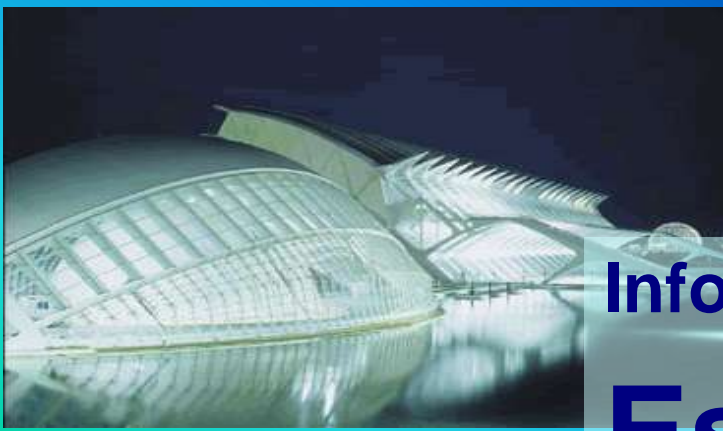




Puerta de Europa

Proyecto GEM

The global entrepreneurship monitor project



Informe ejecutivo 2001

España



J. de Castro, J. Pistrui, A. Coduras, B. Cohen, R. Justo
Cátedra Najeti – Instituto de Empresa – Madrid

1	Introducción	3
2	El modelo teórico seguido por España en el proyecto GEM.....	4
3	Algunos comentarios acerca de la metodología	5
4	La creación de empresas: una perspectiva internacional	7
4.1	Los factores demográficos.....	11
4.2	Actividad empresarial y crecimiento económico.....	13
5	Perfil del emprendedor español	16
5.1	Estructura de edad de los emprendedores	16
5.2	Clase social	17
5.3	Motivos de la creación de una empresa.....	17
5.4	¿Cómo financian los emprendedores la creación de un negocio?	19
5.5	¿Qué tipo de persona invierte en la creación de una empresa ajena?.....	19
5.6	¿Qué tipo de negocios crean los emprendedores españoles?.....	20
5.7	Número de propietarios implicados en la creación de una empresa:	21
5.8	¿Cuál es el potencial de crecimiento de las empresas de nueva creación?.....	21
5.9	Resumen	22
6	La existencia de oportunidades y la motivación para la creación de empresas.....	23
6.1	Percepción de oportunidades para la creación de empresas.....	23
6.2	motivación para aprovechar las oportunidades existentes convirtiendo las ideas en una nueva empresa que se pueda crear y desarrollar con éxito.....	30
6.3	Habilidades para la creación de empresas	36
7	Las condiciones específicas de entorno.....	40
7.1	Factores positivos.....	41
7.1.1	INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL	41
7.1.2	EDUCACIÓN Y FORMACIÓN EMPRESARIAL	42
7.2	Factores negativos	43
7.2.1	APOYO FINANCIERO.....	44
7.2.2	LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES.....	49
7.2.3	POLÍTICAS GUBERNAMENTALES	51
7.2.4	PROGRAMAS GUBERNAMENTALES.....	52
7.2.5	TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA E I+D.....	54
7.2.6	INFRAESTRUCTURA FÍSICA	56
7.3	Otros factores.....	56
7.3.1	APERTURA DEL MERCADO INTERNO	56
8	La creación de empresas en las Comunidades Autónomas españolas: análisis regional	58
8.1	Medición de la capacidad emprendedora	58
8.2	La percepción de oportunidades desde el punto de vista regional	65
8.3	Conocimientos y habilidades de la población para la creación de empresas en las distintas regiones españolas.....	68
8.4	Situación personal y del país dentro de un año	70
8.5	Conclusiones	71
9	Conclusiones generales.....	71
10	Anexos.....	74
	Apendice: Lista de figuras.....	79
	<u>Lista de Tablas.....</u>	81

1 INTRODUCCIÓN

El Proyecto GEM es una de las iniciativas más relevantes que se están llevando a cabo para estimular el análisis de la relación existente entre la creación de empresas y el crecimiento económico a nivel mundial, regional y local. Se trata de una iniciativa conjunta de la Babson College y la London Business School cuyo principal fin es evaluar cuantitativa y cualitativamente, con una periodicidad anual, la evolución internacional de la creación de nuevas empresas y la influencia que tiene sobre este campo, el contexto socio-económico de cada país.

En su tercera edición son ya 29 los países participantes y se sigue trabajando para lograr la incorporación de muchos más. En el caso español, éste es el segundo año de presentación de un informe ejecutivo y de desarrollo de diversos trabajos relacionados con el Proyecto que cada vez permite el estudio de un mayor número de variables y, por tanto, de hipótesis a contrastar.

Para poder investigar y profundizar en los aspectos que influyen en la creación de nuevas empresas en los 29 países participantes se ha diseñado el modelo GEM, que cada país ajusta en función de los desarrollos teóricos del equipo investigador encargado de confeccionar el informe ejecutivo.

En general, el modelo GEM establece un conjunto de variables que la literatura especializada reconoce como estrechamente vinculadas a la creación de empresas e introduce un conjunto de indicadores que permiten medir la actividad emprendedora en términos cuantitativos y cualitativos.

Por otro lado, para obtener la información necesaria, se combina la procedente de fuentes secundarias de carácter macroeconómico, social y empresarial con la realización en cada país participante de una encuesta a una muestra de más de 2000 personas y de una encuesta a unos 40 expertos acerca de temas relacionados con la actividad emprendedora.

Una vez en disposición de la información de todos los países participantes, el equipo coordinador crea las bases de datos agregadas y las remite, junto con las desagregadas, a los mismos, en que, cada equipo investigador se encarga de elaborar el informe ejecutivo.

El contenido de este informe, de acuerdo con la filosofía del proyecto GEM, se centra, especialmente, en los siguientes temas:

1. La evolución de la creación de nuevas empresas en el conjunto de países participantes en el proyecto GEM del año 2001.
2. Las relaciones que existen entre la creación de nuevas empresas y el crecimiento económico.
3. El análisis de los factores que influyen en el carácter emprendedor de un país, es decir, en la propensión de un país a tener una mayor orientación hacia la creación de nuevas empresas.

Los resultados se han elaborado tomando como eje central el tratamiento de estos temas para el caso español en comparación con el resto de países participantes. Asimismo, al ser el segundo año de participación de nuestro país, se ha incorporado al informe la dimensión temporal, en el sentido de observar los cambios en las posiciones de nuestro país del 2000 al 2001 en las variables en que ello ha sido posible.

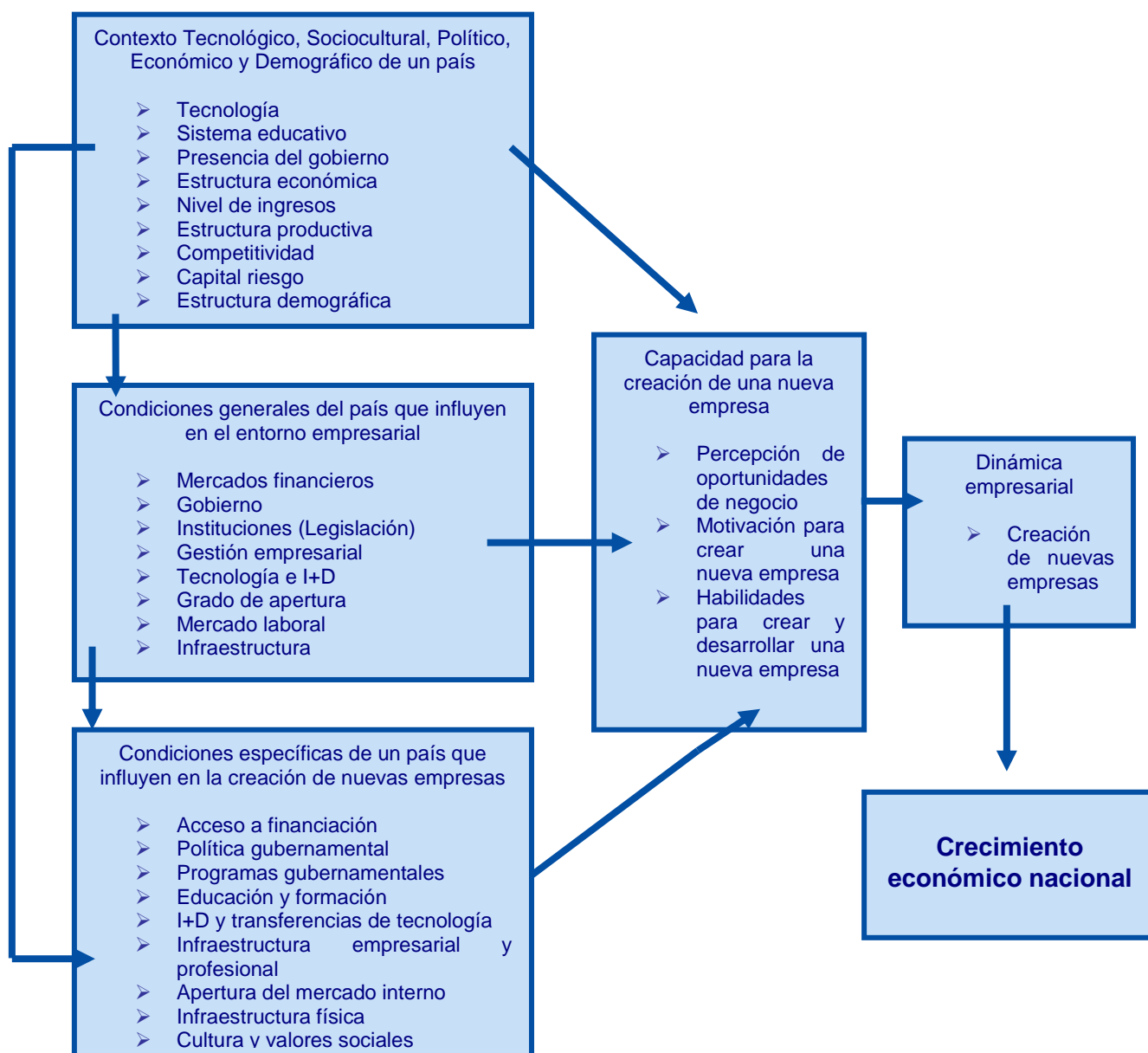
2 EL MODELO TEÓRICO SEGUIDO POR ESPAÑA EN EL PROYECTO GEM

El modelo GEM se diseñó con el propósito de comprender la relación entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico nacional y constituye el marco teórico que integra las variables más relevantes que ha aportado la investigación académica hasta el momento.

Las ventajas del modelo son:

- Su capacidad para proporcionar indicadores específicos que permiten la medición y comparación de la actividad de creación empresarial en diferentes países y, a lo largo del tiempo.
- Su idoneidad para el análisis estadístico de la actividad emprendedora en función de los factores que supuestamente la promueven: el contexto socio-económico del país y su propia capacidad emprendedora.

En la siguiente figura se describe este modelo en el cual, se pueden identificar los aspectos que se investigan en este estudio y la relación entre ellos:



Como se puede apreciar, el modelo incluye diversos conjuntos de variables:

- Las que permiten describir el contexto socio-económico de un país.
- Las que permiten analizar la capacidad para la creación de nuevas empresas.
- Las relacionadas con la dinámica empresarial (nacimientos de nuevas empresas, expansiones o reducciones de otras ya existentes, cierres).
- Las que, como resultado de todo lo anterior proporcionan resultados de crecimiento económico nacional.

3 ALGUNOS COMENTARIOS ACERCA DE LA METODOLOGÍA

Como ya se ha comentado, el proyecto GEM permite el análisis cuantitativo de gran cantidad de variables y, por tanto la aplicación de diversas técnicas, que van desde las más sencillas: establecimiento de “rankings” de países, cálculo de estadísticos descriptivos, porcentajes y similares, a otras más complejas: correlaciones, regresiones, análisis de conglomerados, factoriales y otras.

Acerca de éstas técnicas, es importante tener presente que se producen variaciones en la situación de los países de un año a otro debido a diferentes circunstancias:

- La incorporación de nuevos países al proyecto, cuyas diferencias con los que ha habido en pasadas ediciones del proyecto pueden producir cambios notables en la situación de conjunto.
- Los acontecimientos de ámbito internacional, tanto económicos como sociales, que pueden desestabilizar los indicadores en poco tiempo. Por ejemplo, en la presente edición, no se puede recoger el impacto de los atentados terroristas del 11 de septiembre, que seguro que afectan a las conclusiones que puedan derivarse del estudio para este año, que debido a la bonanza que estaba teniendo lugar en muchos países implicados en el proyecto, van a ser más optimistas de lo que la realidad va a imponer en los próximos meses.
- Los cambios en las muestras de expertos, que siempre afectan a los resultados de algunas variables.

Por todo ello, hasta que no se consolide el GEM a nivel mundial en cuanto a participación de países, los resultados de una edición a otra pueden llegar a ser bastante variables y hay que interpretarlos teniendo en cuenta el contexto en el que se obtienen.

El equipo español quiere llamar la atención, especialmente, en el tema de los “rankings” de países.

