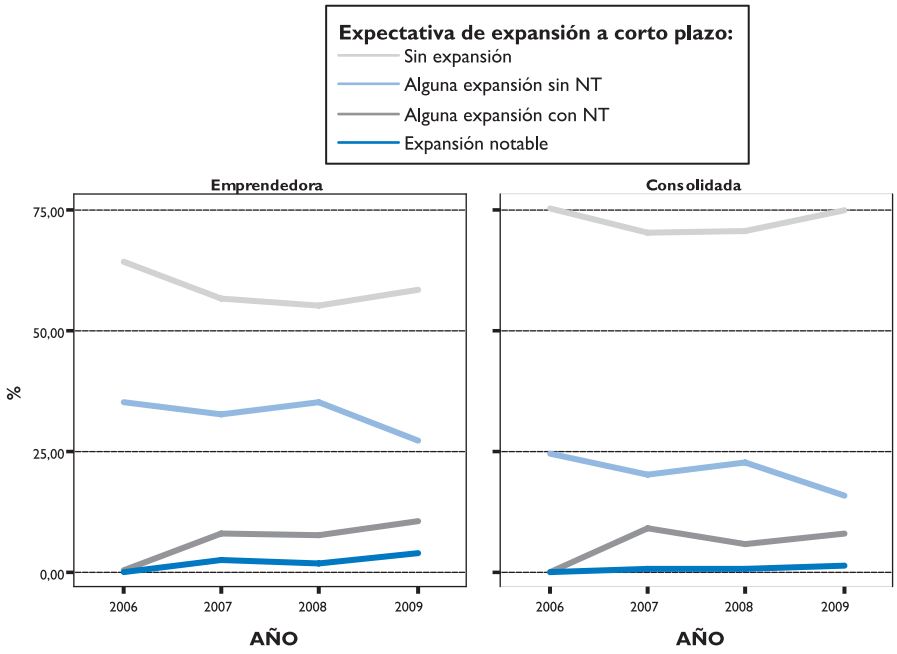
## 4.11. *Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas*

En función de los resultados obtenidos en cuanto a las características de las actividades emprendedoras se calcula un índice de potencial de expansión en el mercado para las mismas. La Tabla 27 muestra los resultados obtenidos para las iniciativas emprendedoras y consolidadas en el 2009 en España y la comparación de los mismos con respecto a los años 2007 y 2008.

**Tabla 27. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de su potencial estimado de expansión en su mercado**

| Potencial de expansión en el mercado | Emprendedoras | | | Consolidadas | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Año** | **2007** | **2008** | **2009** | **2007** | **2008** | **2009** |
| Sin expansión | 56,5% | 55,2% | 58,4% | 70,4% | 70,7% | 74,9% |
| Alguna expansión sin uso de NT | 32,9% | 35,3% | 27,1% | 20,2% | 22,8% | 15,6% |
| Alguna expansión con uso de NT | 8,1% | 7,5% | 10,5% | 9,0% | 5,7% | 8,2% |
| Notable expansión | 2,5% | 1,9% | 4,0% | 0,5% | 0,7% | 1,3% |

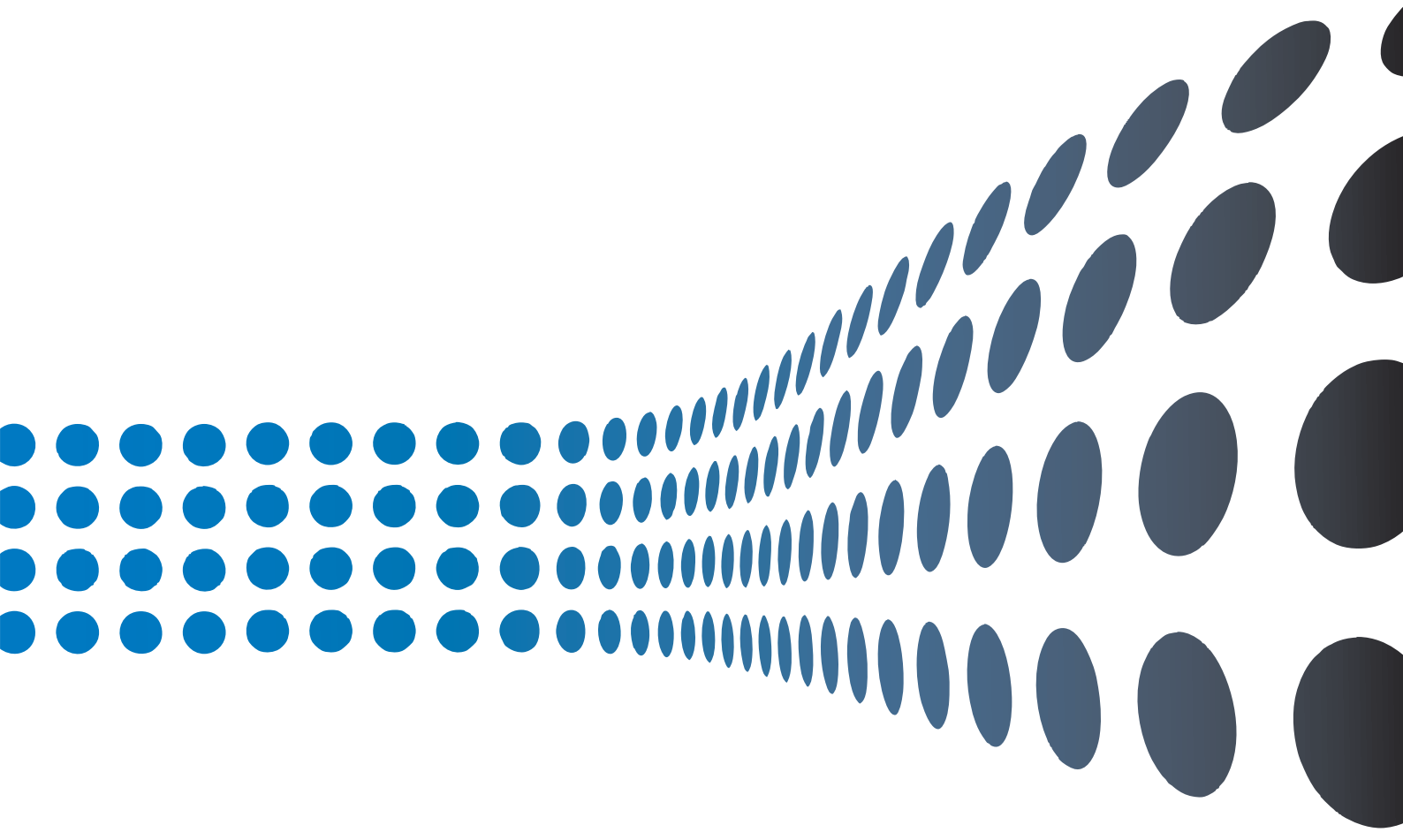
**Figura 32. Evolución de la proporción de iniciativas emprendedoras y consolidadas clasificadas según sus expectativas de expansión en su mercado a corto plazo (2006-09)**




El comportamiento del índice de potencial de expansión en el mercado, muestra dos tendencias contrapuestas, una de las cuales es negativa y la otra positiva e interesante desde el punto de vista del carácter que debe predominar en la recuperación de nuestro tejido empresarial. Así, por un lado, es negativo que aumente la proporción de empresas que no esperan expansión alguna en su mercado o una expansión escasa y sin uso de nuevas tecnologías. Pero, en cambio es importante y un buen síntoma de estar acertando en el enfoque de la recuperación, el que aumenten las proporciones de empresas que esperan alguna o notable expansión en su mercado con uso de nuevas tecnologías. El fomento de creación y desarrollo de empresas que modernicen es justamente lo deseable en estos momentos. De confirmarse esta tendencia en el 2010, entraríamos en una senda correcta.

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



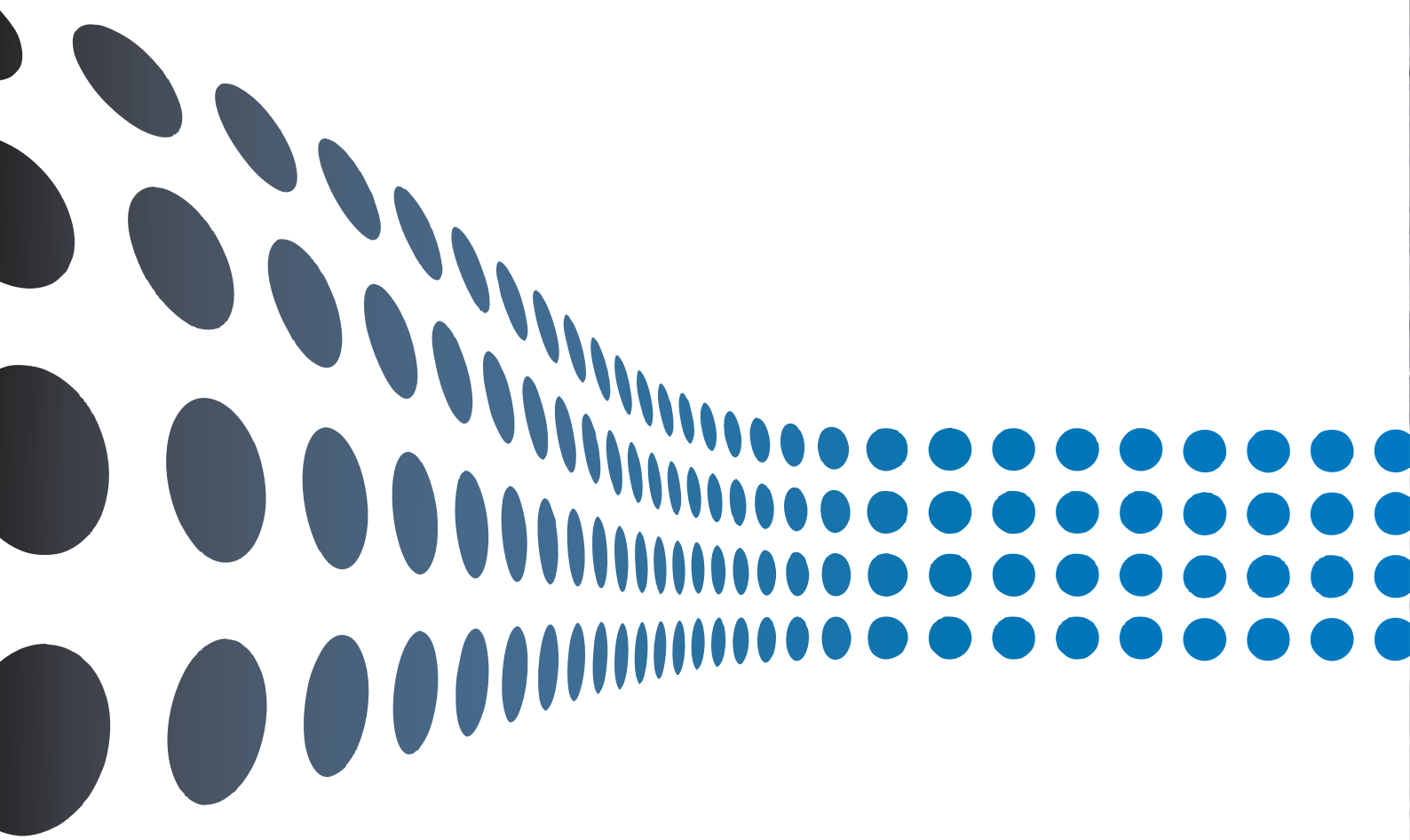
Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

GEM

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

GEM

# 5 Financiación del Proceso Emprendedor Español

2009

Informe Ejecutivo GEM España

# Capítulo 5: Financiación del Proceso Emprendedor Español

## 5.1. Introducción

Dado el carácter financiero de la crisis global económica que se está atravesando en el 2009, la información sobre financiación de la creación de empresas reviste mucho interés. Cuando se cerró la edición 2008, se comentó que podrían darse diversos escenarios y que dependiendo de la detección de oportunidades de negocio por parte de los emprendedores, la inversión en capital semilla medio podía incluso seguir aumentando como en los últimos años. El resultado obtenido en este apartado y que se presenta a continuación, muestra que, efectivamente, una porción de emprendedores ha puesto en marcha iniciativas muy ambiciosas que hacen que la media de capital semilla haya evolucionado hacia la mayor cifra registrada por GEM España y que supera los cien mil euros. Sin embargo, como contrapunto, el grueso del colectivo emprendedor ha puesto en marcha iniciativas modestas, con un capital semilla mediano a la baja y evidenciando mayor necesidad de financiación ajena que en años anteriores.

Aunque en este informe tratamos de la financiación del emprendimiento, el equipo GEM España ha realizado otros estudios complementarios y ha podido constatar que, en el plano de la empresa en consolidación y consolidada, la financiación es, hoy por hoy, el mayor obstáculo con que se enfrentan los empresarios para desarrollar sus actividades. La falta de crédito bancario y la dificultad a su acceso son citadas reiteradamente por los empresarios, así como la escasez de financiación pública, muy selectiva ante la necesidad de inversión en políticas sociales. A diferencia del tipo de medidas recomendadas por el Fondo Monetario Internacional, en España se ha optado por la protección social, que no deja de ser una forma de mantener vivo el consumo, si bien, la actitud de la población es cautelosa y ello perjudica las ventas en muchos sectores, por lo que se hace necesaria una mayor concienciación de la necesidad de mantener la dinámica del mercado como sistema para favorecer la sostenibilidad de las empresas y del empleo que generan. Los próximos meses son críticos para ver el fruto de estas políticas y vislumbrar o no una tendencia hacia la recuperación de la actividad empresarial en general.

## 5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha un start up en el 2009 en España

Según los resultados de la encuesta GEM, las iniciativas nacientes puestas en marcha antes de Julio del 2009 necesitaron una media de capital semilla de 116.584 €. Si se tiene en cuenta que en el 2008 este dato se situaba en unos 86.350 €, el incremento experimentado es del orden de un 35%, el mayor experimentado en los últimos años.

Ante las dos lecturas posibles de la cifra: por una parte, el dato sugiere que emprender es cada año "más caro", pero por otro, la cifra creciente estaría también indicando la creación de algunas empresas de mucha envergadura, es necesario relacionar la cifra con la información que se ha recopilado acerca de las características del emprendimiento. Así, la conclusión debe apuntar hacia la creación general de empresas más modestas que las del año anterior, pero con algunas excepciones notables, pues como ya se ha visto hay porcentajes de innovadoras, de inversoras en tecnologías de última generación y con otros rasgos que apuntan hacia una mayor atención de los elementos que las hacen diferenciales y más competitivas que la media. Dada la moderación de precios y las medidas tomadas por el gobierno para favorecer la creación empresarial, el incremento no parece justificado por un encarecimiento del coste de emprender, si bien, los empresarios entrevistados en un estudio sobre el impacto de la crisis advierten de la necesidad de abaratamiento de permisos y de determinados impuestos.

Dada la enorme variabilidad de la media, que presenta una desviación de casi 381.000€, es mucho más realista atender a la mediana como medida de tendencia central. Por consiguiente, el capital medio que ha invertido un emprendedor para poner en marcha una iniciativa en el 2009 es de 30.000€, caso que es, además, el más frecuente. Esta mediana desciende con respecto a la registrada en el 2009, en que se situaba cerca de los 50.000€. Las iniciativas son, por consiguiente, menos ambiciosas en general.

Por otro lado, el capital medio aportado por el emprendedor se sitúa en la mitad del necesario, pues la mediana es de 15.000€. La media está, de nuevo, muy afectada por casos atípicos que no permiten ver la situación más frecuente. Este dato evidencia las necesidades de financiación ajena que están habiendo en estos momentos, pues en el 2008, aún en plena recesión, el emprendedor aportaba una mediana de 30.000€.

Los emprendedores están poniendo, por término medio, el 67,5% del capital necesario, aunque más del 50% del colectivo pone todo el capital, siendo este el caso más frecuente. Comparando con el año 2008, esta parte se mantiene bastante estable, habiendo aumentado en poco más de un punto porcentual.

**Tabla 28. Características y distribución del capital semilla en el 2009**

| | | CAPITAL SEMILLA NECESARIO POR START UP (Euros) | CAPITAL SEMILLA APORTADO POR EL EMPRENDEDOR (Euros) | CAPITAL SEMILLA APORTADO POR EL EMPRENDEDOR (% sobre total) |
|---|---|---|---|---|
| **Media** | | 116584,48 | 114368,27 | 67,58 |
| **Mediana** | | 30000 | 15000 | 100,00 |
| **Moda** | | 30000 | 10000 | 100,00 |
| **Desv. típ.** | | 380900,22 | 791762,97 | 35,15 |
| **Mínimo** | | 350 | 100 | ,03 |
| **Máximo** | | 6000000 | 10000000 | 100,00 |
| **Percentiles** | **10** | 5000,00 | 3000,00 | 19,63 |
| | **20** | 10000,00 | 5000,00 | 30,00 |
| | **30** | 18000,00 | 8000,00 | 40,00 |
| | **40** | 25122,72 | 10000,00 | 50,00 |
| | **50** | 30000,00 | 15000,00 | 100,00 |
| | **60** | 50000,00 | 21042,72 | 100,00 |
| | **70** | 80000,00 | 35773,22 | 100,00 |
| | **80** | 120000,00 | 60000,00 | 100,00 |
| | **90** | 250000,00 | 100000,00 | 100,00 |

También es interesante señalar que el capital medio aportado por aquellos que no ponen el 100% del capital, se sitúa en torno al 35,3% por debajo del 44% registrado en el 2008, con una mediana del 33,3% y una moda del 50%. La media de capital de este grupo se sitúa en 196.449€, siendo mucho más elevada que la de ediciones anteriores. La mediana es de 40.000€ y la moda de 30.000€, ambas cifras inferiores a las del año 2008.

Finalmente, a partir de la información recabada, se observa que un 62% de los emprendedores nacientes necesita fondos ajenos. Esta cifra es unos diez puntos porcentuales superior a la del 2008 y advierte del peso que tiene actualmente el sistema financiero en la creación empresarial y la importancia que va a tener en la superación de la crisis su accesibilidad, el hallazgo de nuevas fórmulas y la propia actitud de los emprendedores en la presentación de proyectos y en sus argumentos para convencer de la viabilidad de sus propuestas.

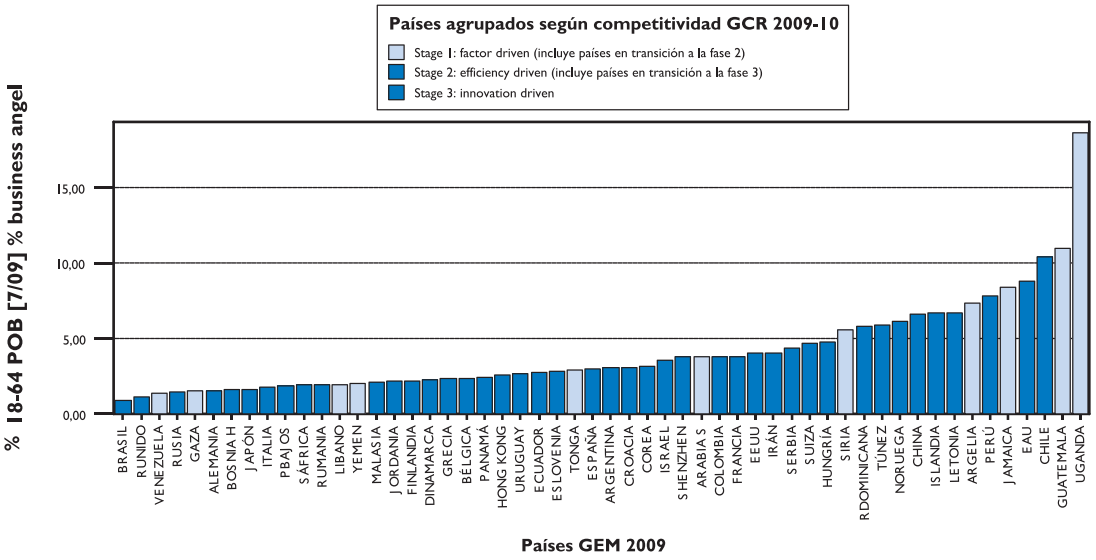
## 5.3. *El papel del Inversor Informal tipo Business Angel en España y en el entorno GEM*

El Proyecto GEM sigue midiendo la participación de la población de 18-64 años en la inversión informal tipo Business Angel en su sentido más amplio, clasificando dentro de esta categoría a todas las personas que han invertido dinero propio en un negocio ajeno en los últimos tres años.

En el caso de España, en el 2009, un 3,03% de la población activa ha actuado como Business Angel. Dado que en el 2008 esta cifra fue de un 2,8% de la población adulta, se ha producido un aumento del 8,2%, aproximadamente en este indicador. Esta reactivación inesperada de la inversión informal se justifica plenamente por la demanda de capital de los emprendedores hacia sus familiares y conocidos por falta de crédito bancario y suficientes ayudas públicas.

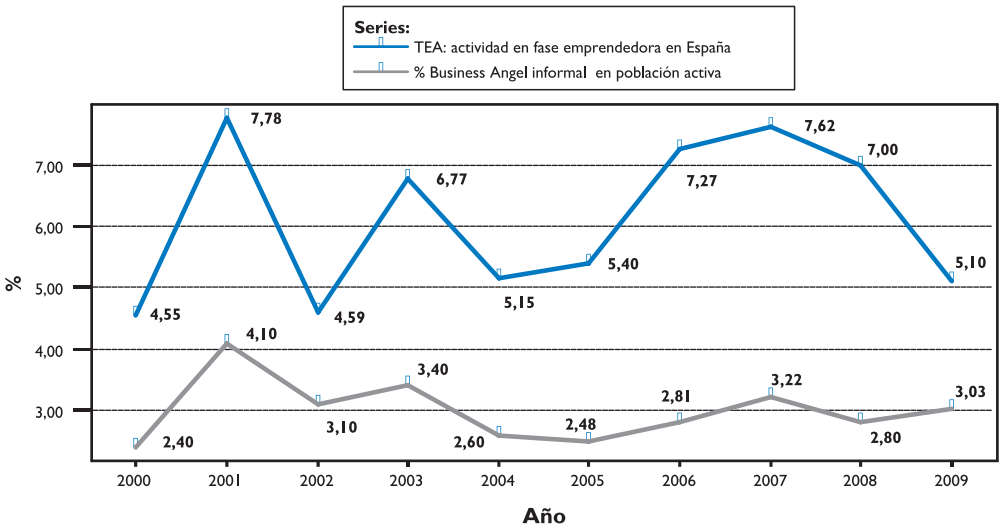
La comparación internacional muestra, a diferencia de años anteriores a nuestro país como el segundo, tras Francia, de la UE en cuanto a participación del inversor informal. Naciones en que esta práctica es mucho más corriente, como el Reino Unido, Dinamarca, Finlandia y otros, se quedan mucho más atrás en cuanto a dinámica de esta fuente financiera.

**Figura 33. Porcentaje de población adulta que ha actuado como business angel en los tres últimos años en el 2009 en los países GEM clasificados en función de los factores principales que impulsan su competitividad (recursos humanos y medios de producción en color claro, eficiencia en color medio e innovación en color oscuro)**




En relación a la evolución temporal del indicador, es muy importante destacar que ante una crisis como la actual, la población ha reaccionado contra pronóstico y, en lugar de retraerse como en episodios recesivos menores, está apoyando el emprendimiento e invirtiendo en creación empresarial. Así, en la Figura 34, los datos del 2009 muestran la caída del TEA que, en lugar de ser secundada por una caída del porcentaje de business angels, es respaldada por un aumento de la serie.

**Figura 34. Evolución conjunta del índice de actividad emprendedora y la inversión informal tipo business angel**




## 5.4. *El perfil del Inversor Informal en España*

El inversor informal español es, más frecuentemente, un hombre, de unos 40 años de edad, con estudios superiores y formación específica para emprender, que trabaja a tiempo completo por cuenta ajena, cuya renta tiende a pertenecer al tercio superior y que vive en un hogar de tres personas. Entre sus planes a corto plazo no está incluido el de emprender y, además, no percibe buenas oportunidades para ello en los próximos seis meses en su zona, pero tiene las habilidades y conocimientos necesarios para poner en marcha un negocio y el miedo al fracaso no es un obstáculo para que pudiese emprender.

La evolución sufrida por el perfil entre el 2008 y el 2009 pone de manifiesto que:

- Se retrae la participación femenina en este colectivo
- Desciende la edad media, lo cual significa incorporación de personas jóvenes en el circuito de la financiación informal
- El dato anterior viene corroborado por un aumento de la proporción de personas con estudios superiores
- Disminuye el porcentaje de inversores que tienen una situación laboral activa
- La distribución de renta de este colectivo tiende a concentrarse en los intervalos superiores
- Aumenta la presencia de emprendedores y disminuye la de empresarios consolidados
- Aumenta en cinco puntos porcentuales la presencia de empresarios que han abandonado alguna actividad
- Disminuye en cinco puntos porcentuales la presencia de emprendedores potenciales
- Cae en siete puntos porcentuales la proporción de inversores informales que percibe buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses en su zona
- Se incrementa en diez puntos porcentuales la presencia de inversores con habilidades y conocimientos para emprender
- Disminuye en tres puntos porcentuales el porcentaje de inversores que no teme al fracaso: la crisis agudiza la cautela entre ellos

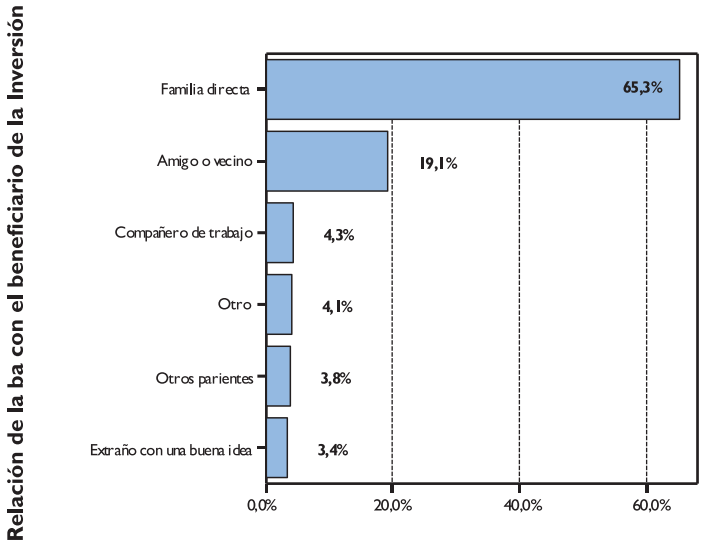
Business Angel o inversor informal de entre 18 y 64 años de edad

| | |
|---|---|
| Predominantemente es un hombre: se vuelve a retraer la participación femenina | 62,2% son hombres (53,4% en 2008)<br>37,8% son mujeres (46,6% en 2008) |
| Edad media de 39,9 años con una desviación de algo más de 11 | 39,6% tiene estudios de nivel bajo<br>19,7% tiene estudios de nivel medio<br>40,7% tiene estudios superiores |
| Situación laboral activa 72,1%<br>Otro caso 27,9% | Corresponden a un hogar medio de 3 personas |
| El 34,3% tiene rentas anuales de 30.000 o más euros | El 55,6% tiene formación específica para emprender |
| El 25,1% está involucrado en una iniciativa emprendedora | El 18,5% es propietario o participa en una empresa consolidada |
| El 15,2% ha abandonado una actividad entre Julio de 2008 y Julio de 2009 | El 22,5% es emprendedor potencial |

| | | |
|---|---|---|
| Ve buenas oportunidades el 26,4% | Tiene conocimientos para emprender el 84,8% | No teme al fracaso un 58,9% |

La relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión es predominantemente de tipo familiar. La presencia de esta fórmula se intensifica el año 2009 en comparación con el 2008 y también se duplica la presencia de inversores desconocidos. Por consiguiente, la crisis y la falta de financiación bancaria propician una mayor intervención de la inversión informal, en la que algunos ven oportunidades interesantes de negocio. La Figura 35, muestra este y otros resultados.

**Figura 35. Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión**




La inversión media que realizan los Business Angel españoles en el 2009 es de unos 34.574 euros, que casi duplica a los 19.000 euros registrados en el 2008. La desviación típica de 79.233 euros ilustra la gran dispersión que hay en torno a esta medida y lo variable que ha llegado a ser la inversión informal en el 2009. Sin embargo, atendiendo a la mediana, mucho más representativa que la media, se advierte que la inversión se mantiene en 12.000 euros, cantidad ya registrada el año 2008 y que había representado una disminución respecto a las inversiones del año 2007. La moda baja de 10.000 a 3.000 euros, lo que supone un fuerte impacto en la inyección de capital a las actividades emprendedoras.

## 5.5. *El papel del capital riesgo*

En el informe publicado por la Asociación de Capital Riesgo (ASCRI)[1] , antes de la crisis y que correspondía al ejercicio 2008, se explicaba que la situación del sector era de expansión: "el capital riesgo no ha dejado de crecer en España y cuenta ya con 165 entidades registradas oficialmente. Entre el año 1986 y el 2007, se han invertido 22.018 millones de euros en un total de 4.600 compañías, siendo el principal destino de la inversión el afrontar expansión y crecimiento". Los autores del informe destacaron el notable peso del sector en el desarrollo de nuevas tecnologías, la creación de empleo, el crecimiento económico, el desarrollo regional y la renovación del tejido empresarial. Por otra parte, los autores insistieron en puntualizar que el capital riesgo, a diferencia de una creencia bastante extendida, se dirige fundamentalmente a las pymes, haciéndolas crecer y dotándolas de mayor solidez. De hecho, los estudios de seguimiento de la Asociación, demuestran que las empresas apoyadas por capital riesgo crean, proporcionalmente, más empleo, dan mejores resultados en términos de competitividad y tienen más expectativas de éxito en general.

Ya en el 2009, en plena crisis, el informe para este año destaca que el Capital Riesgo es un instrumento eficaz para que las empresas puedan salir reforzadas de situaciones adversas y que la creación de empleo generada en las compañías participadas por este sector está siendo de gran valor en un período en el que el paro se ha convertido en uno de los más graves problemas sociales.

El Capital Riesgo está reforzando la capacidad de las empresas que lo utilizan en el sentido de superar períodos recesivos, dato que se sostiene al comparar la tasa de mortandad (4%) de empresas creadas con su apoyo frente a la de las empresas que no lo utilizan (62%), fijándose el período de supervivencia en tres años a partir del nacimiento.

*(1) José Martí Pellón, Marcos Salas de la Hera, Dominique Barthel. (2008 y 2009). Impacto Económico y Social del Capital Riesgo en España 2008 y 2009. ASCRI.*

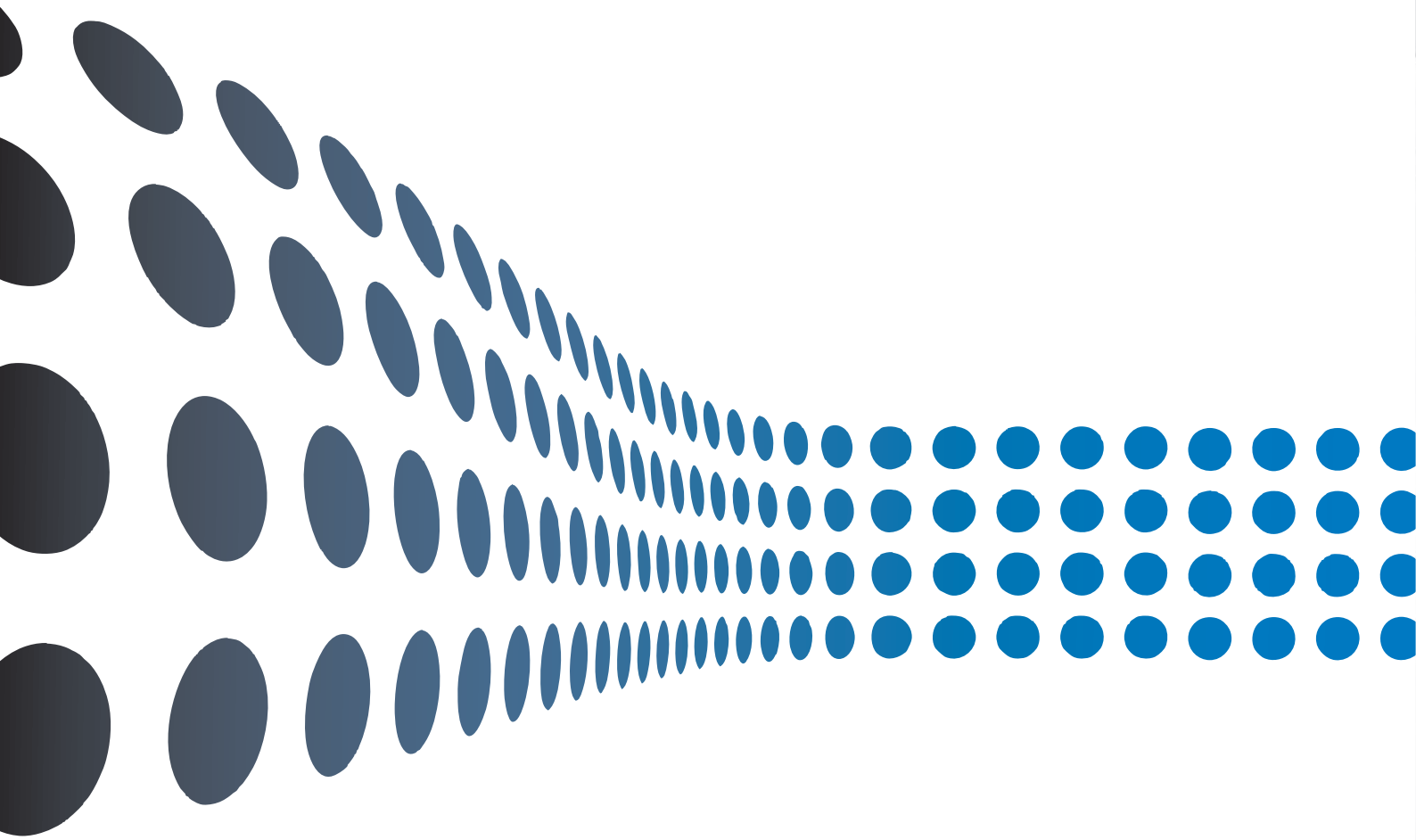
Las principales conclusiones del cuarto informe presentado por la entidad en el 2009 son las que se plasman a continuación:

*"El año 2008 ha sido complicado para todos los sectores económicos, incluido el del Capital Riesgo, que ha registrado caídas en casi todos sus indicadores de actividad respecto al año 2007, un ejercicio de máximos históricos para el sector. El volumen de inversión se situó en torno a los 3.026,3 millones de euros (32% de caída frente a 2007), la captación de fondos alcanzó los 2.777,9 millones de euros (- 47% frente a 2007) y se realizaron desinversiones a precio de coste por 711,6 millones de euros (56% menos que en 2007). No obstante, y a pesar de la desaceleración, la actividad del Capital Riesgo ha mantenido su dinamismo en línea con la fase de crecimiento más reciente. En un entorno como el actual es importante contar con un instrumento como el Capital Riesgo, que ha demostrado claramente su utilidad para apoyar y desarrollar a las empresas en las fases tanto recesivas como expansivas del ciclo económico".*

Para más información, se recomienda la consulta de diversos informes sobre el capital riesgo en España, artículos y otros detalles en su ***web: http://www.ascri.org***

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

GEM

# 6 Actividad Emprendedora en función del género

# Capítulo 6: Actividad Emprendedora en función del género

## 6.1. *Introducción*

El análisis de la actividad emprendedora en función del género está en una fase de máxima actualidad, porque le afecta directamente el desarrollo legislativo promovido desde la Comisión Europea para encauzar el logro de la igualdad en el desempeño profesional. Asimismo, en España, en la legislatura actual se ha creado el Ministerio de Igualdad como manifestación de la voluntad de avance en todos aquellos frentes en que se puedan mejorar las condiciones de vida de hombres y mujeres para que resulten lo más equitativas posible.

Dos equipos GEM, el nacional y el andaluz están desarrollando para dicho Ministerio, un estudio específico sobre el reto que supone el emprendimiento para la mujer española en comparación con el hombre. Los resultados se presentarán la primavera del 2010, siendo el observatorio GEM una importante fuente de información para la realización del estudio.

## 6.2. *La actividad emprendedora femenina y masculina en España y en el ámbito GEM internacional*

El año 2009, la actividad emprendedora registrada en la población masculina de 18-64 años ha sido de un 6,29%. Esta cifra sigue siendo superior a la estimada en la población femenina, que ha arrojado un porcentaje del 3,88%.

La crisis ha afectado a ambos colectivos y tanto hombres como mujeres han disminuido su participación en sus respectivas poblaciones. En el primer caso, la disminución ha sido del 22,1% y en el segundo, del 35%. Por consiguiente, la actividad femenina ha sufrido de forma más significativa que la masculina el impacto de la crisis.

Este resultado conlleva un retroceso cuya duración es difícil de pronosticar. El año 2008, las diferencias entre ambos sexos en cuanto a participación en el conjunto de la actividad emprendedora se habían reducido notablemente y la evolución de los datos justificaban el optimismo de comenzar a rozar la equiparación en esta parcela profesional. La crisis ha puesto en evidencia que estas expectativas eran prematuras y que aún falta mucho para lograr la igualdad.

La actividad emprendedora femenina es, por término medio, menos ambiciosa que la masculina, opera poco en sectores tecnológicos y se concentra excesivamente en el orientado al consumo. Es innovadora pero no aporta esta componente en muchos sectores en que operan hombres de forma muy mayoritaria. Asimismo, proporcionalmente es más generadora de empleo que el hombre, pero su aportación global es muy escasa comparada con la que proporcionan los hombres porque, de nuevo, la dimensión de sus iniciativas y el tipo de sector tienen un impacto mucho menor que el gestionado por los hombres en el conjunto de la economía.

La crisis ha supuesto el cierre de muchas microempresas de mujeres que, ante el riesgo de pérdidas y, contando con la seguridad del salario de un cabeza de familia, han preferido cerrar y regresar a las labores del hogar a la espera de una mejora del clima económico. El análisis del año 2008 no parecía prever este tipo de resultado pues, ante los primeros síntomas de la recesión, la actividad femenina resistió mejor. Sin embargo, al recrudecerse la crisis, la actividad emprendedora femenina se ha retraído mucho más que la masculina.

Desde un punto de vista ideal, la crisis debería de transformarse en una oportunidad para cambiar el rumbo del emprendimiento femenino, especialmente, fomentando la concienciación de futuras licenciadas en la creación de empresas, en sectores que hasta la fecha han sido mucho más desarrollados por hombres. Así, se echan de menos ingenierías, informática, productos de base tecnológica, electrónicos, energéticos e industriales en general, promovidos por mujeres o por equipos mixtos, cuando el conocimiento necesario para ello está completamente al alcance de una población femenina joven cuya presencia en las universidades es mayoritaria en estos momentos.

**Tabla 29. Evolución de los índices de actividad emprendedora total (TEA) dentro de las poblaciones de hombres y mujeres de 18-64 años de edad residentes en España**

| Indicador por año | 2006 | 2007 | 2007 | 2007 |
|---|---|---|---|---|
| TEA masculino | 8,83% | 9,75% | 8,08% | 6,29% |
| TEA femenino | 5,70% | 5,48% | 5,97% | 3,33% |

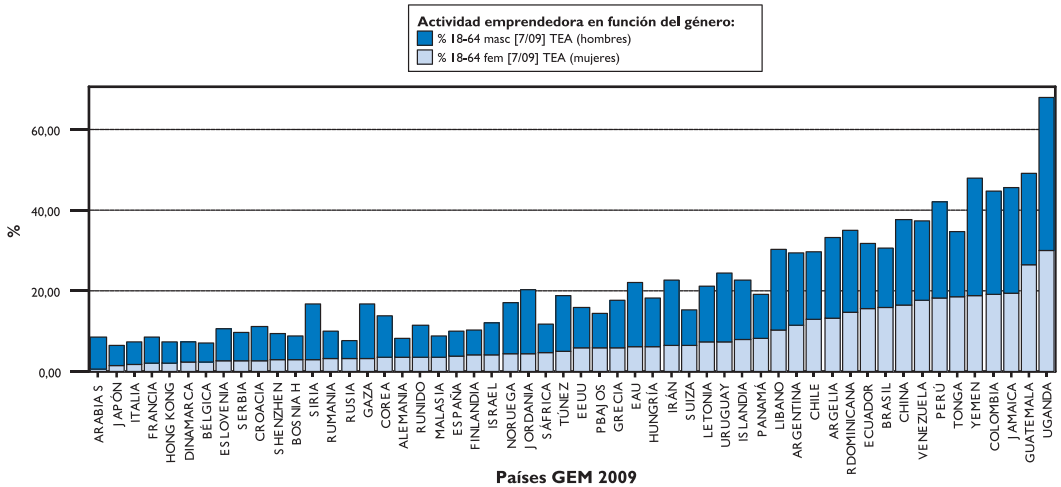
En el marco internacional GEM, España se sitúa en cuanto a estos indicadores, en una posición favorable con respecto a sus vecinos de la UE, quedando por encima de Italia, Francia, Dinamarca, Bélgica, Eslovenia, Alemania y el Reino Unido y por debajo de Finlandia, Países Bajos y Grecia.

Los países con mayor contribución femenina siguen siendo los menos desarrollados, pero las características de sus actividades emprendedoras no son comparables en muchos aspectos con las de los desarrollados. Así, en estos países, suele ser más abundante el negocio femenino relacionado con el sector primario, la manufactura y el comercio, mientras que en los desarrollados la diversidad es mayor y la innovación, en el sentido amplio de la palabra, está mucho más presente. Para tener una idea más aproximada de lo que ello significa, habría que retroceder en España muchos años atrás.

Guatemala es el caso más extremo de implicación de las mujeres en la actividad emprendedora, pues la tasa femenina supera a la masculina en cuatro puntos porcentuales. Brasil y Tonga también muestran tasas de actividad femenina superiores a las masculinas.

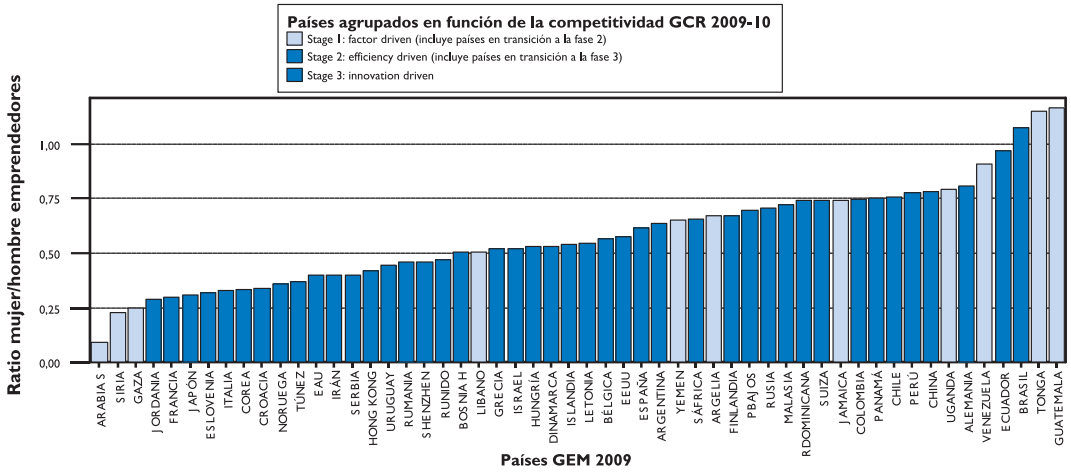
Por el contrario, entre los países más desarrollados, Alemania es un caso fuera de lo común, pues ambas tasas de actividad emprendedora estaban solamente separadas por un 0,65% en el 2008 y actualmente por un 0,86%. En un escenario de crisis se pone en evidencia la mayor debilidad de la actividad femenina, a pesar de la resistencia inicial frente a la recesión. Factores como la financiación, sector, dimensión de las iniciativas y muchos más subyacen tras este fenómeno y son bastante comunes en todos los países de la zona.

**Figura 36. Actividad emprendedora incipiente en función del sexo en los países GEM 2009**




El ratio de mujer/hombre, por lo que se refiere a la actividad femenina en comparación con la masculina, alcanza para España un valor de 0,62, por debajo del 0,74 del año 2008. Este valor queda, en el 2009 por encima de la media de países GEM (0,58) y muy significativamente por encima de la media de países participantes de la UE (0,52.)