Hasta ahora ha sido bastante habitual presentar las posiciones de los países respecto de muchas de las variables del estudio. Sin embargo, para muchas de ellas, el rango de variación es más estrecho de lo que puede parecer si no se entra en detalles. Es decir, por ejemplo, un país puede estar en la posición 20 de 29 y parecer que ocupa un lugar desfavorable acerca de una variable. En cambio, puede estar sucediendo que todos los países se muevan en cifras muy parecidas de esa variable y que ese país esté sólo a unas décimas del que ocupa la primera posición. Por tanto, no basta con establecer el ranking sino que además hay que comparar las posiciones con la media y ver realmente cuál es la situación de los países respecto de las variables que se analizan. En ese sentido, nuestros comentarios son algo más elaborados de lo que venían siendo y, en algunas ocasiones se acompañan de análisis de conglomerados que permiten ver grupos de países que se parecen respecto de algunas variables, más que simplemente establecer una clasificación que puede resultar engañosa.

Por otro lado, llamar también la atención acerca de las correlaciones, ya que en el estudio se tiende a aceptarlas con grados a veces inferiores a 0.5. Estas correlaciones deben también ser interpretadas con cautela y mayor rigor, ya que con gran probabilidad muestran tendencias, pero dichas tendencias se espera que se vayan confirmando a medida que se incorporen más países al proyecto y no se pueden adelantar acontecimientos que no han sido suficientemente contrastados desde el punto de vista analítico.

Teniendo presentes los apuntes anteriores, se desarrollan seguidamente, los apartados implícitos en este modelo conceptual simplificado, comenzando por una descripción general de la situación internacional actual.

4 LA CREACIÓN DE EMPRESAS: UNA PERSPECTIVA INTERNACIONAL

Para estudiar la situación actual que presentan los distintos países que participan en el proyecto GEM 2001 en cuanto a la creación de empresas, se analizan los porcentajes correspondientes a la puesta en marcha de negocios considerados “nacientes” y “nuevos”, ya que, algunas de las nuevas firmas deben ser tratadas como proyectos que están en un fase inicial, mientras que otras ya pueden considerarse como bastante consolidadas. A estos porcentajes hay que añadir los de inversión privada en nuevos negocios o “business angels” y, por supuesto, el índice global de creación de empresas.

Así, la tabla nº1 permite ilustrar las diferencias considerables que existen entre los 29 países estudiados este año¹. En primer lugar se puede ver a Méjico, como el país que presenta el mayor índice de actividad emprendedora total (TEA) con un 18%, que representa un nivel seis veces más alto que el país que tiene el menor índice, a saber, Japón (3%). España, con un nivel TEA del 6,3% ocupa el lugar nº20 en el ranking de países GEM 2001, lo que la sitúa por debajo de la media, que es del 8,7%.

Por lo que respecta a las empresas nacientes, Méjico sigue ocupando el primer lugar, mientras que es el cuarto en nuevas empresas y el tercero en inversión privada. En cambio, España, ocupa una sexta posición en inversión privada, mientras es el número 23 en nuevas empresas y el 19 en empresas nacientes.

Sin embargo, si bien hay grandes diferencias porcentuales en el índice global (TEA) con un mínimo del 3.10% y un máximo del 18%, los rangos son mucho más estrechos en cuanto a inversión privada (mínimo del 0.86% y máximo del 6.80%), en cuanto a empresas nacientes (mínimo del 1.02% y máximo del 12.56%) y en cuanto a nuevas empresas (mínimo del 0.79% y máximo del 7.19%), lo cual implica que de los países, a veces más que decir que ocupan una posición en el ranking de 29, es mejor decir que quedan muy por debajo o por encima de la media o que se aproximan mucho a ella.

En esos términos, España queda 2 puntos por debajo de la media en cuanto al índice global de creación de empresas, un poco por debajo de la media de empresas nacientes y casi dos puntos por debajo en nuevas empresas, mientras queda más de un punto por encima en inversión privada en nuevos negocios.

Tabla 1. Estadísticos descriptivos de los índices de creación de empresas

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación típ.
% de empresas nacientes	29	1.02	12.56	5.72	2.57
% de nuevas empresas	29	.79	7.19	3.30	1.75
% de business angels	29	.86	6.80	3.08	1.41
TEA	29	3.10	17.91	8.74	3.73

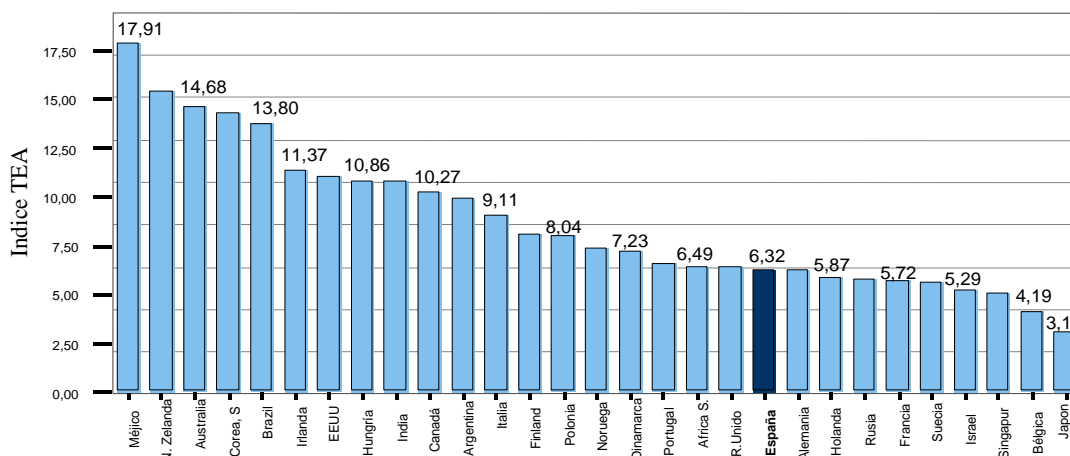
¹ En este estudio, los valores tomados en cuenta para evaluar las tasas relativas al TEA, a las Empresas Nacientes y a las Nuevas Empresas, son ligeramente inferiores a las utilizadas en El Informe GEM Global, ya que en este último, se utilizaron los valores ajustados (es decir, incluyendo las respuestas “No lo sé” en las respuestas “Si”).

Tabla 2. Resultados de Encuesta de población 2001

	País	Empresas Nacientes (%)	R	Nuevas Empresas (%)	R	Índice TEA (%)	R	Business Angels (%)	R
1	Argentina	7,82	6	2,49	20	9,92	11	2,15	22
2	Australia	8,63	4	7,17	2	14,68	3	4,08	7
3	Bélgica	3,08	25	1,20	27	4,19	28	2,34	20
4	Brazil	9,24	2	4,93	5	13,80	5	,86	29
5	Canadá	6,71	12	3,86	8	10,27	10	3,75	10
6	Dinamarca	4,97	16	2,68	17	7,23	16	3,14	15
7	Finlandia	4,94	17	3,21	13	8,16	13	3,83	9
8	Francia	4,92	18	,80	28	5,72	24	1,79	23
9	Alemania	4,33	21	2,15	22	6,28	21	3,24	14
10	Hungría	7,55	8	3,64	9	10,86	8	2,19	21
11	India	7,62	7	3,45	12	10,81	9	,98	28
12	Irlanda	7,06	11	4,80	6	11,37	6	3,46	12
13	Israel	1,02	29	4,57	7	5,29	26	4,60	4
14	Italia	7,31	10	1,97	24	9,11	12	2,78	17
15	Japón	2,42	27	,79	29	3,10	29	1,46	25
16	Corea, Sur	7,51	9	7,19	1	14,32	4	3,97	8
17	Méjico	12,56	1	6,05	4	17,91	1	4,71	3
18	Holanda	2,42	28	3,58	10	5,87	22	1,34	27
19	N. Zelanda	9,14	3	6,31	3	15,45	2	6,80	1
20	Noruega	4,98	15	2,80	16	7,40	15	3,56	11
21	Polonia	5,66	13	2,50	19	8,04	14	2,38	19
22	Portugal	3,60	22	3,16	14	6,61	17	1,43	26
23	Rusia	2,99	26	2,96	15	5,87	23	2,80	16
24	África, Sur	5,32	14	1,38	26	6,49	18	4,39	5
25	Singapur	3,43	24	1,67	25	5,10	27	1,76	24
26	España	4,46	19	1,98	23	6,32	20	4,09	6
27	Suecia	3,58	23	2,30	21	5,65	25	3,27	13
28	R.Unido	4,41	20	2,61	18	6,49	19	2,58	18
29	EEUU	8,19	5	3,46	11	11,07	7	5,70	2
Total	N	29	29	29	29	29	29	29	29

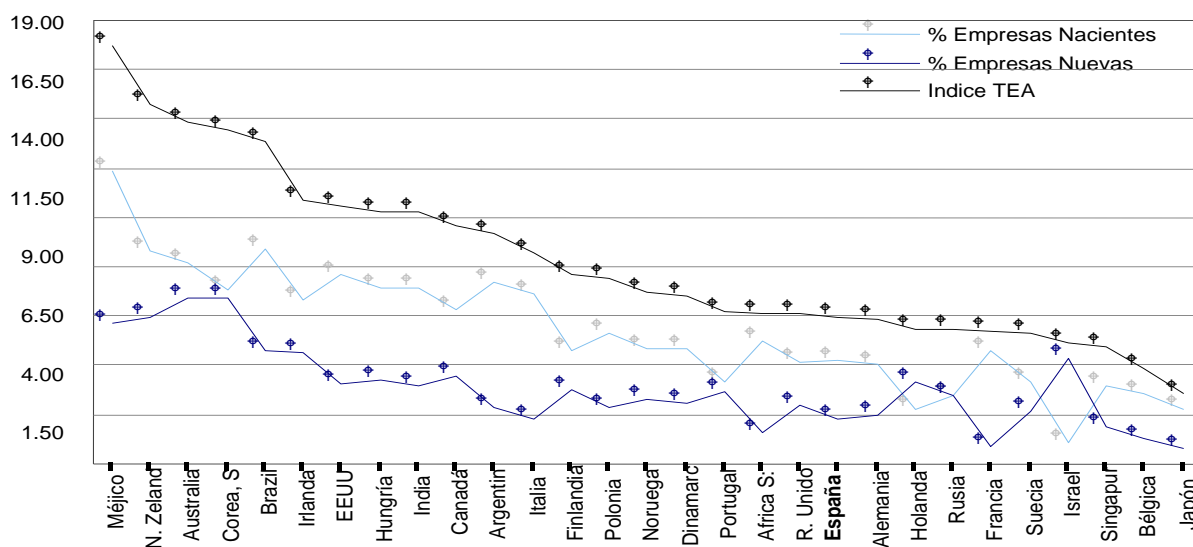
Si nos situamos en una perspectiva dinámica y nos ceñimos al análisis de los 21 países que formaron parte del GEM en el año 2000, notamos que ha habido cambios en las posiciones de dichos países y que España ha retrocedido en dos plazas (del nº12 al nº14). Sin embargo, este retroceso es únicamente relativo ya que entre el año 2000 y el año 2001 España registró una mejora en sus tres indicadores de nivel de actividad emprendedora. Así, la tasa de empresas nacientes pasó del 3,18% al 4,46% y la tasa de firmas nuevas aumentó del 1,44% al 1,98%. Al combinar estas dos medidas, podemos observar un aumento del TEA del 39% (de 4,55% a 6,32%).

Fig.1 Tasa Total de Actividad Emprendedora (2001)



Al descomponer la tasa TEA en los dos índices que la forman, podemos observar que España tiene una mayor proporción de personas involucradas en empresas nacientes (esto es, que llevan menos de 12 meses de actividad) que en empresas nuevas (hasta 42 meses). Ello se refleja en un ranking más favorable para el nivel de creación empresarial propiamente dicho (18) que el de desarrollo y crecimiento de nuevas empresas (24).

Fig. 2 Comparación internacional de varias tasas de actividad emprendedora



Cabe señalar que de los 29 países del GEM, sólo Israel, Holanda y Rusia tienen unas tasas de participación en nuevas empresas superiores a las de participación en empresas nacientes, lo que indica una dificultad general para convertir los nuevos proyectos en negocios rentables, es decir, que mueren antes de los 42 meses de vida. Varias razones podrían explicar estas diferencias:

La falta de capacidad de los empresarios para dirigir y desarrollar empresas nuevamente creadas (aunque esta idea no parece muy probable), la ineficacia o falta de adecuación de las medidas gubernamentales de apoyo al desarrollo de las nuevas empresas, la situación del entorno económico nacional e internacional, etc.

El análisis posterior de las condiciones del entorno económico e institucional nos permitirá apoyar o rechazar estas hipótesis.

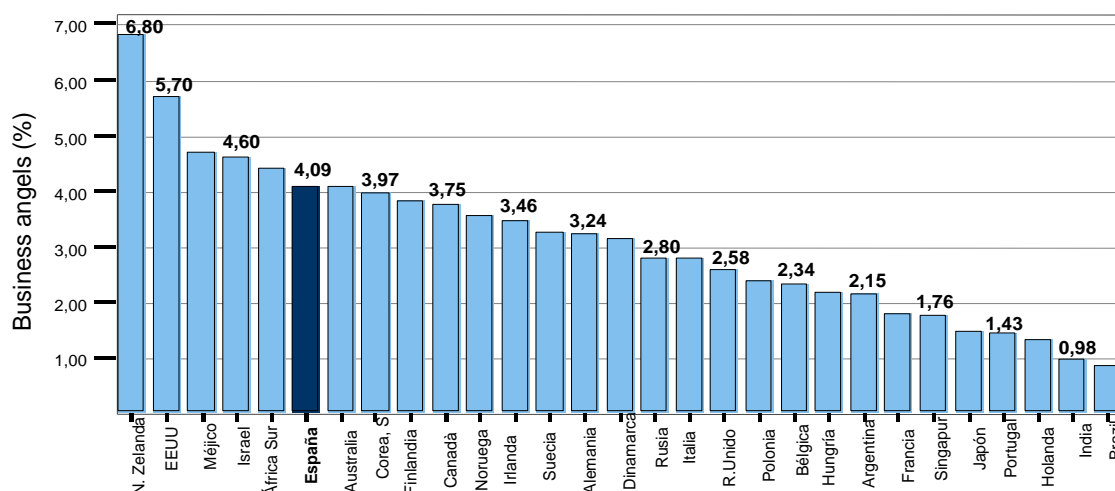
Por otra parte, se puede observar a partir de la tabla nº2 que los cinco países mediterráneos de la muestra presentan unos niveles de TEA bastante similares, siendo Italia el país que más se destaca en este aspecto. Más adelante se analizan los factores que podrían explicar dichas similitudes.

Table 3. Comparación de los países mediterráneos

	País	Empresas nacientes (%)	Empresas nuevas (%)	Índice TEA (%)	Business angels (%)
1	Francia	4.92	.80	5.72	1.79
2	Israel	1.02	4.57	5.29	4.60
3	Italia	7.31	1.97	9.11	2.78
4	Portugal	3.60	3.16	6.61	1.43
5	España	4.46	1.98	6.32	4.09
Total	N	5	5	5	5

La actividad empresarial en un país también se puede medir de una manera más indirecta, evaluando por ejemplo en qué medida las personas están dispuestas a invertir fondos propios para financiar empresas en proceso de creación. El estudio GEM 2001 resume este fenómeno en una medición denominada “Business Angel”, es decir, el porcentaje de personas que invirtieron en nuevas empresas de otros sin intervenir en la gestión en los últimos tres años. El indicador no incluye la compra de acciones de oferta pública ni los fondos de inversión.

Fig. 3 Inversión personal en nuevas empresas (Business Angels)



El Gráfico nº3 muestra que las variaciones entre países para esta tasa son también significativas, y van de un bajo 0,86% en Brasil a un elevado 6,8% en Nueva Zelanda. España ocupa la sexta posición, por lo que un adulto de cada 25 entrevistados declara haber participado en la financiación privada de empresas nacientes. Esta proporción refleja un aumento de casi el 70% respecto al año anterior en el que sólo 2,41% de los

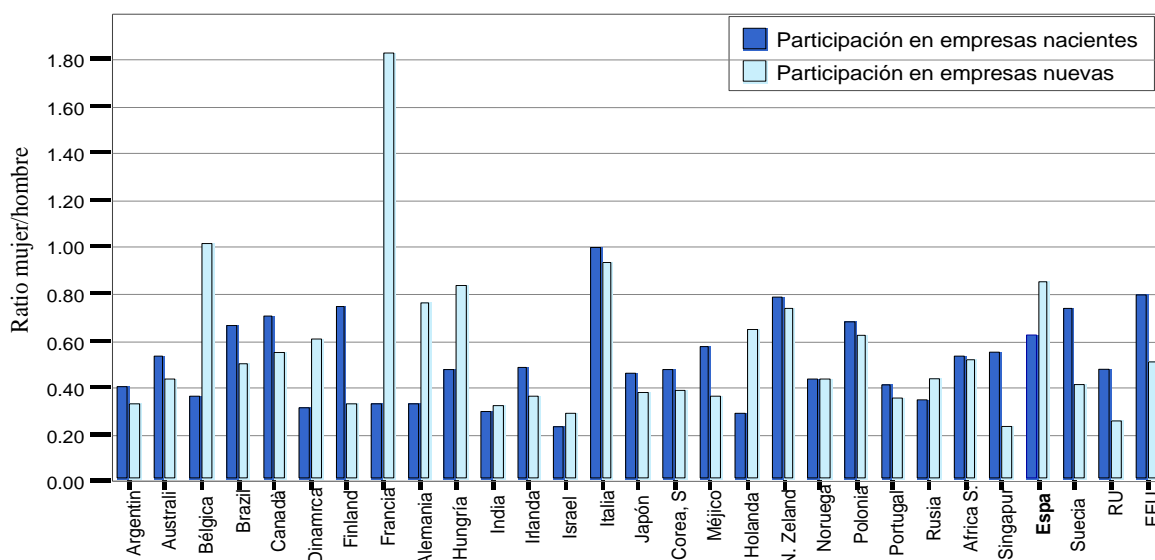
españoles entraban en la categoría de “Business Angel”. Además, la disponibilidad de datos para 29 países nos permite observar la existencia de una relación de correlación positiva entre la proporción de inversores privados y el TEA; el coeficiente de correlación es 0,4 y es estadísticamente significativo al 95% de confianza.

4.1 LOS FACTORES DEMOGRÁFICOS

Uno de los resultados más significativos del Proyecto GEM es la estrecha relación existente entre los factores demográficos y la actividad emprendedora de un país. A continuación, establecemos un perfil de los grupos de población que están más involucrados en la creación de empresas.

Actividad empresarial y género

Fig. 4 Ratio de participación mujer/hombre (2001)

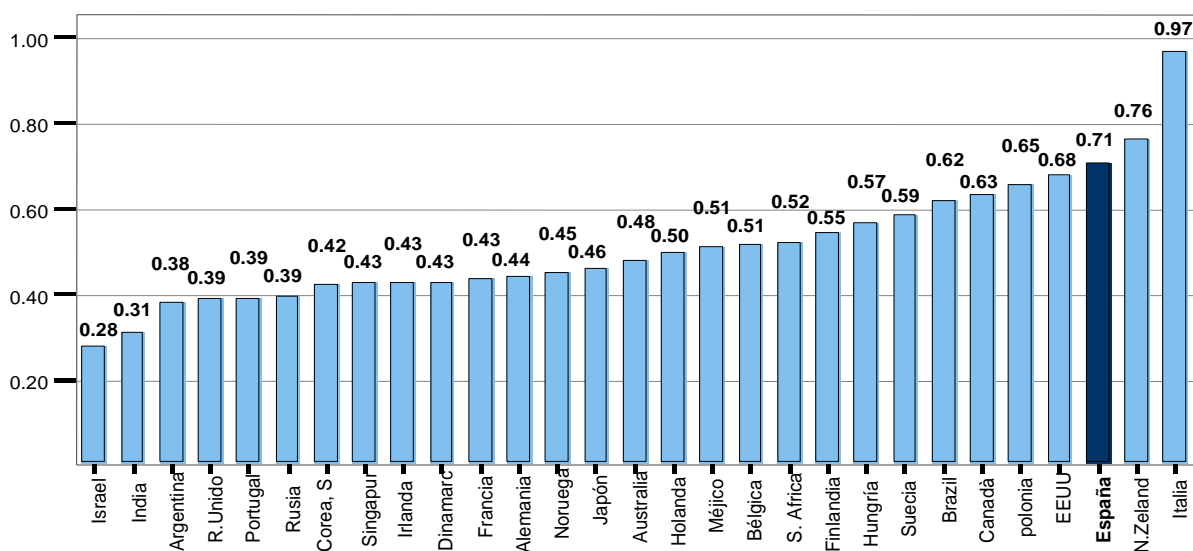


En primer lugar, los datos recogidos en el GEM 2001 muestran que el nivel de actividad emprendedora varía sustancialmente en función del género. Si se toma la población adulta (de 18 a 64 años) de los 29 países del GEM, se observa que la proporción de varones catalogados como “emprendedores nacientes” es siempre superior a la de las mujeres de esta misma categoría. El gráfico nº4 recoge los ratios de participación mujer/hombre en las “Start-Up” y en las nuevas empresas para todos los países del GEM. En él se puede apreciar que en el caso de las “start-up” todos los ratios son inferiores a 1, aunque Italia, con un ratio de 0,99 se aproxima a la paridad. El segundo puesto, lo ocupan los Estados Unidos con 0,79 mujeres emprendedoras para cada hombre. España, en la novena posición, tiene 0,62 mujeres emprendedoras para cada hombre (o lo que es lo mismo, 1,6 hombres para cada mujer). El mismo fenómeno ocurre con las nuevas empresas, aunque cabe señalar dos excepciones en las que participación femenina supera a la masculina, a saber Francia, con un ratio del 1,82 y Bélgica con un ratio del 1,03. España goza de una mejor posición para esta categoría y sustenta un ratio de 0,85, muy superior al la media (0,56). También resulta interesante observar que en términos generales, la involucración de las mujeres en nuevas empresas es mayor a su participación en la creación propiamente dicha de empresas. Este hecho merece una especial atención y cabe preguntarse si denota de una menor capacidad de percibir

oportunidades de negocios por parte de las mujeres o refleja más bien los frenos institucionales y culturales que discriminan a este colectivo.

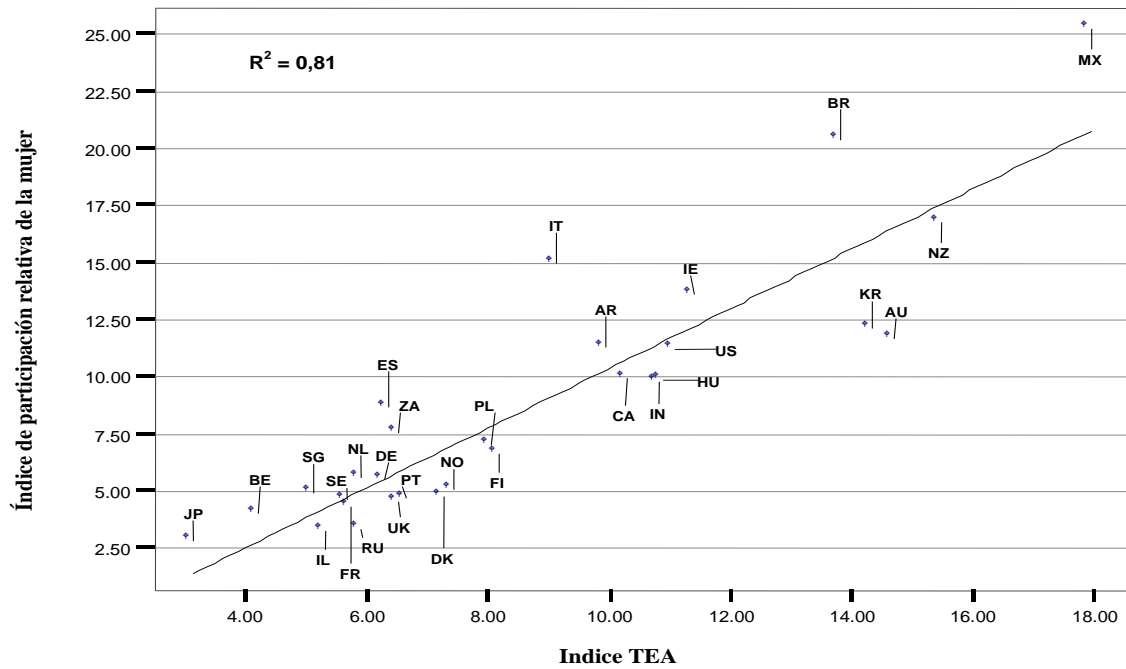
Es necesario señalar que los resultados relativos a la actividad emprendedora por género necesitan ser examinados con una perspectiva histórica más amplia para poder establecer unas conclusiones realmente contundentes y fidedignas. En efecto, al calcular el ratio mujer/hombre para el TEA 2001 (Fig.5), hemos encontrado unos resultados bastante diferentes de los correspondientes al GEM 2000. Por ejemplo, una de las conclusiones más destacables respecto a España para el año 2000 había sido el recalcar la muy elevada participación femenina en la actividad emprendedora y el ratio TEA era de 0,86, cifra que baja este año a un 0,71. Lo mismo sucede con varios países del GEM, como es el caso de Italia cuya participación femenina está este año a la par de la del hombre (ratio del 0,97) es decir, casi el doble de lo registrado el año pasado (ratio inferior al 0,5). En consecuencia, los resultados del análisis deberán ser manejados con cautela.

Fig.5 Ratio mujer/hombre para la actividad emprendedora total



Dicho esto, no cabe duda de que el análisis en términos de Género sigue teniendo una gran relevancia. Para demostrarlo, hemos calculado la relación existente entre el TEA y el Índice de Participación Relativa de la Mujer en la Actividad Emprendedora. Este último indica el nivel total de actividad femenina, relativa a su participación en la fuerza laboral.

Fig. 6 Actividad emprendedora y participación relativa de la mujer



El gráfico nº6 indica que existe una fuerte correlación positiva entre los dos indicadores (Coeficiente de correlación $R=0,89$), lo que significa que un país con una elevada participación femenina en la creación y el desarrollo de nuevas empresas tiende en general a tener un alto nivel de actividad emprendedora. Estos resultados son extremadamente instructivos a efectos de política gubernamental ya que muestran la importancia de fomentar la participación de la mujer en la vida empresarial.

4.2 ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Uno de los objetivos centrales del Proyecto GEM consiste en saber cómo influye el nivel de actividad emprendedora de un país en su capacidad para generar riqueza.