**Figura 37. Ratio de actividad femenina sobre masculina**




## 6.3. *Características de la actividad emprendedora femenina comparadas con la a de la masculina*

El año 2009, la distribución de la actividad emprendedora en función de sus etapas, naciente y nueva, no presenta diferencias por razón de sexo. Por consiguiente tanto entre los hombres como entre las mujeres, se ha dado una proporción similar de emprendedores nacientes (0-3 meses en el mercado) y nuevos (3-42 meses en el mercado). Ambas contribuciones al tejido empresarial se han nutrido más de empresarios en fase de consolidación, o nuevos, que de nacientes.

**Tabla 30. Etapa en la que se hallaban las iniciativas en fase emprendedora puestas en marcha por hombres y por mujeres**

| $X^2$ = 0,54 Significación = 0,462 Diferencias no significativas | | Sexo | | Total |
|---|---|---|---|---|
| | | Hombre | Mujer | |
| TEA 2009: fase de las iniciativas | Naciente (0-3 meses) | 44,7% | 46,7% | 45,4% |
| | Nueva (3-42 meses) | 55,3% | 53,3% | 54,6% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

En cuanto a la dimensión de las iniciativas, la media de propietarios de actividades de hombres se sitúa en 1,69 personas y la de mujeres en 1,72. Ambas se acercaban más a las 2 personas el año 2008, síntoma de que la actividad emprendedora del 2009 ha sido menos participativa en cuanto a compartir la propiedad. La diferencia entre ambas medias no resulta estadísticamente significativa.

Sí que lo es, en cambio, el hecho de que las iniciativas femeninas tiendan más a no tener empleados o entre 1 y 5, mientras que las masculinas se concentran más en los tramos de 1 a 19 empleados. Finalmente, en cuanto a dimensión futura, las expectativas de crecimiento en empleo son diferentes en las iniciativas emprendedoras masculinas y femeninas: en las primeras se espera crecer mucho más en los tramos de 6 a 9 empleados y en 20 o más empleados. En lo que sí se igualan es en el auto empleo, pues ambos colectivos están en torno al 22%. Si se comparan estos resultados con los del 2008, se aprecia una notable disminución de las expectativas de crecimiento en empleo en las actividades femeninas, que habían llegado a superar a las masculinas, si bien, hay que tener presente la menor participación de la mujer en sectores como el primario y el industrial.

**Tabla 31. Número de empleados actual y esperado en cinco años, de las actividades emprendedoras masculinas y femeninas**

| X2 = 10,6 Significación = 0,014 Diferencias significativas | | SEXO Hombre | SEXO Mujer | Total |
|---|---|---|---|---|
| TEA: número actual de empleados en 4 categorías | Sin empleados | 39,7% | 42,3% | 40,7% |
| | 1-5 empleados | 48,6% | 51,6% | 49,7% |
| | 6-19 empleados | 9,6% | 3,8% | 7,4% |
| | 20+ empleados | 2,1% | 2,3% | 2,2% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| X2 = 45,3 Significación = 0,000 Diferencias muy significativas | | SEXO Hombre | SEXO Mujer | Total |
| TEA: número actual de empleados en 4 categorías | Sin empleados | 22,7% | 21,4% | 22,2% |
| | 1-5 empleados | 52,7% | 68,0% | 58,4% |
| | 6-19 empleados | 17,8% | 8,9% | 14,5% |
| | 20+ empleados | 6,8% | 1,7% | 4,9% |
| Total | | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Otros análisis realizados conducen a las siguientes conclusiones sobre las características de las iniciativas emprendedoras debidas a promotores de ambos sexos:

- En el 2009 se crea una gran diferencia en cuanto a participación sectorial que no se había dado en el 2008. La actividad femenina se concentra fuertemente en el sector orientado al consumo con un 71% de empresas frente al 42% masculino. La presencia en el sector transformador se reduce a un 16%, mientras que los hombres acaparan un 32%. Asimismo, en el sector extractivo, los hombres muestran un 7% de participación, muy alejado del 2,2% femenino. El sector en el que están más igualados es el de servicios a otras empresas con un 15% y un 11,4% de participación, respectivamente.

- Las iniciativas femeninas tienden a ser más innovadoras en producto o servicio que las masculinas, si bien, como se viene destacando, esta innovación revierte, especialmente, en el sector orientado al consumo, parcela en que se concentra la empresa de la mujer. Así, un 23,2% de las actividades femeninas son completamente innovadoras, frente a un 17,1% en el caso de los hombres.

- Ambos sexos están igualados en el 2009 en cuanto a enfrentar competencia, a pesar del resultado sobre innovación. Así, alrededor de un 54% de las empresas gestionadas por hombres o por mujeres tienen mucha competencia, mientras que cerca de un 32% tiene alguna y tan sólo un 14% no tiene, estimaciones que son independientes del sector en que se opera.

- La antigüedad de las tecnologías utilizadas en el desarrollo de la actividad presenta distribuciones similares en ambos sexos, no existiendo diferencias significativas en su adopción por razón de género. Sin embargo, este hecho se explica por la crisis y el retraimiento general de la inversión en nuevas tecnologías, que afecta especialmente al colectivo masculino por su mayor participación en los sectores industriales.

- La participación de la mujer en sectores de base tecnológica media o alta es significativamente menor que la de los hombres. El año 2009 se ha agudizado esta diferencia, con un 3,9% de empresas masculinas frente a un 1,8% de empresas femeninas.

- Hombres y mujeres han disminuido en cuanto a capacidad exportadora de sus iniciativas emprendedoras en el 2009 y no se registran diferencias significativas por razón de género en este apartado.

La crisis ha dado como resultado una actividad emprendedora femenina de nuevo diferenciada de la masculina cuando se había igualado mucho más en el 2008. La mujer regresa a la senda conservadora, con una concentración masiva en el sector menos complejo, retrocediendo en cuanto a creación de iniciativas más ambiciosas. La mujer ha abandonado proporcionalmente menos negocios que el hombre, pero lo ha hecho en más ocasiones por búsqueda de un empleo por cuenta ajena y por motivos personales, acogiéndose menos al traspaso efectivo (3,3% de actividades masculinas abandonadas pero que siguen en otras manos frente a un 0,9% de actividades femeninas en el mismo caso) y más al cierre definitivo.

## 6.4. *Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora española y su comparación con el del hombre emprendedor*

En este apartado se resumen los datos obtenidos al comparar las características socio-demográficas de hombres y mujeres emprendedores.

La retirada del mercado de mujeres en edad madura ha dado como resultado un colectivo emprendedor equiparado en cuanto a edad media con mayor presencia de jóvenes. En ambos grupos la edad media está en torno a 36 años

No hay diferencias en cuanto a nivel educacional, incluyendo el estar en posesión de formación específica para emprender y si que las hay en cuanto a la renta: proporcionalmente, las mujeres se concentran más en tramos de rentas medias y bajas y los hombres de medias y altas

Tanto las mujeres como los hombres emprendedores viven en un hogar de tamaño medio ligeramente superior a los 3 miembros

En el colectivo emprendedor femenino hay un mayor porcentaje de mujeres extranjeras de régimen general, siendo esta diferencia significativa en comparación con el masculino

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

Esta sección muestra cómo influye el género en las percepciones subjetivas que tienen las personas residentes en España sobre la actividad emprendedora. En concreto se ha analizado la actitud de la sociedad española no empresaria y de los empresarios con respecto a un conjunto de factores psico-sociales.

Los resultados que se detallan en la Tabla 32, muestran diferencias que se habían superado en la edición 2008, ratificando el retroceso en igualdad empresarial que se viene manifestando en los datos 2009. Así, en la población no involucrada en el proceso empresarial se advierte mayor contacto con este ámbito por parte de los hombres, más conocedores de emprendedores, más atentos a la percepción de oportunidades, con mayor preparación para la gestión de empresas, menor temor al fracaso y más competitivos, en general.

**Tabla 32. Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población española no empresaria de 18-64 años, en función del sexo**

| Pregunta | Hombres | Mujeres | Conclusión |
|---|---|---|---|
| ¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años? | 36,8% | 28,1% | Los hombres tienen una red social emprendedora más amplia que las mujeres |
| ¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses? | 19,6% | 14,0% | Los hombres son más optimistas en cuanto a la percepción de oportunidades |
| ¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una pequeña iniciativa? | 57,0% | 45,0% | Proporcionalmente, los hombres aparecen más preparados para emprender |
| El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender | 48,3% | 55,8% | Este obstáculo para emprender incide más en las mujeres |
| Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar | 57,5% | 60,3% | Los hombres expresan un mayor grado de competitividad |
| Emprender se considera una buena opción profesional | 62,2% | 63,7% | La opinión es algo más favorable entre las mujeres |
| Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus | 55,2% | 53,9% | La opinión es más favorable entre los hombres |
| Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores | 37,3% | 36,7% | No hay diferencia significativa de opinión entre hombres y mujeres |

**Tabla 33. Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población española de empresarios de 18-64 años, en función del sexo**

| Pregunta | Hombres | Mujeres | Conclusión |
|---|---|---|---|
| ¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años? | 36,8% | 28,1% | Los hombres tienen una red social emprendedora más amplia que las mujeres. Ambos grupos superan a la población no empresaria. |
| ¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses? | 19,6% | 14,0% | Los hombres son más optimistas en cuanto a la percepción de oportunidades. Ambos grupos superan a la población no empresaria. |
| ¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una pequeña iniciativa? | 57,0% | 45,0% | No hay diferencia significativa entre emprendedores y emprendedoras. Ambos grupos superan a la población no empresaria. |
| El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender | 48,3% | 55,8% | Este obstáculo para emprender incide más en las mujeres. En este grupo es inferior que en la población no empresaria. |
| Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar | 57,5% | 60,3% | Los hombres expresan un mayor grado de competitividad, pero inferior al registrado en la población no empresaria. |
| Emprender se considera una buena opción profesional | 62,2% | 63,7% | La opinión es algo más favorable entre las mujeres. En ambos grupos la percepción es peor que en la población no empresaria. |
| Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus | 55,2% | 53,9% | No hay diferencia significativa entre empresarios y empresarias. Su percepción es algo inferior a la de la población no empresaria. |
| Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores | 37,3% | 36,7% | No hay diferencia significativa entre empresarios y empresarias. Su percepción es algo inferior a la de la población no empresaria. |

## 6.6. *El estado del entorno para el emprendimiento femenino*

El estado del entorno para el emprendimiento femenino es analizado cada año por los expertos que GEM entrevista en cada país. En la Tabla 34 se pueden consultar las valoraciones medias de las afirmaciones que se les plantean acerca de este tema, así como su evolución en los últimos tres años.

El tema más preocupante y que está relacionado con la conciliación de la vida profesional y familiar, así como con la mayor facilidad de desarrollo profesional femenino, sigue presentando un estado precario, si bien su valoración media mejora en el 2009.

La aceptación social de la carrera empresarial para la mujer se percibe como un poco menos valorada en el 2009, pero sin perder excesivamente la consideración positiva que viene teniendo.

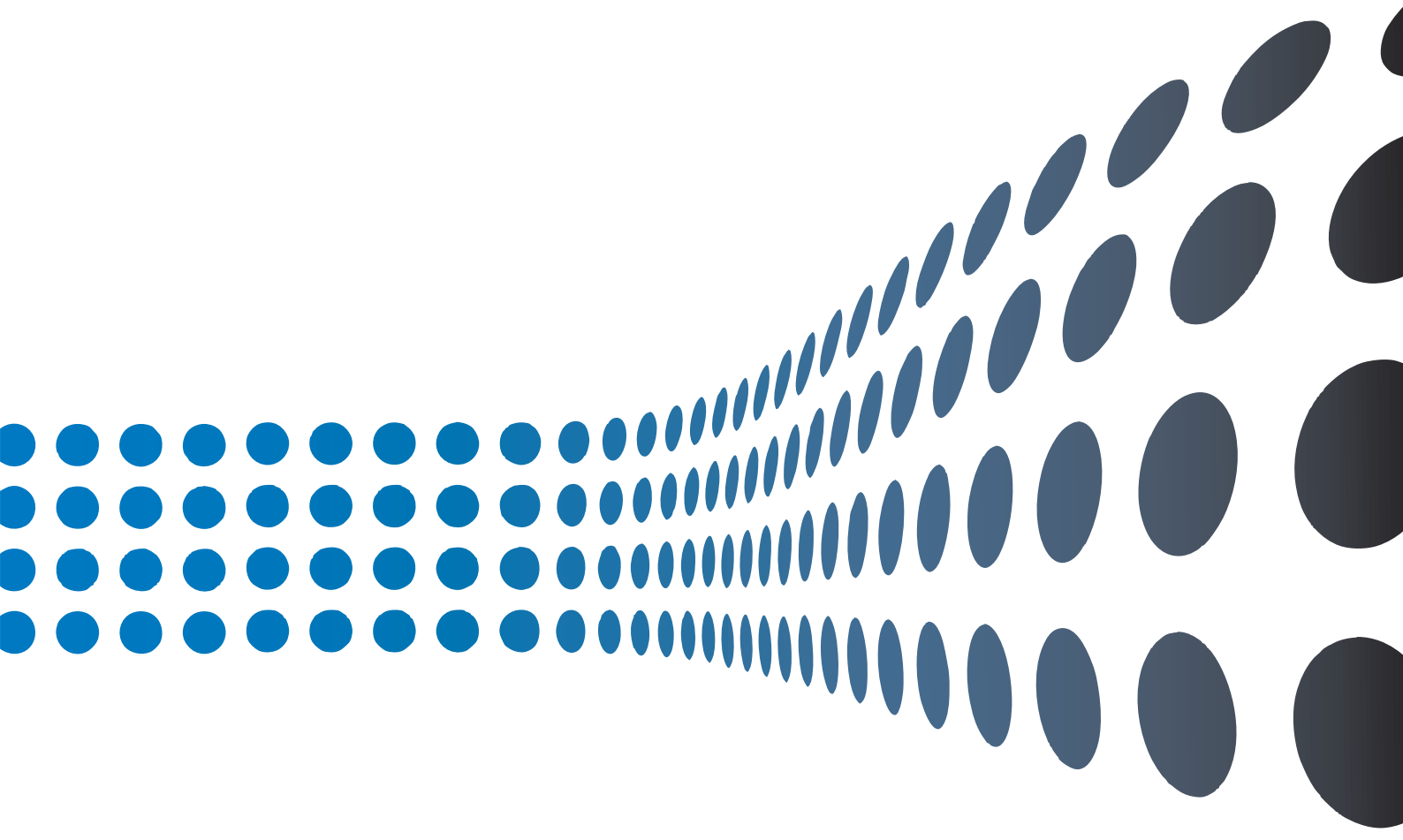
Finalmente, mejoran ligeramente el resto de valoraciones con respecto al 2008: mayor impulso a la actividad emprendedora femenina; mejor gestión de la información sobre oportunidades entre ambos sexos y, finalmente, mayor reconocimiento de la igualdad en preparación y conocimientos para emprender, opinión plenamente respaldada por varios resultados presentados a lo largo de este informe.

**Tabla 34. Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población española de empresarios de 18-64 años, en función del sexo**

| Afirmaciones valoradas por los expertos en escalas de 5 puntos: 1 = completamente cierto, 5 = completamente falso | Promedio de valoración de los expertos | | |
|---|---|---|---|
| | 2007 | 2008 | 2009 |
| En mi país, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando después haber fundado una familia. | 2,51 | 2,40 | 2,60 |
| En mi país, crear un negocio es una carrera socialmente aceptada para la mujer. | 3,38 | 3,25 | 3,12 |
| En mi país, las mujeres son alentadas a ser auto-empleadas o a crear una empresa | 3,39 | 3,09 | 3,16 |
| En mi país, las mujeres son expuestas a tantas buenas oportunidades para crear un negocio como los hombres. | 3,39 | 3,16 | 3,29 |
| En mi país, las mujeres tienen la capacidad y la motivación necesaria para crear una empresa. | 4,12 | 4,35 | 4,46 |

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



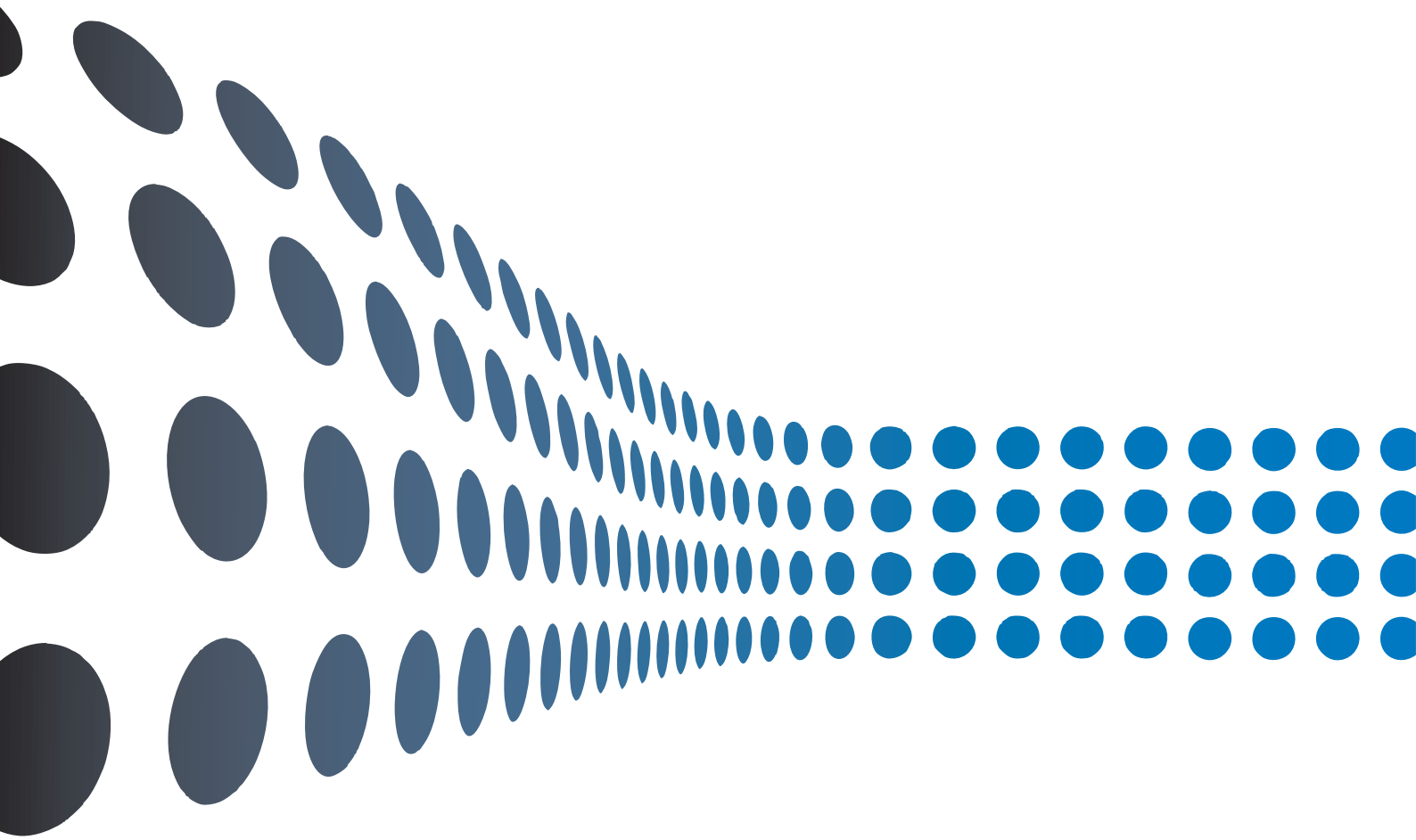
Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

GEM

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



ie

Banesto FUNDACIÓN

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL DE INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

GEM

# 7 Actividad emprendedora en función del origen del emprendedor

# Capítulo 7: Actividad emprendedora en función del origen del emprendedor

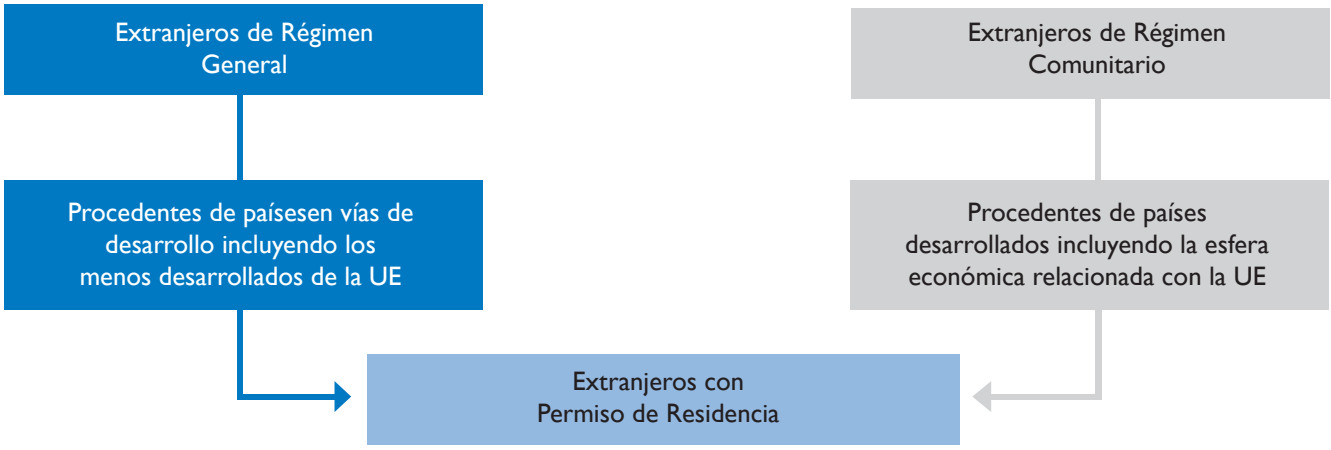
## 7.1. *Introducción*

Desde el año 2005, el observatorio GEM España proporciona información muy apreciada, sobre la parte de nuestra actividad emprendedora llevada a cabo por emprendedores cuyo origen no es el español. En el año 2009 se analiza el impacto de la crisis en el emprendimiento de este colectivo y su evolución dentro del conjunto total de empresas que constituyen la base de nuestro tejido empresarial.

## 7.1. *La evolución de la inmigración en España*

La Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración, facilita anualmente los datos referentes al número de extranjeros que tienen permiso de residencia en España. Dicha Secretaría, ofrece los datos estadísticos distinguiendo entre los de régimen general y los de régimen comunitario, tal y como se muestra en la Figura 38.

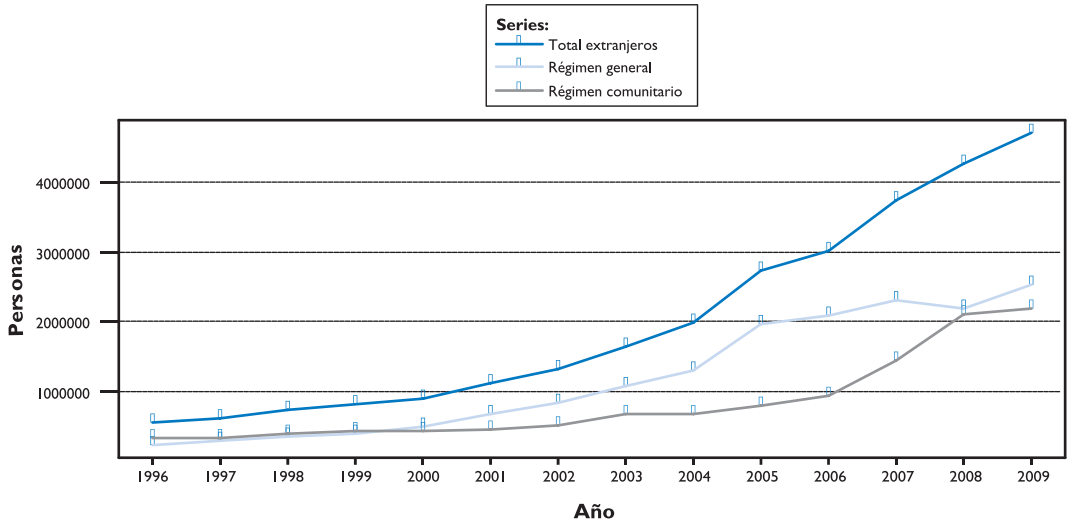
**Figura 38. Composición de la población extranjera con permiso de residencia en España**




Observando las series de la Figura 39, se puede ver claramente como entre los años 1996 y 1999, el flujo de extranjeros que venía a España era muy parecido entre los que responden al régimen comunitario y los que responden al régimen general, siendo las cifras de ambos, relativamente discretas y, siempre con superioridad de los extranjeros procedentes de países desarrollados. El año 2000, se produjo un importante cambio cuantitativo y, por primera vez, la cifra de inmigrantes de régimen general, superó a la de régimen comunitario.

A partir de ese momento, aunque ambas series siguen una evolución ascendente, no hay duda de que la correspondiente al régimen general aumenta a un ritmo mucho más rápido que la correspondiente al régimen comunitario, evidenciando la cada vez más masiva llegada de inmigrantes que acuden a nuestro país por necesidad, es decir, por falta de alternativas de trabajo o subsistencia en su propio país. Sin embargo, también es muy importante señalar que la cifra de extranjeros comunitarios también estaba experimentando un interesante auge que se puede deber a que nuestra nación es fuente de oportunidades de negocio y también un lugar atractivo de retiro en el cual vivir al llegar la jubilación. En el año 2008, se produce de nuevo un fenómeno importante: la población extranjera de régimen general decae, mientras que la de régimen comunitario presenta un incremento muy notable, de forma tal que prácticamente se equipara a la primera. Los datos del 2008, registraron un fenómeno sin precedentes y que tuvo repercusión en la distribución de la actividad emprendedora en función del origen en la edición 2008. Ahora, en el 2009, se advierte una rápida recuperación del ritmo de crecimiento de la serie de extranjeros de régimen general y una moderación en el crecimiento de la serie de extranjeros de régimen comunitario. En conclusión, la recesión frenó la llegada masiva de extranjeros de régimen general, pero una vez asumida la situación de crisis, incluso antes de salir de la misma, este colectivo sigue considerando que en España tiene más oportunidades de trabajo, mientras que el colectivo de régimen comunitario ralentiza su presencia en espera de un clima económico más favorable.

**Figura 39. Evolución de la inmigración en España desde 1996 hasta 2009**




*Fuente: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración, Información Estadística. Nota: el dato del año 2009 es del 30-09-2009, el más recientemente publicado.*

## 7.3. *Actividad emprendedora incipiente de los extranjeros el año 2009*

El desglose de la tasa de emprendimiento total o TEA registrada en España entre los años 2005-2009 y que corresponde a extranjeros es la que se muestra en la Tabla 35.

**Tabla 35. Actividad emprendedora total registrada en España desglosada en función del tipo de origen del emprendedor y su evolución**

| Año | Españoles | Extranjeros | TOTAL |
|---|---|---|---|
| 2005 | 94,3% | 5,7% | 100% |
| 2006 | 88,3% | 11,7% | 100% |
| 2007 | 86,8% | 12,8% | 100% |
| 2008 | 87,4% | 12,6% | 100% |
| 2009 | 88,0% | 12,0% | 100% |

Los resultados permiten concluir que entre el 2005 y el 2006 se produjo un notable salto en la participación extranjera en el total de nuestra actividad emprendedora, al que siguió una progresión ascendente, pero más amortiguada hasta el 2007, para finalmente comenzar a decaer en el 2008. La tendencia a la baja continúa en el 2009, por lo que el aumento de población extranjera residente no ha supuesto una inyección de emprendedores, sino que su potencial laboral se ha canalizado por otras vías. Decremento, pues, del 4,76% en el emprendimiento extranjero, que puede considerarse discreto dentro de los cambios que ha producido la crisis en el conjunto de los indicadores que describen el emprendimiento en España.

La Tabla 36 muestra la tasa real de actividad emprendedora incipiente en los colectivos de españoles, inmigrantes por necesidad (régimen general) e inmigrantes por otros motivos (régimen comunitario). Las diferencias observadas son estadísticamente significativas. La última columna recoge el índice de actividad emprendedora total registrado en España en el 2009, 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 extranjera, en general, sobre el TEA09 cuyo valor es del 5,1% es de un 0,6%, la diferencia entre la tasa generada por españoles y la total (5,1-4,5 = 0,6). Si se tiene en cuenta que en el 2005 esta cifra era 0,2%, en el 2006 un 0,5% y en el 2007 y 2008 también del 0,4%, se puede concluir que el indicador ha crecido, de forma que la contribución extranjera al TEA del 2009 es, proporcionalmente, superior a la registrada en el 2008. Sin embargo, no se puede negar que al comparar los datos del 2008 con los del 2009 se aprecia una clara disminución de la actividad emprendedora en todos los colectivos.

**Tabla 36. Evolución de la tasa de actividad emprendedora incipiente en función del origen del emprendedor**

| Año | Actividad | Españoles | Extranjeros Comunitarios | Extranjeros régimen general | No facilitan su origen | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2005 | Emprende | 5,4% | 10,2% | 14,0% | 0,0% | 5,7% |
| 2005 | No emprende | 94,6% | 89,8% | 86,0% | 0,0% | 94,3% |
| 2005 | Total | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| 2006 | Emprende | 6,8% | 10,4% | 14,2% | 19,1% | 7,3% |
| 2006 | No emprende | 93,2% | 89,6% | 85,8% | 80,9% | 92,7% |
| 2006 | Total | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| 2007 | Emprende | 7,2% | 11,5% | 13,0% | 23,7% | 7,6% |
| 2007 | No emprende | 92,8% | 88,5% | 87,0% | 76,3% | 92,4% |
| 2007 | Total | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| 2008 | Emprende | 6,6% | 11,5% | 13,4% | 0,0% | 7,0% |
| 2008 | No emprende | 93,4% | 88,5% | 86,6% | 0,0% | 93,0% |
| 2008 | Total | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| 2009 | Emprende | 4,9% | 8,4% | 8,3% | 2,4% | 7,0% |
| 2009 | No emprende | 95,1% | 91,6% | 91,7% | 97,6% | 93,0% |
| 2009 | Total | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Seguidamente, se presenta la evolución de las componentes psicosociales relacionadas con el emprendimiento y las diferencias de mentalidad que se dan entre los colectivos de españoles, extranjero comunitario y de régimen general:

**Tabla 37. Diferencias de mentalidad entre extranjeros y españoles en el 2009 y su comparación con el 2008**

| Rasgo analizado (% de respuesta afirmativa) | Españoles | | Extranjeros comunitarios | | Extranjeros regimen general | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2009 | 2008 | 2009 | 2008 | 2009 | 2008 |
| Piensa emprender en 3 años | 4,9% | 7% | 6,5% | 11% | 14% | 15,9% |
| Ha abandonado una actividad en los 12 meses previos | 1,9% | 1,3% | 2,6% | 1,9% | 3,2% | 2,3% |
| Ha conocido a un emprendedor en los 2 últimos años | 32,6% | 39,3% | 32,4% | 39,7% | 32,4% | 42,5% |
| Temor al fracaso | 52,4% | 48,5% | 50,6% | 46,1% | 45,5% | 45,7% |
| Emprender es buena opción profesional | 62,7% | 58,6% | 61,3% | 59,4% | 67% | 62,4% |
| Posee habilidades y conocimientos para emprender | 50,9% | 47,9% | 55,5% | 53,3% | 54,9% | 51,4% |
| Perciben buenas oportunidades | 16,3% | 20,2% | 21,0% | 16,5% | 26,2% | 26,5% |
| Prefieren un nivel de vida estándar en la población | 58,8% | 54,0% | 55,8% | 54,1% | 61,2% | 58,1% |
| El éxito como emprendedor conduce a alcanzar un buen estatus | 54,3% | 51,0% | 52,5% | 51,6% | 58,9% | 56,3% |

**De los datos anteriores se desprende que:**

Los extranjeros siguen mostrando, proporcionalmente mayor propensión a emprender, especialmente, los de régimen general y ello se debe a dos motivos: por un lado una mentalidad más emprendedora y, por otro lado, una mayor necesidad de hacerlo por subsistencia en los que son de régimen general. El año 2009 las expectativas disminuyen en todos los colectivos, pero mucho menos entre los inmigrantes, que corroboran así esta actitud diferencial.

Los extranjeros comunitarios y los españoles tienen una tasa de abandono o cierre de iniciativas inferior a los de régimen general debido a que pueden, en general, tener más recursos monetarios y apoyo institucional. En el 2009, este indicador ha aumentado en los tres colectivos, pero mucho más entre los inmigrantes.

En el 2009 se igualan las tasas de conocimiento de emprendedores en los tres colectivos, como una consecuencia de la disminución general debida a la crisis.

El temor al fracaso supone un freno para más españoles que extranjeros, siendo el colectivo menos afectado el de inmigrantes, que no acusa el efecto de la crisis en este indicador.

Los extranjeros de régimen general están proporcionalmente más convencidos de que emprender es una buena salida profesional.

Los extranjeros afirman en mayor medida que los españoles que están en posesión de los conocimientos y habilidades básicos para emprender un pequeño negocio.

La percepción de oportunidades disminuye mucho en el colectivo español, aumenta y se recupera entre los comunitarios y se mantiene entre los inmigrantes.

Los extranjeros comunitarios y los españoles son menos competitivos que los extranjeros de régimen general al mostrar una menor tasa de personas que prefieren una sociedad igualitaria en rentas.

Los extranjeros de régimen general están más convencidos que los comunitarios y que los españoles de que el éxito como emprendedor puede conducirles a alcanzar un buen estatus social, si bien las proporciones de personas que piensan de esta forma se recuperan algo en el 2009 al comparar con el 2008.

## 7.4. *Diferencias entre los perfiles socio-económicos de los emprendedores en función de su origen*

El perfil de los emprendedores ha ido variando a lo largo de los cinco años observados en los tres grupos analizados en algunos aspectos y se ha mantenido en otros.

En cuanto a la edad media, españoles e inmigrantes recuperan la tendencia a la baja incorporando de nuevo más jóvenes al proceso emprendedor tras el bache del 2008 en que personas que engrosaron el paro decidieron emprender aumentado la edad media momentáneamente. El emprendedor comunitario es el que muestra el perfil más estable en este apartado.

**Tabla 38. Evolución de la edad media de los emprendedores en función de su origen**

| Año | Edad media Españoles | Edad media Comunitarios | Edad media Rg. General | Edad media Sin Origen | Edad media Total |
|---|---|---|---|---|---|
| 2005 | 38,06 años | 36,79 años | 34,37 años | - | 37,87 años |
| 2006 | 38,25 años | 39,78 años | 34,14 años | 37,07 años | 37,88 años |
| 2007 | 38,30 años | 39,94 años | 34,71 años | 24,18 años | 37,89 años |
| 2008 | 38,92 años | 38,70 años | 38,57 años | - | 38,88 años |
| 2009 | 36,76 años | 38,54 años | 34,90 años | 50,00 años | 36,63 años |

En cuanto a la participación masculina y femenina en el total de la actividad emprendedora (ver Tabla 39), se observan importantes cambios con respecto al año 2008. Por un lado, se advierte el importante retroceso de la participación femenina, en el colectivo español y, sobre todo, comunitario, y la equiparación de ambos sexos en el colectivo inmigrante, situación que no se había dado con anterioridad. Las diferencias son estadísticamente significativas y deben interpretarse como una mayor participación femenina en el colectivo de inmigrantes con el rasgo de mayor resistencia por parte de la mujer en una situación de crisis como la actual.

**Tabla 39. Evolución de la participación masculina y femenina en la actividad emprendedora en función del origen de los emprendedores**

| Emprendedores | Españoles | | Comunitarios | | Rg. General | | Sin Origen | | Total | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Año y Sexo | H | M | H | M | H | M | H | M | H | M |
| 2005 | 64,0% | 36,0% | 40,0% | 60,0% | 52,9% | 47,1% | - | - | 63,1% | 36,9% |
| 2006 | 61,5% | 38,5% | 70,7% | 29,3% | 53,0% | 47,0% | 55,6% | 44,4% | 60,9% | 39,1% |
| 2007 | 64,8% | 35,2% | 67,4% | 32,6% | 58,4% | 41,6% | 44,4% | 55,6% | 64,1% | 35,9% |
| 2008 | 58,2% | 41,8% | 47,9% | 52,1% | 54,9% | 45,1% | - | - | 57,6% | 42,4% |
| 2009 | 63,8% | 36,2% | 63,9% | 36,1% | 50,0% | 50,0% | 66,7% | 33,3% | 62,5% | 37,5% |

La Tabla 40, muestra las distribuciones de nivel de estudios de los emprendedores de cada origen. Como se aprecia en los resultados y en su evolución, los perfiles tienden a igualarse progresivamente, pero en el 2009, todavía persiste una mayor presencia de emprendedores con estudios superiores entre los extranjeros de régimen comunitario, seguidos, en este aspecto, de los españoles y, finalmente por los extranjeros de régimen general. La reducción que se va produciendo de emprendedores con menos nivel de estudios redunda en una mayor calidad de las iniciativas emprendedoras y aumenta la posibilidad de diversificación y de emprendimiento de base tecnológica. Por consiguiente, en España interesa que entre el colectivo extranjero domine la proporción de emprendedores con estudios universitarios, pues ello impide que se produzcan desequilibrios en el conjunto total de la creación empresarial derivados de la inmigración.

**Tabla 40. Evolución del nivel de estudios de los emprendedores en función de su origen**

| 2005 | Español | Comunitarios | Rg. General | No Informa | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Primarios | 51,4% | 7,1% | 55,8% | - | 51,1% |
| Secundarios | 13,3% | 7,1% | 7,7% | - | 13,0% |
| Superiores | 35,2% | 85,7% | 36,5% | - | 35,9% |
| **2006** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Primarios | 28,7% | 12,2% | 17,6% | 50,0% | 47,9% |
| Secundarios | 40,7% | 31,7% | 39,9% | 20,0% | 40,3% |
| Superiores | 30,5% | 56,1% | 42,4% | 30,0% | 32,2% |
| **2007** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Primarios | 27,2% | 23,9% | 19,5% | 88,9% | 26,6% |
| Secundarios | 21,0% | 21,7% | 37,2% | 0,0% | 22,6% |
| Superiores | 51,8% | 54,3% | 43,3% | 11,1% | 50,8% |
| **2008** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Primarios | 27,8% | 14,3% | 13,7% | - | 26,1% |
| Secundarios | 40,6% | 36,7% | 50,4% | - | 41,5% |
| Superiores | 31,4% | 46,9% | 35,8% | - | 32,2% |
| **2009** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Primarios | 30,2% | 22,8% | 26,8% | 100,0% | 24,0% |
| Secundarios | 14,0% | 11,4% | 23,2% | 0,0% | 14,8% |
| Superiores | 55,7% | 65,8% | 50,0% | 0,0% | 55,4% |

Finalmente, en cuanto al nivel de renta, el emprendedor español del 2009 se concentra en el tercio superior, evidenciando que ante la falta de crédito, emprenden más las personas con recursos. En cambio, entre los comunitarios, la mayor concentración se da en las rentas medias, de forma que el resultado en creación empresarial puede resultar más diverso en cuanto a inversión que el español. Por otro lado, entre el colectivo de régimen general, predominan también los emprendedores de renta elevada, pero con una participación casi igual de abundante en el tercio medio, lo cual constituye otro escenario dentro de esta parte de la población. Todo ello repercute, sin duda, en el tipo de inversión de negocio y en las fórmulas para realizarla, habiéndose constatado que los inmigrantes tienden a apoyarse mutuamente en mayor medida que los otros dos colectivos.

**Tabla 41. Evolución del nivel de renta de los emprendedores en función de su origen**

| 2005 | Español | Comunitarios | Rg. General | No Informa | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Tercio inferior | 22,3% | 0,0% | 44,2% | - | 23,0% |
| Tercio medio | 24,5% | 46,7% | 28,8% | - | 25,0% |
| Tercio superior | 28,6% | 11,5% | 26,7% | - | 27,7% |
| NS/NC | 24,7% | 15,4% | 26,7% | - | 24,3% |
| **2006** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Tercio inferior | 21,9% | 17,0% | 21,4% | 50,0% | 22,9% |
| Tercio medio | 23,6% | 24,4% | 17,2% | 0,0% | 22,9% |
| Tercio superior | 28,6% | 29,3% | 28,8% | 50% | 28,7% |
| NS/NC | 25,9% | 29,3% | 21,7% | 0,0% | 25,4% |
| **2007** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Tercio inferior | 22,3% | 20,0% | 35,0% | 62,5% | 23,8% |
| Tercio medio | 22,1% | 22,2% | 27,0% | 0,0% | 22,6% |
| Tercio superior | 30,8% | 42,2% | 25,7% | 0,0% | 30,4% |
| NS/NC | 24,7% | 15,6% | 12,4% | 37,5% | 23,3% |
| **2008** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Tercio inferior | 13,0% | 18,8% | 35,6% | - | 15,5% |
| Tercio medio | 54,9% | 47,9% | 39,6% | - | 53,2% |
| Tercio superior | 21,7% | 16,7% | 14,7% | - | 20,8% |
| NS/NC | 10,3% | 16,7% | 10,2% | - | 10,5% |
| **2009** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Tercio inferior | 15,6% | 13,0% | 9,4% | | 14,9% |
| Tercio medio | 24,4% | 52,2% | 43,8% | 100,0% | 27,2% |
| Tercio superior | 60,0% | 34,8% | 46,9% | | 57,9% |
| NS/NC | - | - | - | - | - |

## 7.5. *Características de la actividad emprendedora extranjera en el 2009*

La distribución sectorial de la actividad emprendedora en función del origen del emprendedor presenta una interesante evolución en los cinco años en que ha sido observada (ver Tabla 42)

La implicación de los extranjeros en los cuatro grandes sectores ha ido variando como reflejo del acceso de este colectivo a los mismos, así como de la detección de oportunidades en cada uno de ellos y su aprovechamiento. La crisis ha propiciado algunos cambios. Así, dejando de lado el caso marginal que representan las personas que no informan de su origen, el sector extractivo ha visto muy mermada la creación de iniciativas, especialmente entre los comunitarios, que habían apostado fuerte en el 2008. En su caso, el sector servicios a empresas es la estrella de este año, habiendo aumentado también el transformador y manteniéndose estable el orientado al consumo. Españoles e inmigrantes se han concentrado fuertemente en el sector orientado al consumo, con cierto crecimiento en el transformador en el caso de los españoles, todo ello reflejo de la fuerte caída del sector inmobiliario y otros servicios. La fuerte participación femenina en la actividad emprendedora inmigrante, cuadra perfectamente con esa mayor proporción de actividad en el sector orientado al consumo dentro de este colectivo.

**Tabla 42. Evolución del sector de las iniciativas en función del origen del emprendedor**

| 2005 | Español | Comunitarios | Rg. General | No Informa | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Extractivo | 3,0% | 0,0% | 0,0% | - | 3,0% |
| Transformador | 23,1% | 33,3% | 10,0% | - | 22,9% |
| Servicios a empresas | 22,5% | 16,7% | 25,0% | - | 22,5% |
| Orientado al consumidor | 51,4% | 50,0% | 65,0% | - | 51,6% |
| **2006** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Extractivo | 7,0% | 0,0% | 2,3% | 0,0% | 6,4% |
| Transformador | 29,9% | 13,5% | 32,2% | 50,0% | 29,8% |
| Servicios a empresas | 24,6% | 23,7% | 35,1% | 37,5% | 24,8% |
| Orientado al consumidor | 38,5% | 41,8% | 51,4% | 12,5% | 39,0% |
| **2007** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Extractivo | 5,1% | 4,8% | 1,4% | 0,0% | 4,7% |
| Transformador | 28,8% | 9,5% | 25,8% | 0,0% | 28,0% |
| Servicios a empresas | 26,4% | 31,0% | 22,6% | 0,0% | 26,0% |
| Orientado al consumidor | 39,6% | 54,8% | 50,2% | 100,0% | 41,4% |
| **2008** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Extractivo | 8,1% | 22,4% | 7,6% | - | 8,4% |
| Transformador | 25,5% | 18,4% | 24,0% | - | 25,2% |
| Servicios a empresas | 23,2% | 26,5% | 21,3% | - | 23,1% |
| Orientado al consumidor | 43,2% | 32,7% | 47,1% | - | 43,4% |
| **2009** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Extractivo | 5,2% | 0,0% | 4,4% | 100,0% | 5,1% |
| Transformador | 27,1% | 23,5% | 16,9% | | 26,0% |
| Servicios a empresas | 12,9% | 44,1% | 11,0% | | 13,5% |
| Orientado al consumidor | 54,8% | 32,4% | 67,6% | | 55,4% |

Otros datos relacionados con las características de las actividades emprendedoras de los extranjeros en comparación con las españolas, y su correspondiente evolución, se ofrecen en las siguientes tablas.

**Tabla 43. Etapa en que se halla la iniciativa emprendedora según el origen del emprendedor**

| 2005 | Español | Comunitarios | Rg. General | No Informa | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Naciente | 40,3% | 73,3% | 70,6% | - | 42,2% |
| Nuevo | 59,7% | 26,7% | 29,4% | - | 57,8% |
| **2006** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Naciente | 40,1% | 63,4% | 49,0% | 33,3% | 41,4% |
| Nuevo | 59,9% | 36,6% | 51,0% | 66,7% | 58,6% |
| **2007** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Naciente | 44,8% | 54,3% | 52,4% | 22,2% | 45,8% |
| Nuevo | 55,2% | 45,7% | 47,6% | 77,8% | 54,2% |
| **2008** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Naciente | 46,8% | 45,8% | 43,8% | - | 46,4% |
| Nuevo | 53,2% | 54,2% | 56,2% | - | 53,6% |
| **2009** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Naciente | 43,9% | 38,9% | 62,1% | - | 45,4% |
| Nuevo | 56,1% | 61,1% | 37,9% | 100,0% | 54,6% |

**Tabla 44.** ¿Cuántos clientes consideran el producto o servicio ofrecido completamente nuevo?

| 2006 | Español | Comunitarios | Rg. General | No Informa | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Todos | 17,9% | 20,0% | 18,2% | 22,2% | 18,0% |
| Algunos | 29,7% | 20,0% | 28,8% | 22,2% | 29,8% |
| Ninguno | 52,4% | 40,0% | 53,0% | 55,6% | 52,2% |
| **2007** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Todos | 19,9% | 33,3% | 18,7% | 87,5% | 20,3% |
| Algunos | 28,9% | 28,9% | 24,0% | 12,5% | 28,3% |
| Ninguno | 51,2% | 37,8% | 57,3% | 0,0% | 51,4% |
| **2008** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Todos | 20,7% | 18,8% | 19,9% | - | 20,6% |
| Algunos | 31,2% | 22,9% | 27,4% | - | 30,6% |
| Ninguno | 48,2% | 58,3% | 52,7% | - | 48,8% |
| **2009** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Todos | 17,5% | 34,3% | 33,6% | 33,3% | 19,4% |
| Algunos | 16,8% | 37,1% | 15,7% | 66,7% | 17,3% |
| Ninguno | 65,7% | 28,6% | 50,7% | | 63,3% |

**Tabla 45.** ¿Qué grado de competencia enfrentan los emprendedores?

| 2006 | Español | Comunitarios | Rg. General | No Informa | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Mucha | 60,1% | 61,0% | 63,6% | 55,6% | 60,4% |
| Alguna | 30,9% | 34,1% | 28,3% | 44,4% | 30,8% |
| Poca | 9,1% | 4,9% | 8,1% | 0,0% | 8,8% |
| **2007** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Mucha | 59,1% | 32,6% | 63,6% | 66,7% | 58,5% |
| Alguna | 31,2% | 50,0% | 28,3% | 22,2% | 32,1% |
| Poca | 9,7% | 17,4% | 8,1% | 11,1% | 9,4% |
| **2008** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Mucha | 56,6% | 39,6% | 63,0% | - | 56,9% |
| Alguna | 33,4% | 54,2% | 28,2% | - | 33,3% |
| Poca | 10,0% | 6,3% | 8,8% | - | 9,8% |
| **2009** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Mucha | 55,4% | 33,3% | 53,2% | | 54,6% |
| Alguna | 31,0% | 55,6% | 33,8% | 66,7% | 31,9% |
| Poca | 13,6% | 11,1% | 12,9% | 33,3% | 13,5% |

**Tabla 46.** ¿Qué grado de antigüedad tienen las tecnologías utilizadas para desarrollar el producto o servicio?

| 2006 | Español | Comunitario | Rg. General | No Informa | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| < de 1 año | 0,2% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,2% |
| 1-5 años | 18,2% | 17,1% | 15,2% | 20,0% | 17,9% |
| > 5 años | 81,5% | 82,9% | 84,3% | 80,0% | 81,8% |
| **2007** | **Español** | **Comunitario** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| < de 1 año | 9,7% | 15,2% | 14,6% | 66,7% | 10,6% |
| 1-5 años | 16,9% | 19,6% | 16,4% | 11,1% | 16,8% |
| > 5 años | 73,4% | 65,2% | 69,0% | 22,2% | 72,6% |
| **2008** | **Español** | **Comunitario** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| < de 1 año | 8,4% | 18,4% | 16,8% | - | 9,5% |
| 1-5 años | 17,5% | 22,4% | 18,6% | - | 17,7% |
| > 5 años | 74,1% | 59,2% | 64,6% | - | 72,8% |
| **2009** | **Español** | **Comunitario** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| < de 1 año | 14,2% | 11,4% | 18,6% | | 14,5% |
| 1-5 años | 19,1% | 34,3% | 8,6% | 66,7% | 18,5% |
| > 5 años | 66,7% | 54,3% | 72,9% | 33,3% | 67,0% |

**Tabla 47.** ¿Qué potencial de expansión en el mercado tienen las iniciativas emprendedoras en función del origen de los emprendedores?

| 2006 | Español | Comunitarios | Rg. General | No Informa | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Ninguna | 64,3% | 58,5% | 67,2% | 60,0% | 64,4% |
| Pequeña | 35,5% | 41,5% | 32,3% | 40,0% | 35,3% |
| Media | 0,2% | 0,0% | 0,5% | 0,0% | 0,2% |
| Elevada | 0,1% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,1% |
| **2007** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Ninguna | 57,2% | 28,9% | 58,0% | 11,1% | 56,5% |
| Pequeña | 33,1% | 57,8% | 27,4% | 22,2% | 33,0% |
| Media | 7,2% | 13,3% | 12,8% | 55,6% | 8,1% |
| Elevada | 2,5% | 0,0% | 1,8% | 11,1% | 2,4% |
| **2008** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Ninguna | 55,8% | 49,0% | 51,3% | - | 55,2% |
| Pequeña | 35,9% | 32,7% | 31,9% | - | 35,4% |
| Media | 6,5% | 16,3% | 14,2% | - | 7,5% |
| Elevada | 1,8% | 2,0% | 2,7% | - | 1,9% |
| **2009** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Ninguna | 60,1% | 37,1% | 48,6% | | 58,4% |
| Pequeña | 25,7% | 51,4% | 33,3% | 100,0% | 27,1% |
| Media | 10,6% | 2,9% | 11,6% | | 10,5% |
| Elevada | 3,6% | 8,6% | 6,5% | | 4,0% |

**Tabla 48. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras en función del origen de los emprendedores**

| 2006 | Español | Comunitarios | Rg. General | No Informa | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| 75-100% | 6,2% | 25,0% | 9,2% | 28,6% | 6,9% |
| 25-75% | 11,2% | 17,5% | 22,7% | 14,3% | 12,5% |
| 1-25% | 19,9% | 10,0% | 21,6% | 28,6% | 19,9% |
| No exporta | 62,7% | 47,5% | 46,5% | 28,6% | 60,7% |
| **2007** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| 75-100% | 7,3% | 22,7% | 10,6% | 55,6% | 8,2% |
| 25-75% | 12,1% | 27,3% | 26,6% | 11,1% | 13,9% |
| 1-25% | 21,4% | 15,9% | 21,7% | 11,1% | 21,3% |
| No exporta | 59,2% | 34,1% | 41,1% | 22,2% | 56,6% |
| **2008** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| 75-100% | 7,3% | 8,5% | 8,7% | - | 7,5% |
| 25-75% | 12,4% | 14,9% | 15,0% | - | 12,7% |
| 1-25% | 23,1% | 31,9% | 24,3% | - | 23,5% |
| No exporta | 57,1% | 44,7% | 51,9% | - | 56,3% |
| **2009** | **Español** | **Comunitarios** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| 75-100% | 3,7% | 8,8% | 6,1% | 66,7% | 4,2% |
| 25-75% | 7,1% | 29,4% | 19,1% | | 8,7% |
| 1-25% | 15,5% | 8,8% | 15,3% | | 15,3% |
| No exporta | 73,7% | 52,9% | 59,5% | 33,3% | 71,8% |

## De los resultados de las tablas anteriores, se desprende que:

Proporcionalmente, el colectivo inmigrante se ha volcado mucho más en la actividad naciente, mientras que españoles y, sobre todo comunitarios, están más presentes en la actividad en consolidación. Así, a pesar del impacto de la crisis en el cierre de actividades desarrolladas por inmigrantes, su dinámica emprendedora sigue mostrando mayor empuje que en los otros dos grupos.

El colectivo español muestra un notable descenso de actividades innovadoras, mientras que el colectivo de extranjeros avanza en este apartado, especialmente, el grupo comunitario. Como consecuencia de lo anterior, este grupo es el que enfrenta menos competencia.

Los extranjeros de régimen general y los españoles, aunque en menor medida, han seguido avanzando en inversión en tecnologías de última generación, pero el peso de estas inversiones es muy bajo en comparación con el porcentaje de actividades que se sustentan en tecnologías de cinco y más años.

La menor presencia de iniciativas con visos de modernización en el colectivo español e inmigrante, que son los que más peso tienen en el total de la actividad emprendedora, no repercute en las expectativas globales de generación de gacelas el año 2009. Así, en la Tabla 40 se aprecia un crecimiento, en la aparición de empresas con altas expectativas de crecimiento en su mercado. La crisis ha supuesto un acicate a la expansión, si bien habría que profundizar en el análisis sectorial de estas gacelas potenciales.

El apartado de internacionalización ha resultado perjudicado en todos los colectivos de emprendedores, siendo los extranjeros comunitarios los que han aumentado en el porcentaje de actividades de alta intensidad exportadora, mientras que, por otro lado, ha disminuido la presencia de empresas con baja cuota de exportación.

En la Tabla 49 se presenta la evolución del capital semilla medio que ha sido necesario para la puesta en marcha de actividades en los distintos grupos de emprendedores que se vienen analizando. Como se puede observar, españoles y comunitarios presentan medias más elevadas que las del año 2008 y similares entre ellas, desmarcándose el colectivo inmigrante que disminuye su aportación y regresa a un nivel parecido al del año 2006. Sin embargo, las medias están afectadas por casos extremos por lo que conviene consultar las medianas, más realistas, y que son de 40.000€, 80.000€ y 20.000€ respectivamente. Por consiguiente, el emprendedor comunitario es el que ha efectuado una mayor inversión y el de régimen general ha creado iniciativas mucho más modestas, quedando el español entre ambos grupos.

**Tabla 49. Evolución del capital medio semilla necesario para la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras en función del origen de su impulsor (en euros)**

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Español** | 52589,59 | 63528,90 | 74352,94 | 77814,19 | 150330,19 |
| **Comunitario** | 55425,50 | 83008,87 | 63729,31 | 83520,25 | 109529,87 |
| **Reg. General** | 37023,24 | 59892,86 | 67506,04 | 81242,69 | 58494,94 |
| **No informa** | - | 47269,60 | 99152,68 | - | 6000,00 |
| **Total** | 51813,95 | 63534,38 | 73463,43 | 78257,72 | 135881,89 |

En cuanto a dimensión en empleo, los datos del 2009 reflejados en la Tabla 50, ponen de manifiesto que se avanza en la creación de iniciativas de 1 a 5 empleados en todos los colectivos, lo cual, en una situación de crisis resulta positivo. Sin embargo, el grupo español retrocede con respecto a los otros dos en generación de auto empleo al aumentar la tasa de estas actividades y disminuir las del tramo de 6 a 19 empleados, cosa que sucede en todos los grupos. En la dimensión mayor, la de 20 y más empleados, sólo se produce un avance entre los empresarios de régimen general de extranjería.

**Tabla 50. Evolución del número de empleados en función del origen del impulsor de la iniciativa (datos porcentuales sobre cada tramo de número de empleados)**

| Año | 2005 (%) | | | | 2006 (%) | | | | 2007 (%) | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Empleados** | **0** | **1-5** | **6-19** | **20+** | **0** | **1-5** | **6-19** | **20+** | **0** | **1-5** | **6-19** | **20+** |
| Español | 18,6 | 60,6 | 17,7 | 3,1 | 21,6 | 65,8 | 11,2 | 1,2 | 44,1 | 42,0 | 11,8 | 2,1 |
| Comunitario | 14,3 | 71,4 | 14,3 | 0,0 | 35,7 | 64,3 | 0,0 | 0,0 | 61,9 | 19,0 | 0,0 | 19,0 |
| Reg. General | 21,6 | 52,9 | 21,6 | 3,9 | 11,1 | 77,8 | 8,1 | 3,0 | 34,9 | 54,7 | 8,5 | 1,9 |
| No informa | - | - | - | | 14,3 | 57,1 | 14,3 | 14,3 | 28,6 | 14,3 | 42,9 | 14,3 |
| Total | 18,7 | 60,4 | 17,9 | 3,1 | 20,8 | 66,8 | 10,8 | 1,5 | 43,5 | 42,6 | 11,5 | 2,5 |

| Año | 2008 (%) | | | | 2009 (%) | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Empleados** | **0** | **1-5** | **6-19** | **20+** | **0** | **1-5** | **6-19** | **20+** |
| Español | 38,8 | 44,4 | 13,7 | 3,2 | 42,0 | 48,6 | 7,1 | 2,3 |
| Comunitario | 57,7 | 26,9 | 15,4 | 0,0 | 37,0 | 55,6 | 7,4 | 0,0 |
| Reg. General | 46,0 | 36,5 | 15,9 | 1,6 | 23,5 | 62,7 | 11,8 | 2,0 |
| No informa | - | - | - | | 0,0 | 100,0 | 0,0 | 0,0 |
| Total | 40,0 | 43,1 | 14,0 | 2,9 | 40,8 | 49,7 | 7,4 | 2,2 |

## 7.6. *Procedencia de los emprendedores extranjeros y algunas conclusiones*

La evolución de la distribución de los emprendedores extranjeros en función de su país de nacimiento y, ordenada por orden de importancia en cuanto a participación, es la siguiente:

**Tabla 51. País de nacimiento declarado por los emprendedores extranjeros**

| País | % 2005 | País | % 2006 | País | % 2007 | País | % 2008 | País | % 2009 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Argentina | 15,4% | Argentina | 12,5 | Ecuador | 12,8 | Argentina | 12,3 | Argentina | 17,4 |
| Bolivia | 10,7% | Colombia | 12,1 | Argentina | 11,4 | Colombia | 11,1 | Rumania | 8,8 |
| Perú | 8,2% | Venezuela | 8,0 | Colombia | 10,0 | Perú | 9,6 | Colombia | 8,2 |
| Colombia | 6,5% | Ecuador | 6,8 | Venezuela | 7,0 | Rumania | 9,1 | Perú | 7,5 |
| Venezuela | 6,1% | Marruecos | 5,6 | Rumania | 6,3 | Venezuela | 7,9 | Ecuador | 6,5 |
| Grecia | 5,4% | Perú | 4,9 | Perú | 5,5 | Ecuador | 6,8 | Venezuela | 4,2 |
| Francia | 5,1% | Francia | 4,7 | Francia | 5,5 | Francia | 5,6 | Uruguay | 3,8 |
| Argelia | 5,1% | Bolivia | 4,1 | Bolivia | 3,8 | Bolivia | 3,2 | Alemania | 3,6 |
| Suiza | 4,8% | Ns/Nc | 3,8 | Marruecos | 3,4 | Alemania | 2,4 | EEUU | 3,0 |
| Méjico | 4,5% | Rumania | 3,6 | Ns/Nc | 3,1 | R.Dominicana | 2,4 | Francia | 2,9 |
| Hong Kong | 3,9% | R.Dominicana | 3,5 | Brasil | 2,9 | Reino Unido | 2,2 | R.Unido | 2,6 |
| Camerún | 2,8% | Méjico | 3,3 | China | 2,7 | África | 2,2 | Brasil | 2,6 |
| Escocia | 2,7% | Alemania | 3,3 | Chile | 2,7 | Bélgica | 2,0 | Marruecos | 2,5 |
| Brasil | 2,2% | Rusia | 2,2 | Alemania | 2,6 | Méjico | 1,8 | China | 2,5 |
| Italia | 2,2% | Suiza | 2,2 | R.Dominicana | 2,6 | Bulgaria | 1,8 | Ucrania | 2,4 |
| Gales | 2,1% | Chile | 1,9 | Méjico | 2,0 | Marruecos | 1,6 | Senegal | 2,2 |
| Ecuador | 1,7% | Portugal | 1,9 | Suiza | 1,9 | Chile | 1,5 | Bélgica | 1,9 |
| Chile | 1,5% | China | 1,8 | Portugal | 1,7 | Suiza | 1,4 | Croacia | 1,9 |
| Serbia | 1,5% | Brasil | 1,6 | Rusia | 1,4 | Pakistán | 1,4 | Bolivia | 1,5 |
| Uruguay | 1,4% | Bélgica | 1,2 | Cuba | 1,2 | Polonia | 1,3 | Suiza | 1,5 |
| Filipinas | 1,2% | Irlanda | 1,2 | Italia | 1,2 | Suecia | 1,3 | Portugal | 1,2 |
| África | 1,0% | Paraguay | 1,0 | Inglaterra | 1,1 | Paraguay | 1,0 | Albania | 1,1 |
| India | ,9% | Uruguay | 1,0 | Senegal | ,9 | Jamaica | 1,0 | Líbano | 1,1 |
| Marruecos | ,7% | Panamá | ,9 | Uruguay | ,8 | Irlanda | ,9 | Italia | 1,1 |
| EE.UU. | ,7% | Polonia | ,9 | Bulgaria | ,7 | Serbia | ,8 | Canadá | 1,0 |
| Alemania | ,7% | Honduras | ,8 | África | ,7 | Panamà | ,8 | Guinea Ec | 0,8 |
| R.Dominicana | ,6% | Pakistán | ,8 | Paraguay | ,7 | Ghana | ,7 | Honduras | 0,7 |
| Honduras | ,4% | Italia | ,8 | Holanda | ,6 | Dinamarca | ,7 | R. Dominc | 0,7 |
| Polonia | ,3% | EE.UU. | ,8 | Japón | ,6 | Holanda | ,7 | Rusia | 0,7 |
| Total | 100% | Ucrania | ,7 | Irlanda | ,5 | Rusia | ,6 | Chile | 0,6 |
| | | Senegal | ,7 | Albania | ,3 | Cuba | ,6 | R. Checa | 0,6 |
| | | Palestina | ,7 | Moldavia | ,3 | Uruguay | ,5 | Noruega | 0,5 |
| | | Japón | ,4 | Suecia | ,3 | Brasil | ,4 | Hungría | 0,4 |
| | | Cuba | ,2 | Palestina | ,2 | India | ,4 | India | 0,4 |
| | | Total | 100% | Polonia | ,2 | China | ,4 | G. Bissau | 0,4 |
| | | | | Bélgica | ,2 | EE.UU. | ,3 | Paraguay | 0,4 |
| | | | | Camerún | ,1 | Grecia | ,3 | P. Bajos | 0,3 |
| | | | | India | ,0 | Honduras | ,3 | Bulgaria | 0,2 |
| | | | | Total | 100% | Portugal | ,2 | Panamá | 0,2 |
| | | | | | | Camerún | ,2 | Méjico | 0,1 |
| | | | | | | Argelia | ,2 | Argelia | 0,1 |
| | | | | | | Ucrania | ,1 | | |
| | | | | | | Italia | ,1 | | |
| | | | | | | Total | 100% | | |

*Fuente: GEM España, Instituto de Empresa*

La distribución de los países de origen de los emprendedores extranjeros muestra una concentración superior a la de los últimos años de personas procedentes de Argentina, nación que viene encabezando esta clasificación desde que se comenzó a medir la actividad emprendedora extranjera, salvo en el año 2006, en que Ecuador la desplazó de esta posición. En los países que sigue, se advierte una disminución de los porcentajes causada por la crisis. Rumania desplaza a Colombia y se coloca en segundo lugar a mucha distancia de la primera posición. En el resto de la lista, se aprecia que cada año que pasa hay una mayor diversidad de países de origen y, concretamente, el año 2009, llama la atención la elección de nuestro país para desarrollar iniciativas por parte de empresarios estadounidenses. Alemania desplaza a Francia que venía siendo el principal proveedor comunitario de emprendedores en España.

Desde el año 2005 y gracias al Observatorio GEM se sabe que el emprendedor extranjero se decide a poner en marcha una iniciativa cuando ya lleva cierto tiempo residiendo en nuestro país. En la Tabla 52 se aprecia que la media de tiempo, que era estable en los años 2005 y 2006 para los extranjeros de régimen comunitario, se incrementó en el 2007 y descendió a la tercera parte en el 2008, posiblemente debido al aumento de entrada de personas con este perfil en nuestro país en los últimos años, para aumentar drásticamente en el 2009. En cambio, en el caso de los extranjeros de régimen general, la media que tendió a acortarse entre los años 2005 y 2006 para estabilizarse en el 2007 en torno a algo más de siete años regresó en el 2008 a los niveles del 2005, posiblemente debido al retroceso de entrada de este tipo de extranjeros y aumenta considerablemente en el 2009. Por consiguiente, la crisis ha cambiado las tendencias y los datos indican que están emprendiendo bastantes personas que llevan mucho tiempo en España, posiblemente ante la falta de alternativas de empleo, todo ello combinado con un menor número de extranjeros que llevan menos tiempo en nuestro país. Posiblemente, esta media vuelva a reducirse con la superación de la crisis, pero por el momento, no hay duda de que una parte importante de los emprendedores conoce bien nuestro país. Al calcular las medianas del tiempo de residencia, se ha hallado que el 50% de los emprendedores comunitarios lleva como mucho 13 años aquí, mientras que en el caso del régimen general esta cifra se sitúa en 8 años. Este dato corrobora que no cesa el emprendimiento de personas que llevan poco tiempo en España, a pesar del aumento derivado de los que sí que llevan mucho tiempo de residencia.

**Tabla 52. Evolución del tiempo medio de residencia en España de los emprendedores extranjeros (en años)**

| | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Comunitario** | 18,60 años | 18,06 años | 21,77 años | 9,28 años | 17,60 años |
| **Reg. General** | 10,95 años | 7,42 años | 7,73 años | 10,83 años | 26,65 años |
| **Total** | 12,64 años | 9,81 años | 10,0 años | 10,56 años | 24,81 años |

Los resultados obtenidos para cinco años consecutivos indican que la contribución económica de los emprendedores extranjeros es, cuando menos, notable y, por el momento bastante arraigada en nuestro país. Sin embargo, al igual que los españoles, los extranjeros sufren los períodos de crisis y ello afecta a su participación en el proceso emprendedor: en el 2008 comenzó un retroceso que se ha agudizado en el 2009, con menor participación comunitaria y con renovadas energías por parte de los inmigrantes de régimen general. El pronóstico es que, por el momento, no cesa el interés de los extranjeros en contribuir a nuestro tejido empresarial, aunque se haya moderado su flujo por causa de la crisis.

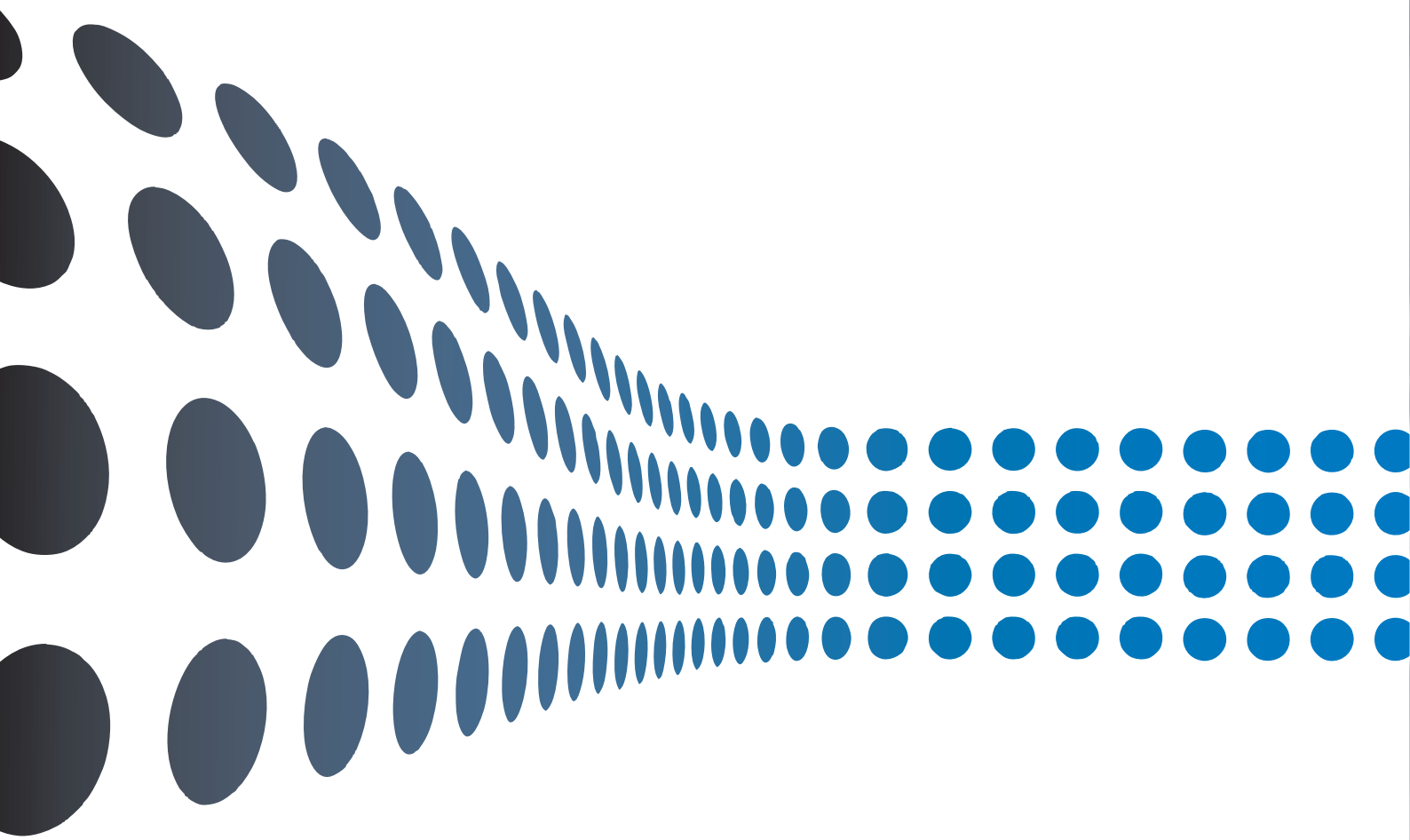
Finalmente, y tal como se puede ver en la Tabla 53, el mito de que los inmigrantes de régimen general emprenden proporcionalmente más por necesidad que los españoles, y que se destruyó en la edición 2008, retrocede de nuevo en el 2009, pero esta vez por causa de la crisis y no del origen de los emprendedores. Así, en los dos grupos extranjeros, pero especialmente en el de régimen general, aumenta la tasa de emprendimiento por necesidad, mientras que entre los españoles se mantiene. Por consiguiente, las distribuciones de motivación son muy parecidas entre españoles y comunitarios y, en el caso de los inmigrantes se agudiza el tema de la necesidad, pero no por motivos culturales, sino por la propia dinámica de la crisis que ha afectado más a este grupo.

**Tabla 53.** Principal motivación para emprender años 2005-2009 según origen

| 2005 | Español | Comunitario | Rg. General | No Informa | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| Oportunidad | 84,2% | 93,3% | 63,5% | - | 83,3% |
| Necesidad | 13,4% | 6,7% | 28,8% | - | 14,1% |
| Otro caso | 2,4% | | 7,7% | - | 2,6% |
| **2006** | **Español** | **Comunitario** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Oportunidad | 84,3% | 78,0% | 84,3% | 88,9% | 84,2% |
| Necesidad | 15,1% | 22,0% | 15,7% | 11,1% | 15,3% |
| Otro caso | 0,6% | 0,0% | 0,0% | | 0,5% |
| **2007** | **Español** | **Comunitario** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Oportunidad | 76,3% | 54,3% | 81,0% | 88,9% | 76,3% |
| Necesidad | 14,6% | 19,6% | 16,4% | 11,1% | 14,9% |
| Otro caso | 9,2% | 26,1% | 2,7% | | 8,8% |
| **2008** | **Español** | **Comunitario** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Oportunidad | 79,7% | 83,3% | 81,9% | - | 80,0% |
| Necesidad | 15,1% | 12,5% | 12,4% | - | 14,8% |
| Otro caso | 5,2% | 4,2% | 5,8% | - | 5,2% |
| **2009** | **Español** | **Comunitario** | **Rg. General** | **No Informa** | **Total** |
| Oportunidad | 81,0% | 80,6% | 71,7% | 100,0% | 80,1% |
| Necesidad | 15,1% | 16,7% | 21,7% | | 15,8% |
| Otro caso | 3,9% | 2,8% | 6,5% | | 4,1% |

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



ie

Banesto FUNDACION

GEM

# 8 Motivación y capacidad para emprender en la población activa española en el 2009

# Capítulo 8: Motivación y capacidad para emprender en la población activa española en el 2009

## 8.1. Introducción

En un escenario de crisis como el actual, la motivación que subyace en la decisión de poner en marcha iniciativas emprendedoras, cobra especial relevancia por cuanto su análisis ayuda a calibrar si las medidas que ha tomado el gobierno para impulsarlas y paliar así, parte del paro que se genera, comienzan a resultar efectivas.

GEM divide la motivación para emprender en dos grandes bloques: el emprendimiento por aprovechamiento de oportunidades de negocio y el emprendimiento por necesidad ante la falta de alternativas de empleo. Por eso, en una situación de crisis, se espera un aumento del emprendimiento por necesidad como una consecuencia más de la recesión. Sin embargo, en el caso de esta crisis, de índole marcadamente financiera, hay que tener presente que, incluso para aquellas personas que hayan considerado esta solución, la falta de financiación es tan acusada que se convierte en un importante obstáculo para emprender. Lo mismo sucede desde el punto de vista del consumo: su ritmo ralentizado no anima a la creación de empresas en su sector, el más barato, pero también el que aporta menor valor añadido.

En definitiva, a pesar de que resulte lógico esperar un aumento del emprendimiento por necesidad y un estancamiento de la calidad de los negocios, también es cierto que, debido a las especiales características de esta crisis, no podía esperarse un notable aumento del emprendimiento y, además, basado en la necesidad.

En este capítulo del informe, se pasa revista a las opiniones facilitadas por la población activa española y por la muestra de expertos que han proporcionado diagnósticos acerca de algunos de estos aspectos relacionados con la motivación.

## 8.2. La percepción de buenas oportunidades para emprender

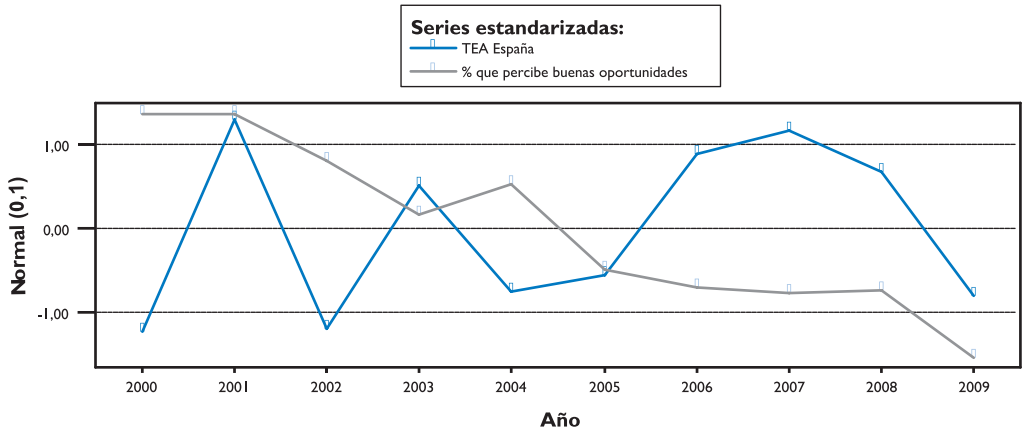
El porcentaje de personas de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en la zona en que reside de España para los meses de Julio a Diciembre del 2009 es del 16,9% (ver Tabla 54). Este indicador sufre una fuerte disminución del 33,5% en un año, tras haber mostrado un comportamiento medio tendente a la baja desde el año 2005. La crisis reduce la percepción de oportunidades en la población en general, pero constituye el momento idóneo para la detección de negocios que pueden resultar muy rentables, pues el ingenio para abrir mercados y contrarrestar la fuerte competencia en un mercado escasamente dinámico está mucho más presente y son muchos los empresarios que justamente han realizado sus mejores creaciones en medio de períodos recesivos.

**Tabla 54. 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** | **2007** | **2008** | **2009** |
| 48,0% | 48,0% | 42,0% | 35,0% | 39,0% | 28,0% | 25,7% | 25,0% | 25,4% | 16,9% |

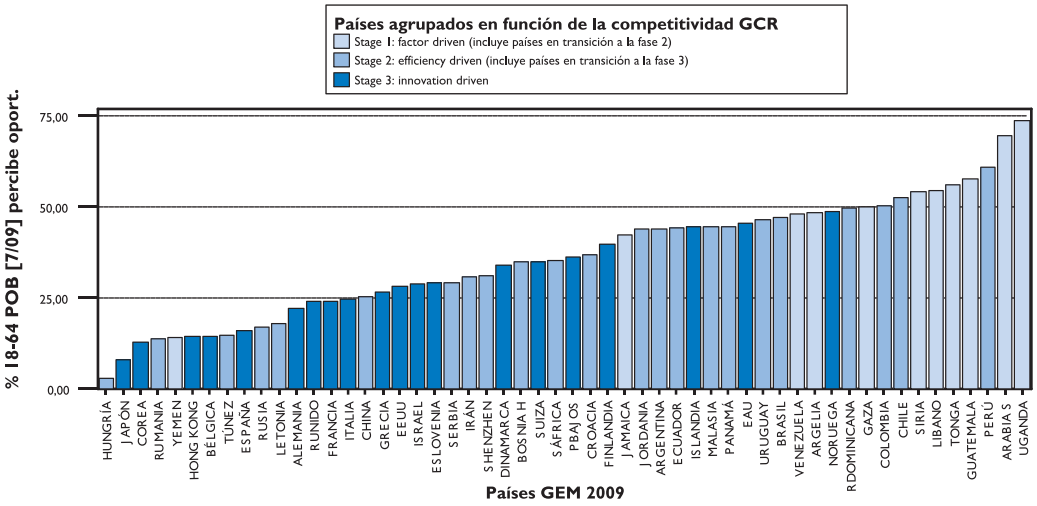
La Figura 40, que recoge la evolución conjunta del indicador anterior y de la tasa de actividad emprendedora incipiente en España, muestra que en los últimos años, la percepción de oportunidades sigue un movimiento contrario al del TEA, si bien, con unas oscilaciones mucho más amortiguadas.

**Figura 40. Evolución conjunta de la percepción de oportunidades por parte de la población activa y del indicador de actividad emprendedora total incipiente en España**




Desde el punto de vista internacional (ver Figura 41), nuestro país es, junto a Bélgica, el que tiene una población activa más pesimista en cuanto a percibir buenas oportunidades de negocio entre Julio y Diciembre de 2009. La crisis ha afectado a este indicador y sólo los países nórdicos fuera de la UE mantienen porcentajes medianamente resistentes dentro de la situación de recesión. En general, observando el gráfico se ve cómo los países en vías de desarrollo tienden a mostrar los porcentajes más altos de población perceptora de oportunidades, pero sus situaciones son difícilmente comparables a las de los países más competitivos y el tipo de oportunidades a que se hace referencia es diferente en ambos tipos de entorno. Yemen se desmarca del resto de su grupo, con un porcentaje muy reducido que debe responder a factores sociales y culturales.

**Figura 41. Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en los países GEM 2009 clasificados en función del principal elemento que impulsa su productividad y competitividad**




Junto a la opinión facilitada por la población adulta, se proporciona la de los expertos entrevistados en toda España y que trabajan en nueve ámbitos de influencia en la creación empresarial: apoyo financiero, políticas y programas gubernamentales, educación y formación, transferencia de I+D, infraestructura comercial y profesional, apretura del mercado interno, acceso a infraestructura física y normas sociales y culturales.

Como se puede ver en los resultados de la Tabla 55, los expertos siguen mostrando una opinión moderadamente optimista con respecto a que en España las buenas oportunidades para emprender se han incrementado en los últimos 5 años, y su valoración, ha comenzado a mejorar en comparación con el año 2008. Asimismo, intensifican su valoración más a favor que en contra de pensar que es más bien cierto que falso que en nuestro país hay más buenas oportunidades que gente para desarrollarlas adecuadamente y su puntuación sube con respecto a la del año 2008, cosa que también sucede en la afirmación de que en España hay muchas y buenas oportunidades para emprender.

Finalmente, también son algo más optimistas que el año 2008 acerca de la existencia de oportunidades de creación de empresas de rápido crecimiento y sobre la facilidad de la población para dedicarse a explotar oportunidades empresariales, si bien, en estos dos últimos casos, las valoraciones no alcanzan la categoría de "ni cierto ni falso", quedándose en "más bien falso".

Por consiguiente, a pesar de la situación de crisis, los expertos no muestran una actitud negativa y, de alguna forma, vislumbran más que la población, la existencia de un incremento de oportunidades, así como de negocios que mucha gente no sabe captar. Este desfase entre población y expertos pone de manifiesto el déficit de conocimiento en el apartado de percepción de oportunidades y que la mayoría de la población, cuando manifiesta su opinión sobre este tema, piensa con mucha frecuencia en negocios ya existentes, cuando deberíamos de ver, como sucede con los expertos la posibilidad de diversificación e innovación.

**Tabla 55. Valoración media de los expertos acerca de un conjunto de afirmaciones sobre la existencia de oportunidades para emprender en España**

| (Escala 1 = completamente falso 5 = completamente cierto) | Medias | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Año en que se realiza la consulta** | **2009** | **2008** | **2007** | **2006** | **2005** |
| En España, las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años | 3,37 | 3,24 | 3,52 | 3,23 | 3,18 |
| En España, hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas | 3,34 | 3,21 | 3,21 | 3,03 | 2,98 |
| En España, hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas | 3,32 | 3,01 | 3,07 | 3,53 | 3,39 |
| En España, hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento | 2,56 | 2,35 | 2,71 | 2,54 | 2,51 |
| En España, es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales | 2,29 | 2,22 | 2,63 | 2,68 | 2,67 |

## 8.3. *El estado del entorno social del emprendedor como factor de motivación y capacitación para emprender*

Conocer a otros emprendedores, considerar que emprender es una buena opción profesional, ver noticias sobre emprendedores de éxito en los medios de comunicación, estar en disposición de asumir riesgos, estar capacitado para poner en marcha un pequeño negocio y otros rasgos, son variables que influyen o son consecuencia de la motivación para emprender en la población. La Tabla 56 muestra los resultados de la consulta efectuada acerca de estos aspectos relacionados con la motivación, en la población española de 18-64 años.

En ella se aprecia una disminución en la variable que mide el conocimiento de emprendedores, lo cual constituye un resultado lógico en el actual escenario de crisis que ha resultado en una importante reducción de la actividad emprendedora.

En cambio, aumenta la proporción de personas que afirman poseer los conocimientos y habilidades para emprender, resultado que cuadra con el importante aumento de personas con formación específica para emprender.

Se mantiene estable el porcentaje de personas para las cuales el miedo al fracaso no sería un freno para emprender, situándose en una cifra similar a la del año 2008, síntoma de que comienza a haber cierta reactivación de la ilusión por emprender.

Disminuye el grado de competitividad de nuestra población activa medida a través del deseo de una sociedad igualitaria, tras haber alcanzado su punto álgido en el 2008. El resultado se explica por un resurgir del sentimiento solidario que provoca cualquier crisis económica.

En el 2008 no se produjo la esperada disminución del porcentaje de personas que piensan que emprender es una buena elección de desarrollo profesional, así como la de personas para las que ser un emprendedor de éxito conduce a un buen estatus social. En cambio, en el 2009, lo que no produjo la recesión lo ha producido la crisis: ambos porcentajes disminuyen un tanto.

Por último, disminuye notablemente la percepción sobre la cobertura mediática de noticias relacionadas con emprendedores de éxito, como una secuela más de la disminución de la actividad empresarial en el conjunto del país: se habla más de cierres que de aperturas y éxitos.

**Tabla 56. Resultados de las preguntas relacionadas con el entorno social y la motivación para emprender en la población española en el 2009 y su evolución desde el 2005**

| Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender | % de respuesta afirmativa de la población de 18-64 años | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Año en que se realiza la consulta** | **2009** | **2008** | **2007** | **2006** | **2005** |
| Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años | 32,6% | 37,6% | 35,5% | 35,8% | 30,0% |
| Tiene conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un pequeño negocio | 51,2% | 46,5% | 47,2% | 50,1% | 45,6% |
| El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender | 48,1% | 48,3% | 46,2% | 52,7% | 50,4% |
| Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar | 58,8% | 63,8% | 55,7% | 54,7% | 51,0% |
| Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional | 62,9% | 68,2% | 60,4% | 62,1% | 64,8% |
| Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social | 54,6% | 58,3% | 53,3% | 53,4% | 55,2% |
| Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios | 37,0% | 43,5% | 43,7% | 42,9% | 39,0% |

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 menos favorable que la del año 2008: cae ligeramente de la figura del empresario, resultado lógico debido al peso que tiene la destrucción de empresas y el paro consecuente derivado de la misma desde finales del año anterior; cae notablemente la percepción de aparición de noticias sobre emprendedores en medios de comunicación; cae aún más la imagen del empresario como persona ingeniosa, competente y eficiente; se mantiene la opinión de que es más falso que cierto que crear empresas es simplemente una forma de hacerse rico y, por último cae la popularidad (que no ha sido elevada estos últimos cinco años) del emprendimiento como carrera profesional deseable.

**Tabla 57. Evaluación media de expertos españoles sobre factores que influyen en la motivación para emprender**

| Escalas de 1 = T. Falso a 5 = T. Cierto (Medias) | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 |
|---|---|---|---|---|---|
| Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social | 3,40 | 3,72 | 3,61 | 3,67 | 3,50 |
| Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito | 2,94 | 3,50 | 3,20 | 3,33 | 3,21 |
| La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos | 2,86 | 3,28 | 3,13 | 3,15 | 3,16 |
| La creación de empresas es una forma de hacerse rico | 2,78 | 2,72 | 2,99 | 3,00 | 2,98 |
| Convertirse en empresario es una opción profesional deseable | 2,45 | 2,66 | 2,83 | 2,86 | 2,84 |

Asimismo, los expertos muestran un salto muy ligero, aunque positivo, acerca de que nuestra población en general tenga los conocimientos y habilidades requeridos para poner en marcha un pequeño negocio, de la preparación para organizar los recursos de puesta en marcha del negocio, de la capacidad de reacción ante la presencia de oportunidades y, finalmente, sobre las valoraciones de experiencia en emprender. En cambio, la valoración de la posesión de conocimientos y habilidades para emprender negocios de alto potencial de crecimiento, baja por segundo año consecutivo y se sitúa en el nivel más bajo registrado en los últimos cinco años: los expertos indican que empeoramos en este apartado y que la crisis no está ayudando a crear un clima adecuado para fomentar el modelo gacela.

**Tabla 58. Evaluación media de expertos españoles sobre la capacidad que tiene nuestra población para emprender**

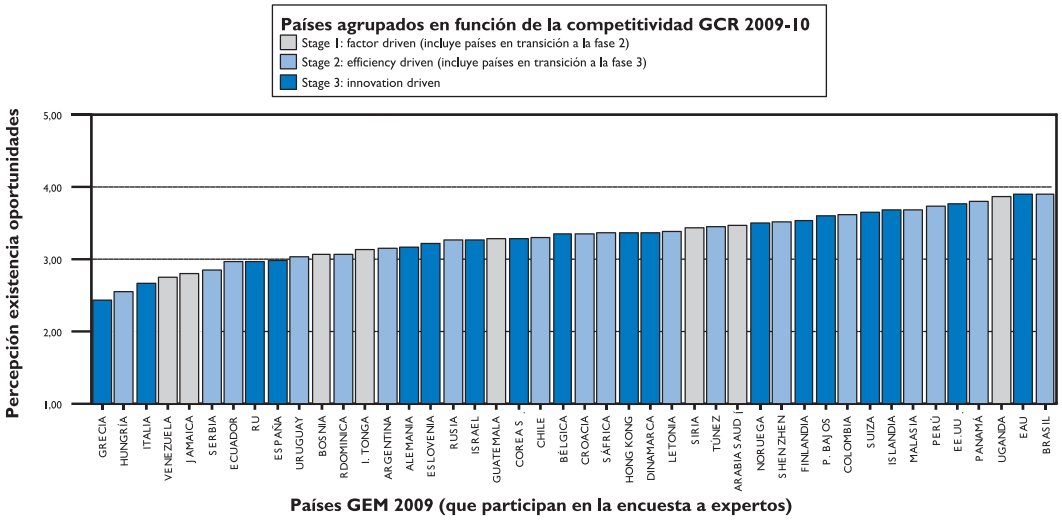
| Escalas de 1 = T. Falso a 5 = T. Cierto (Medias) | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 |
|---|---|---|---|---|---|
| Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio | 2,81 | 2,43 | 3,07 | 2,96 | 2,89 |
| Mucha gente está preparada para organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño negocio | 2,65 | 2,38 | 2,74 | 2,70 | 2,71 |
| Mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan | 2,45 | 2,38 | 2,65 | 2,60 | 2,57 |
| Mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios | 2,28 | 2,26 | 2,48 | 2,41 | 2,38 |
| Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento | 1,89 | 1,94 | 2,32 | 2,24 | 2,36 |

## 8.4. *Posicionamiento español en el plano internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la motivación y capacitación para emprender*

Al igual que en el año 2008, en el 2009 y en el plano internacional, la situación de España en temas de motivación de la población para emprender, sigue siendo más bien discreta.