En la tabla nº3 se presenta el coeficiente de correlación de la tasa proyectada de crecimiento anual del PIB con el índice de actividad emprendedora. Debido al número elevado de países que participan en el proyecto y la fuerte heterogeneidad que existe entre algunos de ellos (por ejemplo, India y Francia o Hungría y Estados Unidos), se ha procedido a un análisis de diferentes subgrupos por separado:

- El primer factor de distorsión identificado es la orientación al comercio exterior. Así, han sido excluidos de la muestra los países cuyo valor de importaciones más exportaciones era superior al PIB.
- En segundo lugar, el análisis se ajustó excluyendo a los países con un alto grado de dependencia del sector agrícola (participación masculina en la agricultura superior al 20%), ya que esto puede inducir la existencia de una intensa actividad emprendedora en algunas áreas específicas de la industria de dichos países. Los 17 países restantes han sido denominados "Grupo Alpha"². Para este grupo, sólo el coeficiente de correlación entre la tasa de nuevos emprendedores y el crecimiento económico proyectado del 2001 es significativo, obteniéndose una cifra de 0.52.

² Francia ha sido excluida del análisis debido a la falta de datos sobre este país.

Tabla nº4. Actividad Emprendedora y Crecimiento Económico			
	Empresas Nacientes	Empresas Nuevas	TEA 2001
Países GEM 2001			
Tasa proyectada de crecimiento PIB (2001)	0.235	0.190	0.235
Tasa proyectada de crecimiento PIB (2002)	0.303	0.393*	0.385*
Países GEM 2001 – comercio exterior (n=24, excluidos BE, HU, IE, NL, SG)			
Tasa proyectada de crecimiento PIB (2001)	0.274	0.186	0.288
Tasa proyectada de crecimiento PIB (2002)	0.330	0.464*	0.439*
Grupo Alpha (n=16 excluidos: IN, BR, MX, ZA, RU, IN, FR)			
Tasa proyectada de crecimiento PIB (2001)	0.127	0.270	0.261
Tasa proyectada de crecimiento PIB (2002)	0.179	0.699**	0.513*
Países OCDE (n=22)			
Tasa proyectada de crecimiento PIB (2001)	0.26	0.311	0.314
Tasa proyectada de crecimiento PIB (2002)	0.567**	0.485*	0.563*
Países de la Unión Europea			
Tasa proyectada de crecimiento PIB (2001)	0,401	0,678**	0,676*
Tasa proyectada de crecimiento PIB (2002)	0.466	0.689**	0.729**

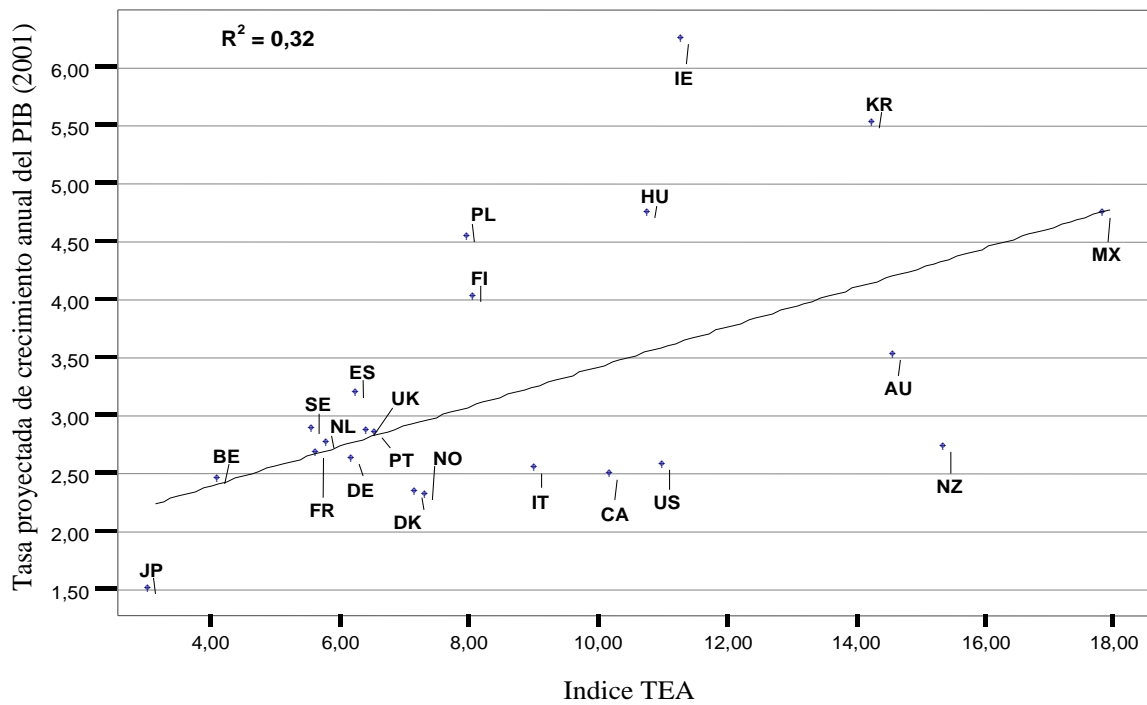
* La correlación es significativa al nivel 0,05.

** La correlación es significativa al nivel 0,01.

- Otra forma de aislar los elementos distorsionadores es analizar a los países con estructuras económicas similares como es el caso de los países de la OCDE. De hecho, las correlaciones aumentan sustancialmente para este grupo y las correspondientes al año 2002 son todas significativas.

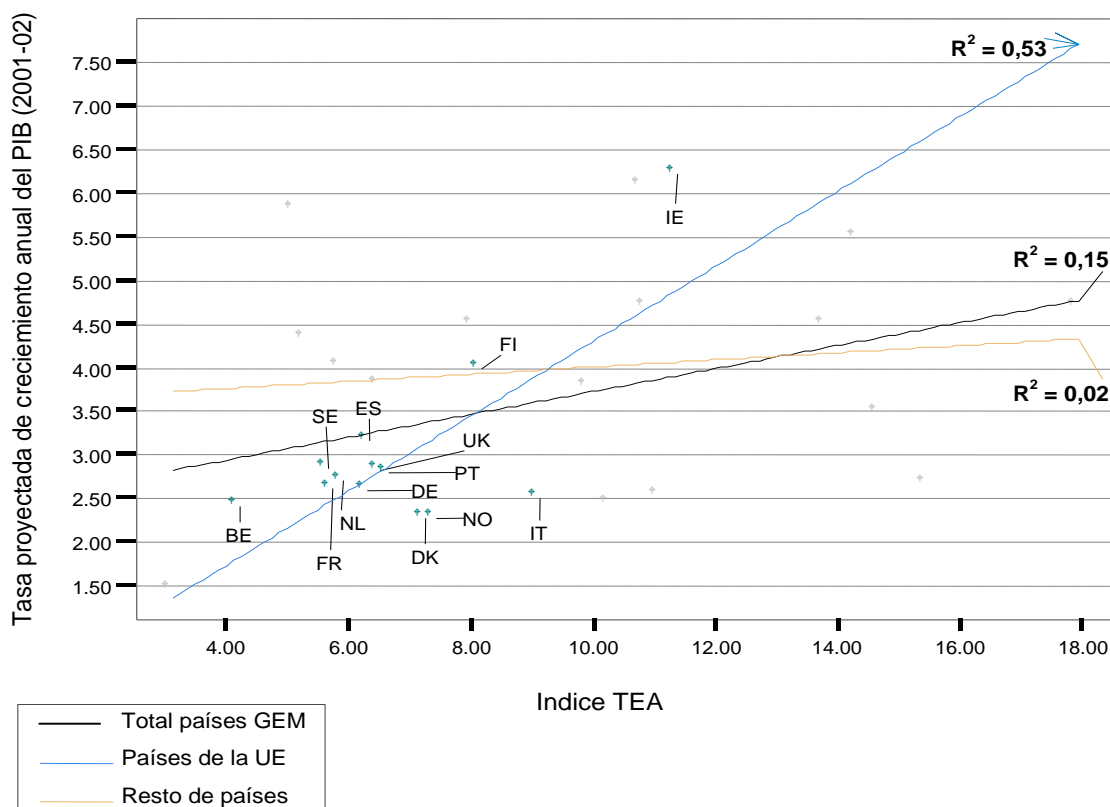
Para una mejor visibilidad de los resultados hemos construido el gráfico nº6 que presenta la correlación entre el TEA y la tasa proyectada de crecimiento económico (2001-2002), obteniéndose un R^2 de 0,32 (o sea, un coeficiente de correlación de 0,56). La correlación también se refleja en la línea de regresión trazada en el gráfico y sugiere la existencia de una estrecha relación entre los dos indicadores analizados. Además, las correlaciones halladas para este año replican las del GEM 2000, con lo se confirma el supuesto inicial del GEM según el cual la creación y el desarrollo de nuevas empresas son un determinante clave del crecimiento económico de un país. Ahora bien, la serie temporal de la que disponemos sigue siendo limitada por lo que no podemos llegar a la conclusión de la existencia de una relación de causalidad entre los dos indicadores. Por otra parte, es preciso señalar algunas excepciones notables como Irlanda, Corea, Nueva Zelanda y Estados Unidos que indican que no sólo la actividad emprendedora explica el nivel de prosperidad económica. No obstante, en términos de política económica, los resultados apuntan a la importancia de incluir la actividad emprendedora dentro de los programas de planificación gubernamental.

Fig. 7 Actividad emprendedora y crecimiento económico (países OECD)



Este es sobre todo el caso de los países de la Unión Europea que al parecer siguen una pauta común, en la que el crecimiento económico está aún más estrechamente relacionado con la actividad emprendedora. Así lo muestra el gráfico siguiente en el que se ha aislado el comportamiento de dos grupos de países: los pertenecientes a la Unión Europea y el resto de países GEM. Para el primer grupo, se ha conseguido un R^2 del 0,58 que representa el coeficiente de correlación más elevado de todos los grupos de países analizados hasta ahora. Los indicadores de España también parecen seguir una pauta bastante similar a la que indica la línea de regresión correspondiente a la UE. Como conclusión, sería razonable recomendar la articulación tanto a nivel nacional como a nivel regional (la Unión Europea) de una política de fomento de la actividad emprendedora.

Fig.8 Actividad emprendedora y crecimiento económico en los países de la Unión Europea



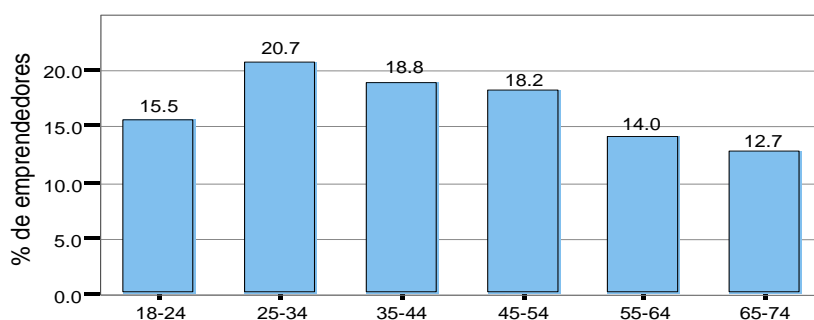
5 PERFIL DEL EMPRENDEDOR ESPAÑOL

Con el fin de conocer más en detalle la actividad emprendedora en España, trataremos a continuación de esbozar el perfil del emprendedor español, según surge de la Encuesta general de población.

5.1 ESTRUCTURA DE EDAD DE LOS EMPRENDEDORES

La figura nº9 refleja la estructura de edad de los emprendedores donde se observa que más del 36% de los mismos tiene entre 18 y 34 años, casi el 19% tiene entre 35-44, seguidos muy cerca por los que tienen entre 45 y 54 años (un 18%). Los dos grupos restantes, mayores de 55 años y de 65 años, tienen tasas algo más bajas (respectivamente el 14% y el 12,75), pero no por ello hay que restarles importancia ya que el colectivo que tiene entre 55 y 64 años representa actualmente el 16,3% del total de población activa. Si bien esta proporción no es la más alta de los países estudiados (en Japón representa más del 20%) hay que resaltar que se sitúa por encima de la media (un 15,5%) y que va en aumento debido al rápido envejecimiento de la población española, y a que el país ostenta una de las tasas de natalidad más bajas del mundo. En términos de políticas públicas esto significa que los programas de fomento de la actividad emprendedora deberán en el futuro prestar una mayor atención a los mayores de 55 años, ya que en el futuro no se podrá contar únicamente con la juventud para mantener el dinamismo de la economía.

Fig.9 Actividad emprendedora por edades



5.2 CLASE SOCIAL

Resulta interesante para el análisis observar que la mayoría de los encuestados que contestaron que estaban iniciando un negocio corresponden a la clase media (el 35%), la clase media-alta (el 26%) o a la clase media-baja (el 21%). Como es de esperar, menos del 3% de los emprendedores provienen de la clase baja, ya que iniciar un negocio implica generalmente disponer por lo menos de una mínima cantidad de ahorros propios. No obstante, el hecho de disponer de una fortuna personal sustancial no parece ser un incentivo suficiente para crear una empresa dado que sólo un moderado 14% de los emprendedores pertenecen a la clase alta. En definitiva, una combinación adecuada de dinero propio y de motivación personal parecen ser los ingredientes imprescindibles a la creación de una empresa.