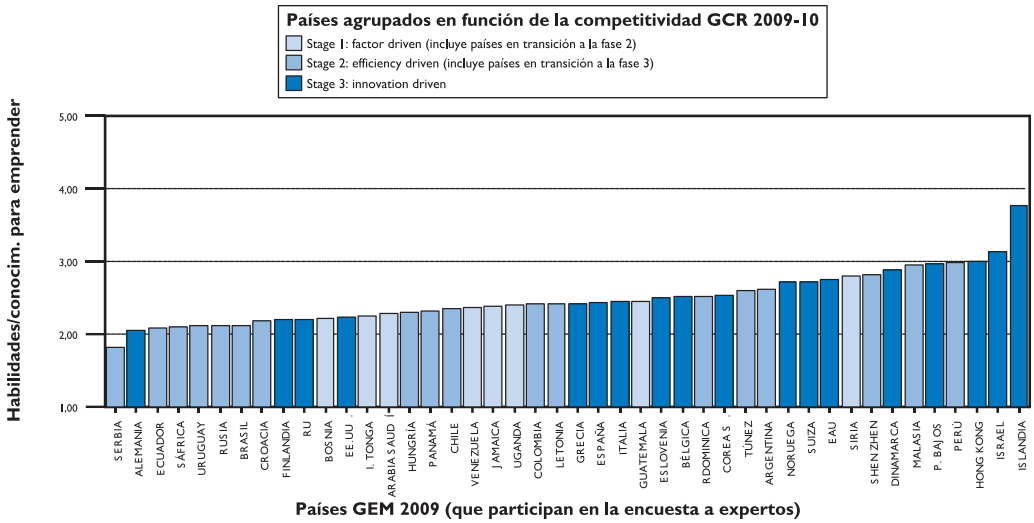
Así, en la Figura 42, se puede ver que seguimos ocupando una posición entre las más bajas en cuanto a percepción de oportunidades para emprender, si bien, la puntuación media otorgada por nuestros expertos es de casi 3 puntos. Ello significa que, en una situación de crisis como la actual, por el momento, en España, no es del todo cierto que exista un entorno favorable a la percepción de oportunidades para emprender, pero sin llegar a un extremo de grave carencia.

**Figura 42 Media resumen acerca de la percepción de los expertos al evaluar las oportunidades para emprender en los países GEM 2009, clasificados en función del principal elemento que impulsa su productividad y competitividad**




En la Figura 43 se aprecia que en prácticamente todos los países, excepto en Islandia, Israel, Hong Kong, Perú y los Países Bajos, los expertos califican de insuficiente la posesión de conocimientos y habilidades para emprender en la población. España no es una excepción y esta carencia coincide plenamente con los resultados hallados por GEM al medir la prevalencia de formación específica para emprender en la población activa.

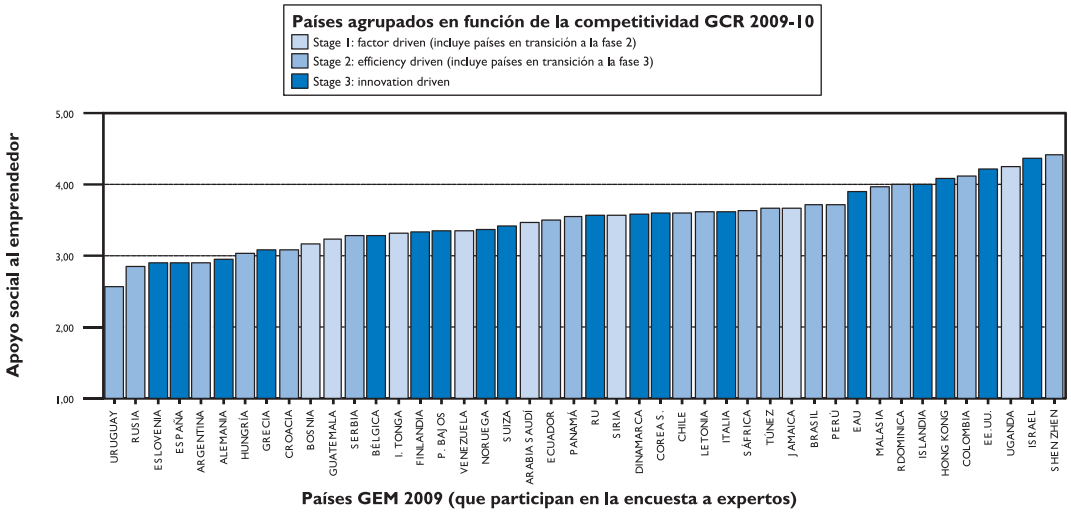
**Figura 43 Media resumen de la percepción de los expertos al evaluar la posesión de conocimientos y habilidades para emprender en la población de los países GEM 2009, clasificados en función del principal elemento que impulsa su productividad y competitividad**



Y, finalmente, en la Figura 44 se puede ver que nuestra población, siempre en opinión de los expertos, ha vuelto a retroceder con respecto al 2008, en cuanto a la percepción de la figura del emprendedor, lo cual es habitual, aunque no justo, en una situación de crisis en que el cierre de empresas y la destrucción de empleo se relacionan más con el empresario que con el entorno hostil y las dificultades que debe enfrentar.

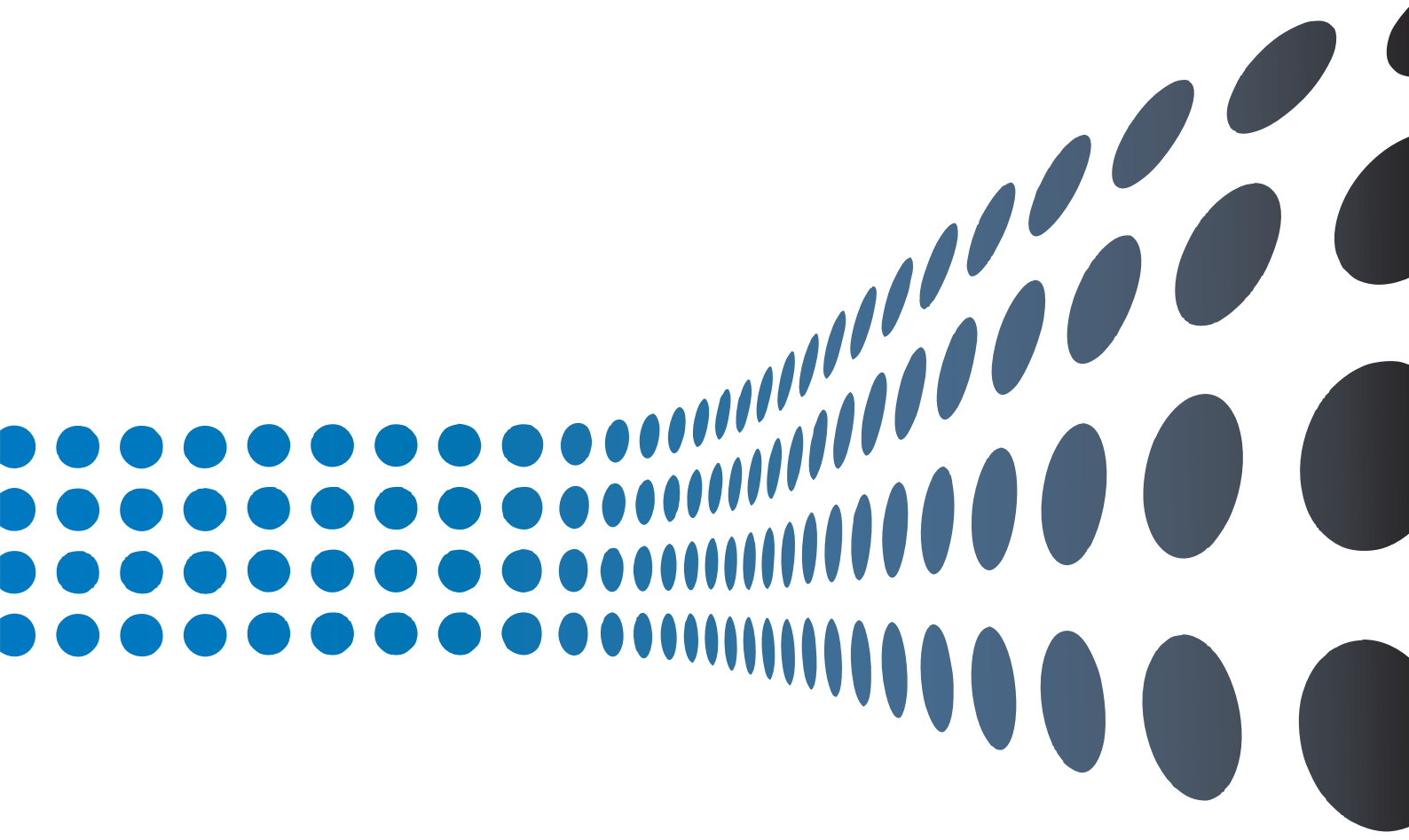
En defensa del empresario, la sociedad debería comprender mejor la elevada lista de obstáculos que una crisis como la actual suponen para casi cualquier empresario (pues no en todos los sectores impacta igual la coyuntura), y mostrar una mayor solidaridad con este colectivo. La falta de dinámica en el mercado constituye uno de los elementos más adversos, pues de ella se deriva la escasez de consumo, los impagos, el aumento de costes sin liquidez para afrontarlos y, en definitiva, el llegar a situaciones muchas veces insostenibles. A todo ello hay que añadir el tener que afrontar los impuestos y otras tasas. Por consiguiente, la sociedad puede apoyar al empresario comprendiendo sus dificultades y también tratando de mantener los niveles de consumo responsable y favorecedor hacia nuestros productos y servicios.

**Figura 44. Media resumen de la percepción de los expertos en el bloque en que evalúan el apoyo social a la figura del emprendedor, en los países GEM 2009 clasificados en función del principal elemento que impulsa su productividad y competitividad**



# 2009

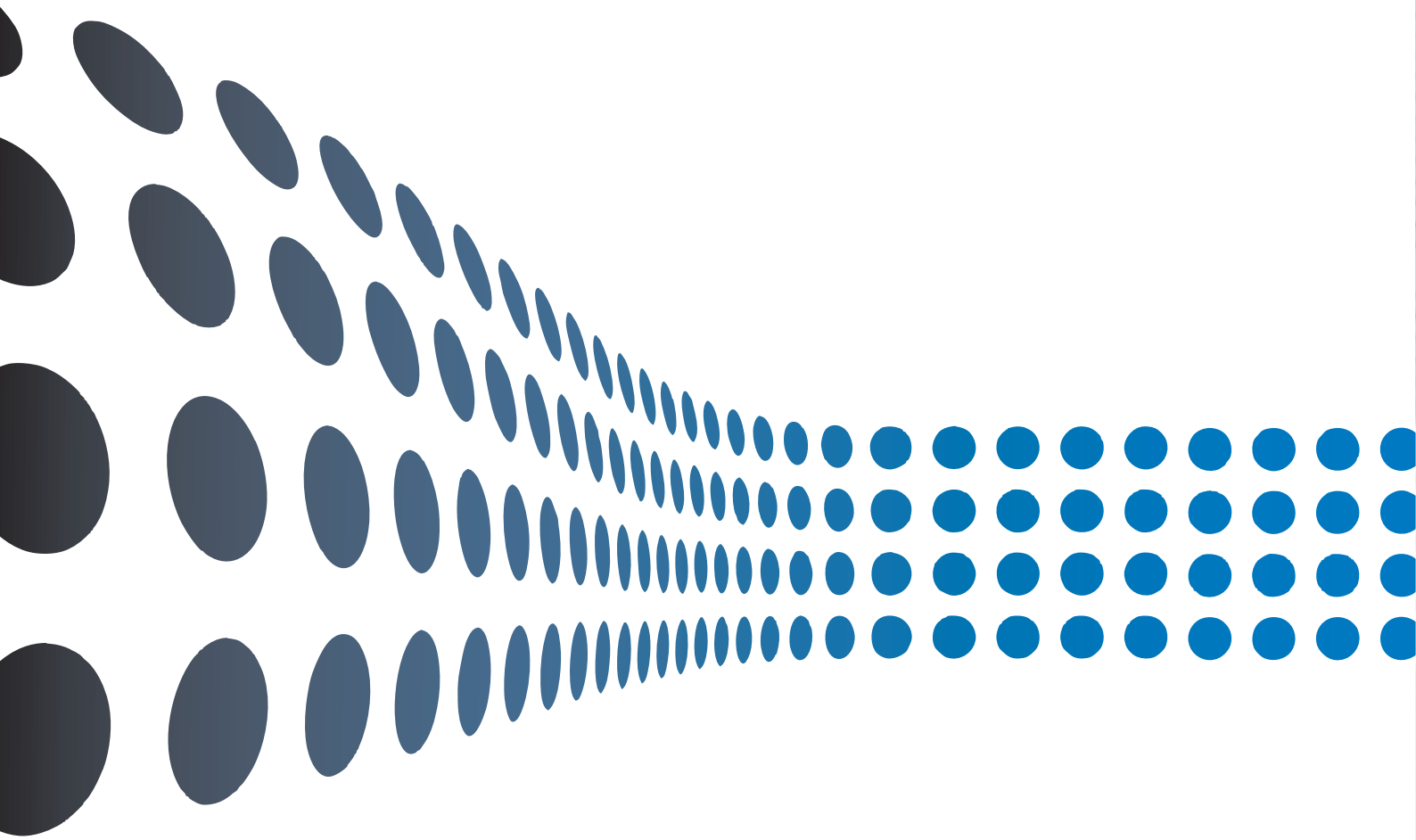
Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACION

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACION

# 9 Análisis general del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora en España en el 2009

# Capítulo 9: Análisis general del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora en España en el 2009

## 9.1. Introducción

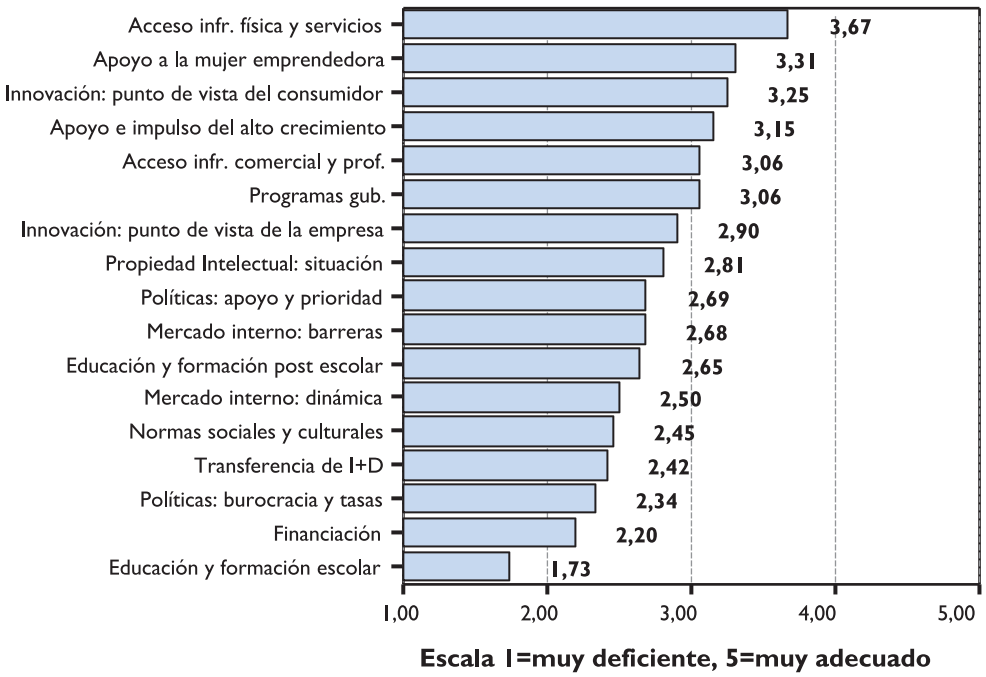
Para analizar el estado de las condiciones de entorno o factores que se consideran como más influyentes en el avance o el retroceso de la actividad emprendedora, el observatorio GEM realiza anualmente una encuesta a expertos en: apoyo financiero, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación y formación, transferencia de I+D, acceso a infraestructura comercial y profesional, apertura del mercado interno, acceso a infraestructura física y normas sociales y culturales.

Esta herramienta, es de carácter más subjetivo que la encuesta a la población adulta y, los expertos entrevistados, utilizan escalas de Likert de cinco puntos para proporcionar sus valoraciones, añadiendo a esta información explicaciones textuales sobre obstáculos y apoyos al emprendimiento, así como recomendaciones para mejorar el marco en que se desenvuelven los emprendedores.

## 9.2. Estado medio general de las condiciones de entorno para emprender

El estado medio de las condiciones de entorno, en opinión de los expertos, es poco favorable para emprender por cuanto once de dichas condiciones se han valorado como en un estado deficiente frente a seis consideradas en estado adecuado, sin mostrar un grado brillante en ningún caso.

**Figura 45. Valoración media general de las condiciones de entorno para emprender llevada a cabo por los expertos entrevistados en el 2009**




El acceso a infraestructura física sigue ocupando la primera posición como en años anteriores y su valoración mejora con respecto al 2008, pero muy levemente. Le sigue el apoyo a la mujer emprendedora, que avanza posiciones en la clasificación y que al igual que en el caso anterior, mejora muy levemente. También resultan positivos los pequeños avances en apoyo a la creación de empresas de alto crecimiento, en acceso a infraestructura comercial y de servicios (que había bajado mucho el año anterior), en defensa y protección del derecho de propiedad intelectual y, finalmente, en las características del mercado interno, clave para la reactivación económica.

Retroceden, sin que ello suponga una sorpresa, la mayoría de factores directamente relacionados con los efectos de la crisis: políticas y programas gubernamentales, innovación, normas sociales y culturales, transferencia de I+D, educación y, muy especialmente, el apoyo financiero.

Así, las políticas y programas se perciben como insuficientes o deficitarios porque, en el caso español, se ha apostado por aplicar medidas de protección del empleo y de cobertura del desempleo frente a otras de carácter menos social. Por otro lado, el acceso a financiación se convierte en el mayor problema para los empresarios y para los emprendedores, que afrontan dificultades para operar y para crear nuevos negocios respectivamente. También empeoran las normas sociales culturales por la impopularidad que acompaña al empresario en general en su toma de decisiones de reducción de plantilla, cierre de actividades, reducción de jornada o cualquier otro tipo de medidas que le ayuden a afrontar problemas generados por la crisis en su sector. Como consecuencia de este paréntesis, la transferencia de I+D se ralentiza y la falta de atención a la educación específica, desplazada por otros problemas más urgentes, hace que su valoración, tanto en la etapa escolar como posterior, retroceda.

**Tabla 59. Evolución de las valoraciones medias de las condiciones de entorno**

| Condiciones de entorno (ordenadas según valores del 2009) | Media 2004 | Media 2005 | Media 2006 | Media 2007 | Media 2008 | Media 2009 | Conclusión |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Acceso a infraestructura física | 3,73 | 3,64 | 3,61 | 3,56 | 3,54 | 3,67 | Mejora leve |
| Apoyo a la mujer | | | 3,18 | 3,30 | 3,15 | 3,31 | Mejora leve |
| Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor | | | | | 3,46 | 3,25 | Retroceso leve |
| Fomento del alto crecimiento | Nsp | 3,05 | Nsp | 3,04 | 3,02 | 3,15 | Mejora leve |
| Infraestructura comercial | 3,20 | 3,26 | 3,06 | 3,23 | 2,98 | 3,06 | Mejora leve |
| Programas Gubernamentales | 3,12 | 3,01 | 3,18 | 3,13 | 3,10 | 3,06 | Retroceso leve |
| Valoración de la innovación desde el punto de vista de las empresas | | | | | 3,09 | 2,90 | Retroceso leve |
| Protección Derecho Intelectual | 2,97 | 2,89 | 2,83 | 2,92 | 2,76 | 2,81 | Mejora leve |
| Política Gubernamental: énfasis medidas | 2,95 | 2,69 | 2,84 | 2,90 | 2,73 | 2,69 | Retroceso leve |
| Apertura mercado interno: barreras | 2,76 | 2,70 | 2,97 | 2,76 | 2,60 | 2,68 | Mejora leve |
| FP y estudios superiores: fomento emprende | 2,74 | 2,75 | 2,82 | 2,82 | 2,81 | 2,65 | Empeora |
| Mercado interno: capacidad de reacción | 2,18 | 2,16 | 2,29 | 2,09 | 2,40 | 2,50 | Mejora leve |
| Normas sociales y culturales | 2,78 | 2,74 | 2,69 | 2,74 | 2,80 | 2,45 | Empeora |
| Transferencia Tecnología e I+D | 2,48 | 2,52 | 2,51 | 2,53 | 2,60 | 2,42 | Empeora |
| Política Gubernamental: burocracia, trámites | 2,87 | 2,81 | 2,79 | 2,80 | 2,56 | 2,34 | Empeora |
| Apoyo financiero | 2,44 | 2,54 | 2,57 | 2,67 | 2,58 | 2,20 | Empeora |
| Educación primaria y secundaria | 1,86 | 1,87 | 2,01 | 2,00 | 1,91 | 1,73 | Empeora |

Para matizar el resumen anterior, la Tabla 60 muestra los resultados proporcionados por los expertos cuando son preguntados sobre el origen de los tres obstáculos principales a la actividad emprendedora, que más llaman su atención en el 2009. Como puede apreciarse, el apoyo financiero, sigue ocupando la primera posición, inamovible desde el 2004, pero este año un 20% más mencionada que el anterior. Llaman la atención cambios de posición muy drásticos, fruto de la crisis. Así, se incrementan las menciones a políticas gubernamentales como obstáculo para emprender, las relacionadas con normas sociales y culturales, y falta de educación y formación. En cambio, mejora un poco la posición del clima económico, mucho más mencionado el año 2008. El resto de obstáculos se perciben como menos determinantes de la actividad emprendedora, e incluso, algunos desaparecen de la lista. Por consiguiente, los expertos se han concentrado en lo que ven como más grave y necesitado de urgente atención: las medidas políticas, el acceso a financiación, el apoyo social al empresario, la inversión en educación y formación y favorecer la mejora del clima económico.

**Tabla 60. Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora en el 2009, según la opinión de expertos de toda la geografía española**

| Clasificación de las fuentes citadas por los expertos como generadoras de obstáculos a la actividad emprendedora en España, ordenados por orden de gravedad en el 2009 | % de la Tabla | Ranking del año: | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | 2004 |
| Apoyo financiero | 62,0% | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Políticas gubernamentales | 40,0% | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Normas sociales y culturales | 32,0% | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Educación, formación | 28,0% | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Clima económico | 26,0% | 5 | 2 | 7 | 10 | 8 | 9 |
| Programas gubernamentales | 16,0% | 6 | 6 | 9 | 7 | 5 | 5 |
| Capacidad emprendedora | 16,0% | 6 | 7 | 5 | 5 | 7 | 6 |
| Infraestructura comercial y profesional | 12,0% | 7 | 10 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| Contexto político, social e intelectual | 6,0% | 8 | 9 | 5 | 6 | 9 | 7 |
| Transferencia de I+D | 6,0% | 8 | 12 | 8 | 9 | 10 | 10 |
| Apertura de mercado, barreras | 6,0% | 8 | 8 | 12 | 12 | 11 | 11 |
| Estado del mercado laboral | 2,0% | 9 | 8 | 11 | 13 | 13 | 12 |
| Composición percibida de la población | 2,0% | 9 | 11 | 13 | 14 | 14 | 14 |
| Acceso a infraestructura física | 0,0% | - | 7 | 6 | 8 | 6 | 8 |

**Tabla multi-respuesta donde cada experto podía mencionar hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)**

Por otro lado, al identificar las principales fuentes que generan apoyos a la actividad emprendedora en España (ver Tabla 61), los programas gubernamentales constituyen, al igual que en el año 2008, la primera fuente citada. También se mantienen en segunda y tercera posición, respectivamente, las políticas gubernamentales y la educación y formación.

Los expertos, como es lógico, identifican medidas políticas favorecedoras del emprendimiento, como pueden ser la gestión del subsidio de paro para ese propósito, la agilización burocrática, los microcréditos para mujeres, la actividad derivada del Plan E y otras muchas, como apoyos al emprendimiento, mientras que en el lado de los obstáculos citan también las políticas pero en referencia a la falta de subsidios, la carga impositiva y la imposibilidad de adecuar su aplazamiento a las necesidades de los empresarios, la falta de cobertura de prestaciones sociales para autónomos y otras.

La mejora del clima económico adelanta tres posiciones en esta clasificación, evidenciando que, junto a la mejora de la consideración social del empresario y a la reactivación del mercado interno, el avance en estos terrenos es crítico para propiciar la creación empresarial.

**Tabla 61. Fuentes de apoyos a la actividad emprendedora en el 2009, según la opinión de expertos de toda la geografía española**

| Clasificación de las fuentes citadas por los expertos como generadoras de apoyos a la actividad emprendedora en España, ordenados por orden de importancia en el 2009 | % de la Tabla | Ranking del año: | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | 2004 |
| Programas gubernamentales | 41,3% | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Políticas gubernamentales | 39,1% | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| Educación, formación | 26,1% | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| Clima económico | 23,9% | 4 | 7 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| Normas sociales y culturales | 19,6% | 5 | 6 | 9 | 6 | 6 | 4 |
| Apertura de mercado, barreras | 17,4% | 6 | 9 | 10 | 12 | 7 | 6 |
| Capacidad emprendedora | 15,2% | 7 | 8 | 7 | 9 | 9 | 10 |
| Infraestructura comercial y profesional | 13,0% | 8 | 6 | 13 | 13 | 10 | 9 |
| Apoyo financiero | 8,7% | 9 | 4 | 4 | 4 | 5 | 7 |
| Acceso a infraestructura física | 8,7% | 9 | 8 | 6 | 8 | 8 | 8 |
| Estado del mercado laboral | 8,7% | 9 | 6 | 12 | 11 | 12 | 6 |
| Transferencia de I+D | 6,5% | 10 | 5 | 11 | 10 | 11 | 12 |
| Contexto político, social e intelectual | 6,5% | 10 | 10 | 8 | 7 | 13 | 11 |
| Composición percibida de la población | 4,3% | 11 | 11 | 14 | 14 | 14 | 14 |

**Tabla multi-respuesta donde cada experto podía mencionar hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)**

Finalmente, la Tabla 62 muestra la clasificación de temas a que se refieren las recomendaciones de los expertos para mejorar el entorno de la creación empresarial, de las cuales se ofrece una muestra literal más adelante. Las Políticas Gubernamentales pasan a primera posición, seguidas muy de cerca de la Educación y Formación Emprendedora. Los expertos han extremado sus opiniones ante la crisis, recomendando mucha implicación del gobierno y de las fuentes de financiación.

**Figura 62.Temas tratados por los expertos consultados en toda la geografía española, en las recomendaciones que hacen para mejorar el entorno del emprendedor**

| Clasificación de los temas citados por los expertos al hacer recomendaciones que pueden favorecer la actividad emprendedora en España, ordenados por orden de importancia en el 2009 | % de la Tabla | Ranking del año: | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2009 | 2008 | 2007 | 2006 | 2005 | 2004 |
| Políticas Gubernamentales | 65,4% | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| Educación y Formación | 61,5% | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Apoyo financiero | 36,5% | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 |
| Programas Gubernamentales | 34,6% | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| Normas sociales y culturales | 19,2% | 5 | 7 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Transferencia I+D | 19,2% | 5 | 5 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| Apertura del mercado | 17,4% | 6 | 10 | 11 | 12 | 9 | 11 |
| Capacidad emprendedora | 9,6% | 7 | 9 | 10 | 10 | 11 | 10 |
| Infraestructura Com. y Profesional | 7,7% | 8 | 6 | 7 | 9 | 8 | 9 |
| Contexto político, institucional y social | 5,8% | 9 | 8 | 9 | 7 | 10 | 8 |
| Clima económico | 0,0% | - | 12 | 12 | 14 | 14 | 13 |
| Infraestructura física | 0,0% | - | 8 | 8 | 8 | 7 | 7 |
| Mercado laboral | 0,0% | - | 11 | 13 | 11 | 12 | 12 |
| Composición de la población | 0,0% | - | 13 | 14 | 13 | 13 | 14 |

**Tabla multi-respuesta donde cada experto podía mencionar hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)**

## 9.3. *Algunas opiniones facilitadas: hablan los expertos*

En este apartado se proporciona una muestra de respuestas abiertas de los expertos para ilustrar mejor los resultados anteriores. Dado que la muestra de expertos es muy amplia, se han escogido algunas relevantes de todo el ámbito español y, en cada informe regional, se pueden ver otras referidas a cada Comunidad Autónoma.

### 9.3.1. *Algunos obstáculos tal y como ha sido citados*

- La falta de apoyo financiero adecuado (situación de la empresa en tiempo real)
- La falta de cultura emprendedora y el sistema educativo
- El entorno institucional no es el adecuado
- Falta de información y asesoramiento
- Falta de cultura de apoyo a los emprendedores entre las grandes empresas
- No existen buenos expertos a los que se pueda acceder para orientar a los emprendedores. Los buenos son demasiado caros
- Excesivos trámites burocráticos
- Falta de apoyo económico de las entidades financieras

### 9.3.2. *Algunos apoyos tal y como ha sido citados*

- La situación de desempleo: más personas perciben el emprender como una alternativa profesional
- Foco público en la actividad empresarial
- Surgimiento de nuevas oportunidades en momentos de cambio
- Incorporación de la mujer al mercado de trabajo
- Acciones de transferencia de conocimiento
- Programas de financiación de las pre incubadoras
- Ayudas a las iniciativas tecnológicas o relacionadas con biotecnología
- Feria anual de emprendedores: día del emprendedor
- Concursos de planes de negocio
- Los gobiernos regionales cuentan con medidas económicas para apoyar a los emprendedores
- Comienzan en las universidades a fomentar el espíritu emprendedor
- El gobierno lanza mensajes de apoyo al espíritu emprendedor

### 9.3.3. *Algunas recomendaciones tal y como ha sido citados*

- Crear espacios de apoyo pre-viabilidad del proyecto de empresa (testeo del proyecto durante 6 meses antes de constituir la empresa)
- Facilitar la creación y desarrollo de empresas: asesoramiento, viveros, redes empresariales
- Dignificar la figura de la empresa y el empresario (concienciación, educación…)
- Coordinación de acciones entre las diversas instituciones gubernamentales y administraciones
- Informar más y mejor de todo el apoyo estatal que reciben las empresas y los emprendedores
- Ampliar los canales de transferencia de tecnología
- Una fiscalidad más permisiva con el emprendedor; Ley de despido flexible
- Apuesta por emprendedores globales: cambiar la mentalidad localista
- Crear Buenos centros de orientación y apoyo a los emprendedores con profesionales bien cualificados
- Continuar con los programas de agilización administrativa a nivel publico
- Poner en marcha medidas desde el gobierno, que obliguen a las empresas privadas a agilizar los trámites de acceso a servicios básicos

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

Las siguientes tablas muestran la valoración mediana 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 63.Valoración mediana de los expertos acerca de aspectos particulares de cada condición de entorno en nuestro país**

| Financiación | | |
|---|---|---|
| **Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...** | **Mediana** | **Conclusión y Evolución** |
| Hay suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento. | 1 | Falso, estable |
| Hay suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distintos de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento. | 2 | Más bien falso, estable |
| Hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento. | 2 | Más bien falso, estable |
| Hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Hay suficientes medios de financiación crediticia para las empresas nuevas y en crecimiento. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento. | 3 | Ni cierto ni falso, estable |
| **Políticas gubernamentales** | | |
| **Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...** | **Mediana** | **Conclusión y Evolución** |
| Las nuevas empresas pueden realizar todos los tramites administrativos y legales en aproximadamente una semana | 2 | Más bien falso, estable |
| Los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general | 2 | Más bien falso, empeora |
| Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación ( por ejemplo licitaciones o aprovisionamiento públicos) | 2 | Más bien falso, empeora |
| 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 | Más bien falso, empeora |
| El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal | 3 | Ni cierto ni falso, mejora |
| 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 | Ni cierto ni falso, estable |
| El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración autonómica. | 3 | Ni cierto ni falso, estable |
| **Programas gubernamentales** | | |
| **Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...** | **Mediana** | **Conclusión y Evolución** |
| 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. | 3 | Ni cierto ni falso, mejora |
| Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos. | 3 | Ni cierto ni falso, mejora |
| Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas. | 3 | Ni cierto ni falso, estable |
| Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces. | 3 | Ni cierto ni falso, estable |
| 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 | Ni cierto ni falso, estable |
| Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento. | 4 | Más bien cierto, mejora |

| Educación y formación | | |
|---|---|---|
| **Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...** | **Mediana** | **Conclusión y Evolución** |
| En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas. | 1 | Falso, empeora |
| 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 | Más bien falso, empeora |
| En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal. | 2 | Más bien falso, estable |
| En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado. | 2 | Más bien falso, mejora |
| 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 | Ni cierto ni falso, estable |
| 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. | 3 | Ni cierto ni falso, mejora |

| Transferencia de I+D | | |
|---|---|---|
| **Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...** | **Mediana** | **Conclusión y Evolución** |
| Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas. | 2 | Más bien falso, empeora |
| 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 | Más bien falso, estable |
| Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas. | 2 | Más bien falso, empeora |
| La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto. | 3 | Ni cierto ni falso, estable |

| Acceso a Infraestructura Comercial y de Servicios | | |
|---|---|---|
| **Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...** | **Mediana** | **Conclusión y Evolución** |
| Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal. | 3 | Ni cierto ni falso, estable |
| 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 | Ni cierto ni falso, estable |
| Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento. | 4 | Más bien cierto, mejora |

| Apertura de Mercado Interno | | |
|---|---|---|
| **Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...** | **Mediana** | **Conclusión y Evolución** |
| Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro.. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro. | 2 | Más bien falso, empeora |
| La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir. | 3 | Ni cierto ni falso, mejora |
| Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas. | 3 | Ni cierto ni falso, mejora |

| Infraestructura Física, Estado y Acceso | | |
|---|---|---|
| **Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...** | **Mediana** | **Conclusión y Evolución** |
| Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc). | 4 | Más bien cierto, estable |
| No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.). | 4 | Más bien cierto, mejora |
| Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc) en aproximadamente un mes. | 4 | Más bien cierto, mejora |
| Las infraestructuras físicas ( carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento | 4 | Más bien cierto, mejora |
| Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.). | 4 | Más bien cierto, mejora |

| Normas Sociales y Culturales | | |
|---|---|---|
| **Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...** | **Mediana** | **Conclusión y Evolución** |
| Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal. | 3 | Ni cierto ni falso, empeora |

| Estado de la protección de la propiedad intelectual | | |
|---|---|---|
| **Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...** | **Mediana** | **Conclusión y Evolución** |
| La venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs y productos registrados no está muy extendida. | 2 | Falso, mejora |
| Se acepta en general que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados. | 3 | Ni cierto ni falso, empeora |
| La legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa y comprensible | 3 | Ni cierto ni falso, empeora |
| Una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas. | 3 | Ni cierto ni falso, mejora |
| La legislación sobre derechos de propiedad intelectual se hace cumplir de manera eficaz. | 3 | Ni cierto ni falso, mejora |

| Apoyo a la mujer emprendedora | | |
|---|---|---|
| **Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...** | **Mediana** | **Conclusión y Evolución** |
| Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia. | 2 | Más bien falso, empeora |
| Crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer. | 3 | Ni cierto ni falso, empeora |
| Se fomenta entre las mujeres el auto-empleo o la creación de empresas. | 3 | Ni cierto ni falso, estable |
| Las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres. | 4 | Más bien cierto, mejora |
| Las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres. | 5 | Cierto, mejora |

| Apoyo a la empresa de alto crecimiento | | |
|---|---|---|
| **Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...** | **Mediana** | **Conclusión y Evolución** |
| 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 | Ni cierto ni falso, empeora |
| Existen muchas iniciativas que son especialmente diseñadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo | 3 | Ni cierto ni falso, mejora |
| Los Programas Gubernamentales son altamente selectivos escogiendo a los destinatarios del apoyo al emprendedor | 3 | Ni cierto ni falso, mejora |
| 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. | 4 | Más bien cierto, mejora |
| Los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo. | 4 | Más bien cierto, mejora |

| Estado percibido del desarrollo de la innovación | | |
|---|---|---|
| **Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi país...** | **Mediana** | **Conclusión y Evolución** |
| La innovación es altamente valorada por las empresas | 3 | Más bien cierto, empeora |
| Los consumidores están muy abiertos a la compra de productos y servicios que proceden de nuevas firmas emprendedoras | 3 | Más bien cierto, empeora |
| A las empresas les gusta experimentar con nuevas tecnologías y nuevas formas de hacer las cosas | 3 | Ni cierto ni falso, estable |
| Las empresas consolidadas están abiertas a utilizar nuevos proveedores y firmas emprendedoras | 3 | Ni cierto ni falso, mejora |
| A los consumidores les atrae probar nuevos productos y servicios | 3,5 | Más bien cierto, estable |
| La innovación es muy valorada por los consumidores | 4 | Más bien cierto, mejora |

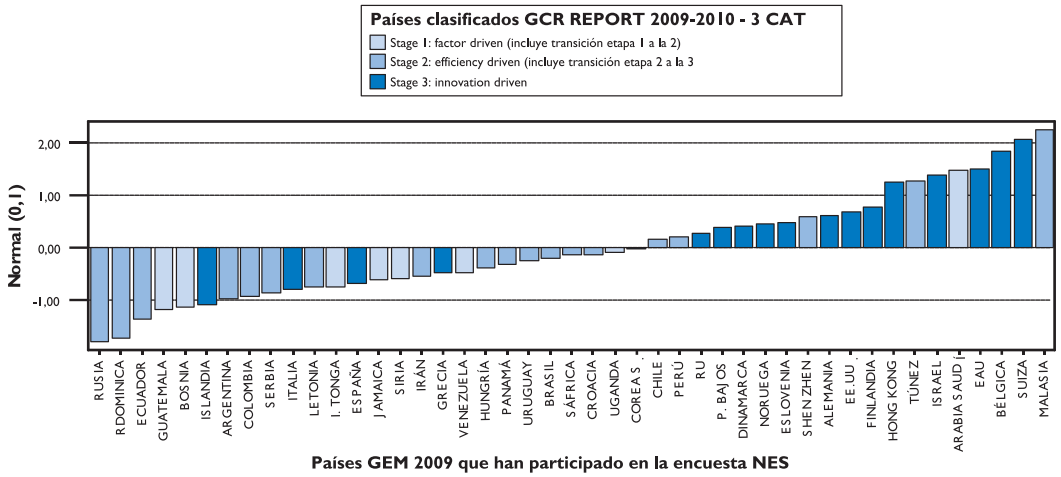
## 9.5. *Posición española en el ámbito internacional GEM 2009 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos*

Las Figuras 46 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 2009. Las conclusiones que se extraen de su análisis se resumen al final.

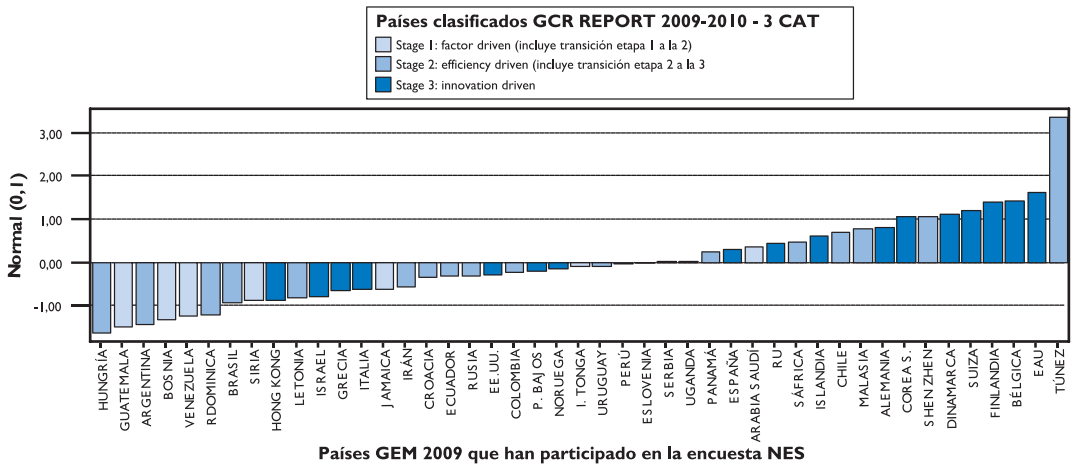
Al igual que en la edición 2008, los países en que se han llevado a cabo las entrevistas a expertos, se han clasificado en función del factor principal que mueve su productividad y su grado de competitividad, siguiendo las tres categorías resumen del Global Competitiveness Report, es decir, naciones: "factor driven", "efficiency driven" e "innovation driven". Cada una de estas etapas se corresponde con un mayor grado de desarrollo y competitividad.

**Figuras 46. Situación internacional de España respecto a las condiciones de entorno**

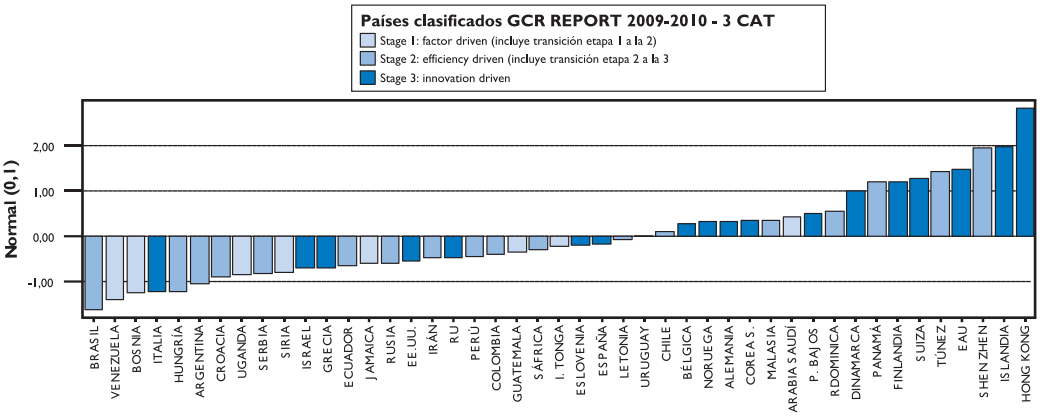
### *46.1. Apoyo financiero al emprendedor*




### *46.2. Políticas gubernamentales: apoyo, énfasis, toma de medidas*

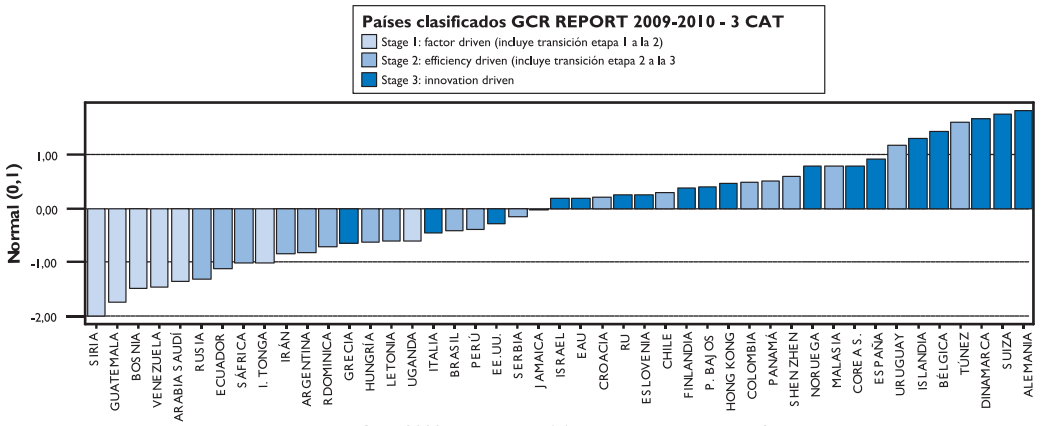


## 46.3. Políticas gubernamentales: impuestos, trámites burocráticos



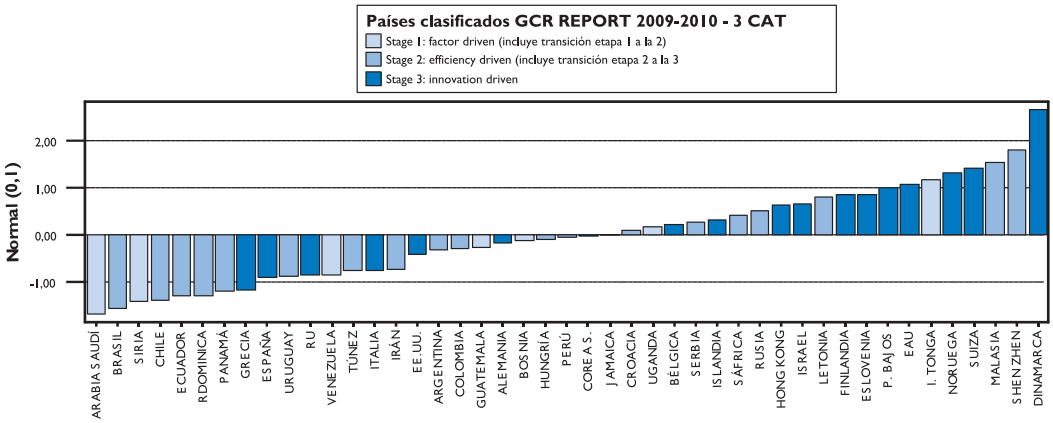

Países GEM 2009 que han participado en la encuesta NES

## 46.4. Programas gubernamentales en general



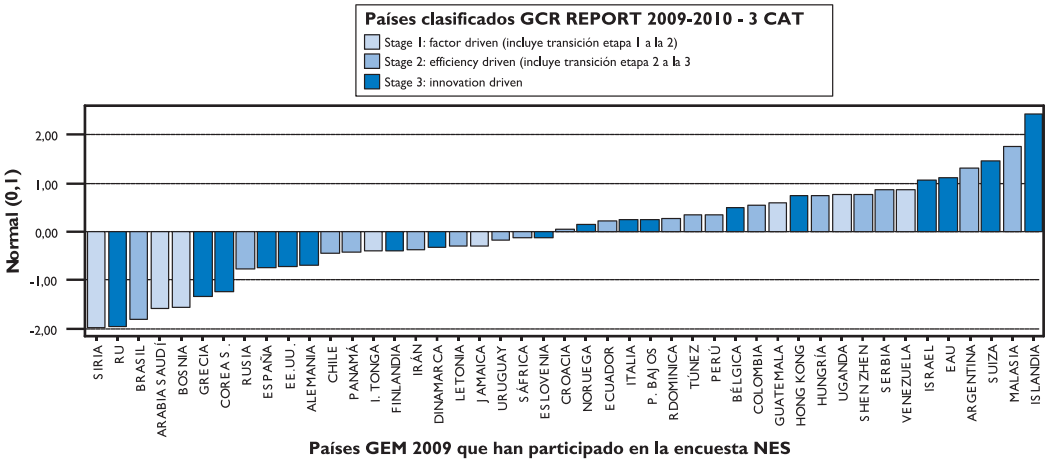

Países GEM 2009 que han participado en la encuesta NES

## 46.5. Educación emprendedora en primaria y secundaria



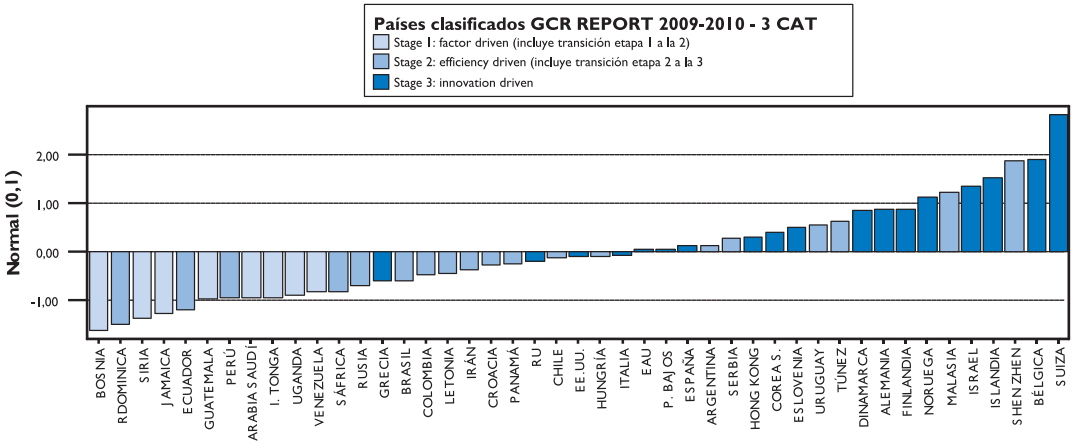

Países GEM 2009 que han participado en la encuesta NES

## 46.6. Educación emprendedora en FP, Universidad y Escuelas de Negocios



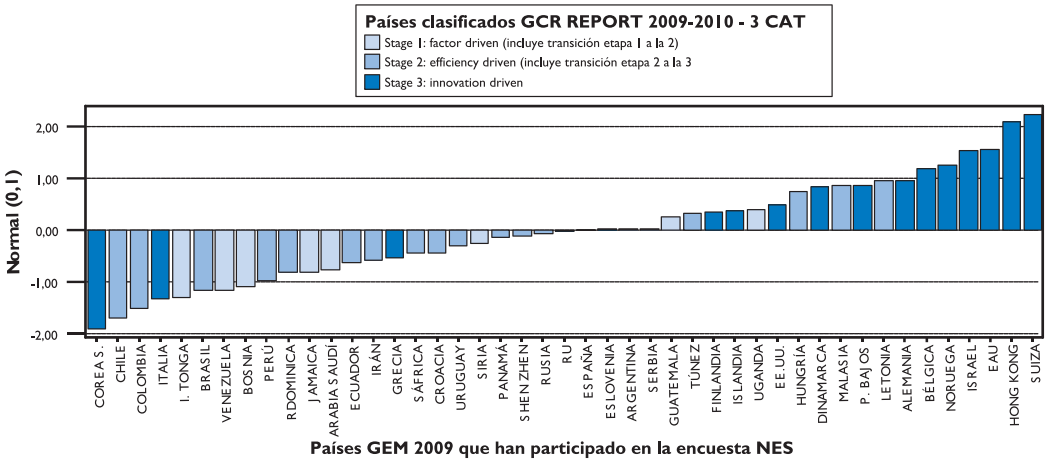

Países GEM 2009 que han participado en la encuesta NES

## 46.7. Transferencia tecnológica y de I+D



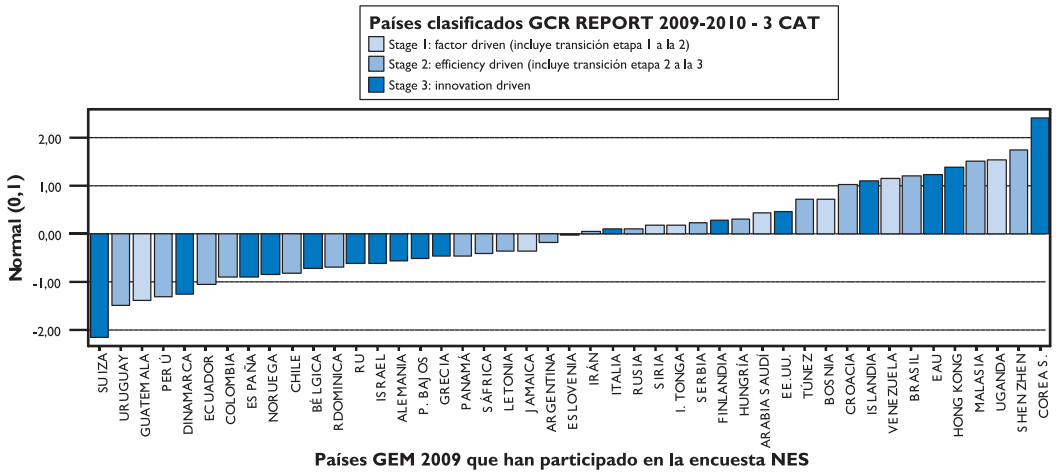

Países GEM 2009 que han participado en la encuesta NES

## 46.8. Acceso a infraestructura profesional y comercial



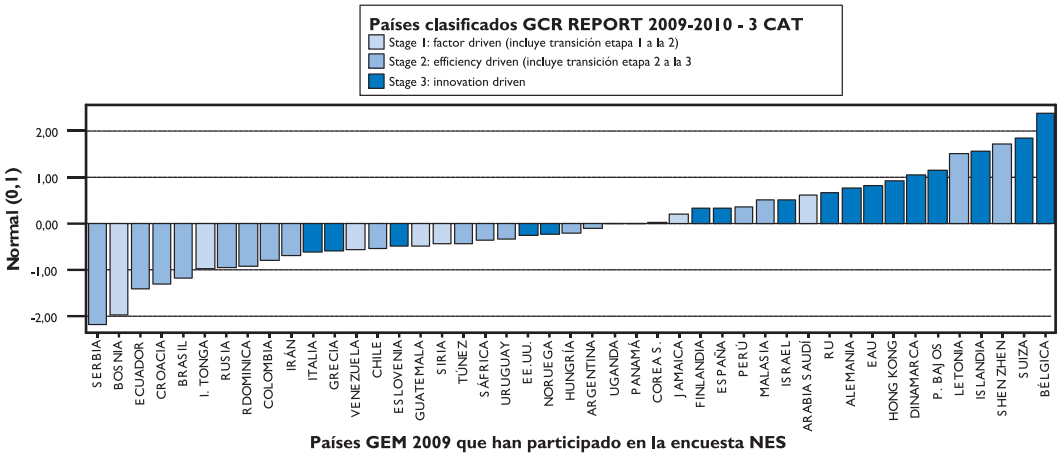

Países GEM 2009 que han participado en la encuesta NES

## 46.9. Apertura del mercado interno: capacidad de reacción, dinamismo



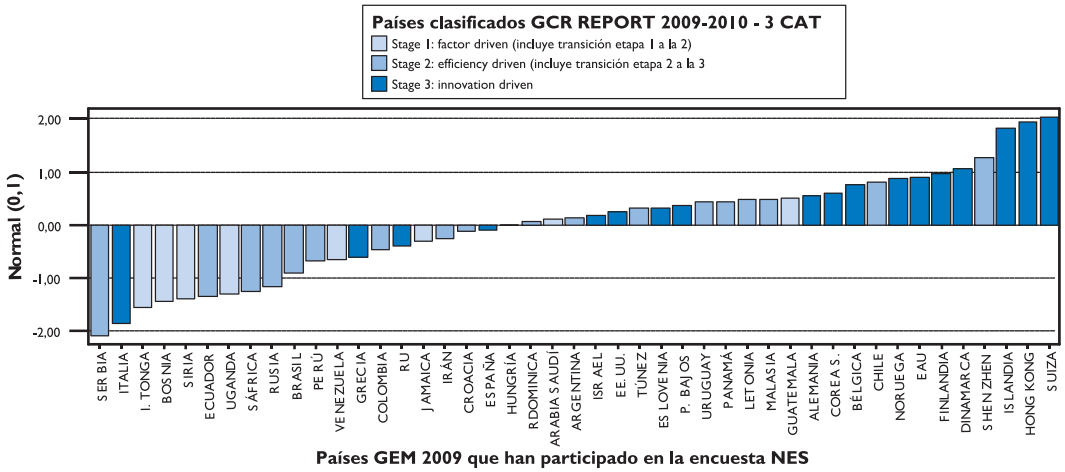

Países GEM 2009 que han participado en la encuesta NES

## 46.10. Apertura del mercado interno: barreras de entrada



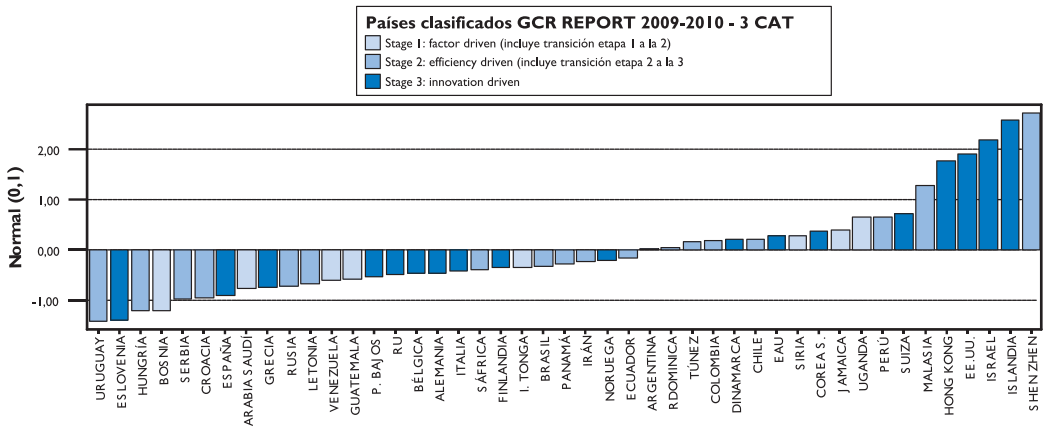

Países GEM 2009 que han participado en la encuesta NES

## 46.11. Acceso a infraestructura física y servicios



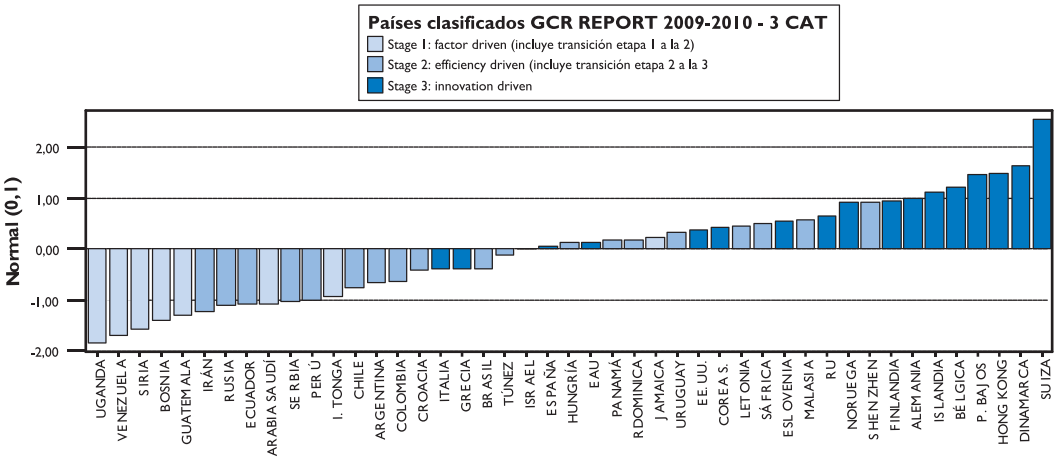

Países GEM 2009 que han participado en la encuesta NES

## 46.12. Normas sociales y culturales



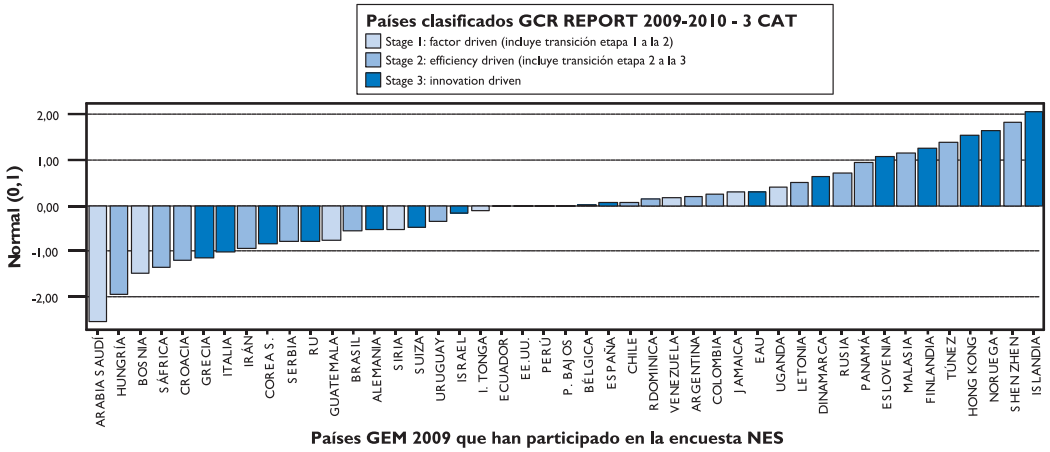

**Países GEM 2009 que han participado en la encuesta NES**

## 46.13. Protección derechos y propiedad intelectual



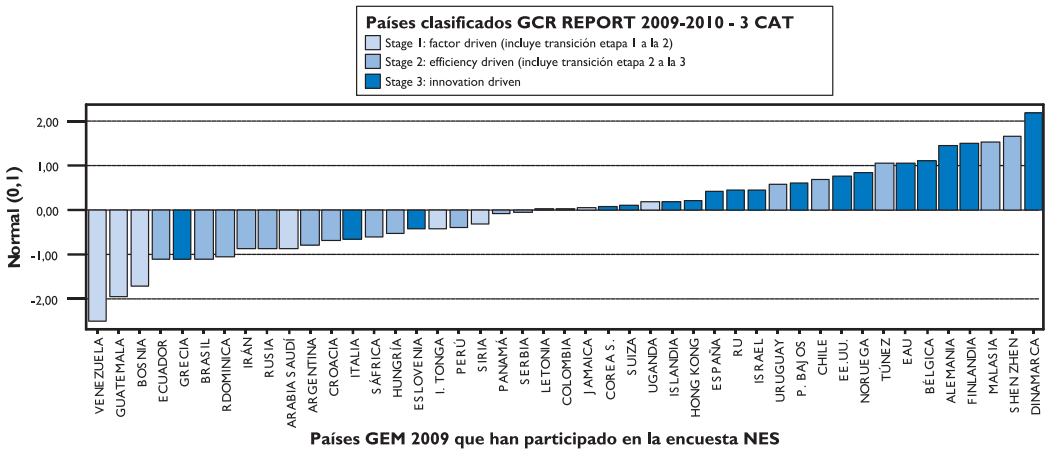

**Países GEM 2009 que han participado en la encuesta NES**

## 46.14. Apoyo a la mujer emprendedora

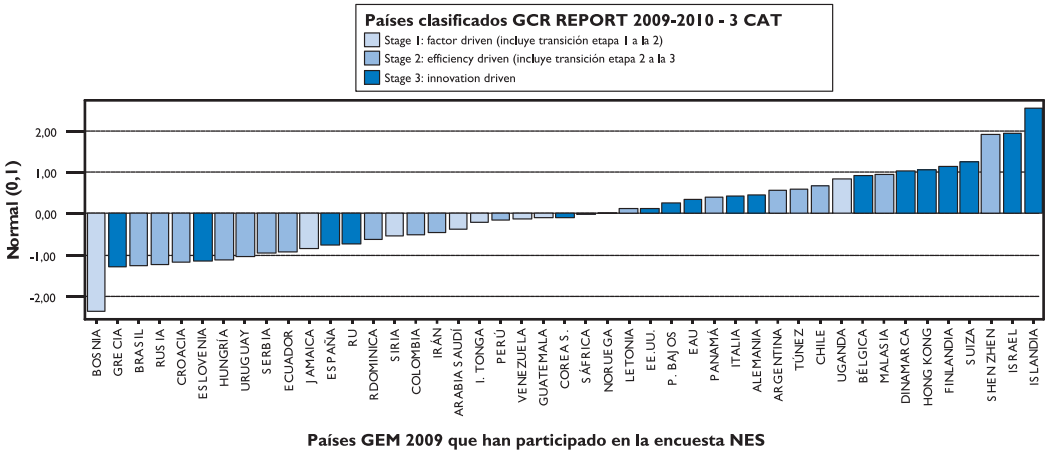



**Países GEM 2009 que han participado en la encuesta NES**

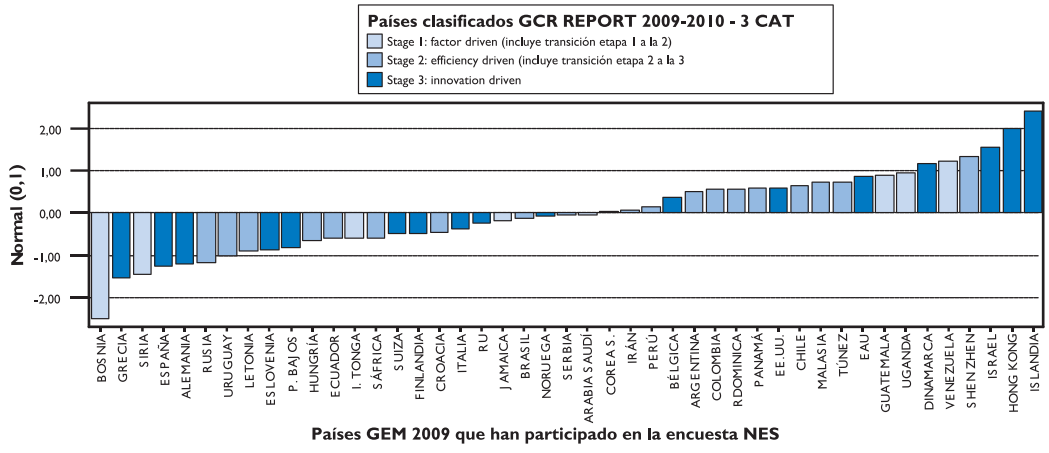
## 46.15. Apoyo al crecimiento empresarial




## 46.16. Interés por la innovación: empresas




## 46.17. Interés por la innovación: consumidor



España sigue presentando una situación retrasada en cuanto a apoyo financiero a la actividad emprendedora en comparación con el resto de países cuyo motor es la innovación. La crisis ha supuesto el incremento de la dificultad de consecución de crédito bancario y el inversor informal, a pesar de haber aumentado en cuanto a porcentaje de participantes en la población, realiza una inversión media inferior a las registradas antes de la recesión. En el contexto del grupo más desarrollado de países, sólo nos superan Italia e Islandia en cuanto a mala valoración global de esta condición de entorno.

Las medidas gubernamentales de apoyo al emprendimiento nos sitúan en una posición media entre todos los países, siendo esta gestión correcta aunque no brillante. Concretamente, en el ámbito de la tramitación burocrática, España mejora posiciones con respecto al año anterior, pero todavía se espera que mejore la velocidad y simplificación de pasos para la creación de muchos tipos de empresas. La implantación de sistemas telemáticos, PAITs y demás innovaciones va mejorando la situación paulatinamente.

En programas gubernamentales, España se halla bastante bien situada, pero por debajo de Alemania, Suiza, Dinamarca y Bélgica. El esfuerzo realizado por las administraciones estatal y autonómica en este terreno va teniendo su impacto positivo, incluso a pesar de la crisis y en múltiples sectores, con mención especial al medio ambiente y energías renovables.

En cambio, en el apartado de educación específica para emprender, ocupamos una de las posiciones más bajas en valoración de la labor realizada en escuela primaria y secundaria y empeoramos en la valoración de esta educación en el sistema educacional posterior a la escuela: la formación profesional superior y la universidad deben obtener mejores resultados, pues las iniciativas para fomentar el emprendimiento se han incrementado, pero los expertos no aprecian un resultado significativo, dejando, por el momento, las mejores apreciaciones para el ámbito de entidades privadas como las escuelas de negocio y otras.

La transferencia de I+D mejora y ya se sitúa en la media de los países GEM, evidenciando el avance sufrido por España en esta parcela. Sin embargo, es necesario seguir apostando por este importante factor y aún falta mucho para alcanzar niveles como los de Suiza, Bélgica, Dinamarca, Noruega y Alemania. La crisis debe suponer una oportunidad para intensificar este tipo de acciones que resulten en una modernización de nuestra industria y en el incremento de creación de empresas de base tecnológica.

La crisis ha propiciado la pérdida de acceso a infraestructuras tanto comerciales y de servicios como físicas, al disminuir la oferta de los primeros y encarecerse tanto ellos como los segundos.

La dinámica de nuestro mercado pierde posiciones con respecto a años anteriores, pero en cambio mejora el tema de las barreras de entrada, siendo menores en estos momentos en opinión de los expertos.

Por otro lado, se advierte un fuerte retroceso en la posición relativa de España en cuanto a normas sociales y culturales, posiblemente relacionada con la pérdida de popularidad de la figura del empresario desde el punto de vista social, y la falta de empatía sobre los problemas que está teniendo para enfrentar la crisis.

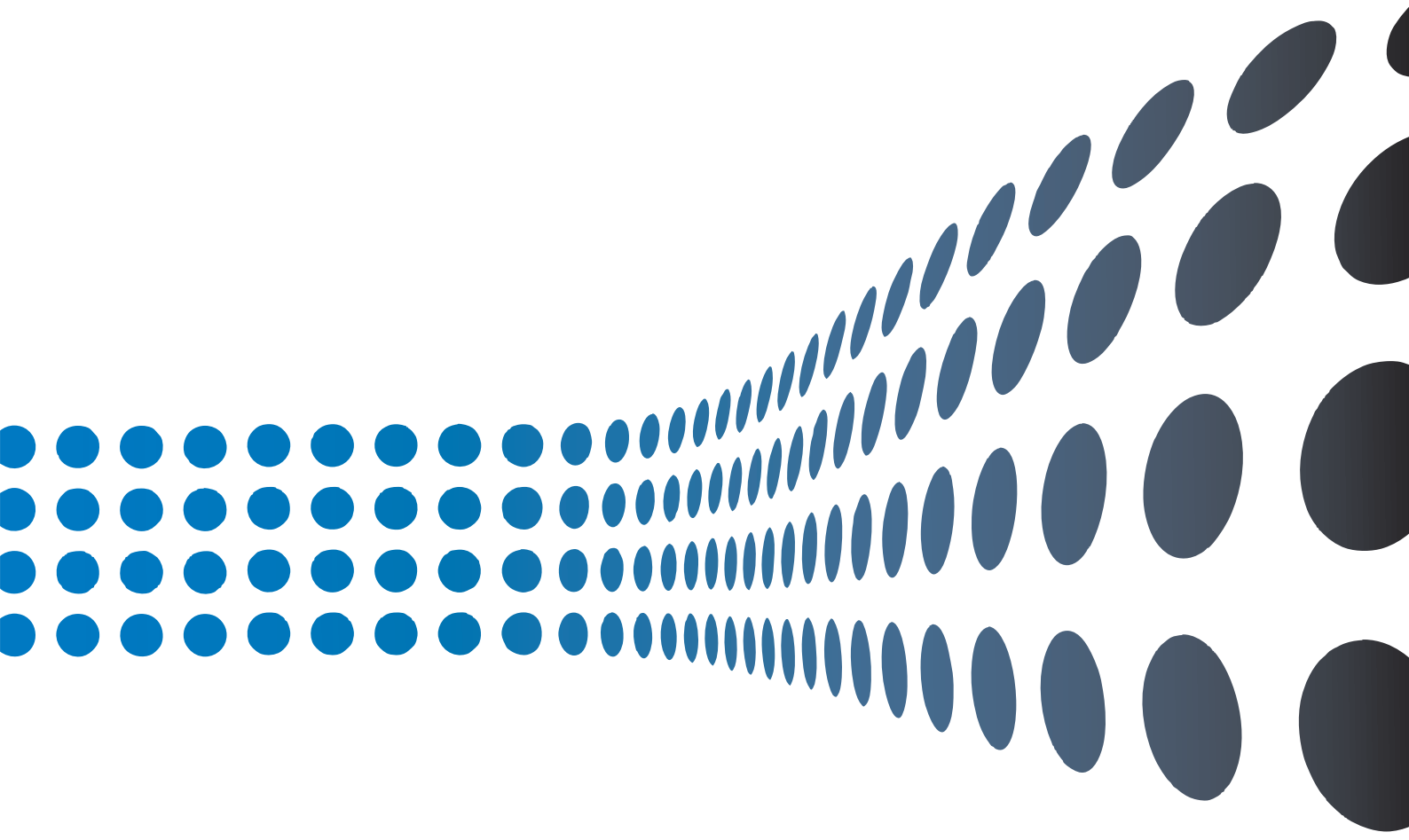
En cambio, España mejora posiciones, aunque sin alcanzar la brillantez, en protección de derechos intelectuales y patentes, apoyo al emprendimiento femenino y, sobre todo, a la empresa de alto potencial de crecimiento.

Finalmente, sufrimos un importante retraso en cuanto a interés por la innovación, tanto desde el punto de vista empresarial como del consumidor, factor preocupante por cuanto se asocia como uno de los elementos para salir de la crisis, pero que puede requerir inversiones de varios tipos: financiera, de recursos humanos, de estudios y análisis, etc., todo lo cual está viéndose directamente perjudicado por el paréntesis que supone el mantenimiento de muchas empresas hasta que mejore el clima económico y el consumo.

En conclusión, España alcanzó el nivel de desarrollo basado en la innovación, pero la crisis perjudica su afianzamiento en muchos sectores y ello no nos permite equipararnos en muchas condiciones de entorno claves para emprender con muchas de las naciones con las que compartimos grupo económico.

# 2009

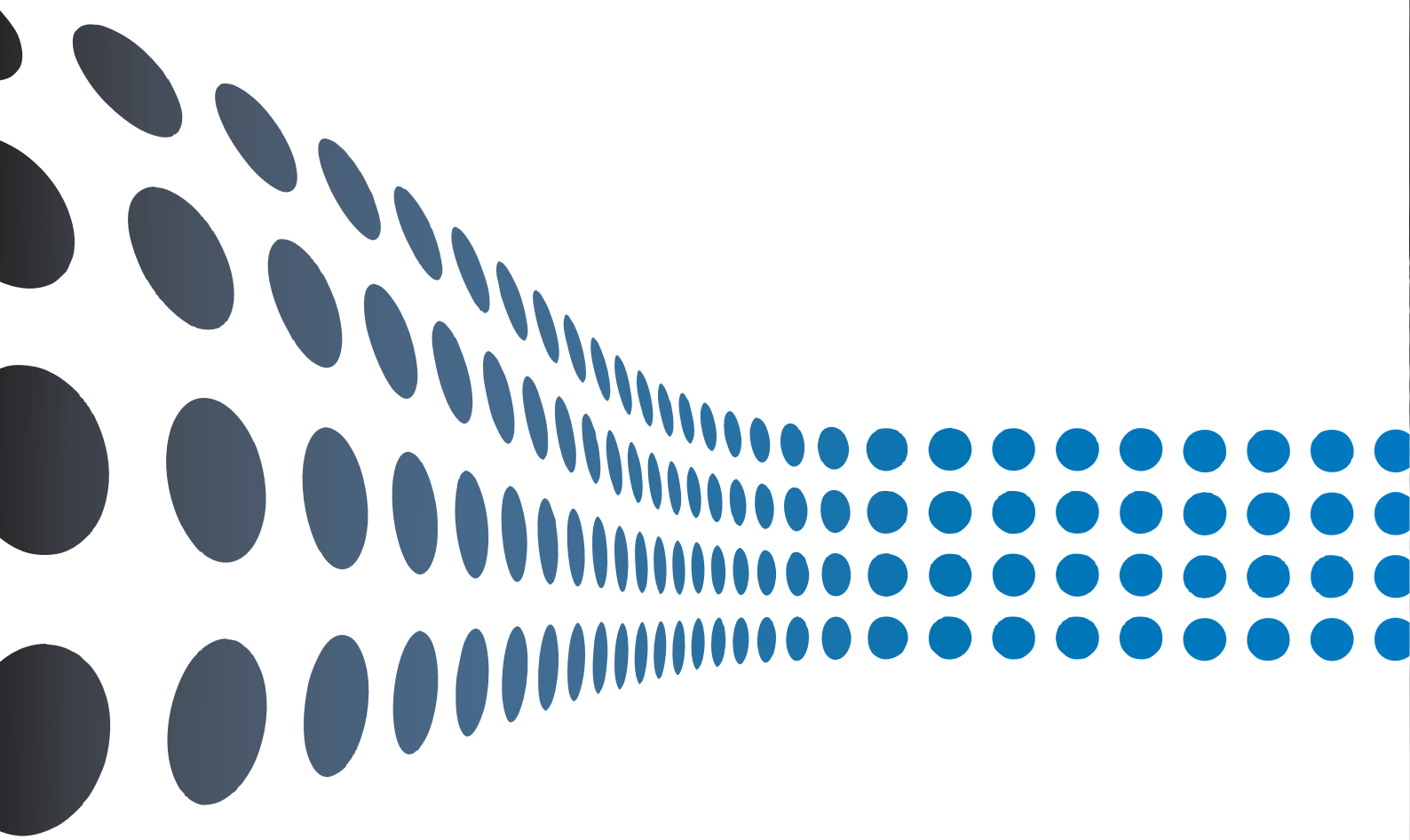
Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACION

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACION

# 10 Emprendimiento de índole social en España

# Capítulo 10: Emprendimiento de índole social en España

## 10.1. Introducción

En su edición del 2009, el proyecto GEM cuenta con una nueva sección dedicada a la actividad emprendedora social. Para analizar este fenómeno se incluyeron varias preguntas especialmente diseñadas a este efecto, en las encuestas APS y de expertos. Con esto, el GEM se convierte en el primer estudio capaz de reunir información cuantitativa y cualitativa acerca de este tipo de actividad en más de 50 países. En este capítulo describimos los principales resultados derivados de este análisis.

Como ha venido siendo el caso para la definición del término de "emprendimiento", no existe todavía una definición universalmente acordada del "emprendimiento social". Por ejemplo, la Fundación Skoll define al emprendedor social como un agente de cambio social y un pionero de innovaciones que benefician a la humanidad. Otra definición establece que un emprendedor social es alguien que reconoce un problema social y utiliza las herramientas de gestión para organizar, crear y administrar una organización con el fin de generar un cambio social duradero. Mientras los emprendedores "comerciales" suelen medir el rendimiento en términos de beneficio y rentabilidad, los emprendedores sociales evalúan su éxito en términos del impacto que tienen en la sociedad.

En el proyecto GEM nos hemos decantado por una definición suficientemente amplia como para abarcar estas distintas perspectivas: así, y en línea con las investigaciones más relevantes acerca de este tema (ver por ejemplo, Zahra et al., 2009), se considera como emprendedor social a cualquier individuo que está involucrado en una actividad emprendedora cuyo objetivo primordial sea de índole social.

## 10.2. Actividad emprendedora social en el contexto internacional

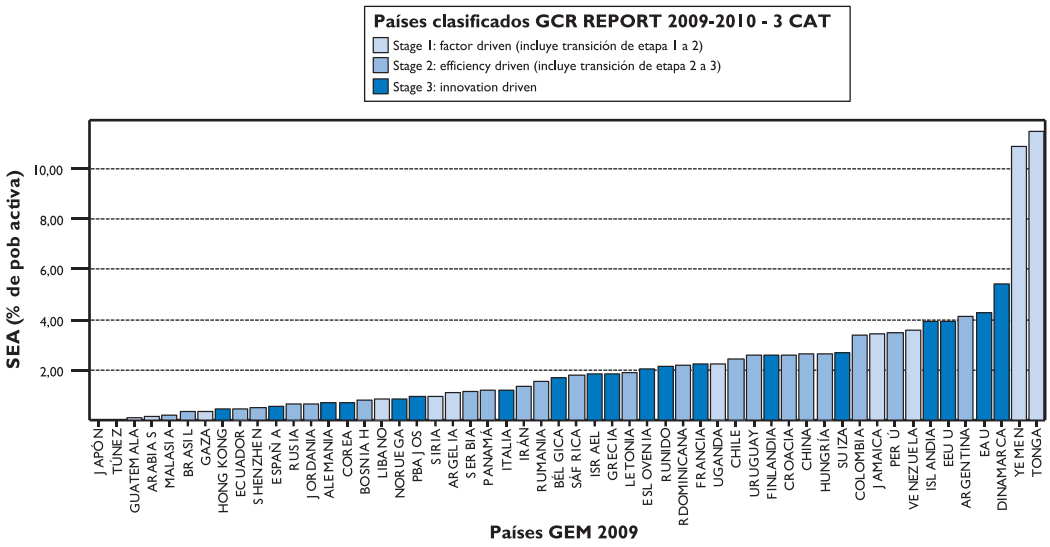
Al igual que para la actividad emprendedora "tradicional", el observatorio GEM ha desarrollado un índice que permite medir la tasa de actividad emprendedora social, el SEA (siglas de Social Entrepreneurship Activity). Podemos observar a partir de la Figura 47 cómo este índice arroja una disparidad elevada por países, y oscila entre un elevado 5,4% en Dinamarca y un reducido 0,12% en Guatemala, dejando aparte el caso de las Islas Tonga y Yemen, atípicos por la necesidad de acciones sociales inherentes a las características de estos territorios.

Aunque el rango de variación no parece seguir ninguna pauta específica en función del nivel de desarrollo de cada país, en términos generales la tasa media del SEA sí parece ligeramente superior en los países más desarrollados. Sin embargo, y pese a pertenecer a dicho colectivo, España presenta una de las tasas más reducidas del entorno GEM, con tan sólo el 0,53% de la población adulta involucrada en alguna iniciativa emprendedora de carácter social. Al ser el 2009 el primer año en el que se estudia el fenómeno a nivel internacional, resulta todavía prematuro aportar una explicación definitiva a este dato tan llamativo. En cualquier caso, todo parece indicar que el sector social en España necesita de un mayor impulso para adquirir un dinamismo comparable al de otros países vecinos como Francia o el Reino Unido.

Si bien el índice SEA ha sido desarrollado a partir de una serie de preguntas especificas y distintas al resto de aquellas utilizadas para identificar la actividad emprendedora "tradicional" de cada país, es necesario precisar que parte del SEA se solapa en la realidad con el indicador TEA. Es decir, que parte de los individuos que están actualmente lanzando una iniciativa empresarial lo están haciendo con el fin de resolver un problema social y no sólo para ganar dinero.

Así pues, puede que hasta cierto punto, una tasa moderada del índice SEA constituya el reflejo de un estancamiento del tejido empresarial en general. De este modo, fomentar el espíritu emprendedor cobra, si cabe, aún más relevancia, puesto que no sólo incide en el desarrollo económico de una nación, sino que también podría tener un efecto indirecto en su bienestar social.

**Figura 47. Actividad Emprendedora Social Total 2009 en los países GEM**

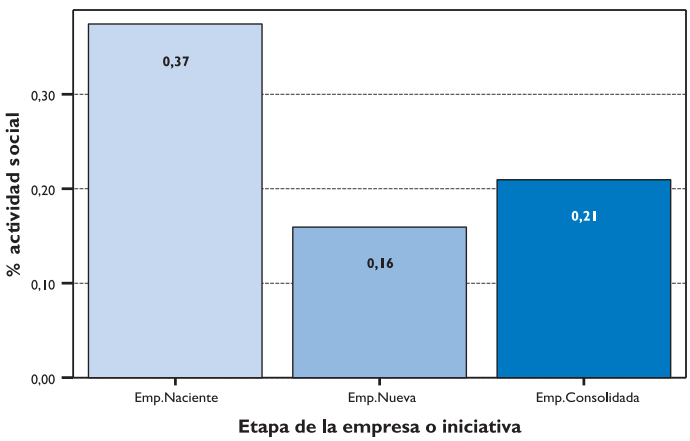



## *10.3. Tipos de actividad emprendedora social*

Siguiendo el modelo utilizado para el TEA, el indicador SEA se puede analizar en función de la fase de desarrollo de la organización creada, es decir si es naciente o nueva. De la Figura 48, se desprende que la tasa de actividad social naciente duplica, en España, el nivel de las actividades sociales nuevas o de las empresas sociales ya establecidas. Esto puede tener dos lecturas; la primera consiste en considerar que el fenomeno del emprendimiento social está en pleno auge en España, lo cual explicaría un incremento notable durante este año en el número de personas en proceso de lanzamiento de este tipo de iniciativa. La segunda interpretación, menos optimista, plantea la existencia de ciertas dificultades para llevar dichas inicitativas a buen puerto, con el consiguiente resultado de que sólo la mitad de las organizaciones sociales creadas consiguan sobrevivir más allá de los 3 primeros meses.

Es probable que la respuesta esté en una combinación de ambos escenarios, puesto que varios datos apuntan por un lado, hacia un interés creciente de la poblacion española por el fenómeno del emprendimiento social, y por otro, al hecho de que muchos proyectos sociales mueren al poco tiempo de haber nacido. La crisis económica que actualmente azota a gran parte de las economias occidentales no ha hecho más que acrecentar este fenómeno: algunos expertos aducen por un lado que los problemas sociales se han agravado como consecuencia del paro y de la consiguiente marginalización de algunas capas de la población; y por otro, las organizaciones sociales se han quejado recientemente de que la escasez de liquidez financiera ha dificultado el acceso a unas subvenciones y recusos filantrópicos de por si reducidos.

**Figura 48. Porcentaje de actividad emprendedora social en función de la etapa en que están las empresas o iniciativas emprendedoras en España el año 2009**

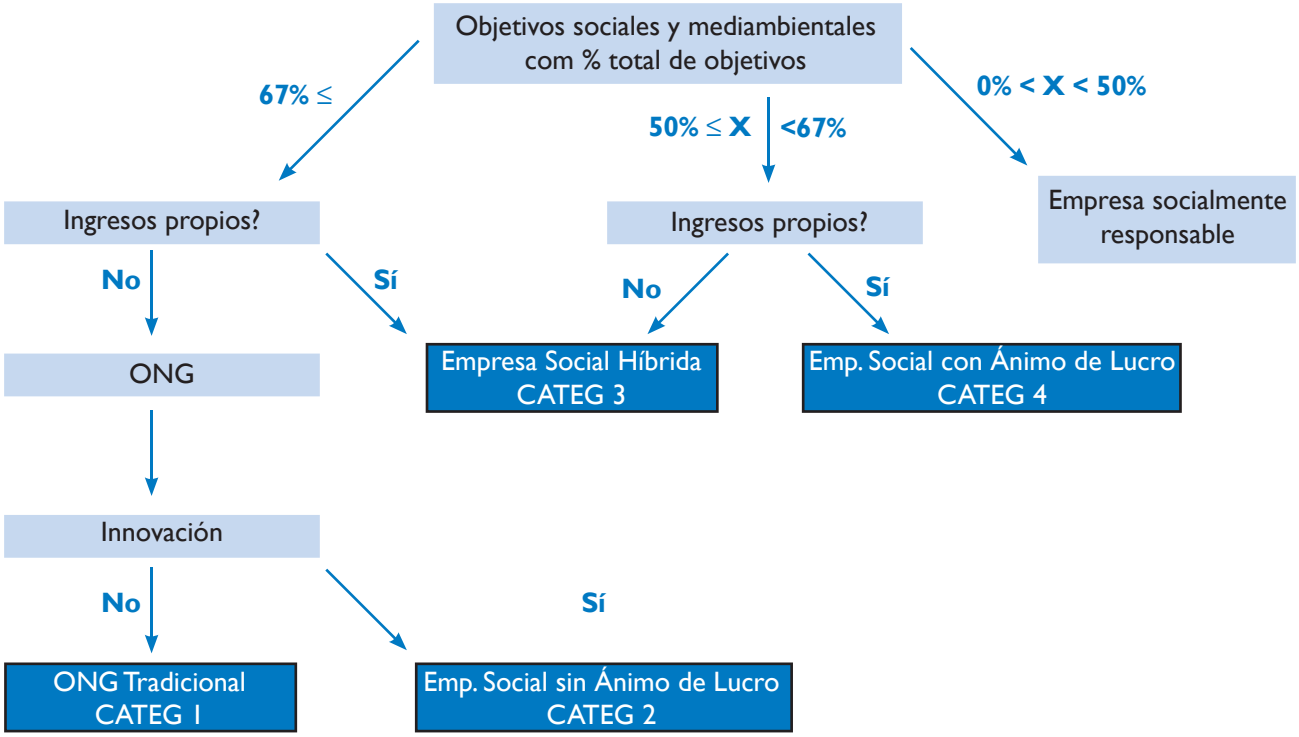


Como se ha comentado anteriormente, existen varias definiciones del concepto de emprendimiento social. Por un lado se encuentra la visión norteamericana de que las empresas sociales son organizaciones sin fines de lucro innovadoras. En cambio la Universidad de Duke pone el énfasis en los modelos híbridos de actividades con y sin fines de lucro; el Instituto de Emprendedores Sociales (ISE), por su parte, establece que los emprendedores sociales son aquellos que no sólo son capaces de resolver un problema social sino que además son capaces de generar beneficios a través de sus actividades. Finalmente, la Universidad de Stanford considera que los emprendedores sociales difieren en los resultados y la naturaleza de la acción social que realizan.