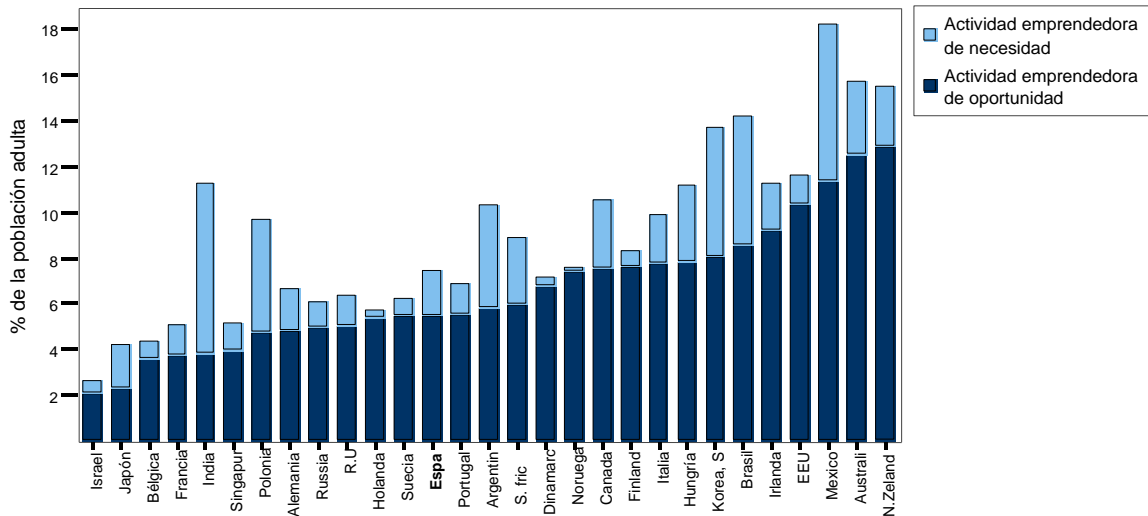
Tabla 5. Emprendedores por clase social

	Alta	Media-alta	Media	Media baja	Baja
% de emprendedores	14,5%	26,3%	35,5%	21,1%	2,6%

5.3 MOTIVOS DE LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

La realización sucesiva durante tres años del proyecto GEM ha permitido al grupo coordinador del estudio profundizar en el análisis del mismo, procediéndose este año a la distinción entre dos tipos de actividad emprendedora: la creación de empresas motivada por la existencia de una oportunidad de negocio, que denominaremos por “actividad emprendedora de oportunidad” y la creación de empresas provocada por la pura necesidad de sobrevivir, o “actividad emprendedora de necesidad”. Esta distinción es significativa ya que cabe suponer que el primer tipo de actividad emprendedora contribuye de una forma mucho más positiva a la economía de un país que la actividad emprendedora de necesidad, la cual surge de una falta de alternativas para tener trabajo.

Fig. 10 Comparación internacional de la actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad



De la figura nº se puede observar que España, con un porcentaje del 5,5% se encuentra por debajo de la media de un punto en cuanto a proporción de adultos que crearon en el 2001 una empresa para aprovechar una oportunidad. Del mismo modo, la proporción de emprendedores que actuaron empujados por la necesidad alcanzó el 2%, o sea menos que la media del resto de los países GEM (2,5%).

Tabla 6. Distribución de la actividad emprendedora en España según el motivo y el género

	% de adultos	
	Hombres	Mujeres
Actividad emprendedora de oportunidad	72,5	24,5
Actividad emprendedora de necesidad	57,1	42,9

En cuanto a la distribución de estos dos tipos de creación de empresas en función del género, los datos recogidos para España³ muestran que la proporción de mujeres involucradas en una actividad emprendedora de necesidad duplica la de mujeres que participan en una actividad de oportunidad (respectivamente, el 42,9% y el 24,5%). Parece razonable suponer que las normas sociales y culturales vigentes en España desalientan a las mujeres de emprender un negocio por lo que estas últimas tienden a romper dichas normas sólo cuando la necesidad las fuerza a ello.

³ Hay que señalar que, los casos disponibles para España en este apartado son 100, muestra algo escasa que conduce a cuestionar la fiabilidad de los resultados. Por tanto, se advierte que las conclusiones extraídas son de carácter indicativo.

5.4 ¿CÓMO FINANCIAN LOS EMPRENDEDORES LA CREACIÓN DE UN NEGOCIO?

En general, los emprendedores españoles se encuentran con muchas dificultades a la hora de recabar dinero para financiar su negocio por medios formales (instituciones financieras y gubernamentales). Por esto, a menudo recurren a otras soluciones: familiares, amistades, conocidos, etc. El proyecto GEM, consciente de la importancia de las fuentes de financiación alternativas, ha querido profundizar los conocimientos sobre este tema para cada uno de los 29 países del estudio.

	% de empresas creadas
Ahorros e ingresos propios	85.1%
Entidades financieras	51.1%
Administración pública	31.9%
Familiares cercanos	25.5%
Compañeros de trabajo	17.0%
La empresa en que Vd. trabaja	14.9%
Amigos o vecinos	8.5%
Otros familiares	6.4%

Así, a la pregunta de qué fuente de financiación piensan utilizar para crear su empresa, la mayoría de los españoles (el 85%) respondieron que invertirían sus propios ahorros e ingresos. Las entidades financieras y la administración pública representan una opción en el 51% y el 32% de los casos. A continuación, nos encontramos con un 25% de los emprendedores que piensan pedirselo a sus familiares cercanos. Los compañeros de trabajo, la empresa en que trabaja el emprendedor o los amigos de éste, representan las alternativas las menos frecuentes. Esta pauta de comportamiento tiende en general a repetirse en gran parte de los países GEM.

5.5 ¿QUÉ TIPO DE PERSONA INVIERTE EN LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA AJENA?

Hemos visto en el capítulo anterior que en España, el 4% de la población declaró haber invertido, durante los tres últimos años, sus fondos propios en una nueva empresa creada por otra persona. Como es de esperar, este tipo de inversores corresponde en general a personas de clase media-alta (el 36% de los casos), de clase media (el 26%) o de clase alta (el 22%). En cuanto a la relación que tienen con los emprendedores beneficiarios de la inversión, ésta varía según el inversor sea hombre o mujer. Así, más de la mitad de las mujeres invierten en negocios creados por familiares cercanos y una octava parte en los de familiares lejanos. Una muy reducida parte declara invertir en empresas de un amigo o de un desconocido. Esto indica que probablemente la motivación principal de las mujeres no es la de ganar dinero sino que actúan empujadas por el deseo de ayudar a un familiar. Entre los hombres la situación está más mitigada: sólo el 32% de ellos invierte en negocios de un familiar cercano y el 14% en la de un familiar lejano. Por el contrario, los vecinos o amigos acaparan el 35% de las inversiones y una pequeña proporción recae en manos de los compañeros de trabajo (el 8,8%). Otra diferencia notable entre los hombres y las mujeres radica en que estas últimas son mucho más desconfiadas a la hora de propiciar información sobre sus inversiones, como lo refleja el alto porcentaje de

respuestas “no lo sé”, las cuales significan en general que el encuestado se niega a dar la información solicitada.

Tabla 8. Relación entre inversor privado y emprendedor

Relación con el emprendedor receptor de inversión	% de Inversores privados	
	Hombres	Mujeres
Familiar cercano	32.4	56.3
Otro familiar	14.7	12.5
Compañero de trabajo	8.8	.00
Anigo o vecino	35.3	6.3
Desconocido	5.9	6.3
No sabe	2.9	18.8

5.6 ¿QUÉ TIPO DE NEGOCIOS CREAN LOS EMPRENDEDORES ESPAÑOLES?

En cuanto al tipo de negocio que crean los emprendedores, se han clasificado las respuestas de la población según el código estándar estandarizado ISIC. Puede observarse de la tabla nº que existe una cierta tendencia hacia la creación de empresas en el sector de venta minorista, servicios turísticos y restaurantes (los porcentajes de empresas nacientes y nuevas rondan en torno al 22%). Justo después, se encuentran los servicios dirigidos a empresas, que centralizan el 17,7% del TEA. Las empresas que implican actividades manufactureras representan alrededor del 12 al 17% de la actividad emprendedora en España. En algunos sectores, las tasas relativamente más elevadas de empresas nacientes comparadas con las empresas en crecimiento, pueden ser explicadas por un auge reciente del sector en cuestión o bien por la baja esperanza de vida de las firmas de nueva creación en el mismo.

Tabla 9. Actividad emprendedora por sectores económicos

Categorías ISIC	% de emprendedores		
	Empresas nacientes	Nuevas empresas	TEA
Sector agropecuario y pesca	8.5	10.8	6.2
Sector minero y construcción	14.1	7.6	13.3
Industria manufacturera	14.1	17.1	12.4
Transportes, almacenamiento y comunicaciones	8.5	10.8	9.7
Venta al por mayor, venta y reparación de vehículos	1.4	5.7	2.7
Hoteles y restaurantes	21.1	22.8	23.0
Intermediación financiera y actividades inmobiliarias	5.6	2.5	3.5
Servicios comerciales	18.3	13.3	17.7
Enseñanza, servicios sociales y salud	4.2	3.8	5.3
Servicios al consumidor	4.2	5.7	6.2

5.7 NÚMERO DE PROPIETARIOS IMPLICADOS EN LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA:

Más de la mitad de las empresas en proceso de creación pertenecen a uno o dos propietarios. Superado el número de dos asociados, la proporción de empresas cae al 37%, y en muy raras ocasiones, o sea en el 5% de los casos, más de 5 personas llegan a iniciar juntos un negocio. Estos resultados se pueden explicar por la elevada proporción de españoles que consideran tener los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para crear nuevos negocios (ver capítulo 6). Es también probable que los emprendedores españoles rehuyan las complicaciones que conlleva el tener varios asociados y la consiguiente pérdida de control sobre las decisiones importantes de la empresa. Para las empresas de menos de 42 meses, los emprendedores son totalmente autónomos en casi la mitad de los casos. En comparación con las empresas en proceso de creación, el porcentaje de nuevas empresas con dos propietarios es ligeramente más elevado (un 30%), mucho menos elevado cuando se trata de empresas con más de tres propietarios (un 21% de los casos). La marcada tendencia de las empresas nuevas a tener menos propietarios que las nacientes podría achacarse, en parte, a la “retirada” de algunos de los fundadores iniciales del negocio.

Tabla 10. Número de propietarios

	Un propietario	Dos propietarios	3-5 propietarios	6+ propietarios
% de empresas nacientes	28.6	28.6	37.5	5.4
% de nuevas empresas	45.5	30.1	21.2	3.2

5.8 ¿CUÁL ES EL POTENCIAL DE CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN?

El potencial de crecimiento de las pequeñas empresas suele centrar el interés de los políticos y especialistas debido sobre todo a lo que supone en términos de puestos de trabajo creados. Desde la perspectiva del GEM, resulta interesante analizar este aspecto dado que los principales indicadores de la actividad emprendedora (por ejemplo el TEA) sólo miden la cantidad de empresas creadas y no dan información sobre la calidad de dichas empresas en cuanto a perspectiva de crecimiento o de creación de empleo.

En España, según surge de las encuestas del GEM 2001, se estima que más de la mitad de las empresas nacientes creadas por un emprendedor generarán pocos nuevos empleos dentro de los próximos cinco años (entre 1 y 5 empleos). Este tipo de empresas pertenece a la categoría “Estilo de vida” (Life-style firms en inglés) en la que el emprendedor se siente satisfecho con su nivel de ingresos y no piensa aprovechar las oportunidades de expansión porque implicarían aumentar esfuerzos y riesgos. Menos de la cuarta parte de los emprendedores españoles (el 21,6%) esperan emplear a entre 6 y 19 personas en el futuro. Aunque este tipo de proyecto no entra dentro de la categoría de empresas de alto crecimiento, podemos afirmar que sus fundadores han iniciado el negocio con la intención de crecer en los próximos años, conquistando mercados e introduciendo innovaciones para seguir creando valor añadido. Los datos correspondientes al resto de los países GEM reflejan una situación bastante similar a la de España respecto a las dos primeras categorías de empresas (el 51% de las empresas nacientes crearán entre 2 y 4 empleos y el 27% entre 5 y 14 empleos).

Tabla 11. Previsión de creación de empleos

	% de empresas nacientes (empleos dentro de 5 años)	% nuevas empresas		TEA
		Empleos actuales	Empleos dentro de 5 años	
Ningun empleo	13.7	42.9	29.5	25.5
1 a 5 empleos	56.9	41.7	47.0	49.7
6 a 19 empleos	21.6	9.6	15.9	17.0
20 empleos o más	7.8	5.8	7.6	7.8

Por lo que respecta a las empresas de menos de 42 meses, en España éstas se desmarcan de las nacientes por tener el doble de porcentaje de casos en los que no se prevé la creación de ningún nuevo empleo en los cinco próximos años, y una proporción inferior de empresas con alto potencial de crecimiento. No tenemos datos sobre las nuevas empresas en el resto de los países GEM que nos permitan comprobar los resultados españoles, pero podemos avanzar la siguiente hipótesis como explicación de esta situación: después de algunos años de funcionamiento, los emprendedores son más conocedores de la realidad, y tienden a revisar a la baja unas previsiones de crecimiento que eran al inicio exageradamente optimistas. Otra posible razón es que el potencial de crecimiento de la empresa se agota rápidamente durante los tres primeros años de vida. Obviamente, sería necesario disponer de datos longitudinales para poder confirmar o invalidar estas hipótesis.