Con el fin de dar cuenta de estas distintas perspectivas, se ha procedido a distinguir entre varios tipos de emprendimiento, reagrupando las iniciativas sociales en función de tres criterios fundamentales: 1) la priorización de los objetivos sociales –o medioambientales- con respecto a los económicos; 2) la generación de ingresos en base a una actividad lucrativa y 3) la innovación. El resultado son cuatro grandes categorías de empresas sociales (ver Figura 49):

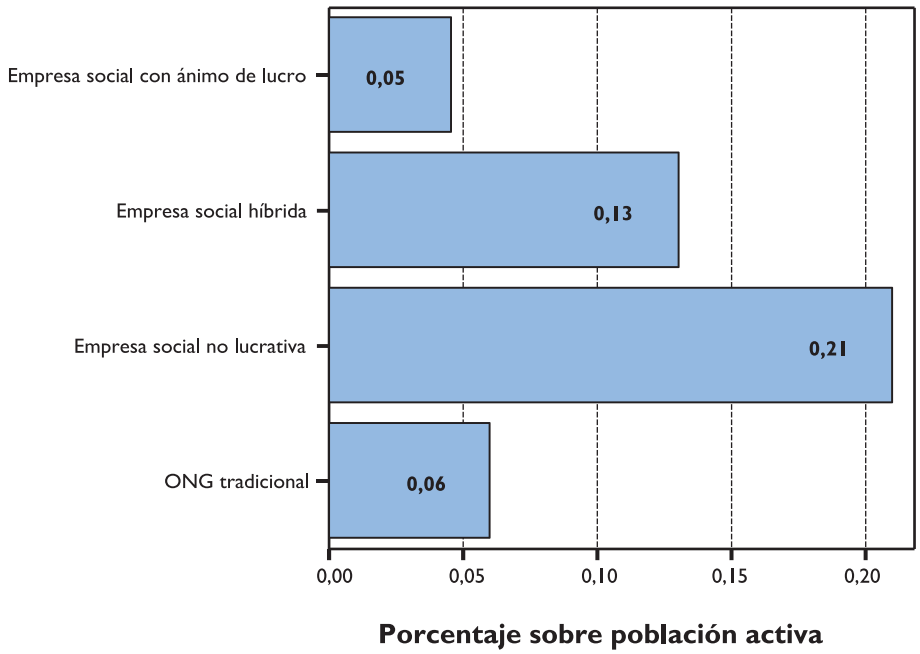
1) Las ONGs tradicionales (tienen una misión social y el estatus de organización sin ánimo de lucro)
2) Las empresas sociales sin ánimo de lucro (mismo que las ONGS pero con un claro componente innovador)
3) Las empresas sociales híbridas (tienen una misión social y alcanzan la sostenibilidad económica en base a una mezcla de ingresos propios y donaciones filantrópicas)
4) Empresas sociales con ánimo de lucro (mezcla de misión social y objetivos económicos – conocido en inglés como double bottom line-, y sostenibilidad económica basada en la generación de ingresos propios).

**Figura 49. Modelo GEM de la actividad emprendedora social**




Los análisis realizados en base a la encuesta APS muestran (Figura 50) que el tipo de organizaciones sociales creadas en España coincide con el de la mayoría de los países que pertenecen al grupo de "desarrollo en base a la innovación". Estos países destacan por una proporción elevada de empresas sociales no lucrativas, es decir de ONGs que intentan abordar los problemas sociales de una forma innovadora y/o que utilizan herramientas de gestión propias de las empresas tradicionales con el fin de mejorar su eficiencia e impacto social. A estas le siguen las empresas sociales híbridas y las ONG tradicionales. En último lugar se encuentran las empresas en las que la misión social va de la mano de la consecución de lucro económico.

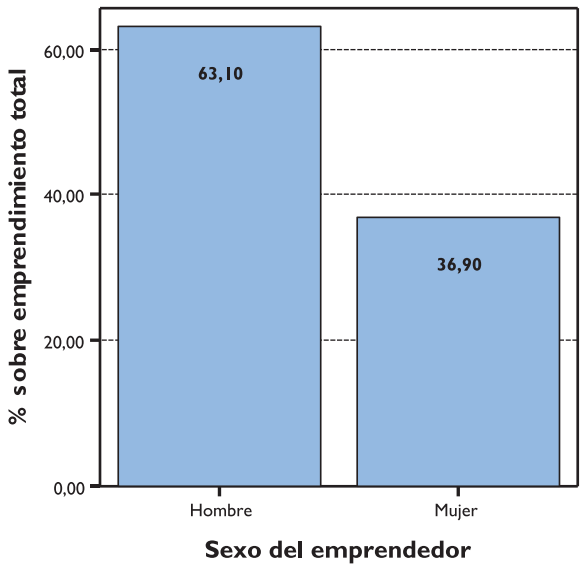
**Figura 50. Tipos de empresa social: porcentaje sobre población activa española 2009**




## *10.4. Perfil socio-demográfico de los emprendedores sociales en España*

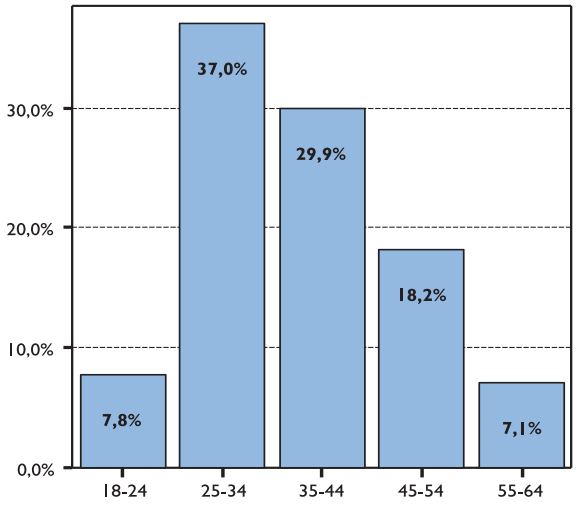
En cuanto a la distribución de la actividad emprendedora social por género, el SEA sigue una pauta parecida al TEA, puesto que la participación femenina alcanza unos niveles inferiores a los del hombre, siendo el ratio mujer/hombre de 0,66. ¿A qué se deben estás diferencias de género? En principio podemos plantear la posibilidad de que las mujeres emprendedoras se enfrentan al mismo tipo de barreras independientemente del hecho que tengan una misión social o no. Sin embargo será necesario realizar un análisis más profundo para poder dar una respuesta definitiva a esta pregunta.

**Figura 51. Actividad emprendedora social en España, en función del género**



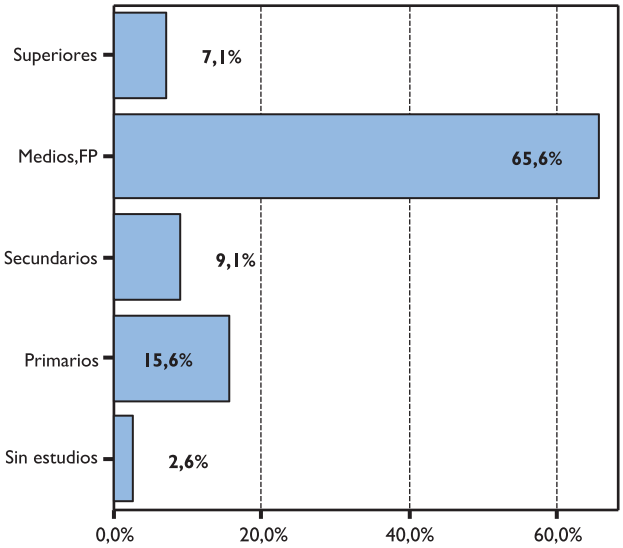
La distribución del SEA por grupos de edades arroja una pauta parecida a la del resto de los países "innovation-driven", en el que predominan los emprendedores sociales jóvenes (25-34), aunque se diferencia de estos a la tener una proporción mucho más reducida de emprendedores muy jóvenes (18-24). Este dato podría resultar a primera vista sorprendente dada la elevada participación de los jóvenes españoles en organizaciones sociales. No obstante, parece que dicha participación, que generalmente toma la forma de voluntariado, tarda algunos años antes de materializase en la creación de una organización propia.

**Figura 52. Actividad emprendedora social en España, en función de la edad**



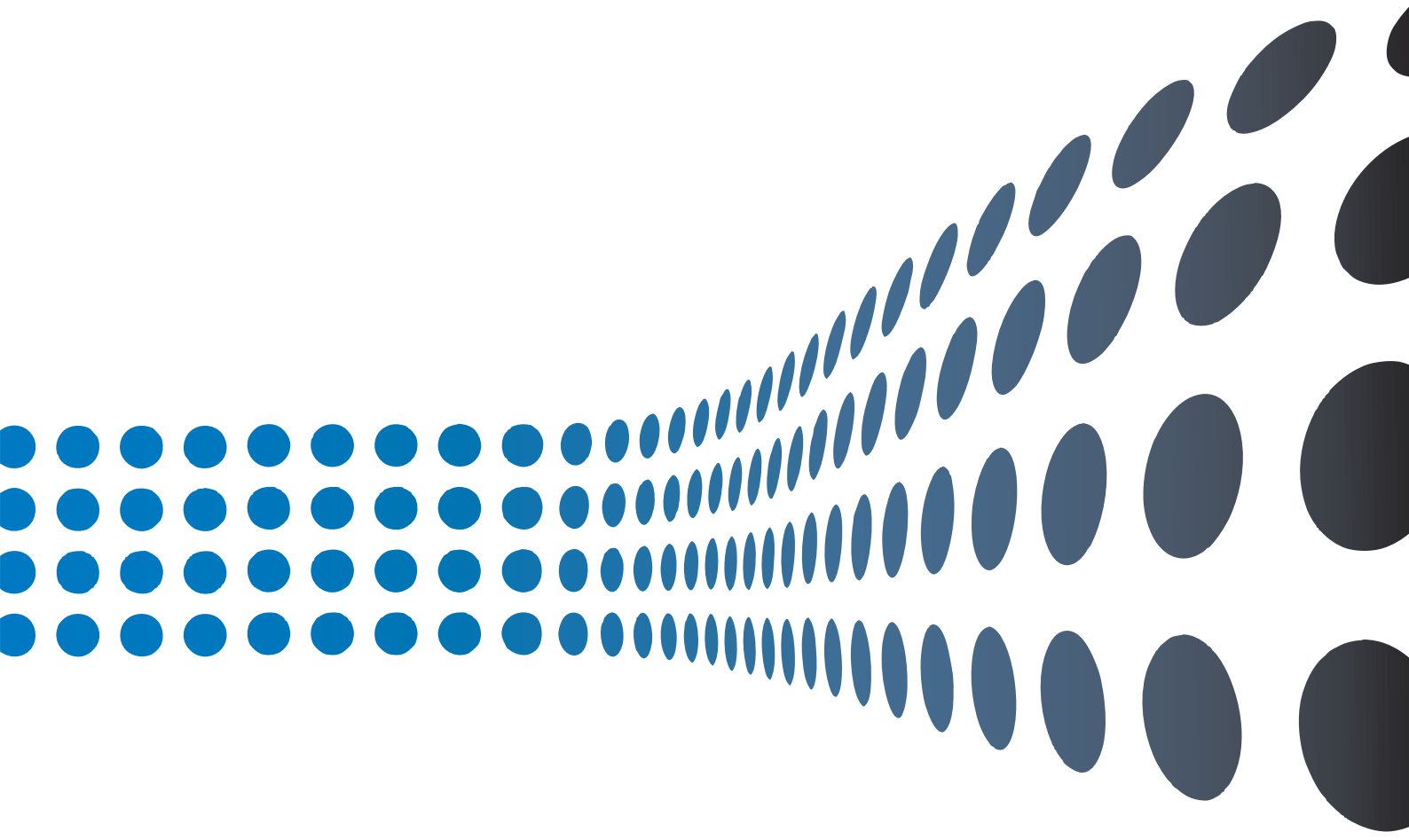

La distribución de emprendedores sociales por nivel de estudios merece especial atención pues, a diferencia de lo que pasa en el resto de los países "innovation-driven", se caracteriza por una elevada preponderancia de personas con nivel de estudios medios o FP, y una muy reducida representación de emprendedores con otros niveles educativos. De especial relevancia es la escasa participación de personas con estudios superiores en el sector social, aunque será necesario profundizar en este aspecto en ediciones próximas del informe GEM para poder aportar una explicación satisfactoria a este dato.

**Figura 53. Actividad emprendedora social en España, en función del nivel de estudios**



# 2009

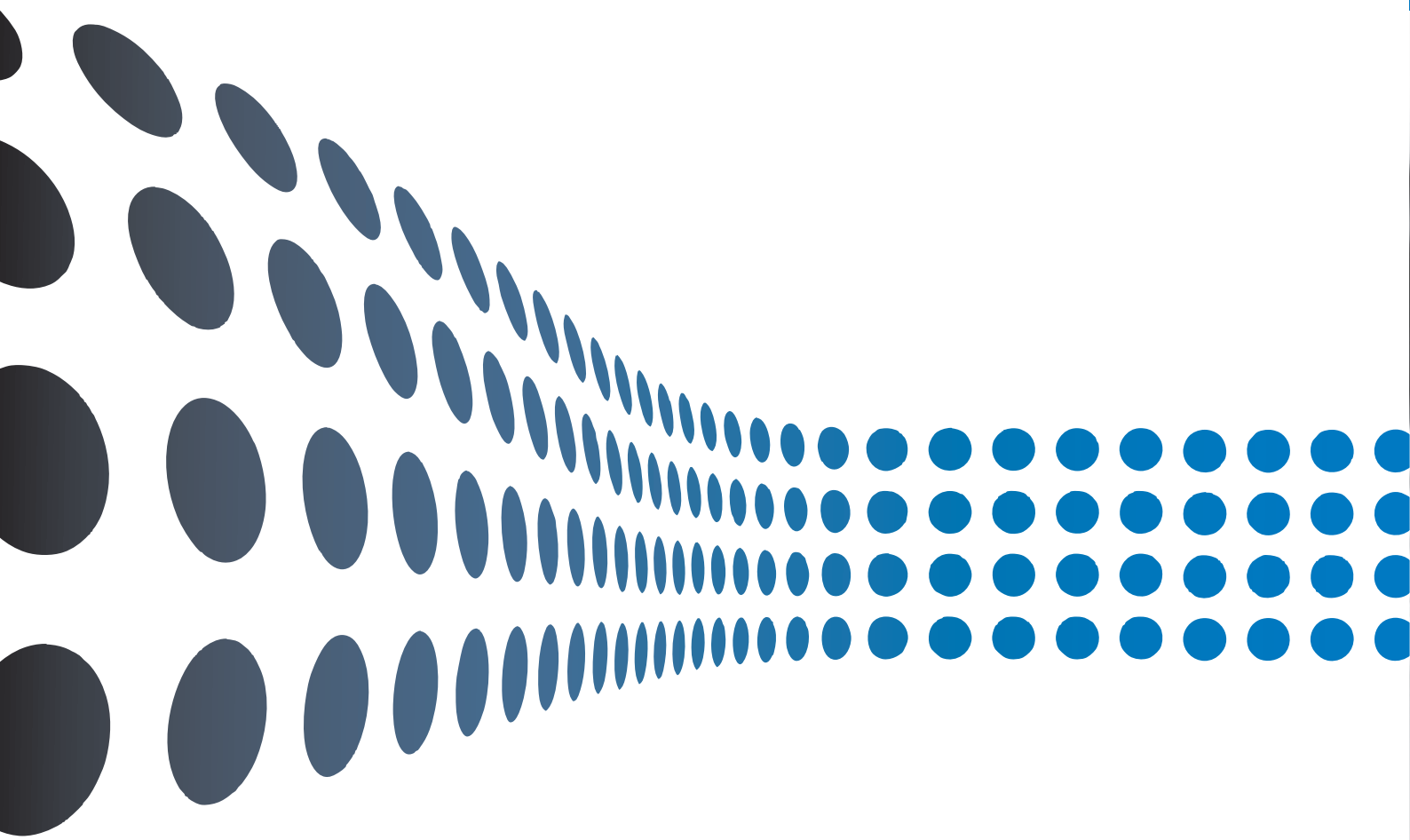
Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACION

# 2009

Informe Ejecutivo GEM España



ie
Banesto FUNDACION
GEM

# 11 Actividad emprendedora y empresa familiar

2009

Informe Ejecutivo GEM España

# Capítulo 11: Actividad emprendedora y empresa familiar

## 11.1. Introducción

Aunque la falta de unanimidad sobre la definición de empresa familiar ha provocado una falta de consenso a la hora de determinar su contribución exacta a las economías mundiales, la mayoría de los investigadores coinciden en señalar que, hoy en día, las empresas familiares constituyen una de las formas dominantes de organización en todo el mundo[1]. Sin embargo, la contribución de las empresas familiares a la actividad emprendedora está aún por explorar, pues la mayoría de los estudios analizan la empresa familiar una vez que ésta se ha consolidado, siendo lo más frecuente el análisis de los problemas implícitos en la sucesión generacional, gobierno de la empresa y otros temas.

Consciente de esta necesidad, el Proyecto GEM España ha incluido en su edición 2009 una serie de variables que permiten dimensionar la actividad emprendedora de las empresas familiares, así como analizar sus principales características.

Dado que como se ha mencionado, la definición de empresa familiar sigue siendo objeto de controversia, se ha adoptado una que es común en los estudios de empresas familiares y que clasifica como tales a aquellas iniciativas que cuentan con la presencia de la familia en la dirección y/o en la propiedad de la empresa.

## 11.2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial de las empresas familiares

La Tabla 64 muestra los principales indicadores de la actividad emprendedora y consolidada incluidos en el informe GEM y el porcentaje correspondiente a las empresas familiares en cada una de estas parcelas. Como se muestra en dicha Tabla, hay presencia de modelo familiar en un 1,1% de la actividad emprendedora y en un 1,6% de las empresas consolidadas, mientras que en el apartado de abandonos un 0,2% de las empresas eran familiares.

El porcentaje, sobre todo en el caso de las empresas consolidadas, puede parecer escaso a priori pero hay que tener en cuenta que nuestra definición implica la presencia de un directivo y/o accionista familiar además del propietario, por lo que en este sentido es más restrictiva que las utilizadas en otros estudios. Así, por ejemplo, no entrarían dentro de la categoría GEM de empresas familiares aquellas en las que el propietario emplea a un familiar en un puesto no directivo.

**Tabla 64. Actividad emprendedora y Dinámica empresarial de las empresas familiares**

| Indicador | TOTAL GEM 2009 (%) | TOTAL GEM 2009 (%) |
|---|---|---|
| **TEA 09 FAMILIAR** | 5,1 | 1,1 |
| **Empresas consolidadas** | 6,4 | 1,6 |
| **Tasa de cierre** | 2 | 0,2 |

En el caso del TEA, los resultados de la Tabla 65 muestran el desglose de la actividad emprendedora del 2009 en España en cuanto a proporción de iniciativas nacientes (de 0 a 3 meses de vida) y nuevas (de 3 a 42 meses de vida) en empresas familiares, comparándola con el total nacional, siendo el porcentaje de nacientes significativamente superior en el caso de las empresas familiares. Por consiguiente, el modelo familiar se está incrementando en la creación empresarial más reciente, siendo interesante esta constatación porque pone de manifiesto que el modelo no está agotado entre las nuevas generaciones de empresarios.

**Tabla 65. Emprendimiento naciente y nuevo y su dimensión familiar**

| Indicador | TEA TOTAL 2009 (%) | EMPRESA FAMILIAR (%) |
|---|---|---|
| **Emprendimiento Naciente** | 45,4 | 56,3 |
| **Empresas Nuevas** | 54,6 | 43,7 |

El observatorio GEM permite además, ahondar en los motivos que existen tanto detrás de la puesta en marcha de una iniciativa empresarial como detrás del abandono de la empresa. Si comparamos los motivos de las empresas que nacen con familiares en su directiva y/o propiedad, vemos que no se observan diferencias significativas entre el grupo de familiares y el resto de los emprendedores (Tabla 66).

**Tabla 66. Distribución de iniciativas emprendedoras totales y de modelo familiar, en función de la motivación principal para su puesta en marcha**

| Motivo de su creación | TEA 09 | TEA FAMILIAR |
|---|---|---|
| **Oportunidad pura** | 49,50% | 55,40% |
| **Oportunidad en parte** | 34,10% | 31,30% |
| **Necesidad** | 16,40% | 13,30% |

Sí que se observan, sin embargo, ciertas diferencias en el caso del motivo de abandono. Así, la venta está más extendida, proporcionalmente hablando, entre la empresa familiar, así como los problemas para la obtención de financiación, la jubilación y, sobre todo, la categoría "otros motivos", lo que se interpreta como código que puede estar recogiendo situaciones tales como conflictos familiares o ausencia de un sucesor adecuado, que suelen estar detrás del abandono de este tipo de empresas (Tabla 67). El abandono por falta de rentabilidad se da, en proporción, mucho más en el conjunto total de empresas de todo tipo que en el modelo familiar, tema importante, por cuanto pone de manifiesto que el tipo de negocio desarrollado por este modelo puede estar respondiendo a oportunidades diferenciales y con mayores posibilidades de éxito que el resto. En España, son muy numerosos los ejemplos de familias que han proporcionado importantes empresas en múltiples sectores: vitivinícola, hostelero, de servicios, farmacéutico, construcción, inmobiliario y muchos más.

**Tabla 67. Motivos de abandono en la empresa en general y en la empresa familiar**

| | TOTAL DE ABANDONOS | ABANDONO DE EMPRESA FAMILIAR |
|---|---|---|
| Oportunidad para vender la empresa | 5,9 | 7,0 |
| El negocio no era rentable | 39 | 28,9 |
| Problemas en la obtención de financiación | 24,7 | 32,1 |
| Otra oportunidad de negocio | 6,4 | 4,9 |
| La salida ha sido planificada con antelacion | 1,3 | 1,1 |
| Jubilación | 2,4 | 3,8 |
| Motivos personales | 9,3 | 4,6 |
| Otros | 0,5 | 13,4 |
| No sabe | 1 | 4,2 |

## *11.3. Características de los emprendedores familiares*

En este apartado analizamos en qué medida el perfil del emprendedor que decide crear una empresa contando con la presencia de familiares en la dirección y/o en la propiedad de la misma (emprendedor familiar), difiere del perfil del emprendedor cuya iniciativa empresarial no implica la presencia de familiares.
Como muestran los gráficos y como era de esperar, no existen diferencias en cuanto al nivel de educación de ambos tipos de emprendedores. En relación a la edad, se observa un porcentaje superior de emprendedores familiares en el rango de edad de 34 a 44, y un porcentaje inferior en el rango de 25-34 aunque de nuevo, la distribución es bastante similar en ambos grupos. La diferencia mas significativa la encontramos en el caso del género, con un porcentaje superior de mujeres que deciden iniciar negocios contando con sus familiares que en el caso de los hombres (46% frente al 34% en el caso de los hombres).

**Figura 54. Nivel de educación de emprendedores familiares y no familiares**

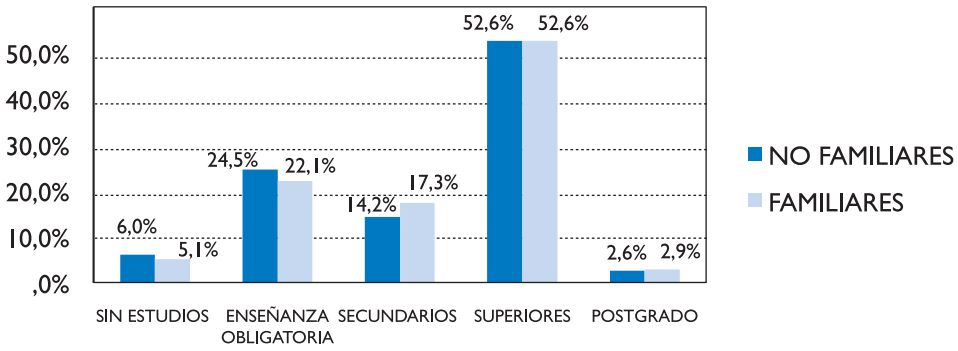


**Figura 55.** Edad de los emprendedores familiares y no familiares

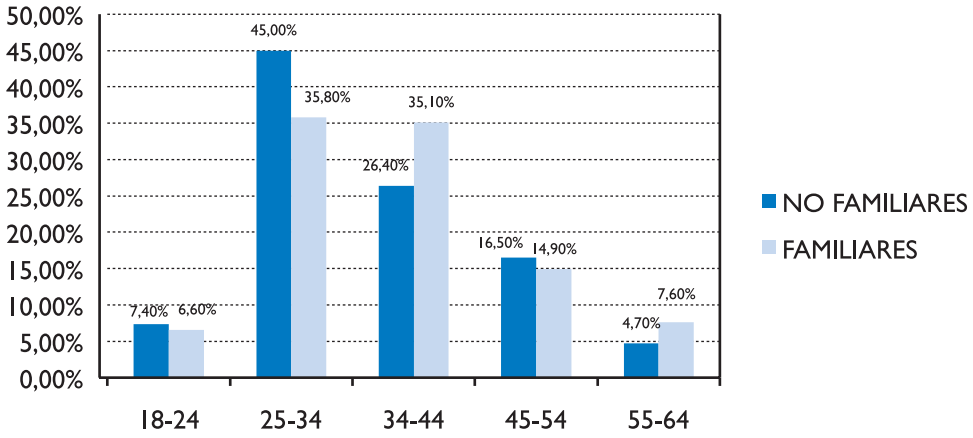
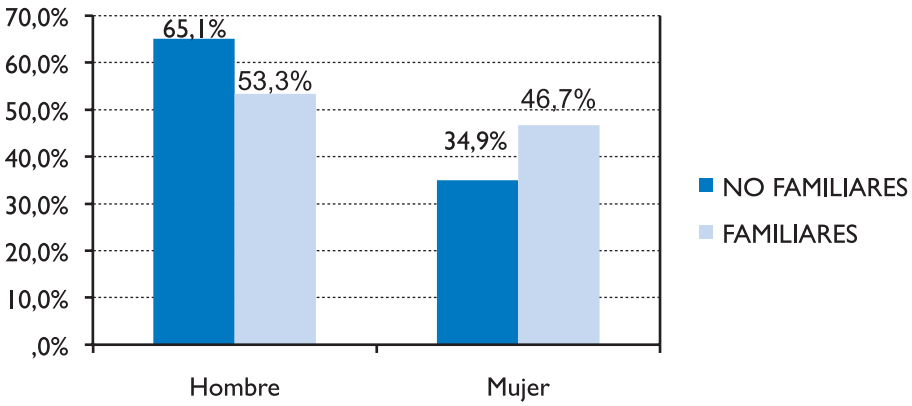



**Figura 56.** Distribución del género entre los emprendedores familiares y no familiares




## *11.4. Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor y empresarial en el caso de las empresas familiares*

Aprovechando la riqueza de los datos proporcionados por el observatorio GEM, en este apartado se analizan las características de las empresas de reciente creación (operativas entre 0 y 42 meses) así como de las consolidadas (operativas durante más de 42 meses), distinguiendo su condición de empresa familiar y comparándolas con aquellas que no son familiares.

### *11.4.1. Sector de actividad en el que operan las iniciativas emprendedoras y consolidadas familiares españolas en el 2009*

Tal y como muestran los gráficos 57 y 58, tanto para el caso de iniciativas emprendedoras de menos de 42 meses como para actividades consolidadas se observa una mayor presencia de las empresas familiares en los sectores orientados al consumo y extractivo, así como una menor presencia en el sector transformador y de servicios a empresas.

**Figura 57.** **Distribución sectorial de las iniciativas emprendedoras familiares y no familiares**

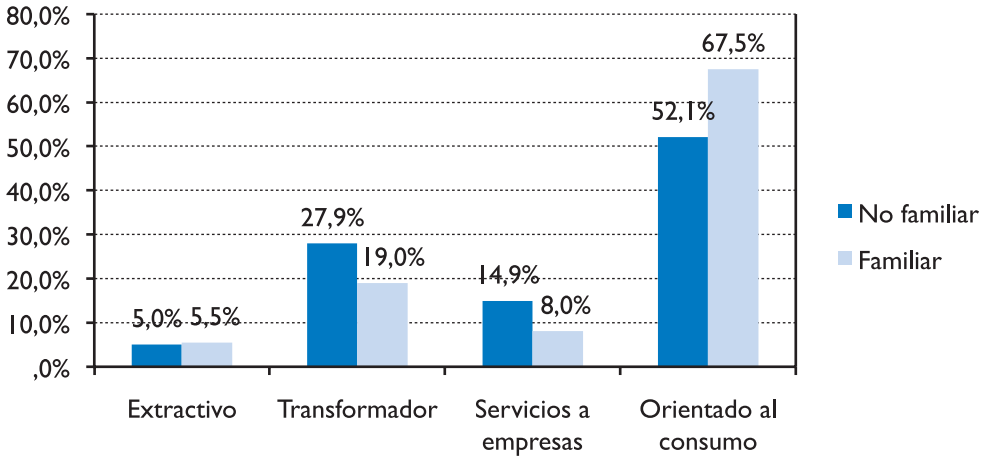
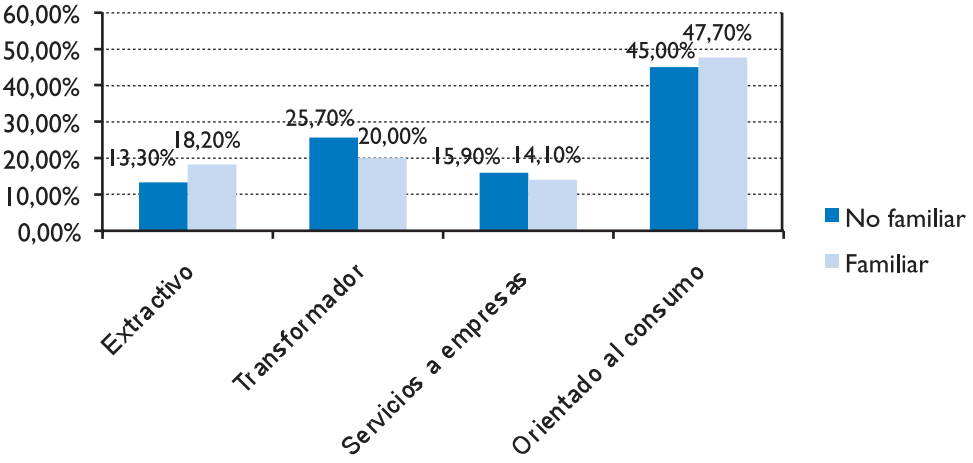



**Figura 58.** **Distribución sectorial de las actividades consolidadas familiares y no familiares**




## *11.4.2. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y consolidadas familiares españolas en el 2009*

En relación a la dimensión de las actividades emprendedoras y consolidadas, los datos muestran que, si bien como sabemos, la mayoría de las empresas son microempresas, es decir tienen menos de 10 empleados, la proporción de empresas familiares entre las empresas de mayor dimensión es superior al de las no familiares. La diferencia se mantiene en ambos tipos de iniciativas, aunque es más acusada en el caso de las consolidadas.

**Figura 59.** **Dimensión de las iniciativas emprendedoras familiares y no familiares**

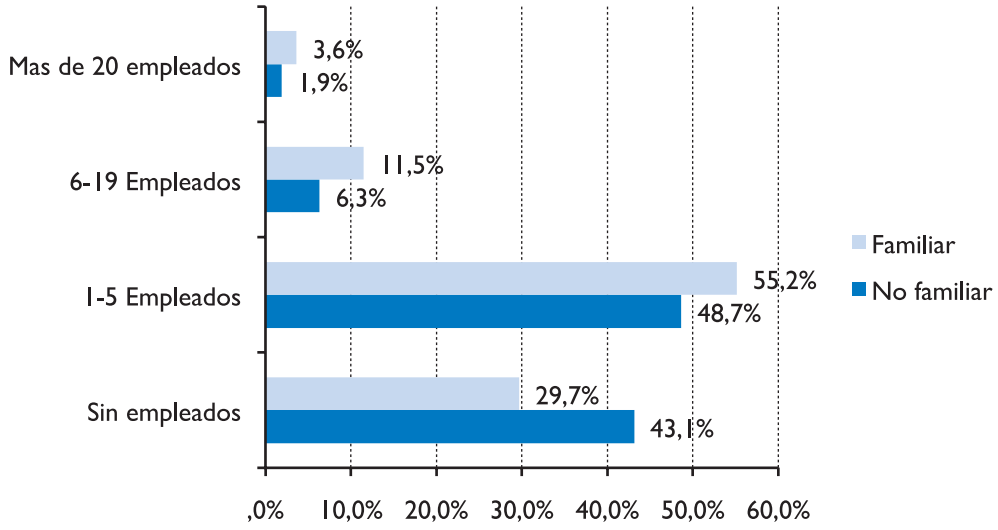
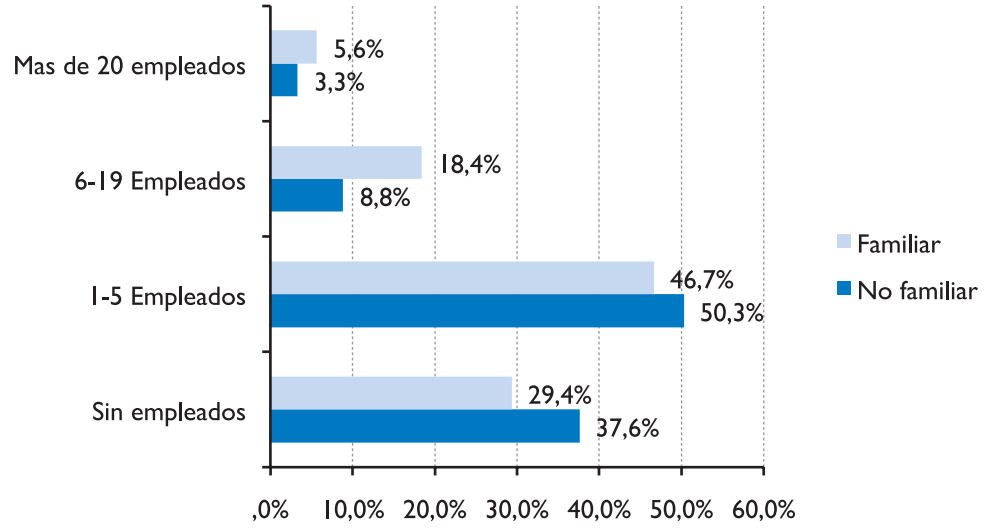



**Figura 60.** **Dimensión de las actividades consolidadas familiares y no familiares**




### *11.4.3. Potencial de crecimiento de las iniciativas emprendedoras y consolidadas familiares españolas en el 2009*

El carácter familiar de la empresa también influye en las expectativas de crecimiento en términos de la creación de nuevos puestos de trabajo tal y como indican los emprendedores encuestados. Como muestran las figuras 61 y 62 las empresas que cuentan con familiares en la propiedad y/o dirección son más optimistas en sus expectativas de generación de empleo, una tendencia que de nuevo es más acusada para el caso de las empresas consolidadas.

**Figura 61. Potencial de crecimiento de las iniciativas emprendedoras familiares y no familiares.**

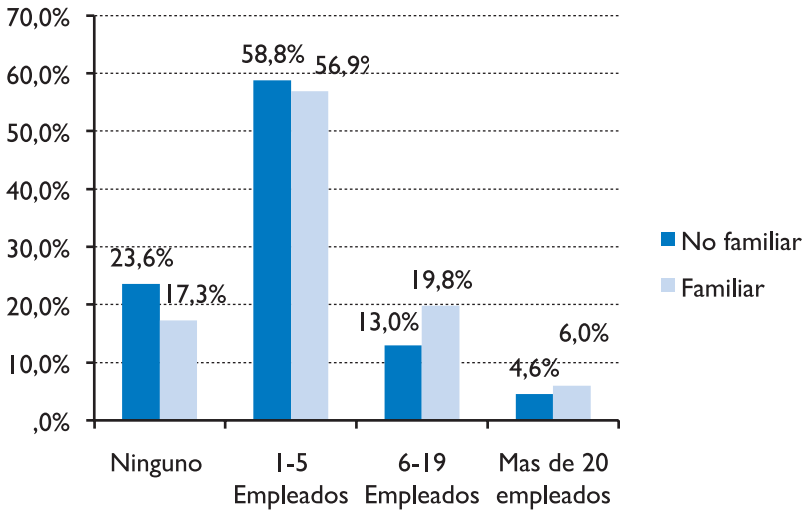
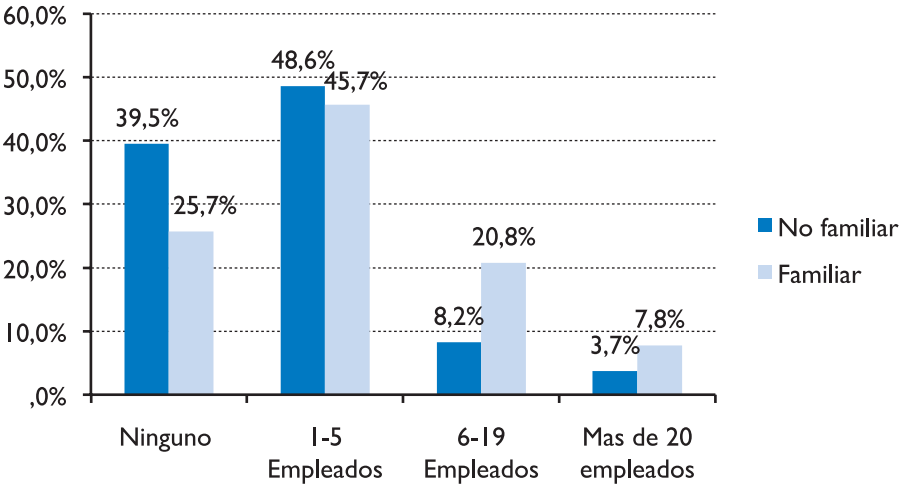



**Figura 62. Potencial de crecimiento de las empresas consolidadas familiares y no familiares**




## *11.4.4. Competencia, uso de nuevas tecnologías e internacionalización de las iniciativas familiares en fase emprendedora y consolidada*

Los estudios existentes sobre empresas familiares muestran la existencia de un debate abierto sobre el carácter más o menos innovador de las mismas frente a las no familiares, así como en relación a su mayor o menor propensión al riesgo. Los resultados hasta la fecha no son concluyentes y existe evidencia en ambos sentidos. Por esta razón, los resultados que proporciona el proyecto GEM a través de una muestra elevada y una metodología rigurosa son fundamentales para arrojar alguna luz en este debate.

A lo largo de este apartado vamos a comparar empresas familiares y no familiares en relación a tres variables fundamentales: grado de competencia, uso de nuevas tecnologías e internacionalización.

Siguiendo la metodología GEM, calculamos el grado de competencia que afronta la iniciativa emprendedora y la consolidada en función de cuántas empresas del entorno replican el producto o servicio. La Tabla 68 muestra el

porcentaje de empresas que ofrecen un producto o servicio similar al de la empresa que posee el individuo encuestado. Aunque los porcentajes son similares, es de destacar que para las empresas consolidadas, el porcentaje de empresas cuyo producto o servicio no es ofertado por ningún competidor, por tanto más competitivas, es significativamente menor para las empresas familiares.

**Tabla 68. Porcentaje de empresas familiares y no familiares que ofrecen un producto o servicio similar**

| | Actividad Emprendedora | | Empresa Consolidada | |
|---|---|---|---|---|
| | NO FAMILIAR | FAMILIAR | NO FAMILIAR | FAMILIAR |
| MUCHOS | 55,6% | 51,1% | 67,8% | 69,3% |
| ALGUNOS | 30,6% | 36,5% | 25,1% | 27,5% |
| NINGUNO | 13,8% | 12,4% | 7,1% | 3,2% |

La tabla 69 muestra que sin embargo estas diferencias no existen en relación a la antigüedad de las tecnologías utilizadas que muestran porcentajes similares en ambos grupos. Si acaso, las empresas familiares consolidadas hacen un uso ligeramente superior de nuevas tecnologías, algo que no ocurre en el caso de las actividades nuevas y nacientes y que posiblemente guarde relación con su mayor dimensión y capacidad de inversión en actualización.

**Tabla 69. Antigüedad de las tecnologías utilizadas en la empresa familiar y no familiar**

| | Actividad Emprendedora | | Empresa Consolidada | |
|---|---|---|---|---|
| | NO FAMILIAR | FAMILIAR | NO FAMILIAR | FAMILIAR |
| TECNOLOGIA: MENOS DE 1 AÑO | 15.1% | 12.4% | 8,9% | 11,2% |
| TECNOLOGIA: ENTRE 1 Y 5 AÑOS | 18.7% | 17.8% | 14.5% | 14,0% |
| TECNOLOGIA: MAS DE 5 AÑOS | 66.2% | 69.8% | 76.6% | 74.8% |

Para completar este apartado, se ha medido el grado de actividad exportadora de las empresas de la muestra, comparándolas por su carácter familiar. Tal y como indica la Tabla 70, los datos del observatorio GEM no apoyan la tesis que sugiere que las empresas familiares tienen menos presencia en los mercados internacionales, sino que en algunos tramos, incluso hay mayor proporción de empresas familiares exportadoras.

**Tabla 70. Grado de internacionalización de la empresa familiar y no familiar**

| | Empresa Consolidada | | Actividad Emprendedora | |
|---|---|---|---|---|
| | NO FAMILIAR | FAMILIAR | NO FAMILIAR | FAMILIAR |
| 75-100% | 3,6% | 2,3% | 4,5% | 2,6% |
| 25-75% | 4,9% | 9,1% | 8,1% | 11,2% |
| 1-25% | 12,2% | 13,1% | 16,0% | 16,5% |
| NINGUNA | 77,9% | 73,2% | 72,4% | 69,6% |

## 11.5. *Impacto de la crisis sobre las iniciativas emprendedoras y consolidadadas de carácter familiar*

Por último, aprovechando las preguntas nuevas introducidas en las encuestas GEM este año para medir el impacto de la crisis sobre la actividad emprendedora, analizamos en qué medida este impacto difiere en función del carácter familiar de la empresa. Las preguntas tratan de captar en que medida la crisis supone nuevas oportunidades y en qué medida ésta supone una dificultad adicional al hecho de dirigir una empresa con respecto a hace un año.

Los gráficos muestran la comparativa entre empresas familiares y no familiares para empresas nuevas y consolidadas. Los resultados sugieren que el impacto de la crisis es independiente del carácter familiar de las empresas asi como de los años que llevan en el mercado. Para la mayoría, la crisis ha supuesto la existencia de menos oportunidades de negocio y una mayor dificultad a la hora de gestionar sus empresas. Las empresas familiares son ligeramente más pesimistas a la hora de valorar este impacto, aunque la diferencia no es estadísticamente significativa.

**Figura 63. Impacto de la crisis en la existencia de nuevas oportunidades de negocio para iniciativas emprendedoras**

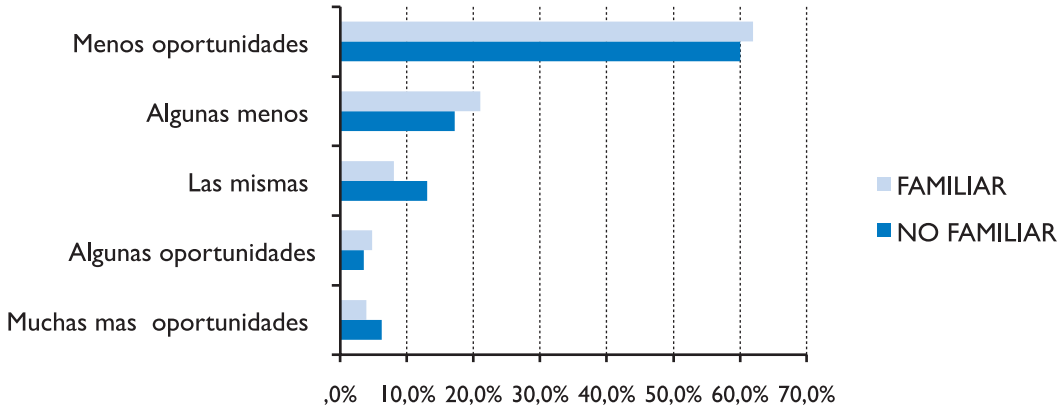



**Figura 64. Impacto de la crisis en la existencia de nuevas oportunidades de negocio para empresas consolidadas**

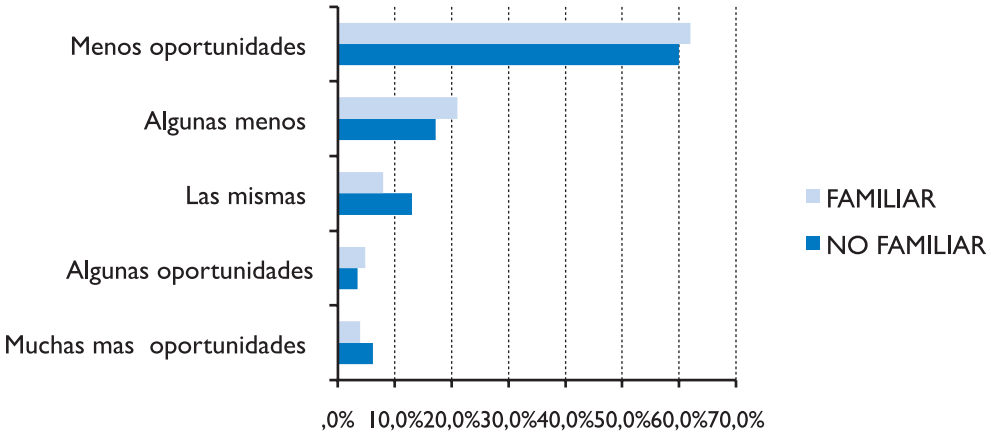


**Figura 65.** **Impacto de la crisis en la percepción sobre la dificultad para dirigir una empresa para iniciativas emprendedoras**

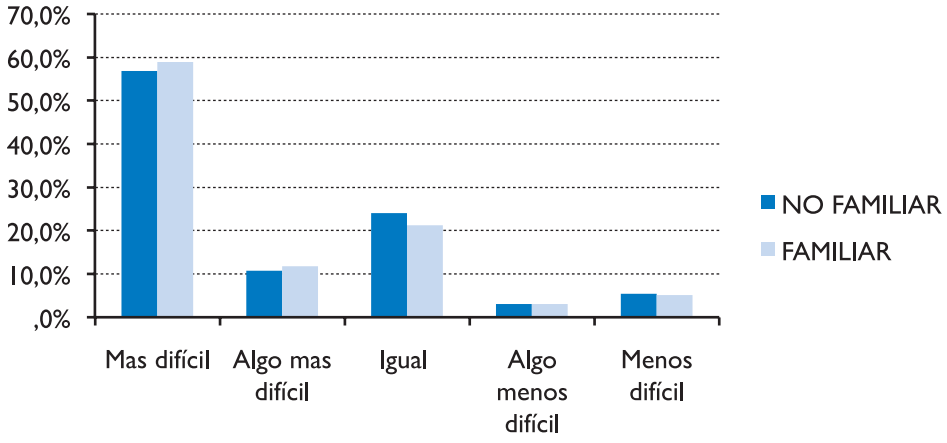
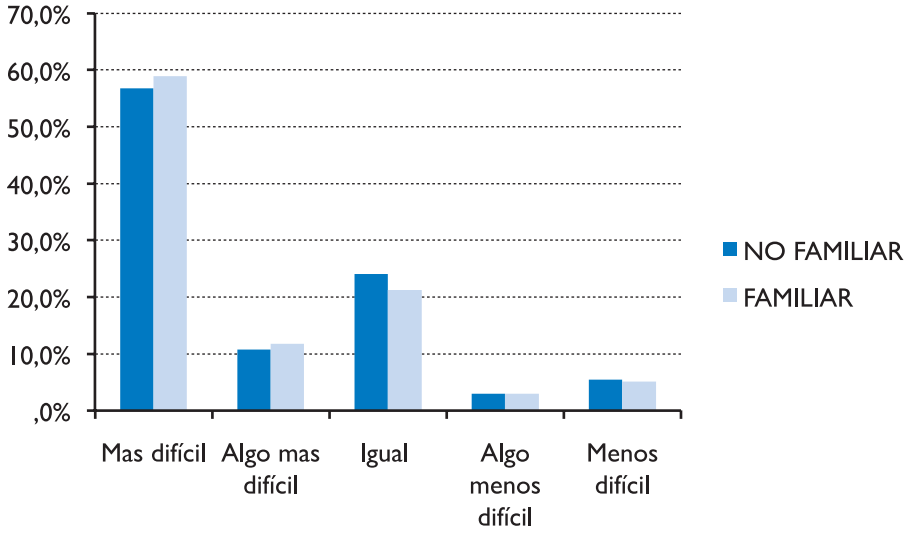
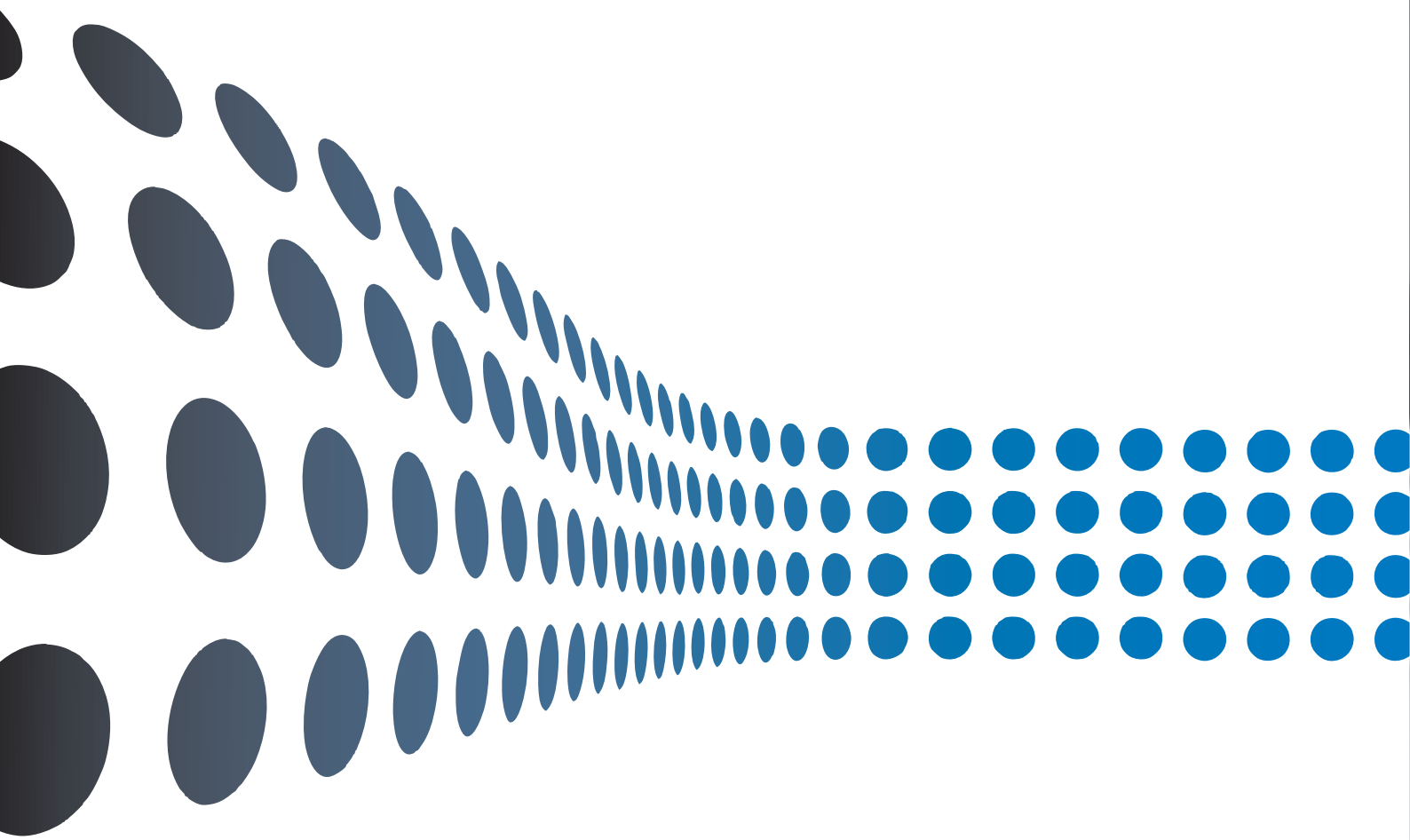



**Figura 66.** **Impacto de la crisis en la percepción sobre la dificultad para dirigir una empresa para empresas consolidadas**



2009

Informe Ejecutivo GEM España



# 12 Educación emprendedora y SPIN OFF

# Capítulo 12: Formación específica para emprender e impacto de la I+D en el proceso emprendedor y empresarial español el año 2009

## 12.1. Introducción

En su edición del 2008, el proyecto GEM realizó un esfuerzo sin precedentes para medir la prevalencia de educación específica para emprender en la población activa de 39 naciones participantes en el observatorio. Resultado de esta iniciativa, se ha publicado un informe de carácter global que ha despertado el interés de organizaciones como la OCDE por constituir la primera aproximación internacional que se ha realizado sobre el tema. España participó en este estudio especial y, en el año 2009 ha mantenido en sus encuestas, las preguntas básicas para ver la evolución de los indicadores de implantación de este tipo de educación en nuestra sociedad.

Por otro lado, conscientes de la importancia que tiene para nuestro país el mayor impulso de la transferencia de I+D y el emprendimiento derivado de esfuerzos de I+D surgidos en el ámbito universitario y los parques científicos, así como otras instituciones investigadoras, unido a lo anterior, se explora por primera vez en el observatorio español, la relación entre nuestra actividad emprendedora y consolidada y los resultados de investigación de las mencionadas instituciones. Los principales resultados de esta exploración se presentan en este capítulo, si bien, el equipo investigador GEM ampliará la explotación estadística de esta información en artículos más especializados que no tienen cabida en el Informe.

## 12.2. Prevalencia de la formación específica para emprender en la población activa española el año 2009

En el capítulo 9, se ha podido comprobar cómo el estado de la educación emprendedora, especialmente la que se realiza en las escuelas primaria y secundaria, es la condición de entorno para emprender peor valorada por los expertos y, según ellos, en un estado que necesita urgente atención.

En España, la educación emprendedora está más desarrollada en la etapa posterior a la escolar, si bien, existen programas excelentes en formación para escolares, entre los que destacan los de Valnalón, cuyo centro tecnológico y de desarrollo del emprendimiento los aplica, no sólo en Asturias, sino en otras regiones españolas. Por consiguiente, lo que falta en nuestro país no son ideas ni materiales didácticos, sino profesorado preparado para impartirlos y una amplia cobertura del ámbito escolar en cuanto a la implantación de esta materia por todo el estado. En el informe especial GEM sobre educación emprendedora, se ha calculado la ganancia media en emprendimiento a que pueden aspirar las naciones en que se intensifique la proporción de enseñanzas relacionadas con emprender, y se ha demostrado el beneficio económico y social que representan.

Hablando ya en términos generales, la población activa española muestra un fuerte incremento de la prevalencia en formación para emprender en tan sólo un año, formación que hay que relacionarla más con la intensificación de la enseñanza de estas materias tras el período escolar, dado que los entrevistados tienen entre 18 y 64 años de edad, no afectando la aplicación de programas en escuelas más que a una pequeña parte de la población activa actual.

En la Tabla 71, se muestra la información sobre la prevalencia de formación emprendedora en la población activa en general y desglosada por distintas variables de interés: sexo, edad, nivel de estudios, renta, ser o no empresario/emprendedor, todo ello comparando los datos de los años 2008 y 2009.

**Tabla 71. Principales indicadores de prevalencia de la formación para emprender en la población activa española**

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Formación para emprender en la población activa total** | | | |
| % 2008 | 22,0% | % 2009 | 31,3% |
| **Formación para emprender en la población activa según sexo** | | | |
| % Hombres 2008 | 23,2% | % Hombres 2009 | 33,8% |
| % Mujeres 2008 | 20,6% | % Mujeres 2009 | 28,8% |
| **Formación para emprender en la población activa según edad** | | | |
| % 18-24 años 2008 | 27,1% | % 18-24 años 2009 | 38,8% |
| % 25-34 años 2008 | 24,7% | % 25-34 años 2009 | 38,3% |
| % 35-44 años 2008 | 21,7% | % 35-44 años 2009 | 31,3% |
| % 45-54 años 2008 | 19,1% | % 45-54 años 2009 | 26,4% |
| % 55-64 años 2008 | 18,7% | % 55-64 años 2009 | 21,0% |
| **Formación para emprender en la población activa según nivel de estudios** | | | |
| % sin estudios 2008 | 0,0% | % sin estudios 2009 | 12,1% |
| % primaria 2008 | 16,9% | % primaria 2009 | 21,4% |
| % secundaria 2008 | 22,3% | % secundaria 2009 | 31,5% |
| % medios y F.P. 2008 | 26,0% | % medios y F.P. 2009 | 42,0% |
| % superiores 2008 | 24,7% | % superiores 2009 | 44,1% |
| **Formación para emprender en la población activa según estatus empresarial** | | | |
| % Empresarios 2008 | 27,2% | % Empresarios 2009 | 49,2% |
| % No empresarios | 20,4% | % No empresarios | 27,0% |

Los resultados muestran un notable y significativo avance en la prevalencia de formación específica para emprender en la población activa, que se incrementa en un 42,3%, cifra espectacular de cambio en tan sólo un año.

Este incremento es patente tanto en la población activa masculina como en la femenina, aunque se sigue manteniendo, al igual que en el año 2008, una diferencia en la prevalencia en ambos géneros, de momento, a favor de los hombres, que muestran porcentajes superiores de formación ambos años.

Por otro lado, y prueba de que se progresa en la buena dirección en cuanto a este tema, se aprecia cómo se incrementan los porcentajes de adquisición de esta formación en los grupos más jóvenes de edad de forma lineal, en la fila que presenta los resultados por grupos de edad. Este fenómeno se observa consecutivamente en los años 2008 y 2009.

Lo anterior se refuerza con la relación casi lineal que también se da entre el nivel de estudios y el haber recibido formación específica para emprender, que ha aumentado en todos los niveles entre el 2008 y el 2009, en parte, debido a las medidas tomadas ante el recrudecimiento de la crisis y la necesidad de fomentar el emprendimiento para paliar el paro. Asimismo, es muy importante el incremento de población formada en el seno de la universidad y la enseñanza profesional, pues este desarrollo entra en las recomendaciones que se han venido efectuando en estos diez años del proyecto GEM en España y que se espera que tengan un importante impacto en la generación de iniciativas de mayor calidad y expectativas de éxito.

Por último, y como reflejo más evidente de las medidas de choque frente a la crisis, se advierte un más que notable cambio en la presencia de formación específica entre todos aquellos que se hallan involucrados en el proceso empresarial sea cual sea la etapa del mismo. Los cursos de formación que se vienen implantando por parte de la administración desde el inicio de la recesión tienen, por consiguiente, un fuerte impacto en la población adulta, siendo deseable que se traslade un esfuerzo similar al ámbito escolar, cuyos frutos se recogerían en unos años.

## 12.3. *Etapa en la que se recibe la formación específica para emprender*

El estudio especial sobre educación y formación específica desarrollado por GEM el año 2008, ha puesto en evidencia el mayor desarrollo de esta formación en la fase posterior a la escolar en la mayoría de naciones en que se ha analizado esta educación. España no fue una excepción y los resultados del 2008, mostrados en la Tabla 72 junto a los del 2009, arrojan porcentajes menores de personas sólo formadas en la escuela, si se comparan con los de personas formadas tras la escuela y en ambos períodos.

El año 2009, se intensifica y duplica la prevalencia de esta formación tras la etapa escolar y disminuye la proporción de personas formadas sólo en la escuela o en ambas etapas. Ello significa que se está invirtiendo mucho más en proporcionar formación a adultos y que, incluso, puede estar disminuyendo la inversión en desarrollo de estas enseñanzas en la escuela por una causa derivada de la propia crisis: falta de capital y recursos para sufragar el coste de esta enseñanza, si se imparte como especial y añadida a los programas oficiales de las escuelas.

**Tabla 72. Distribución de la formación específica para emprender, según la etapa en que se ha adquirido la misma**

| | 2008 | 2009 |
|---|---|---|
| **Sólo en la escuela** | 7,3% | 5,1% |
| **Sólo tras la escuela** | 9,4% | 21,4% |
| **En ambas etapas** | 5,2% | 4,6% |
| **No recibe formación** | 78,2% | 68,9% |
| **Total** | 100,0% | 100,0% |

Un paso atrás, por consiguiente, en la mejora de la peor condición de entorno para emprender, y cuya recuperación y desarrollo se recomienda encarecidamente desde el observatorio GEM para España.

## 12.4. *Actividad emprendedora y empresarial derivada de la transferencia de I+D en España el año 2009*

En una situación de crisis como la actual, muchos son los analistas (Milla y otros, 2009), que señalan que la innovación y el desarrollo constituyen elementos clave para cambiar el modelo empresarial español a medio plazo, siendo éste el camino más racional para enfrentar la salida de la misma. España no se distingue, precisamente, por una brillante trayectoria de relación entre empresa y universidad o sector investigador en general. Sin embargo, también es cierto que el observatorio GEM no ha dedicado esfuerzos en estos diez años a tratar de cuantificar la actividad emprendedora y empresarial que puede estar respondiendo a un patrón tipo spin off[2] o similar.

*(2) La empresa spin off, estrictamente hablando sería aquella creada para explotar un conocimiento, tecnología o resultado de investigación desde la propia universidad, por lo que los datos que ofrece el observatorio GEM no son exactamente de este tipo, sino más generales. Los autores han tratado de efectuar una primera aproximación al fenómeno captando todo tipo de empresas, ya sean creadas desde la universidad o no.*

Por todo ello, en la edición 2009, se han añadido preguntas, en la encuesta a la población adulta, que permiten una primera aproximación a esta laguna informativa. Así, a los emprendedores potenciales, a los que ya están en marcha y a los empresarios consolidados, se les ha preguntado si la idea de empresa que piensan crear, están creando o han creado, se pondrá o puso en marcha para explotar comercialmente algún conocimiento, tecnología o resultado de investigación desarrollado en una universidad. Los resultados de esta consulta se pueden ver a continuación.

**Tabla 73. Proporción de actividades emprendedoras y empresariales derivadas de la explotación comercial de algún conocimiento, tecnología o resultado de investigación desarrollado en una universidad**

| | % del total de cada grupo |
|---|---|
| **Emprendedores potenciales** | 20,4% |
| **Emprendedores nacientes** | 14,3% |
| **Emprendedores nuevos** | 10,3% |
| **Empresarios consolidados** | 10,0% |

**Las conclusiones que se extraen de los mismos son, cuando menos, esperanzadoras:**

- **La proporción de negocios puestos en marcha para explotar comercialmente algún conocimiento, tecnología o resultado de investigación desarrollado en una universidad no es desdeñable y se muestra superior a lo que cabía esperar a priori.**

- **La proporción aumenta linealmente a medida que la etapa empresarial a que se hace referencia es más reciente. Así, el mayor porcentaje se da entre aquellos que están pensando en emprender, seguido por los emprendedores nacientes, los nuevos y, finalmente, a poca distancia, por los ya consolidados.**

- **Por consiguiente, el fenómeno aparece como progresivo, tal y como es deseable para España, si bien, con esta información no se puede aspirar a hablar del impacto económico y competitivo de estas iniciativas.**

Dado el elevado interés del tema, se presenta a continuación información de las principales características de estas actividades, que el observatorio permite elaborar para las etapas naciente, nueva y consolidada.

## 12.5. *Principales características de la actividad emprendedora y empresarial derivada de la transferencia de I+D en España el año 2009*

En la distribución sectorial de la actividad tipo spin off (ver Tabla 74), se advierte una interesante progresión hacia un mayor desarrollo en el sector transformador, el más necesitado de transferencia de I+D en nuestro país, habiendo disminuido mucho la incidencia en el sector servicios a empresas (muy afectado por la crisis), aumentado ligeramente la del sector orientado al consumo y perdido algo de peso la del sector extractivo.

En consecuencia, los emprendedores más recientemente incorporados al mercado, reflejan la tendencia deseada de un mayor crecimiento industrial sustentado en innovación y desarrollo, si bien hay que observar en los años siguientes si este progreso se irá consolidando.

Entre las principales características de estas actividades se advierte una pérdida de presencia en sectores mediana o altamente tecnológicos que se había dado en años anteriores, pues las actividades nacientes no muestran esta característica y sí que lo hacen las consolidadas y, sobre todo las nuevas, que llevaban entre 3 y 42 meses en el mercado

en el momento de la encuesta GEM. Por consiguiente, la crisis, ha supuesto un retroceso en la inversión en sectores tecnológicos de productos y servicios resultantes de la I+D.

En cambio, los datos revelan un progreso en expectativas de crecimiento en el principal mercado, pues entre las actividades nacientes, la gran mayoría espera expandirse y un 13,6%, el mayor porcentaje registrado, tienen altas expectativas de crecimiento.

También se advierte una recuperación en la senda de la inversión en tecnologías de última generación, que se incrementa muy notablemente entre la etapa nueva y la naciente, cuando ya había sido bastante significativa en la consolidada.

Asimismo, parecen recuperarse significativamente la competitividad y la innovación, pues entre las actividades nacientes, casi un 22% no tiene competencia cuando entre las nuevas este porcentaje es tan sólo del 6,7% y un 41% afirma ofrecer producto o servicio completamente innovador frente al 21% en el caso de las empresas nuevas y el 16,5% de las consolidadas. La exportación es el indicador que menos evolución presenta y se mantiene alrededor del 38% en las tres etapas.

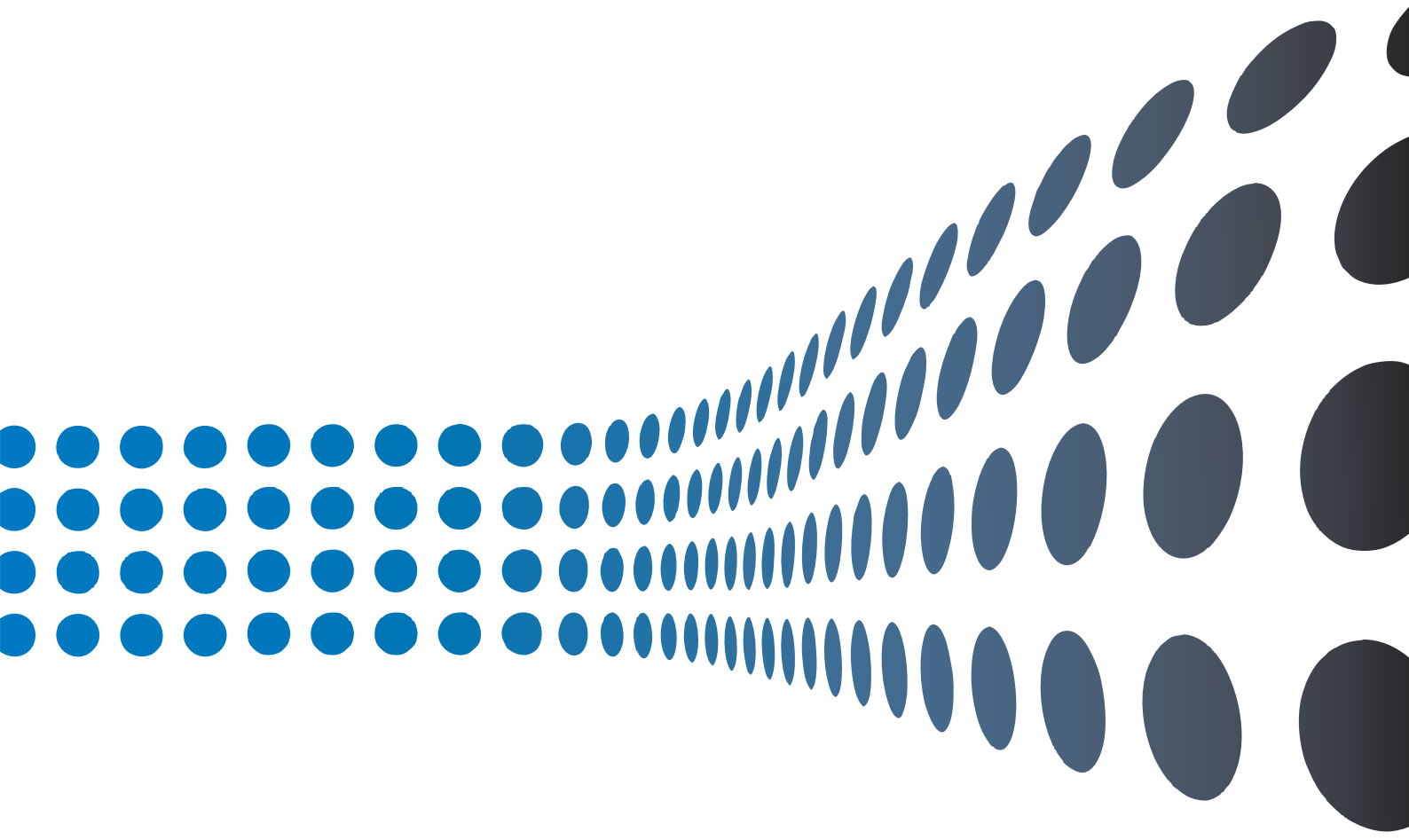
Finalmente, atendiendo al sexo de los creadores de estas iniciativas, se observa que en la etapa consolidada, la participación de la mujer es notable, habiendo disminuido en la nueva a causa de la crisis y con visos de recuperación al aumentar su presencia en el caso de las nacientes. Con todo, la diferencia entre ambos sexos es sustancial y reclama una mayor participación femenina.

**Tabla 74. Principales características de la actividad emprendedora y empresarial que explota conocimientos, tecnologías o resultados de investigación universitaria**

| Tipo de actividades | Nacientes | Nuevas | Consolidadas |
|---|---|---|---|
| | Distribución sectorial | | |
| Extractivo | 4,2% | 6,8% | 6,0% |
| Transformador | 40,5% | 20,3% | 19,9% |
| Servicios a empresas | 13,5% | 37,4% | 38,3% |
| Orientado a consumo | 38,7% | 33,0% | 33,5% |
| Otro caso | 3,1% | 2,5% | 2,3% |
| Total actividad tipo spin off | 100,0% | 100,0% | 100,0% |
| | Sector medio o altamente basado en tecnología | | |
| Porcentaje de actividades | 0,0% | 13,5% | 9,2% |
| | Expectativas de expansión en su principal mercado | | |
| Muy elevadas | 13,6% | 3,7% | 5,8% |
| Medias con NT | 17,2% | 8,3% | 15,1% |
| Medias sin NT | 36,0% | 22,7% | 17,8% |
| Ninguna | 33,1% | 65,3% | 61,3% |
| | Tecnologías de menos de 1 año de antigüedad | | |
| Porcentaje que las usa | 30,8% | 12,0% | 20,9% |
| | No tienen competencia | | |
| Porcentaje de actividades | 21,8% | 6,7% | 10,9% |
| | Producto o servicio completamente innovador | | |
| Porcentaje de actividades | 41,0% | 21,0% | 16,5% |
| | Exportan en algún grado | | |
| Porcentaje de actividades | 38,1% | 37,3% | 38,6% |
| | Creadas por: | | |
| Hombres | 65,0% | 76,5% | 67,6% |
| Mujeres | 35,0% | 23,5% | 32,4% |

# 2009

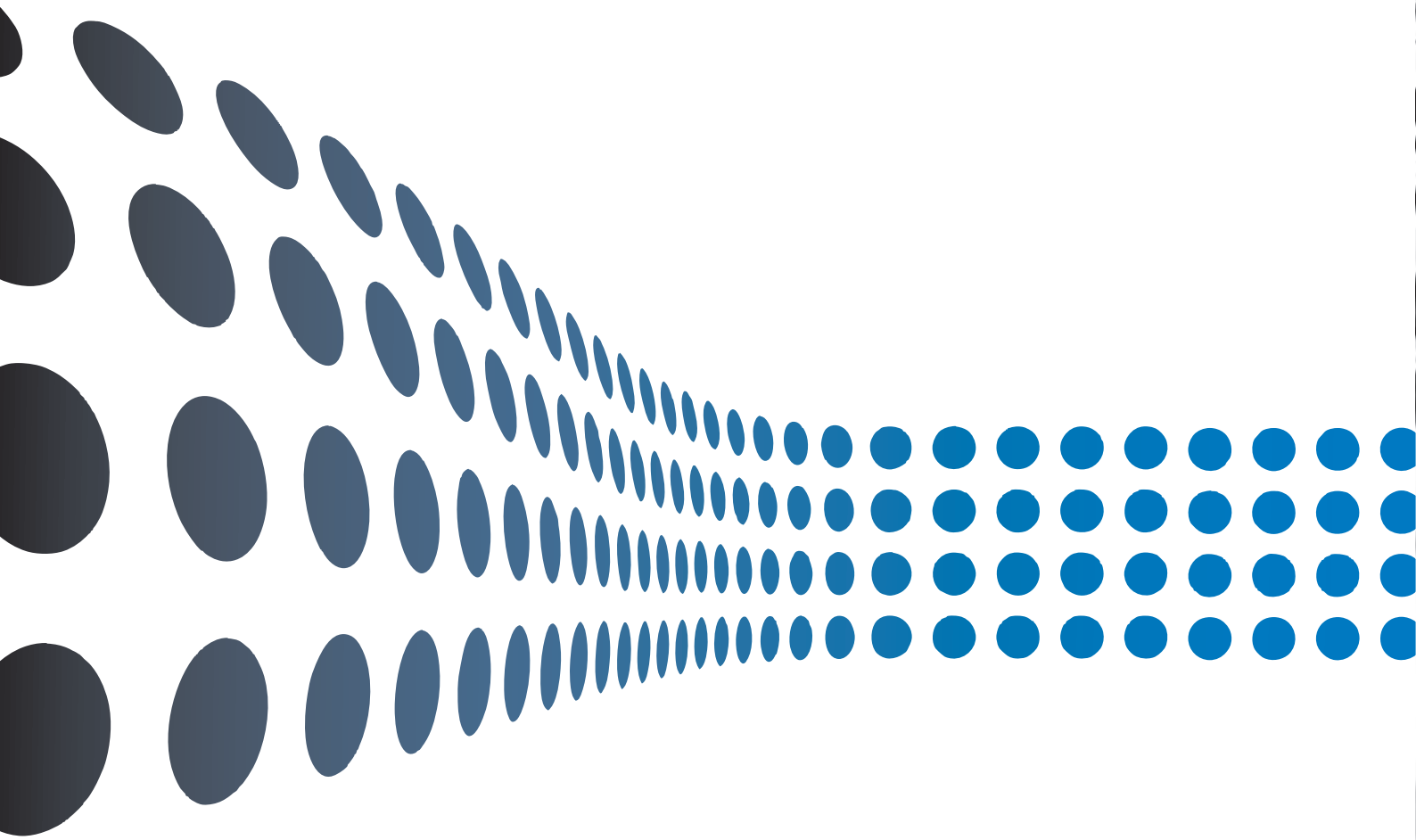
Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACION

2009

Informe Ejecutivo GEM España



# 13 El impacto de la crisis

# Capítulo 13: El impacto de la crisis

## 13.1. Introducción

Tras el período de recesión desencadenado en el ejercicio 2008, nuestra economía se está enfrentando a un largo período de crisis, que se muestra como diferencial respecto de otras pasadas anteriormente y cuya solución parece ligada a un profundo cambio y reestructuración de nuestro tejido empresarial.

Cada vez aparece con mayor claridad la idea de que la salida de esta crisis depende en un alto grado del empresario, ayudado por la administración y por la sociedad en su tarea de afrontar un cambio nada sencillo y que nos afecta a todos en general.

España se ve inmersa en la crisis en un momento en que se estaba tomando conciencia de nuestra excesiva dependencia de sectores muy maduros en el que destaca el de la construcción. Una parte muy sustancial del empleo se halla ligada a dicho sector, y cambiar esta y otras tendencias no resulta sencillo, pues no es posible implantar una nueva actividad en muchas empresas de un día para otro. Este hecho implica paciencia y, al mismo tiempo, dinamismo para lograr el diseño de una estrategia a medio plazo que modifique paulatinamente la orientación sectorial de muchos de los actuales empresarios y, por supuesto, de los que se introducen diariamente en el mercado.

Si estamos ante un nuevo orden económico y social, los cambios necesarios para afrontarlo se van a ir sucediendo y, de su velocidad, puede depender también la de la salida de esta crisis.

El emprendimiento se percibe, por consiguiente, como un elemento clave de este proceso y es necesario activar los canales de información, ayuda y concienciación del futuro empresariado, con respecto a la detección del tipo de oportunidades que es deseable desarrollar, así como del análisis de los mercados en cuanto a acertar en la viabilidad de las nuevas creaciones y su éxito tanto nacional como internacional.

Tal y como se ha visto en el capítulo anterior, el empresario naciente está mostrando una mayor sensibilidad hacia los resultados de I+D, uno de los apartados en que nuestra economía siempre ha sido más débil. Sin embargo, aunque este síntoma es positivo, todavía no viene acompañado de suficiente implicación en sectores tecnológicos: de hecho se ha registrado un retroceso en este terreno. Por consiguiente, es de la mayor importancia que se intensifique la influencia en el desarrollo de una cultura emprendedora, especialmente entre las personas que estudian y trabajan en universidades con carreras técnicas, pues su contribución va a ser esencial en la generación de empresas basadas en tecnologías y que produzcan a su vez tecnologías.

Por otro lado, el sector servicios a otras empresas debería ser también objetivo estratégico para proporcionar soporte a esa nueva industria que sería deseable impulsar. La pérdida de empresas resultado de la crisis, ha perjudicado enormemente a este sector, pues si no hay empresas, no hay clientes a los que proporcionar servicio.

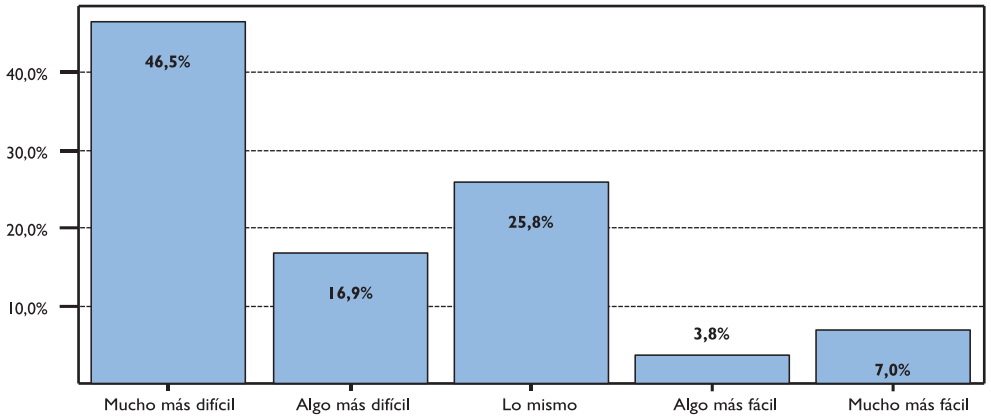
En este capítulo, se proporciona información acerca de cómo los emprendedores más recientes valoran el impacto de la crisis sobre la puesta en marcha de negocios como el suyo, así como sus expectativas de crecimiento y existencia de oportunidades en su sector, comparando la situación actual con la de hace un año.

Los resultados muestran una mayor sensación de dificultad para la creación empresarial y el desarrollo de negocios, si bien, todo ello depende en parte del sector del que se hable, siendo cierto que una pequeña parte de los empresarios también identifica oportunidades interesantes a pesar de la situación. No hay que olvidar que, junto a los obstáculos, también aparecen algunos apoyos, como pueden ser el abaratamiento de determinados costes, la mayor facilidad para adquirir empresas que cesan, más oferta para elección de ubicaciones, posibilidades de innovación y otros.

## 13.2. *Opinión de los emprendedores nacientes sobre la creación empresarial, las expectativas de crecimiento y el impacto de la crisis en las oportunidades de negocio, comparando la situación actual con la de hace un año*

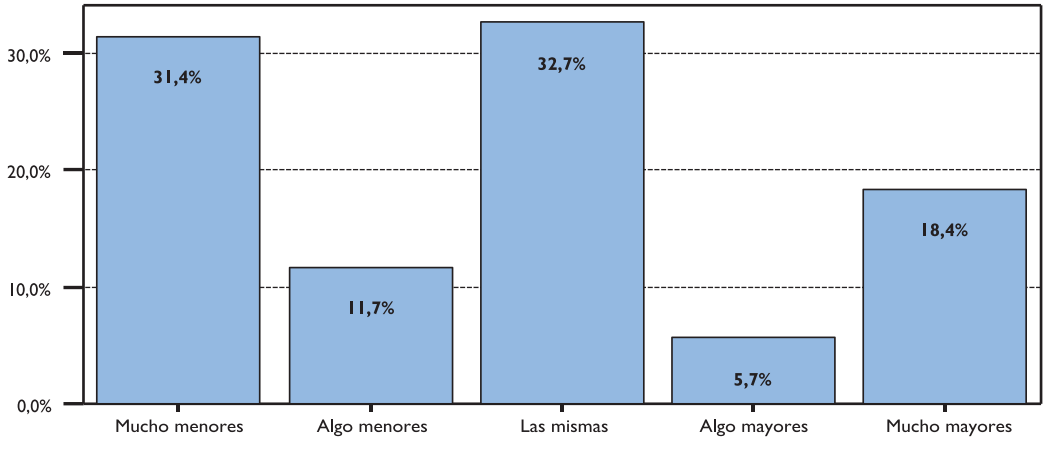
La opinión general de los emprendedores nacientes sobre la dificultad de crear un negocio como el que ellos han creado bajo la situación de crisis es más negativa que positiva. Así, algo más de un 48% piensa que es mucho más difícil, frente a un 7% que piensa que es mucho más fácil. Evidentemente, este resultado debe matizarse por sector.

**Figura 67. Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora en el 2009, según la opinión de expertos de toda la geografía española**



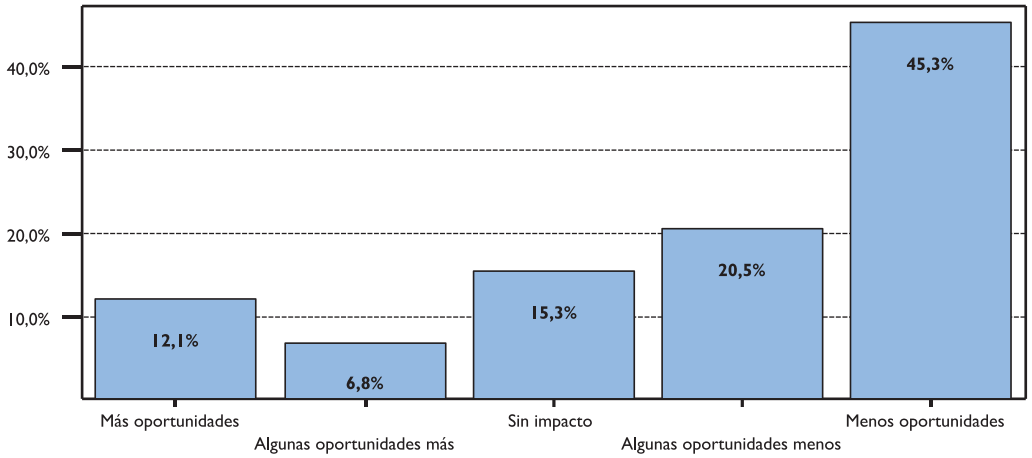

Algo más optimista es la distribución de respuesta que proporcionan los emprendedores nacientes en cuanto a sus expectativas de crecimiento en comparación con el año anterior. Así, algo más de un 31% las califica de mucho menores, pero en contraste, para algo más de un 18% son mucho mayores, lo cual no deja de ser un indicio de recuperación. Asimismo, la mayoría, casi un 33%, percibe que sus expectativas son similares, lo cual representa, cuando menos, un mantenimiento de la situación que, a pesar de ser difícil, no va a peor.

**Figura 68. Percepción de los emprendedores nacientes en cuanto a sus expectativas de crecimiento comparadas con las que tenían un año antes**



Finalmente, los emprendedores nacientes han opinado sobre el impacto que está teniendo la crisis en la generación de oportunidades de negocio en su sector. La mayoría, poco más de un 46%, piensa que se generan menos oportunidades, frente a un 12% que cree que se están generando más. De nuevo, este resultado guarda relación con el sector al que pertenecen los empresarios entrevistados por GEM, pero la tónica general es más bien pesimista.

**Figura 69. Opinión de los emprendedores nacientes sobre el impacto que está teniendo la crisis en la generación de oportunidades de negocio en su sector**




**Qué impacto está teniendo la crisis económica en las oportunidades de este tipo de negocio?**

En definitiva, la crisis está teniendo un impacto notable en la creación empresarial, que se manifiesta, especialmente, en la dificultad de abordar la creación de nuevas iniciativas en general y en la existencia de oportunidades para ello, independientemente de su coste. La actitud de la población activa se retrae en cuanto a sus aspiraciones emprendedoras en España, y se decanta más por la búsqueda de empleo por cuenta ajena, a la espera de un clima económico más favorable.

Sin embargo, no hay duda de que la creación de empleo está mayoritariamente en manos de los empresarios, pues el impulso del empleo funcionarial se modera ante la recesión y, por consiguiente, las medidas políticas deben intensificar el apoyo y facilitación de la creación empresarial.

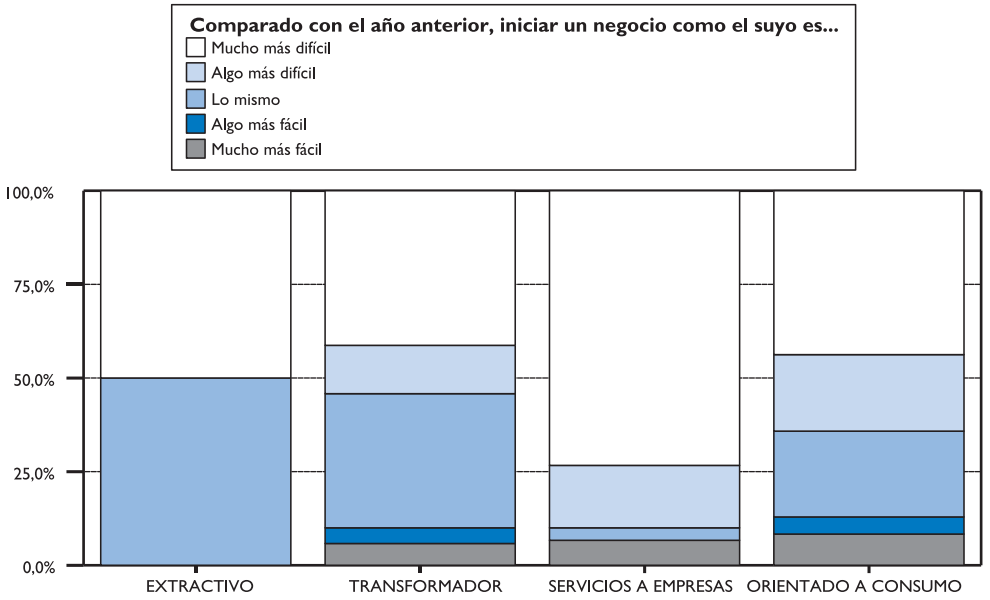
En ese sentido, el empresariado necesita, especialmente, moderación de la presión fiscal, agilidad en la tramitación y medidas que favorezcan el consumo, tanto del mercado de bienes como el de servicios, para que tanto la población en general, como las empresas y las administraciones, aumenten su capacidad de compra.

## 13.3. *Opinión de los emprendedores nacientes sobre la creación empresarial, las expectativas de crecimiento y el impacto de la crisis en las oportunidades de negocio, comparando la situación actual con la de hace un año en función del sector*

Las opiniones de los emprendedores acerca del impacto de la crisis varían, como se ha comentado anteriormente, en función del sector. Así, atendiendo a los resultados de las Figuras 70 y 71, se advierte cómo el sector de servicios a empresas es el que presenta mayor dificultad para emprender, mientras que el extractivo presenta mejor situación en expectativas de crecimiento y en generación de oportunidades.