En definitiva, si se mira la actividad emprendedora en su conjunto (TEA), podemos notar que más del 75% de la creación de empresas no representa una fuente sustancial de creación de nuevos empleos. Sin embargo sería un error minimizar la importancia de estas pequeñas empresas que constituyen un aporte esencial al sustento de sus fundadores y sus familias.

5.9 RESUMEN

Resumiendo, el emprendedor español parece responder al siguiente perfil:

- Tiene entre 25 y 54 años
- Pertenece a una clase social media o media-alta
- Ha percibido una oportunidad de negocios (en el caso de los hombres) o bien se ha visto impulsado a crear una empresa por necesidad (en el caso de las mujeres)
- Posee suficientes recursos propios para fundar una empresa o dispone de financiación por parte de una entidad financiera
- En caso de recibir inversión privada, el inversor es un familiar cercano o un amigo
- Crea una empresa en el sector de hostelería y restaurantes, en los servicios comerciales o en la industria manufacturera
- Crea dicha empresa sólo o con otro asociado
- Prevé la creación de entre 1 y 5 empleos en los próximos 5 años

6 LA EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES Y LA MOTIVACIÓN PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

En el análisis de la creación de nuevas empresas de un país, deben incluirse necesariamente los factores relacionados con la capacidad para la creación y desarrollo de una nueva empresa con éxito. Para ello se consideran los siguientes aspectos:

1. ¿Cuál es la percepción de las oportunidades de negocio por parte de los emprendedores?
2. ¿Qué motivación tienen para aprovechar las oportunidades existentes convirtiendo las ideas en una nueva empresa que se pueda crear y desarrollar con éxito?
3. ¿Qué disponibilidad hay de habilidades directivas y empresariales necesarias para la creación y el desarrollo de una nueva empresa?

La información de las variables relacionadas con la medición de estos aspectos procede de las preguntas de la encuesta realizada a la población de cada país y al conjunto de expertos seleccionados en cada uno de ellos. En los siguientes apartados se detallan estas preguntas y se ofrecen los resultados de su análisis.

6.1 PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Para que se pueda crear una nueva empresa es necesario que exista una oportunidad y que una persona que desea poner en marcha un nuevo negocio la pueda captar. Para medir la percepción de oportunidades se incluyeron en las encuestas la siguiente serie de preguntas:

1. ¿Cree usted que en su país habrá buenas oportunidades para poner en marcha una nueva empresa en los 6 próximos meses? (APS y EQ)⁴
2. En mi país, la gente percibe que existen muchas oportunidades para crear una nueva empresa. (EQ)
3. En mi país existen más oportunidades de negocio que personas capaces de percibir las y llevarlas adelante. (EQ)
4. En mi país, las oportunidades para crear una nueva empresa han aumentado en los últimos cinco años. (EQ)
5. En mi país, es fácil conseguir información sobre las oportunidades de negocio existentes. (EQ)
6. A partir de las 5 variables anteriores, se crea, en el caso del cuestionario a expertos, un índice total de oportunidad emprendedora.
7. Finalmente, a partir de los datos del APS también se dispone de un índice total de capacidad emprendedora, en que la oportunidad fue el principal motivo para la puesta en marcha de un nuevo negocio.

La posición de España respecto al resto de países participantes es la siguiente:

Un 48% de la población percibe que va a haber buenas oportunidades para la creación de nuevos negocios en los próximos 6 meses. Eso coloca a España en el cuarto lugar,

⁴ APS = Adult Population Survey, EQ = Expert Questionnaire

junto a Italia y muy cerca de Nueva Zelanda y Dinamarca. El país en que la gente es más optimista es Noruega (59% de respuesta afirmativa) y los menos optimistas son Francia, Japón y Hungría (menos de un 10% de respuesta afirmativa).

Tabla 12. Posición de España en cuanto a visión de oportunidades de negocios

	País	% de percepción de buenas oportunidades dentro de 6 meses	Rango	Actividad emprendedora de oportunidad ^b	Rango
1	<i>N. Zelanda</i>	.49	3	12.67	1
2	<i>Australia</i>	.31	14	11.29	2
3	<i>Méjico</i>	.40	10	10.86	3
4	<i>EEUU</i>	.35	11	9.84	4
5	<i>Irlanda</i>	.34	13	8.60	5
6	<i>Brasil</i>	.41	9	8.36	6
7	<i>Corea</i>	.12	26	7.73	7
8	<i>Hungría</i>	.09	27	7.47	8
9	<i>Canadá</i>	.35	12	7.07	9
10	<i>Italia</i>	.48	5	6.96	10
11	<i>Finlandia</i>	.55	2	6.67	11
12	<i>Noruega</i>	.59	1	6.28	12
13	<i>Dinamarca</i>	.46	6	6.02	13
14	<i>Argentina</i>	.20	21	5.50	14
15	<i>Portugal</i>	.22	19	5.15	15
16	<i>Holanda</i>	.42	7	4.95	16
17	<i>Suecia</i>	.42	8	4.65	17
18	España	.48	4	4.46	18
19	<i>Alemania</i>	.24	17	4.29	19
20	<i>Reino Unido</i>	.23	18	4.25	20
21	<i>Rusia</i>	.25	16	4.22	21
22	<i>Sur Africa</i>	.20	22	4.14	22
23	<i>Singapur</i>	.16	24	3.90	23
24	<i>Polonia</i>	.14	25	3.81	24
25	<i>India</i>	.31	15	3.65	25
26	<i>Bélgica</i>	.20	20	3.30	26
27	<i>Francia</i>	.07	29	2.97	27
28	<i>Israel</i>	.18	23	1.83	28
29	<i>Japón</i>	.07	28	1.41	29
Total	N	29	29	29	29

a. Fuente: Adult Population Survey

b. Índice total de actividad de creación empresarial cuyo principal motivo fue la oportunidad de negocios.

Por otro lado, el índice total de creación de empresas en función de la oportunidad de negocio es mucho más moderado para España (4.46%) que para otros países, lo cual nos coloca en la posición 18, si bien, esta posición es fruto de una gran similitud con diversos países. En realidad, las primeras posiciones las ocupan países con índices algo superiores al 10% (N. Zelanda, Australia y Méjico), seguidos de un grupo de países que se mueve alrededor del 9% (EEUU, Brasil, Irlanda, Canadá, Corea y Hungría), otro que está en el entorno del 5% (que es donde se sitúa España, alineada con la mayoría de países europeos) y, otro de niveles inferiores en que destaca Israel con la tasa más baja

(poco más de un 1%). De esta forma, se podría interpretar que, España, más que ocupar la posición 18, está entre los países que ocupan una tercera o cuarta posición sobre este concepto. En definitiva, si bien un 48% de la población en general percibe buenas oportunidades de negocio a corto plazo, la creación de nuevas empresas sólo responde en un 4.5% de los casos a un motivo de aprovechamiento de una oportunidad de negocio.

Si agrupamos a los países en torno a una media, podemos obtener 5 grupos que van de una visión moderadamente optimista de la población a una poco optimista y, en esa clasificación, podemos ver que España pertenece al segundo grupo, en el cual, alrededor de un 46% de la población percibe buenas oportunidades de negocio en el país:

Tabla 13. Clasificación de países según el % de percepción de buenas oportunidades de negocios

			COUNTRY
Grupo de países según el % de población que percibe buenas oportunidades de negocio	Media 57%	1	Noruega
		2	Finlandia
		Total	N
	Media 46%	1	Holanda
		2	España
		3	Italia
		4	Dinamarca
		5	Suecia
		6	N. Zelanda
		Total	N
	Media 35%	1	EEUU
		2	Méjico
		3	Brasil
		4	Australia
		5	India
		6	Canadá
		7	Irlanda
		Total	N
	Media 21%	1	Rusia
		2	Sur Africa
		3	Bélgica
		4	Reino Unido
		5	Alemania
6		Argentina	
7		Singapur	
8		Portugal	
9		Israel	
Total	N	9	
Media 10%	1	Francia	
	2	Hungría	
	3	Polonia	
	4	Japón	
	5	Corea	
Total	N	5	
Total	N	29	

Realizando el mismo procedimiento para el índice total de creación de empresas del 2001 en que el principal motivo de puesta en marcha de la firma fue la oportunidad de negocio, tenemos que España ocupa un lugar entre los países del cuarto grupo, es decir, los que presentan valores bajos del índice, dentro del rango bastante moderado del mismo, ya que en el mejor de los casos no llega al 12%.

Tabla 14. Clasificación de países según el % de percepción de buenas oportunidades de negocios

				COUNTRY
Grupo de países según el valor del TEA01 con oportunidad como motivo principal de creación de negocios	Media 11.61%	1		Méjico
		2		Australia
		3		N. Zelanda
		Total	N	3
	Media 8.93%	1		EEUU
		2		Brasil
		3		Irlanda
		Total	N	3
	Media 6.71%	1		Hungría
		2		Italia
		3		Dinamarca
		4		Noruega
		5		Argentina
		6		Corea
		7		Canadá
		8		Finlandia
	Total	N	8	
	Media 4.13%	1		Rusia
		2		Sur Africa
		3		Holanda
4			Bélgica	
5			Francia	
6			España	
7			Reino Unido	
8			Suecia	
9			Polonia	
10			Alemania	
11			Singapur	
12			India	
13			Portugal	
Total	N	13		
Media 1.62%	1		Japón	
	2		Israel	
	Total	N	2	
Total	N	29		

a. Fuente APS

Aparte de la opinión de la población de los países en general, disponemos de la opinión de sus expertos. Los porcentajes que llegan al 100% son perfectamente posibles cuando la pregunta se realiza a un grupo de unos 36 expertos, ya que puede ocurrir que todos ellos opinen que, efectivamente, en su país hay buenas perspectivas de creación de empresas para los 6 próximos meses. España se sitúa en 7 lugar con un 91% de expertos que piensan que se dan esas buenas condiciones para crear negocios en el país en los próximos 6 meses (de agosto a enero de 2001).

Tabla 15. Clasificación de países según la percepción^a de sus expertos en cuanto a oportunidades de negocios

	País	Rango	% de expertos que perciben buenas oportunidades de negocios
1	<i>Rusia</i>	.	<i>No hay datos</i>
2	<i>Polonia</i>	.	<i>No hay datos</i>
3	<i>Canadá</i>	.	<i>No hay datos</i>
4	<i>Holanda</i>	1	100.00
5	<i>Brasil</i>	1	100.00
6	<i>Finlandia</i>	1	100.00
7	<i>EEUU</i>	2	97.87
8	<i>Suecia</i>	3	96.55
9	<i>N. Zelanda</i>	3	97.30
10	<i>Dinamarca</i>	4	96.15
11	<i>Reino Unido</i>	5	94.59
12	<i>Alemania</i>	5	95.35
13	<i>Australia</i>	5	95.12
14	<i>Francia</i>	6	92.86
15	España	7	91.18
16	<i>Noruega</i>	8	89.47
17	<i>India</i>	9	83.87
18	<i>Irlanda</i>	9	84.00
19	<i>Méjico</i>	10	81.82
20	<i>Bélgica</i>	11	81.25
21	<i>Singapur</i>	11	80.56
22	<i>Sur Africa</i>	12	80.49
23	<i>Portugal</i>	13	76.47
24	<i>Italia</i>	14	66.67
25	<i>Argentina</i>	15	60.71
26	<i>Japón</i>	16	59.46
27	<i>Hungría</i>	17	54.29
28	<i>Corea</i>	18	37.50
29	<i>Israel</i>	19	35.29
Total	N	29	26

a. Fuente: Expert Questionary

En cuanto al resto de preguntas del apartado, los expertos españoles sitúan al país en tercer lugar por lo que respecta a que la gente percibe buenas oportunidades de crear empresas (3.66 puntos en escala de 1 a 5), en penúltimo lugar (el 23) en cuanto a que la gente piensa que hay más oportunidades que gente dispuesta a crear empresas (2.57 puntos), onceavo lugar en que ha habido muchas oportunidades de crear nuevas empresas en los últimos 5 años (3.80 puntos), en el lugar 17 sobre el fácil acceso a la información sobre nuevas oportunidades de negocio (2.63 puntos) y en el lugar 22 sobre el tema de que hay muchas oportunidades de crear nuevos negocios de gran tamaño (2.49 puntos).

De nuevo, hay que tener en cuenta que las puntuaciones de muchos países son parecidas y que, en escalas de 1 a 5, los 24 países acerca de los que hay datos del cuestionario a expertos, se pueden dividir en grupos de menor a mayor creencia en las afirmaciones propuestas a sus expertos.