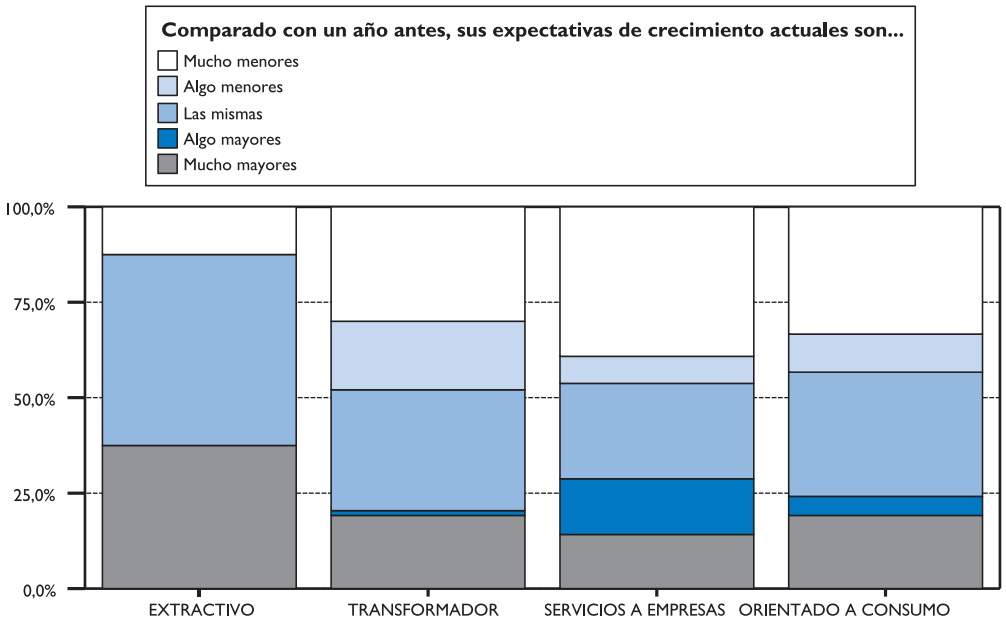
**Figura 70. Percepción de la dificultad de creación de empresas por parte de los emprendedores nacientes en comparación con el año anterior**

En definitiva, la crisis está teniendo un impacto notable en la creación empresarial, que se manifiesta, especialmente, en la dificultad de abordar la creación de nuevas iniciativas en general y en la existencia de oportunidades para ello, independientemente de su coste. La actitud de la población activa se retrae en cuanto a sus aspiraciones emprendedoras en España, y se decanta más por la búsqueda de empleo por cuenta ajena, a la espera de un clima económico más favorable.




**TEA: Sector de actividad, 4 categorías**

**Figura 71. Percepción de los emprendedores nacientes en cuanto a sus expectativas de crecimiento comparadas con las que tenían un año antes**




**TEA: Sector de actividad, 4 categorías**

## 13.4. *Opinión de los emprendedores nacientes sobre la creación empresarial, las expectativas de crecimiento y el impacto de la crisis en las oportunidades de negocio, comparando la situación actual con la de hace un año en función del sector*

El observatorio GEM España, ha pulsado la opinión del consumidor acerca del consumo de productos innovadores en el mercado y compara en la Tabla 75, los resultados obtenidos al respecto los años 2008 y 2009. La intención de compra de productos innovadores aumenta muy ligeramente entre ambos años, como reflejo de la crisis y de la retracción del mercado. Lo mismo, pero en un grado inferior, sucede con respecto a productos tecnológicos, siempre más atractivos en general para el consumidor. Sin embargo, el dato que más acusa el impacto de la crisis, es el referido a la propia dinámica de las empresas en cuanto a sus posibilidades de ofrecer nuevos productos y servicios. Así, para entre el año 2008 y el 2009, disminuye significativamente la proporción de consumidores que piensan que habrá una oferta de nuevos productos y servicios, lo cual refleja la conciencia popular de que el sector empresarial está teniendo dificultades en su desarrollo.

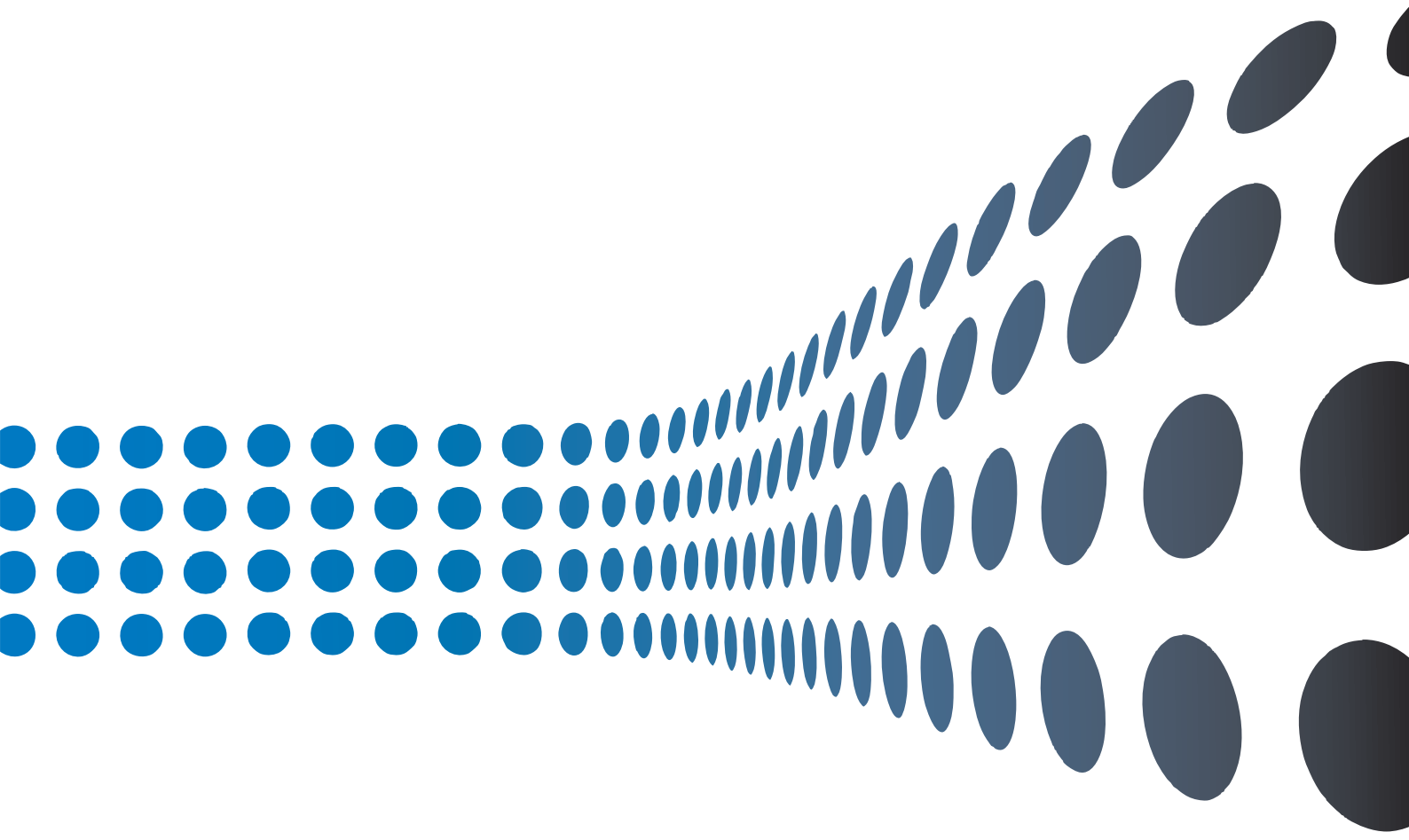
El año 2009, a las preguntas anteriores, se han añadido otras similares, pero desde el punto de vista del consumo de productos por parte de las empresas y organizaciones en que trabaja la población activa. Los resultados ponen de manifiesto que, en opinión de la población, la empresa está un poco menos dispuesta que el consumidor a comprar nuevos productos, reflejo de la austeridad del momento. En cambio, perciben algo más que puedan implicarse en compra de productos tecnológicos y, finalmente, la percepción de que habrá en el mercado productos que mejoren la vida profesional es positiva y superior a la que se otorga a productos para la vida personal.

**Tabla 75. Evolución de la percepción de la población adulta sobre consumo de productos innovadores en el mercado**

| Afirmaciones: | % que está de acuerdo | |
|---|---|---|
| | 2008 | 2009 |
| En los próximos 6 meses está dispuesto a comprar productos o servicios que sean nuevos en el mercado | 62,3% | 64,0% |
| En los próximos 6 meses está dispuesto a comprar productos o servicios basados en nuevas tecnologías | 63,7% | 67,4% |
| En los próximos 6 meses usted cree que habrá en el mercado nuevos productos y servicios que mejoren su vida | 71,2% | 66,2% |
| En los próximos 6 meses la empresa u organización en que trabaja, está dispuesta a comprar productos o servicios que sean nuevos en el mercado | - | 63,6% |
| En los próximos 6 meses la empresa u organización en que trabaja, está dispuesto a comprar productos o servicios basados en nuevas tecnologías | - | 68,8% |
| En los próximos 6 meses usted cree que habrá en el mercado nuevos productos y servicios que mejoren su vida laboral o profesional | - | 67,8% |

# 2009

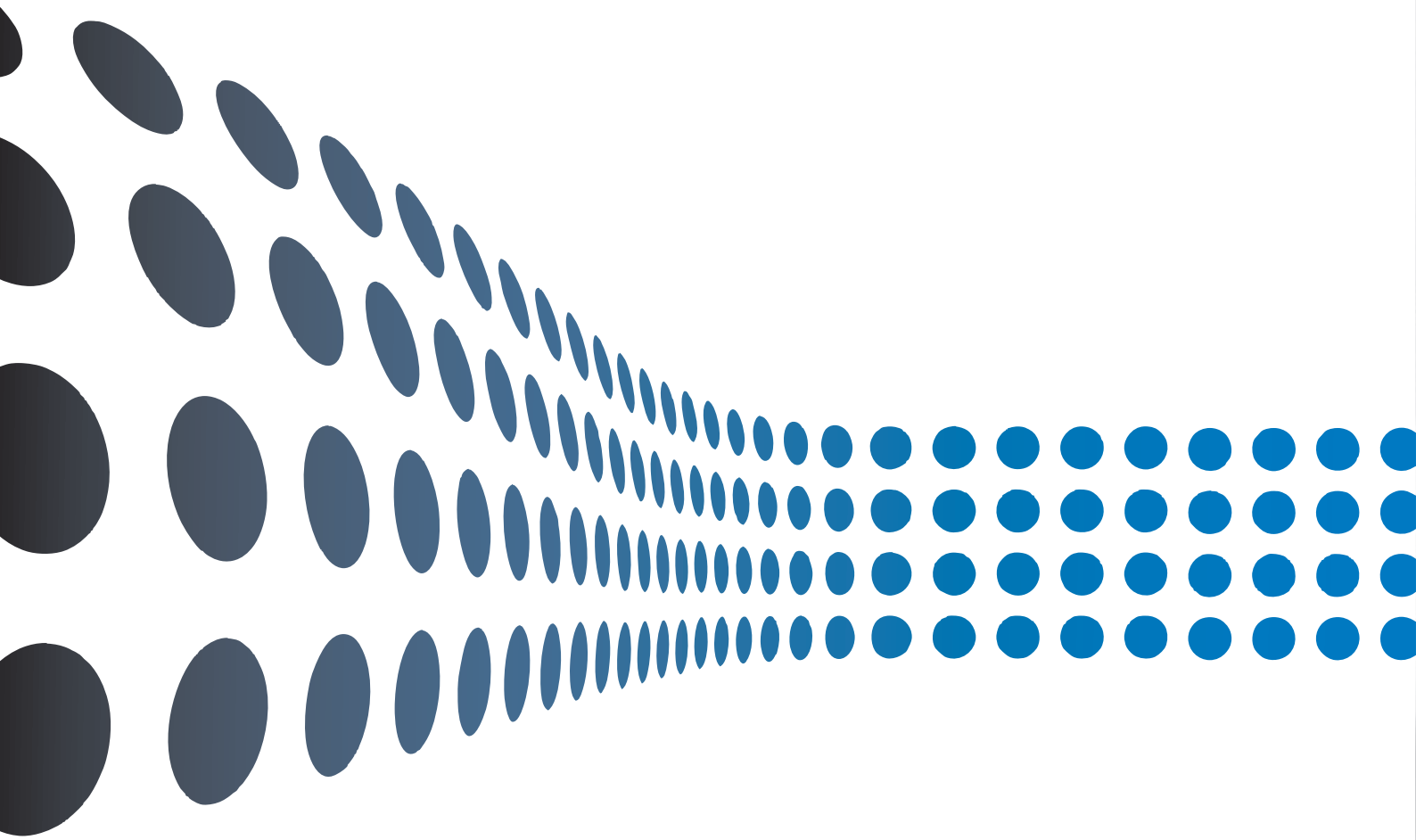
Informe Ejecutivo GEM España

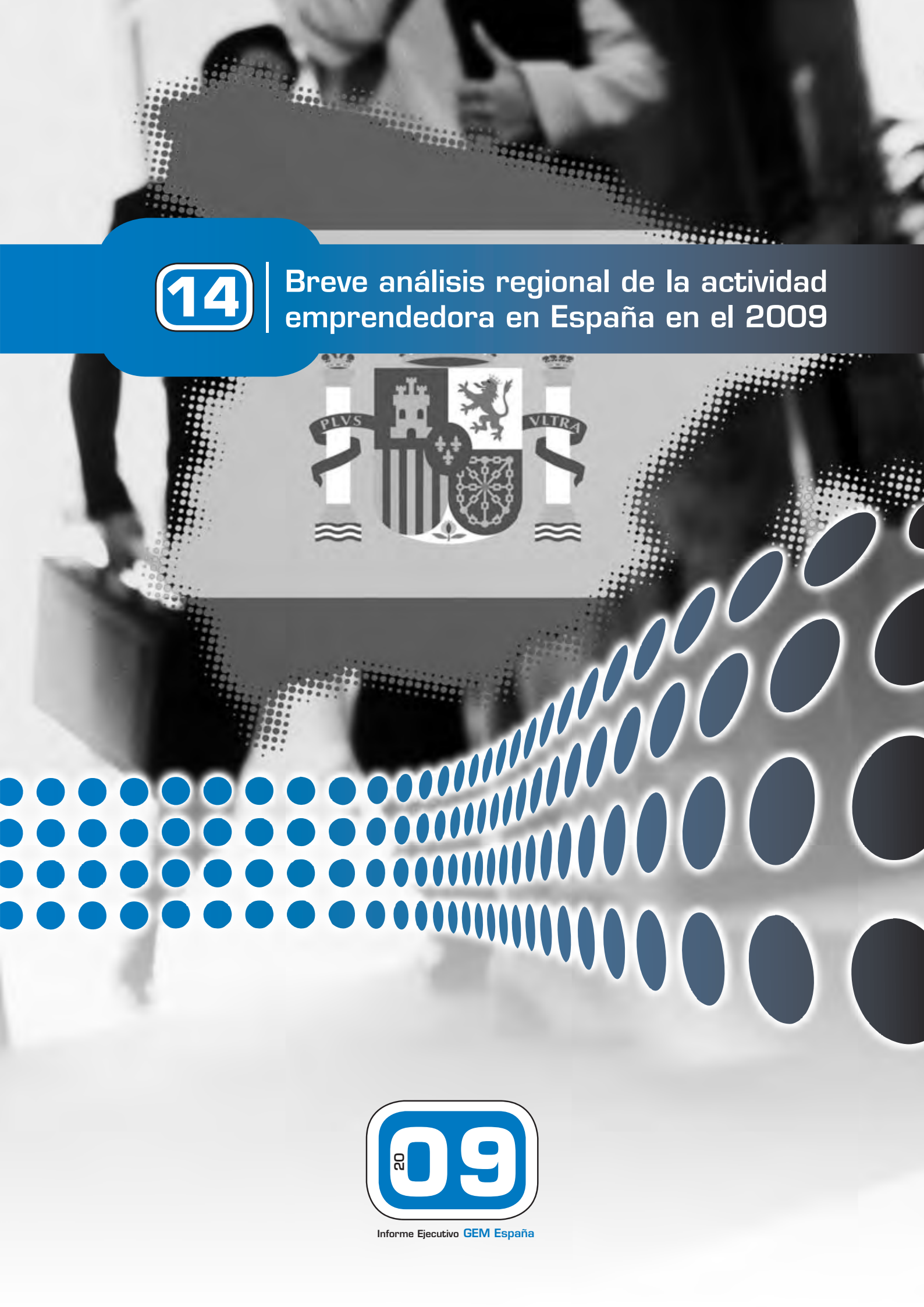


Banesto FUNDACION

2009

Informe Ejecutivo GEM España





# 14 Breve análisis regional de la actividad emprendedora en España en el 2009

2009

Informe Ejecutivo GEM España

# Capítulo 14: Breve análisis regional de la actividad emprendedora en España en el 2009

## 14.1. Introducción

La edición 2009 del observatorio GEM español cuenta con la participación de 15 equipos regionales que presentan sus informes específicos de las Comunidades Autónomas de: Andalucía, Aragón, Asturias, Canarias, Cantabria, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra el País Vasco y la Ciudad Autónoma de Ceuta. 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. La crisis ha afectado a la realización de los informes de Castilla La Mancha y Melilla que se espera recuperen la capacidad de participación en el observatorio y que subsanen esta pérdida momentánea con informes 2009-2010 respectivamente. Asimismo, el año 2010 está prevista la incorporación de Baleares y posiblemente la de La Rioja, las dos únicas comunidades que faltan en el Proyecto GEM español.

Conscientes de la importancia de completar el mapa de las 17 Comunidades, el equipo nacional ubicado en el IE, ha cubierto este año las regiones que faltan (Baleares, Castilla La Mancha, Melilla y La Rioja), para ofrecer, por cuarta vez, una comparativa regional completa de los principales indicadores del observatorio GEM y, por tercera vez el mapa completo de España.

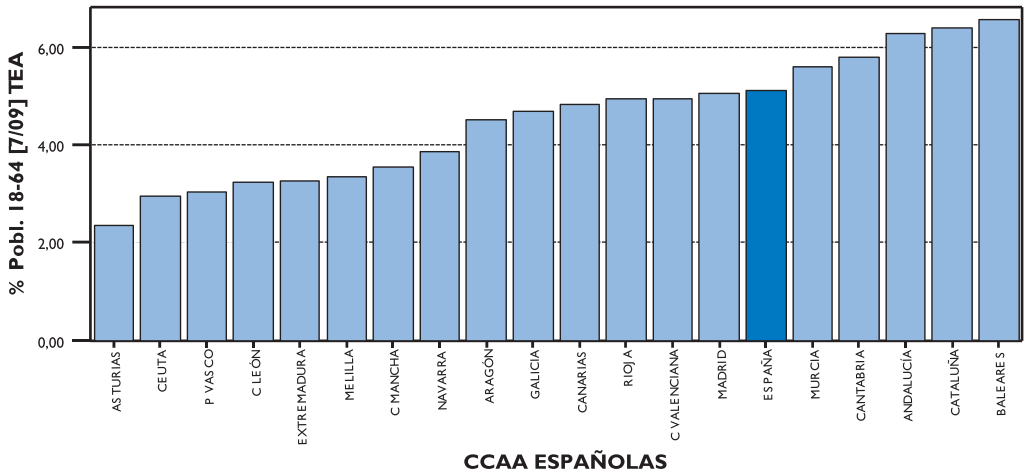
## 14.2. Principales indicadores de la actividad emprendedora por Comunidades y Ciudades Autónomas

La actividad emprendedora ha disminuido en prácticamente todas las regiones españolas entre Julio de 2008 y Julio de 2009, con la excepción de Baleares y Melilla. Sin embargo, es importante observar estos datos con atención y compararlos con los del 2008 en su justa medida. Así, en el caso de Baleares, no es que la situación haya mejorado espectacularmente conduciendo a esta región a encabezar la lista por este motivo, sino que se trata de una región en que la actividad emprendedora ha seguido con su dinámica ascendente de forma moderada, quedándose en un porcentaje similar al obtenido el año 2008. Por consiguiente, es la caída de actividad en regiones punteras lo que la lleva a ocupar la primera posición este año, si bien, resulta muy positivo que, al igual que en el caso de Melilla, el tipo de iniciativas que se ponen en marcha en ambas regiones estén siendo más resistentes a las consecuencias de la crisis.

Madrid, que ocupó la primera posición de este gráfico en el 2008, retrocede varias posiciones y pasa a quedar por debajo de la media española, evidenciando la crudeza del impacto de la crisis en una actividad muy implicada en uno de los sectores más perjudicados: el de servicios a otras empresas. Por otra parte, Cataluña y Andalucía, se han mantenido bastante bien dada la situación y su retroceso es muy leve comparado con el de Madrid y otras regiones. Finalmente, en cuanto a Melilla, aunque su índice de actividad emprendedora es de los más discretos de España, es cierto que a lo largo del ejercicio 2009 ha experimentado un crecimiento dentro de esta dimensión más moderada, lo cual constituye un dato positivo. Es importante tener en cuenta que esta ciudad autónoma acusó la tasa de paro más grave el año pasado, por lo que el aumento del emprendimiento responde, con gran probabilidad, a la falta de empleo alternativo y a las medidas que se están tomando desde la administración para impulsar esta vía como generadora de puestos de trabajo.

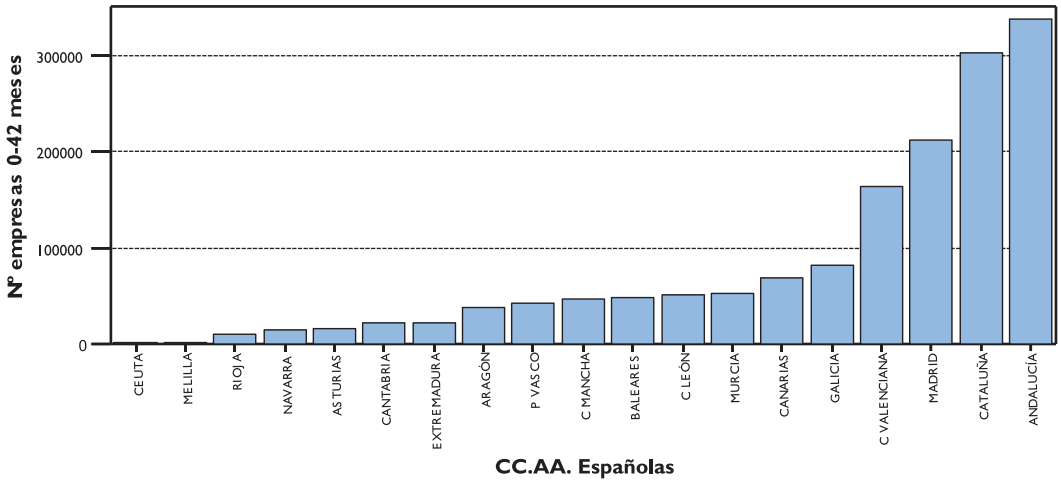
Por consiguiente, preocupante situación general, en la cual quedan tan sólo cinco CC.AA: por encima de una media significativamente más baja que la del año anterior, cuando en el 2008 fueron ocho las regiones que superaron dicha media.

**Figura 72. Comparativa del índice de actividad emprendedora regional 2009**




Al analizar la Figura 72, hay que tener presente de que se habla de porcentaje de iniciativas emprendedoras (es decir, que tienen una vida máxima de 42 meses), registradas en cada población de 18-64 años. Si se elevan los porcentajes anteriores a la población de cada región o ciudad autónoma, se estima que se hallaban en esta situación el número estimado de iniciativas que muestra la siguiente figura.

**Figura 73. Comparativa del número absoluto estimado de iniciativas de hasta 42 meses de vida en las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas en el 2009**




Andalucía pasa a encabezar este año la clasificación, sustituyendo a Madrid en el liderazgo. La disminución acusada por esta región en cuanto a número de empresas en fase emprendedora responde, especialmente, al impacto de la crisis en el sector servicios a empresas, que se había mantenido fuerte en Madrid hasta el desarrollo del efecto dominó, en que el cierre de otros tipos de empresas ha terminado por afectar a este sector. Cataluña se mantiene dentro de lo esperado y a ambas les sigue a mayor distancia de lo deseable Madrid, con la Comunidad Valenciana como cuarta potencia. El País Vasco se ve relegado a una posición por debajo de la habitual, debido al fuerte impacto en la industria de la automoción y empresas satélite tanto de este sector, como de la construcción y bienes de equipo. Galicia se va consolidando como emergente. El resto de regiones se ha mantenido en su línea proporcionalmente hablando, pero en todas se acusa una disminución del número de empresas en fase emprendedora, salvo en Baleares y Melilla, que pasa a adelantar a Ceuta.

Como en ediciones anteriores, se advierte que es del mayor interés tener en cuenta que 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. Gracias a ellos se dispone de un diagnóstico preciso y riguroso de las características de la actividad emprendedora en cada zona de España. Su manifiesta diversidad alienta a la publicación anual de estos informes porque están proporcionando una información de carácter muy específico ayudando al diseño más acertado de las políticas públicas y actuaciones en el ámbito privado que conduzcan a la creación de iniciativas de calidad.

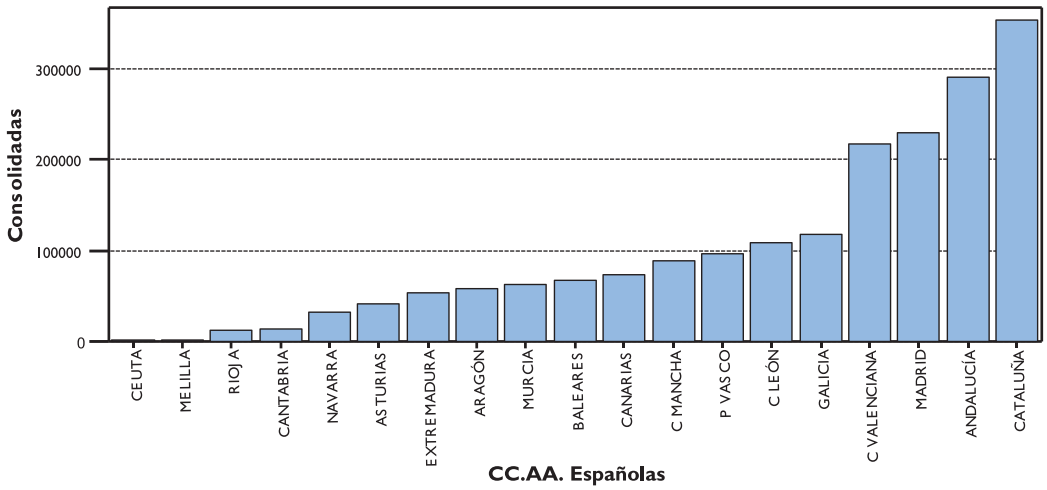
Seguidamente se ofrecen los gráficos comparativos regionales de otros indicadores relacionados con la actividad emprendedora y se recomienda la lectura del respectivo informe regional a aquellos interesados en obtener una información precisa de lo acontecido en este ejercicio en las diferentes Comunidades y Ciudades Autónomas.

Así, en primer lugar se puede ver el ranking de Comunidades y Ciudades Autónomas en función del número estimado de iniciativas consolidadas (es decir, que superan los 42 meses de actividad en el mercado) encabezada por Cataluña, que toma el relevo a Andalucía y, ambas, seguidas por Madrid y la Comunidad Valenciana. Gracias a esta clasificación se puede concluir que, ante la situación de crisis, el modelo empresarial catalán, el más experimentado de nuestro país, ha sido el más resistente, seguido por el emergente andaluz.

El posicionamiento del resto de las regiones en este gráfico varía mucho menos que el referente a la actividad en fase emprendedora entre los años 2008 y 2009, lo que se interpreta como una disminución de actividad consolidada mucho más discreta en todas las regiones, salvo en el caso de Ceuta, más perjudicada que Melilla. Así, por ejemplo, en Galicia, Castilla y León, el País Vasco, Castilla La Mancha y Canarias, se mantienen en las mismas posiciones que en el 2008, mientras que Baleares se coloca por encima de Murcia y, Aragón de Extremadura. Tras estos resultados, se hallan, entre otras, las justificaciones de pérdida de capacidad de exportación, muy importante en Murcia y Extremadura.

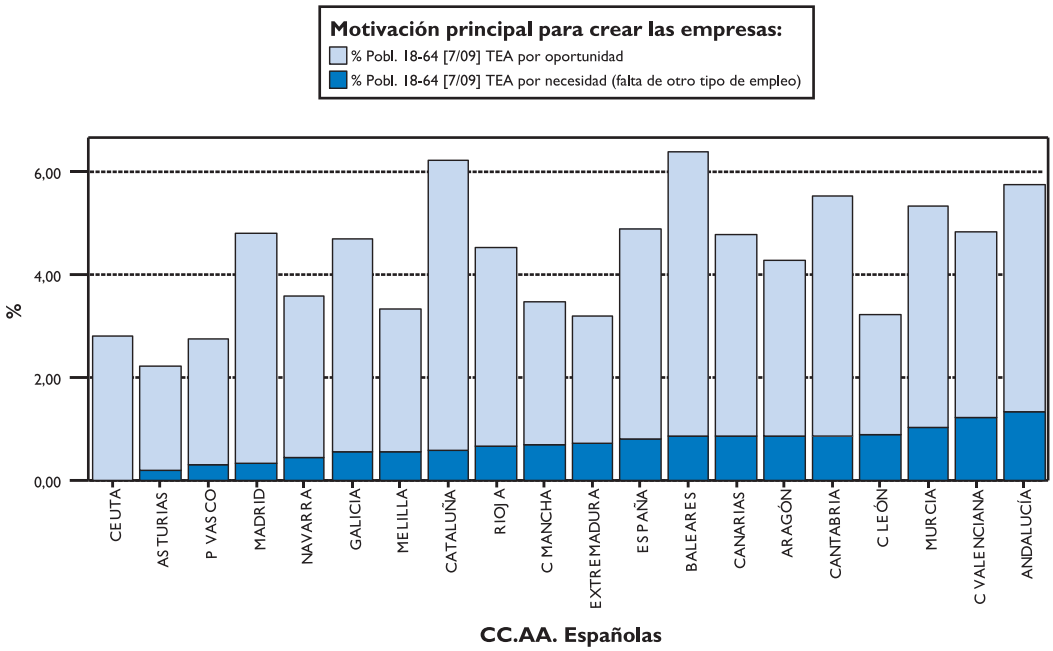
En cualquier caso, la estimación del número de empresas consolidadas ha disminuido en todo el territorio y la escala del eje vertical de la Figura 74 ha pasado de registrar más de 400.000 empresas en Andalucía el año 2008, a registrar algo más de 300.000 en Cataluña en el 2009. Los detalles del tipo de pérdidas sufridas, se hallan documentados en los informes regionales.

**Figura 74. Comparativa del número absoluto estimado de iniciativas consolidadas en las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas en el 2009**




La oportunidad sigue siendo la motivación predominante para emprender en todas las regiones y en España en general. Sin embargo, importantes cambios han tenido lugar en la distribución de la actividad emprendedora por necesidad entre los años 2008 y 2009. Así, Extremadura, la región que suele presentar un porcentaje más elevado de este tipo de emprendimiento, ha cedido su posición a Andalucía, seguida muy de cerca por la Comunidad Valenciana, cuando, especialmente la segunda, solía estar siempre por debajo de la media española en este indicador. El impacto de la crisis en el sector de la construcción y de la automoción, así como de sus empresas relacionadas avala este drástico cambio en tan sólo un año.

**Figura 75. Distribución de actividad emprendedora regional por oportunidad y necesidad**

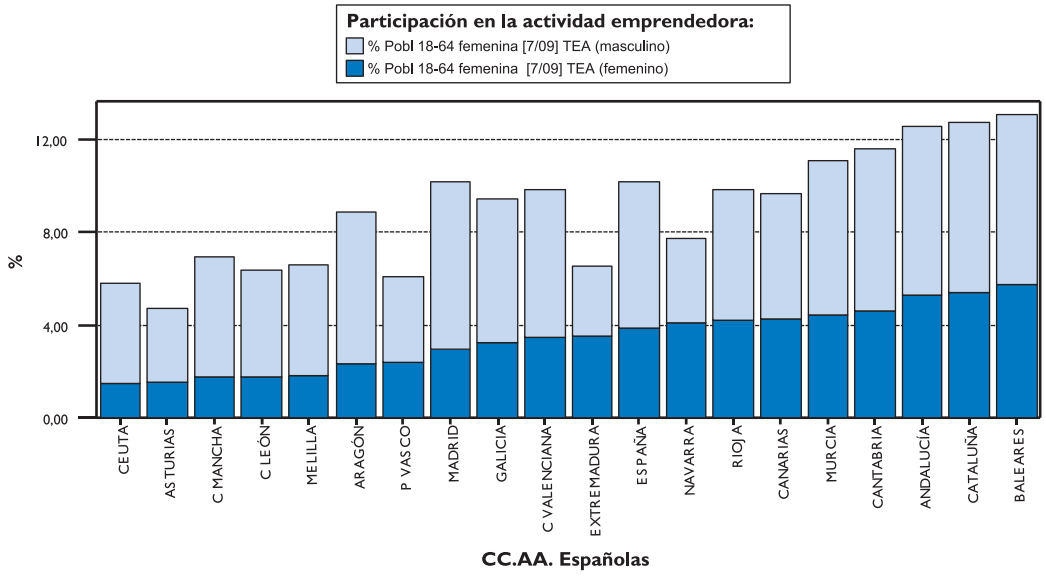



Finalmente, la tasa de participación femenina en la actividad emprendedora sigue siendo variable entre las regiones españolas, ostentando Baleares la mayor de ellas en el 2009, lo que quita el puesto a Cantabria, que presidió esta clasificación en el 2008.

La tasa ha disminuido en general en todas las regiones, pues el año 2008, hubo nueve regiones por encima de una media superior al 5%, cuando ahora sólo hay ocho regiones por encima de una media rayana en el 4%.

Cataluña gana posiciones debido a la pérdida de actividad en otras regiones, pero tampoco consigue mantener sus estándares habituales. La actividad femenina, muy concentrada en el sector orientado al consumo, se ha mostrado como mucho más vulnerable que la masculina, más diversificada y, las regiones en que culturalmente la mujer es más reacia a tomar riesgos empresariales, han visto disminuir mucho la participación de la mujer: Ceuta, Asturias, Castilla La mancha y Castilla y León son exponentes de ello.

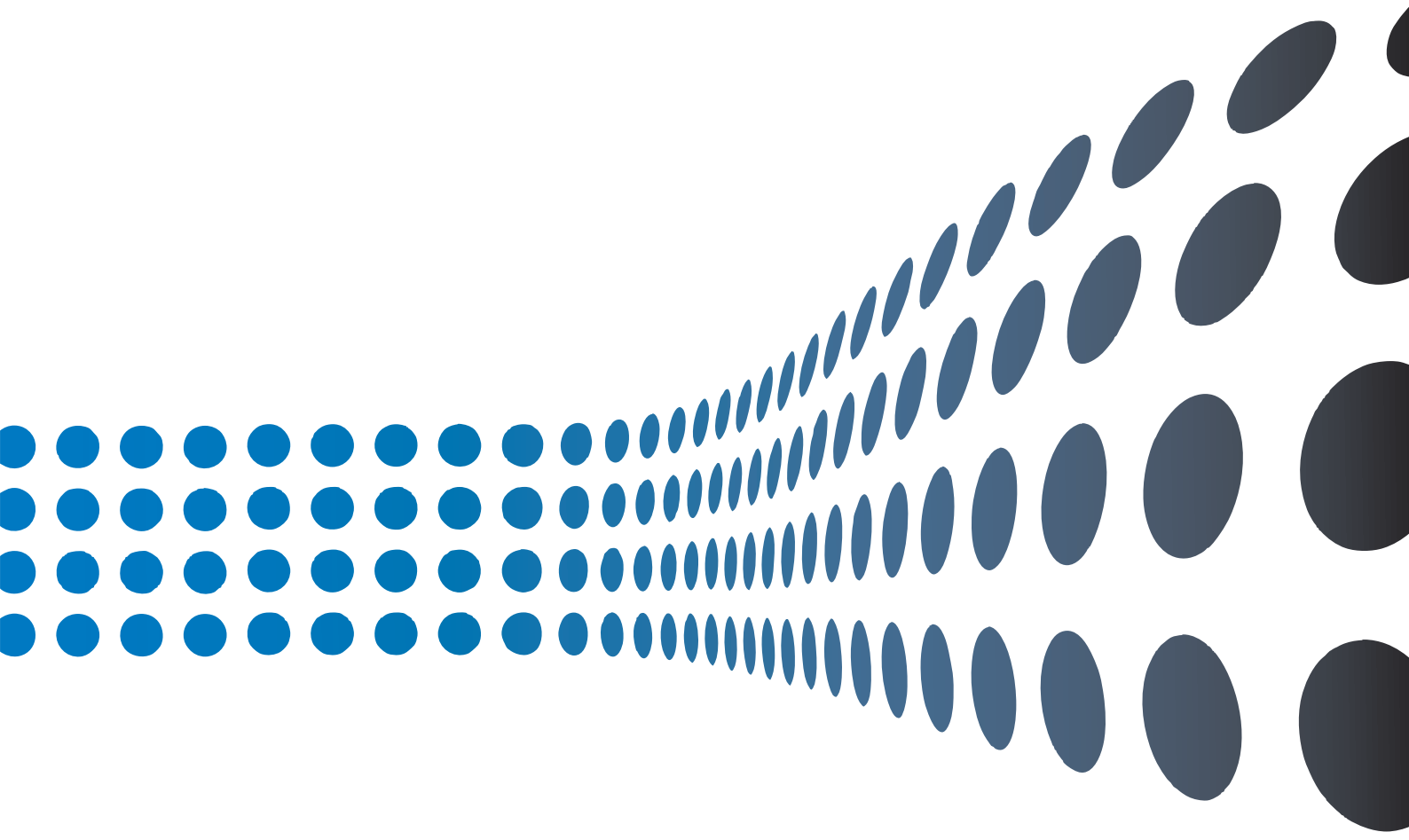
**Figura 76. Distribución de actividad emprendedora regional por género**



El volumen de información regional obtenido en la edición 2009 es rico y extenso y lo que se ha presentado en este apartado constituye una pequeña muestra. Por ello se insiste en remitir a los lectores interesados en obtener más detalles, a los informes regionales de las respectivas Comunidades y Ciudades Autónomas. En ellos se encuentra también, la información proporcionada por los expertos de cada territorio, con interesantes recomendaciones que, sin duda contribuyen cada vez más al diseño de políticas públicas adecuadas a la problemática de cada zona.

# 2009

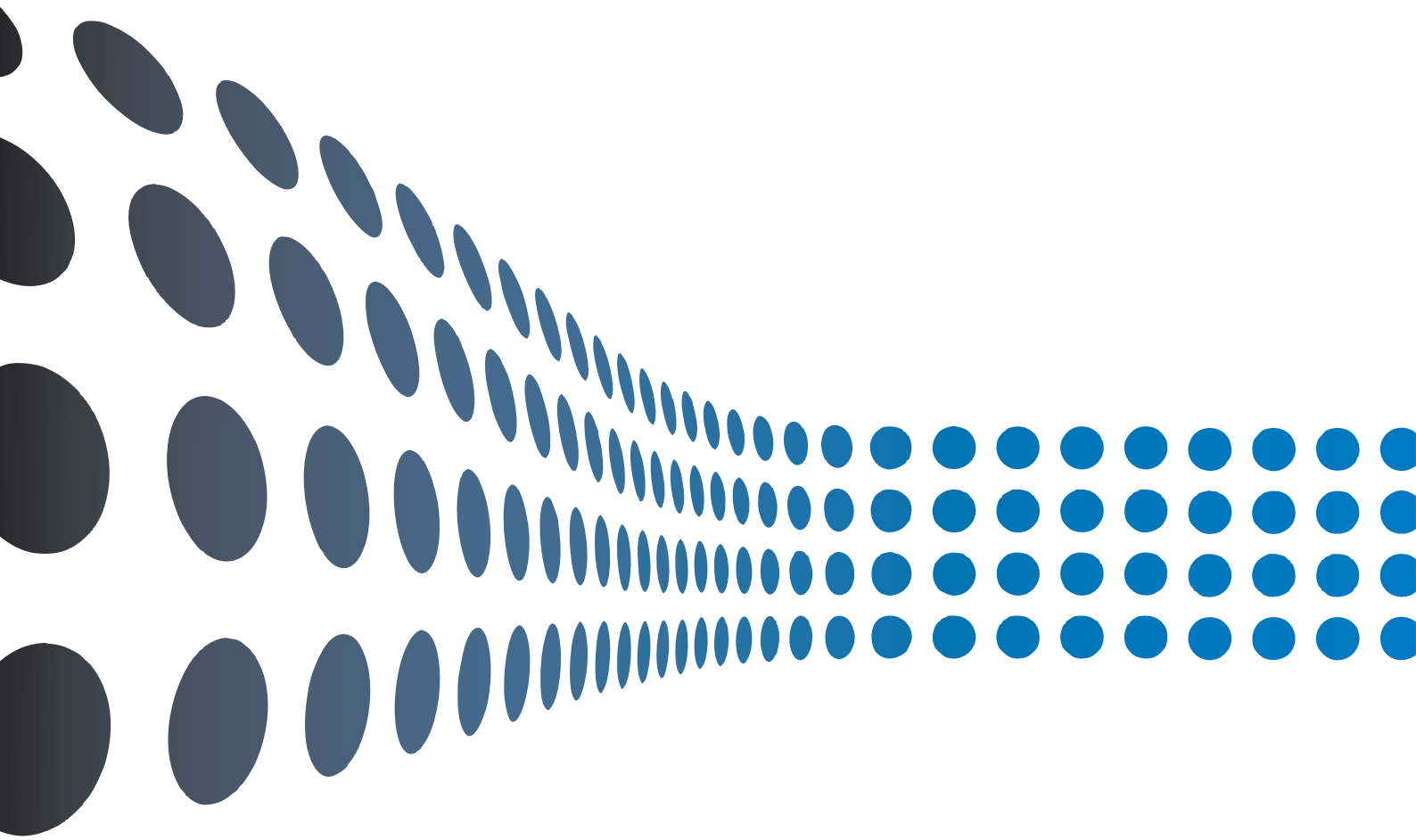
Informe Ejecutivo GEM España



Banesto FUNDACION

2009

Informe Ejecutivo GEM España



# Anexo. Ficha técnica del informe GEM

2009

Informe Ejecutivo GEM España

# Anexo: Ficha Técnica 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.

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 2009

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 julio de 2009.

**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)** | 30.097.343 habitantes, residentes en España de 18 a 64 años. |
| **Muestra** | 28.888 personas de 18 años hasta 64 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)<br><br>En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio.<br><br>Finalmente, se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años cumpliendo cuotas de sexo y edad proporcionales a la población de cada Comunidad Autónoma. |
| **Metodología** | Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI) |
| **Error muestral (+/-) (2)** | ± 0,58% a priori y ±0,28% a posteriori |
| **Nivel de confianza** | 95% |
| **Periodo encuestación** | Desde el mes de abril hasta julio de 2009 |
| **Trabajo de campo** | Instituto Opinometre |
| **Codificación y base de datos** | Instituto Opinometre |

*(1) Fuente US Census 2009, basada en datos del INE*
*(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 2009, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Arabia Saudí, Argelia, Argentina, Bélgica, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Colombia, Corea, Croacia, Chile, China, Dinamarca, Ecuador, EE.UU., Emiratos Árabes Unidos, Eslovenia, España, Finlandia, Francia, Gaza, Grecia, Guatemala, Hong-Kong, Hungría, Irán, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Jordania, Letonia, Líbano, Malasia, Marruecos, Noruega, Panamá, Países Bajos, Perú, República Dominicana, Reino Unido, Rumania, Rusia, Serbia, Shenzhen, Siria, Sudáfrica, Suiza, Islas Tonga, Túnez, Uganda, Uruguay, Venezuela y Yemen. Asimismo, son componentes regionales del Proyecto, los equipos de: Andalucía, Aragón, Asturias, Canarias, Cantabria, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco, la Ciudad Autónoma de Ceuta y ocho regiones de Chile. 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**. 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

# 2009

Informe Ejecutivo **GEM España**

ie

Banesto
FUNDACIÓN

GEM

Global Entrepreneurship Monitor
Informe Ejecutivo 2009 España

www.ie.edu/gem

Depósito Legal M-18.342-2009

ISSN
1695-9302

# Patrocinadores e Instituciones

## Nacional

## Andalucía

## Aragón

## Asturias

## Canarias

## Cantabria

## Castilla y León

## Cataluña

## Ceuta

## Comunidad Valenciana

## Extremadura

## Galicia

## Madrid

## Murcia

## Navarra

## País Vasco

Instituto de Empresa
María de Molina, 11 y 13. 2006 Madrid - España . Tfno.: (0034) 91 745 21 26 Fax: 91 745 21 47