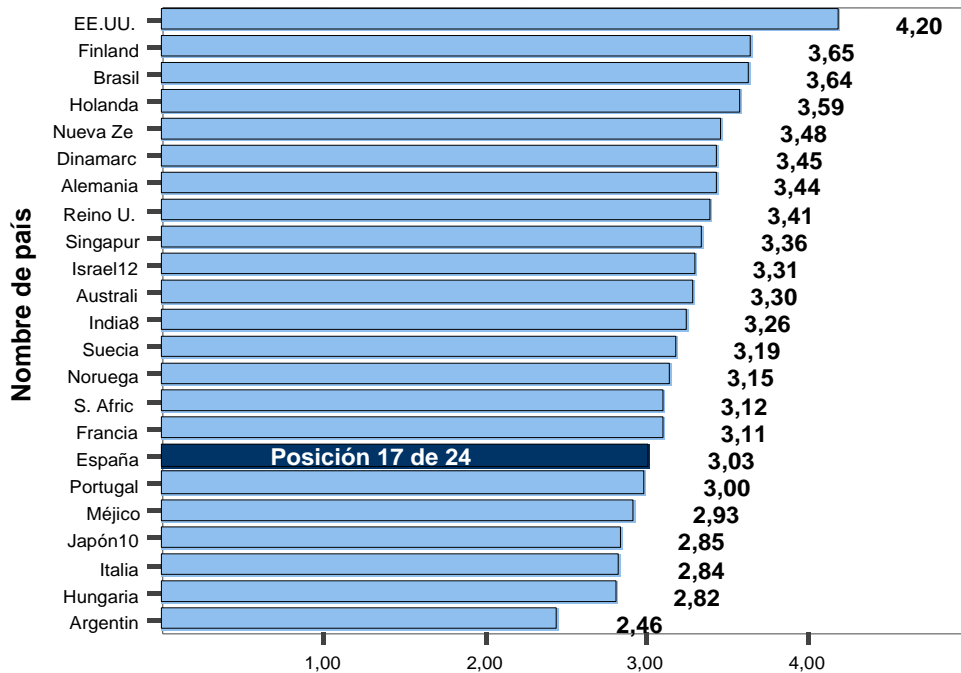
Así, teniendo presente que las puntuaciones de la escala significan:

- 1 = completamente falso
- 2 = más bien falso
- 3 = ni verdadero ni falso
- 4 = más bien verdadero
- 5 = completamente verdadero

En España se percibe como más bien cierto que la gente ve buenas oportunidades para crear empresas y que ha habido muchas oportunidades de crear nuevas empresas en los últimos cinco años y, se percibe como más bien falso que hay más oportunidades que gente dispuesta a crear empresas, que el acceso a la información sobre oportunidades de negocio es fácil y que hay muchas oportunidades de crear empresas de gran tamaño.

La situación de España acerca del tema de la oportunidad de creación de empresas desde el punto de vista de los expertos se puede resumir en el siguiente gráfico:

Fig. 11 Países GEM clasificados según la opinión de los expertos acerca de 5 variables que definen la oportunidad de creación de nuevas empresas



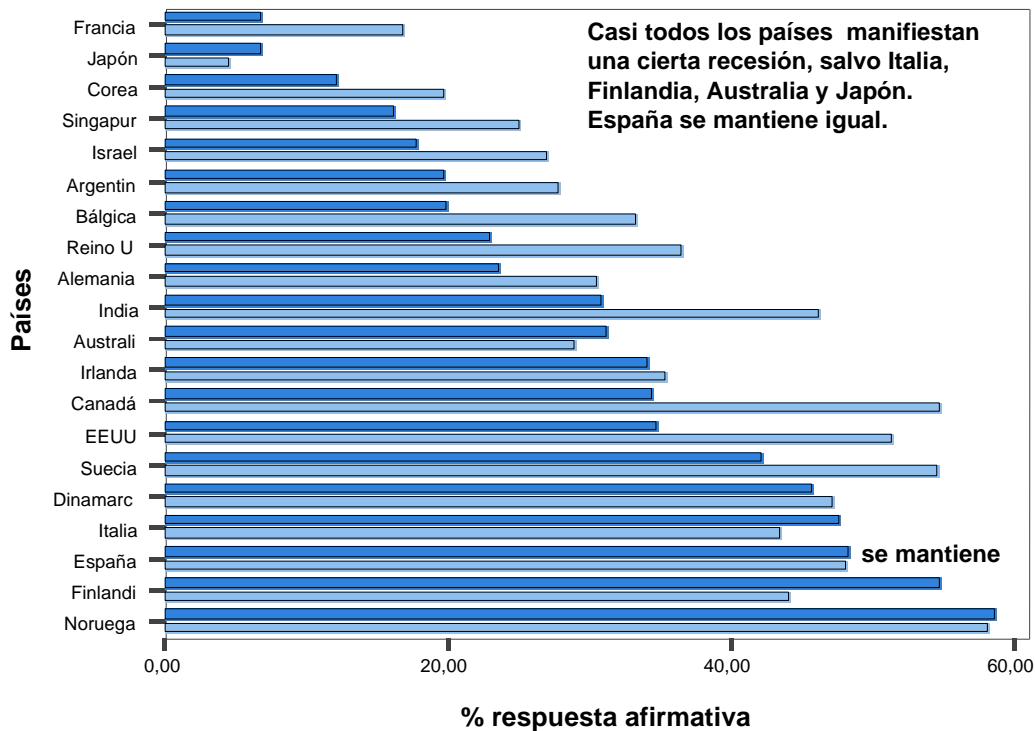
Índice oport. empres: buen acceso, oport. para nuevas empr. (5)

La situación de España en cuanto a la percepción de los expertos sobre la existencia de oportunidades para la creación de empresas se ha mantenido prácticamente constante desde el año 2000 hasta el año 2001. Mucho más preocupante es la situación global de los países que también participaron en la edición 2000 del estudio, ya que, en casi todos ellos se pone de manifiesto un descenso en el porcentaje de expertos que opinan que hay buenas oportunidades de negocio para los 6 meses que siguen a partir de las entrevistas. Eso significa que los expertos detectan una posible recesión en la creación de nuevos negocios en los países más influyentes del concierto económico mundial, Así, en el grupo están EEUU, Alemania, Canadá, Suecia, Singapur, etc.

A esta impresión hay que sumar, además, los efectos derivados de los atentados terroristas de Septiembre y la guerra en Afganistán que, con toda seguridad agravan esta tendencia, aunque no es posible tener cifras del impacto debido a que las entrevistas se realizaron antes del verano en todos los países.

Fig. 12 Comparación temporal (00-01), opiniones de expertos

■ % Si Buenas oportunidades creación nuevos negocios próx. 6 meses (2000)
■ % Si Buenas oportunidades creación nuevos negocios próx. 6 meses (2001)



6.2 MOTIVACIÓN PARA APROVECHAR LAS OPORTUNIDADES EXISTENTES CONVIRTIENDO LAS IDEAS EN UNA NUEVA EMPRESA QUE SE PUEDA CREAR Y DESARROLLAR CON ÉXITO

Para medir la motivación acerca de la creación de una nueva empresa, se hicieron varias preguntas a los expertos:

- En mi país, el miedo al fracaso frena las iniciativas emprendedoras.
- En mi país, la creación de nuevos negocios de riesgo se considera una forma apropiada de hacerse rico.
- En mi país mucha gente considera que la creación de empresas es una buena elección como carrera profesional.
- En mi país, los empresarios de éxito están muy bien considerados socialmente y son muy respetados.
- En mi país, muchas veces se ven noticias en los medios de comunicación acerca de empresarios de éxito.

Los promedios obtenidos para 26 países de los 29 del estudio, indican que, en general, el miedo al fracaso no supone un gran freno a la capacidad emprendedora (promedio del 21% de la gente piensa que sí), que es medianamente-bastante cierto que la creación de empresas se considera una forma respetable de tener la posibilidad de enriquecerse, que es medianamente cierto que la creación de empresas es una buena elección como carrera profesional, que es medianamente-bastante cierto que los emprendedores que tienen éxito son respetados, considerados y alcanzan un buen estatus social y que

también es bastante cierto que en los medios de comunicación suelen aparecer bastantes noticias sobre emprendedores de éxito.

Tabla 16. Indicadores de motivación para abordar proyectos emprendedores^a

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Miedo al fracaso retiene iniciativas de creación de empresas (%Si)	26	0,3	0,64	0,22	0,125
Crear empresa forma respetada de hacerse rico (Escala 1-5)	26	2.27	4.68	3.40	.553
Crear empresa buena carrera profesional	26	2.17	4.31	2.99	.649
Emprendedores exitosos respetados y buen estatus (Escala 1-5)	26	2.56	4.61	3.54	.535
Medios de comunicación difunden muchas noticias sobre emprendedores de éxito (Escala 1-5)	26	2.77	4.74	3.54	.484
N válido (según lista)	26				

a. Datos 26 sobre 29 países GEM 2001

España, ocupa el último lugar del ranking de 26 países en cuanto a porcentaje de expertos que creen que el miedo al fracaso es un freno para los emprendedores, con un 3%. El primer lugar lo ocupa Corea con un 64%, quedando muy por encima de la media y el segundo, lo comparten Italia y Holanda con un 38%, poniendo de manifiesto que en Corea, la situación en ese sentido es mucho más preocupante que en el resto de países del GEM para los que hay datos.

Por otro lado, España ocupa la sexta posición en cuanto a considerar que la creación de empresas es una forma respetada de hacerse rico. Nuestros expertos han otorgado una puntuación media de 3.79 en la escala de 5 puntos, de manera que piensan que es bastante cierto en nuestro país. Estados Unidos ocupa la primera posición con 4.68 puntos y Japón el último con 2.27.

En cambio, los expertos ya no están tan de acuerdo en que la creación de empresas sea una buena carrera profesional en España, ya que, sobre este tema, ocupamos la posición 11 con una puntuación de 2.91, casi en la media, lo cual indica que no nos alejamos mucho de la situación general, pero sí lejos de Israel y Estados Unidos, que ocupan la primera posición con 4.31 puntos y donde parece bastante claro que crear empresas sí es una buena elección como carrera profesional. El país que otorga la puntuación mínima y que, ocupa la posición 26, es Finlandia, con 2.17 puntos.

Algo parecido sucede con la opinión sobre el respeto y el estatus que alcanzan los emprendedores exitosos: la primera posición la ocupan los Estados Unidos con 4.61 puntos, seguidos de Israel, España ocupa la posición nº 9 con 3.71 puntos (cercana a la media) y el último país es Noruega, con 2.56 puntos.

Finalmente, España ocupa la sexta posición sobre la aparición de noticias en los medios de comunicación, con 3.94 puntos, que nos sitúan por encima de la media, siendo Estados Unidos la nación que ocupa el primer lugar con 4.74 puntos y Noruega el último con 2.77 puntos.

En definitiva, el perfil que dibujan los expertos para la motivación de los emprendedores españoles es que el miedo al fracaso no supone un obstáculo para la iniciativa de proyectos, que la sociedad tiene bastante asumido que la creación de empresas es una forma respetada de enriquecerse, que no acabamos de lograr que la creación de empresas se vea como una carrera profesional sólida, que cuando los emprendedores consiguen el éxito, éste se ve acompañado por el respeto social y un estatus elevado y que los medios de comunicación españoles respaldan y difunden ese tipo de éxitos con bastante profusión.

Los siguientes gráficos resumen la situación de los 26 países acerca de estas variables:

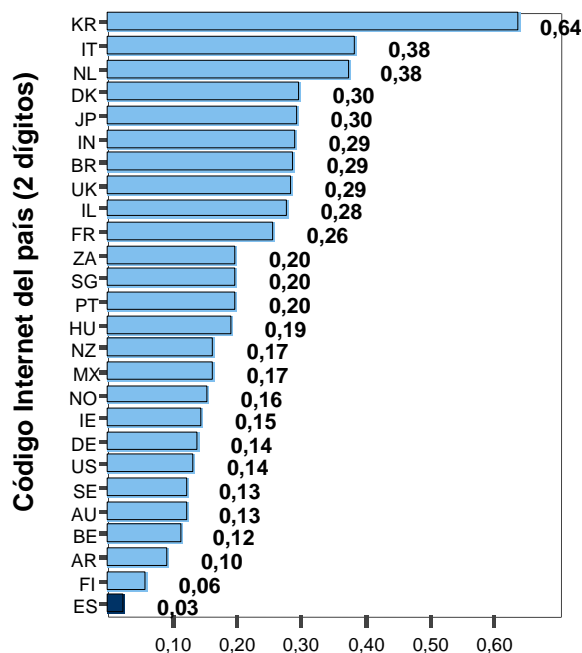


Fig. 13.1 Miedo al fracaso frena iniciativas de creación de empresas

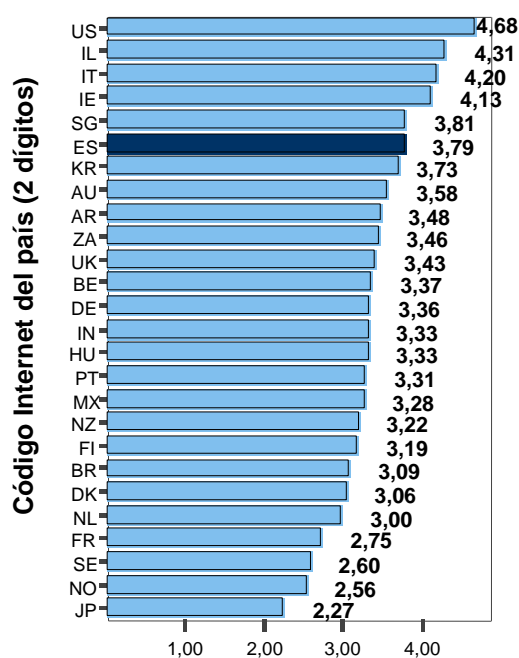


Fig. 13.2 Crear emp. forma respetada de hacerse rico

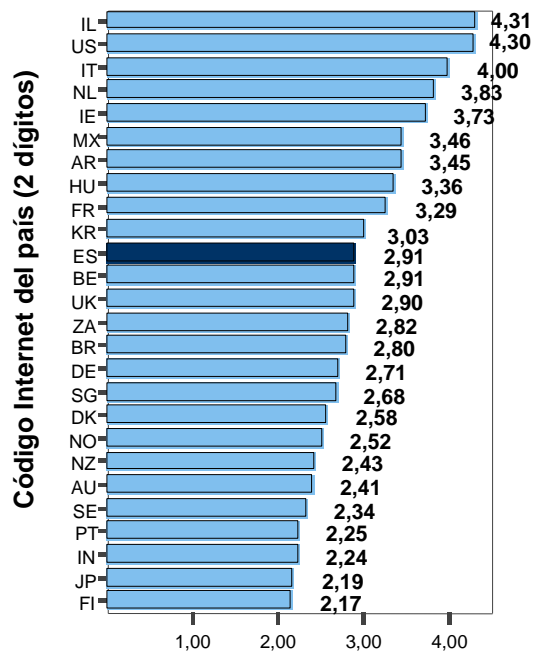


Fig.13.3 Crear empresa es una buena carrera

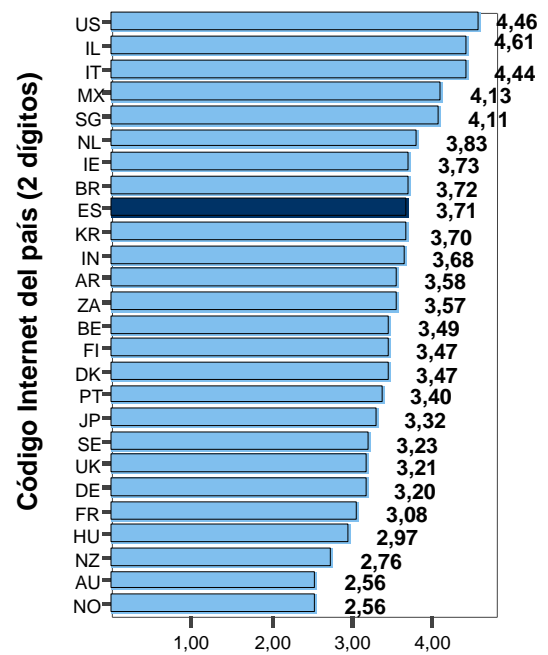


Fig. 13.4 Emprendedores exitosos respetados y buen estatus

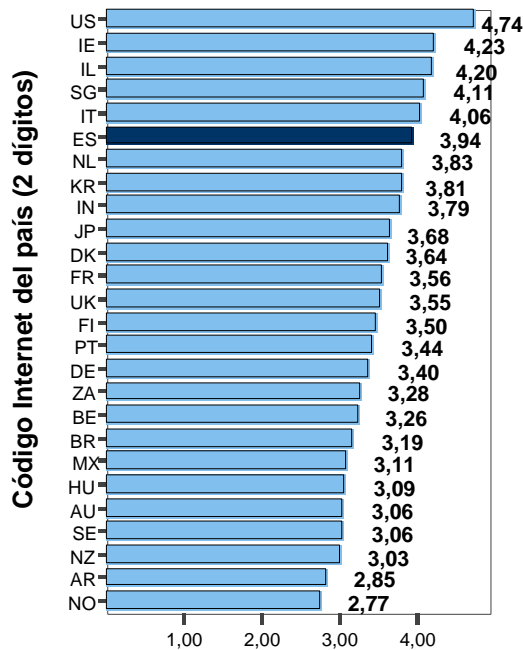


Fig. 13.5 Medios de comunic. difunden muchas noticias sobre emprendedores de éxito

La comparación temporal general, indica que no se aprecian cambios significativos acerca de las opiniones de los expertos entre el año 2000 y el 2001, salvo una ligera disminución del porcentaje medio del miedo al fracaso como barrera a las nuevas iniciativas.

Tabla 17. Indicadores de motivación: comparación temporal general

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Crear emp. forma respetada de hacerse rico (2001)	26	2,27	4,68	3,40	,55
Crear emp. forma respetada de hacerse rico (2000)	21	2,34	4,53	3,47	,55
Crear emp. buena carrera profesional (2001)	26	2,17	4,31	2,99	,65
Crear emp. buena carrera profesional (2000)	21	2,08	4,24	2,95	,58
Emprendedores exitosos respetados y buen estatus (2001)	26	2,56	4,61	3,54	,53
Emprendedores exitosos respetados y buen estatus (2000)	21	2,39	4,62	3,55	,53
Medios de comunic. difunden muchas noticias sobre emprendedores de éxito (2001)	26	2,77	4,74	3,54	,48
Medios de comunic. difunden muchas noticias sobre emprendedores de éxito (2000)	21	2,44	4,67	3,84	,50
Miedo al fracaso retiene iniciativas de creación de empresas (2001)	26	,03	,64	,22	,13
Miedo al fracaso retiene iniciativas de creación de empresas (2000)	21	,55	1,00	,85	,13
N válido	20				

a. Fuente: EQ

En cuanto a España, la situación a mejorado respecto al año pasado, ya que disminuye el porcentaje de expertos que piensan que el miedo al fracaso es una barrera para las iniciativas y mejoran las puntuaciones medias en el resto de indicadores salvo en la percepción de la creación de empresas como buena elección de carrera profesional que permanece igual. Los datos se pueden ver en la siguiente tabla:

Tabla 18. Cambios en la situación española sobre motivación (países GEM 2000)		
Indicador	Posición 2000	Posición 2001
Miedo al fracaso	16	20 (mejor)
Creación como forma respetada de enriquecerse	10	6 (mejor)
Creación como buena carrera profesional	8	8 (igual)
Éxito emprendedor proporciona respeto y estatus	11	7 (mejor)
Medios de comunicación difunden éxitos emprende.	15	6 (mejor)

Finalmente, se dispone de la opinión de la población en general mediante los resultados de la pregunta:

- En su país, el miedo al fracaso es un obstáculo para crear una nueva empresa.

En España, el 38% de la población piensa que esta afirmación es cierta y, se trata, además de una cifra que se ha mantenido constante desde el año 2000. Por tanto, los expertos, son más optimistas que la población en general, si bien, nuestro país tiene un punto de vista moderado dentro de la clasificación. Ocupamos pues, la posición 11 entre los 29 países del GEM 2001, siendo el que tiene una población más pesimista, Alemania, con casi un 53% de respuesta afirmativa y, el más optimista, Estados Unidos, con un 20.5% de respuesta afirmativa. La media global de los países del año 2000 y la de los

países del año 2001 es muy parecida y está en torno al 35% con una desviación de 8-9%, pudiéndose comentar sólo que parece existir una tendencia a una visión más optimista que la del año pasado, si bien, cuando se recogió esta información, la situación mundial era diferente y no se han podido evaluar las consecuencias de los actuales conflictos.

Tabla 19. Evolución de la influencia del miedo al fracaso (2000-2001)

			% Si el miedo al fracaso le retrae para crear nuevos negocios (2001)	% Si el miedo al fracaso le retrae para crear nuevos negocios (2000)
	País de origen	Ranking (2001)		
1	<i>Alemania</i>	1	52,90	48,16
2	<i>Polonia</i>	2	52,81	,
3	<i>Corea</i>	3	48,45	50,73
4	<i>Argentina</i>	4	45,61	45,25
5	<i>Rusia</i>	5	44,83	,
6	<i>Irlanda</i>	6	42,42	33,09
7	<i>Portugal</i>	7	40,44	,
8	<i>Australia</i>	8	39,49	36,38
9	<i>Brasil</i>	9	38,55	38,39
10	<i>Finlandia</i>	10	38,48	31,27
11	España	11	38,00	34,43
12	<i>Singapur</i>	12	36,86	36,27
13	<i>Italia</i>	13	34,80	44,02
14	<i>Suecia</i>	14	34,20	32,97
15	<i>Reino Unido</i>	15	34,20	29,50
16	<i>Francia</i>	16	33,26	45,85
17	<i>Bélgica</i>	17	32,33	41,27
18	<i>Israel</i>	18	30,18	38,40
19	<i>India</i>	19	29,92	31,56
20	<i>Dinamarca</i>	20	29,74	28,89
21	<i>Noruega</i>	21	29,18	24,29
22	<i>Canadá</i>	22	28,76	25,93
23	<i>Hungría</i>	23	26,42	,
24	<i>N. Zelanda</i>	24	26,23	,
25	<i>Sur Africa</i>	25	25,97	,
26	<i>Méjico</i>	26	25,44	,
27	<i>Holanda</i>	27	25,21	,
28	<i>Japón</i>	28	22,59	59,97
29	<i>EEUU</i>	29	20,54	20,75
Total	N	29	29	21
	Media		34,7524	37,0180
	Desv. típ.		8,68343	9,56503

a. Fuente: APS

En la edición anterior también se hicieron estas preguntas, pero en la encuesta del 2001 no se han contemplado, por lo que no se comentan en este informe:

- En su país se respeta a aquellos emprendedores que inician una nueva empresa.
- En su país se dificulta el desarrollo de un emprendedor exitoso.

6.3 HABILIDADES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Para medir las habilidades para crear una nueva empresa, se hicieron diversas preguntas al colectivo de expertos, todas ellas medidas en escalas de 1 = falso a 5 = cierto:

En mi país mucha gente cree que la creación de una nueva empresa o de un buen negocio es muy fácil

En mi país, mucha gente sabe cómo dirigir un pequeño negocio

En mi país, mucha gente tiene experiencia en la creación y gestión de una nueva empresa

En mi país, la gente reacciona rápidamente frente a las nuevas oportunidades de negocio

En mi país, mucha gente tiene la habilidad de gestionar los recursos que se requieren para crear una nueva empresa

Asimismo, se han obtenido porcentajes de respuesta de los propios expertos acerca de su posesión de los conocimientos, habilidades y experiencia requerida para poner en marcha un nuevo negocio.

Los resultados muestran que:

España ocupa la primera posición en cuanto a la afirmación de que la gente piensa que la creación de nuevos negocios o negocios prósperos es fácil. En la escala de 5, los expertos han otorgado una media de casi 3.5, de forma que están diciendo que esta afirmación es más bien cierta. La media de los 26 países para los que se tiene datos es de 2.4 puntos, de manera que estamos un punto por encima. Los países en que los expertos piensan que esto prácticamente no sucede son Argentina, Japón y Sudáfrica con puntuaciones por debajo de 2 y, los más optimistas junto a España son Finlandia y Estados Unidos.

Acerca de que mucha gente del país sabe dirigir un pequeño negocio, España se sitúa en la posición 14/26, con 2.4 puntos sobre una media de 2.3. La distribución pone de manifiesto que sólo dos países sobrepasan los 3 puntos, es decir, que sólo en ellos (Italia y Finlandia) es más bien cierta esta afirmación. En el resto de países todas las puntuaciones quedan por debajo de los 3 puntos. Los países donde es más falsa esta afirmación, según sus expertos, son Francia y Alemania (1.6 puntos).

Por otro lado, ocupamos la posición 16/26 acerca de tener mucha gente experta en creación de nuevas empresas. Con 2.2 puntos, los expertos indican que esta afirmación es más bien falsa y, nos sitúan prácticamente en la media internacional de 2.3 puntos. El país donde parece ser más cierta la afirmación es Estados Unidos (3.2) y los países en que es más falsa Japón, Francia y Alemania (1.6).

Asimismo, los expertos piensan que no es muy cierto que la gente de nuestro país reaccione rápidamente ante las buenas oportunidades de negocio, ya que han otorgado 2.6 puntos que nos sitúan en la posición 13/26 de nuevo al lado de la media de 2.5

puntos en esta ocasión. Estados Unidos ocupa el primer puesto (3.3 puntos) y Japón y Alemania los últimos (1.8).

Finalmente, subimos a la novena posición (2.8 puntos) en cuanto a tener gente hábil para gestionar los recursos que se requieren para crear nuevos negocios. Estamos algo por encima de la media (2.5) y los países en que esta afirmación es algo cierta son EEUU e Italia, mientras que el resto tiene puntuaciones por debajo de 3. De nuevo Francia está en la última posición, cerca de Japón y Sudáfrica.

Tabla 20. Clasificación de los países GEM 2001 según la habilidad para la creación de empresas

	País	Facil creación	Rk	Saben dirigir	Rk	Experiencia	Rk	C. reacción	Rk	Habilidad	Rk
1	España	3,47	1	2,44	14	2,24	16	2,65	13	2,79	9
2	Finlandia	3,43	2	3,11	2	2,42	12	2,54	16	2,94	4
3	EEUU	3,13	3	2,59	9	3,20	1	3,39	1	3,33	1
4	Holanda	3,10	4	2,85	4	2,64	4	2,71	10	2,73	10
5	Corea	2,86	5	2,86	3	2,81	2	2,97	4	2,86	6
6	Irlanda	2,57	6	2,63	7	2,53	7	2,87	6	2,90	5
7	Noruega	2,53	7	2,44	15	2,33	15	2,26	21	2,53	16
8	Israel	2,50	9	2,35	17	2,42	11	2,70	12	2,33	18
9	Italia	2,50	9	3,20	1	2,53	7	2,87	6	3,27	2
10	Singapur	2,49	10	2,84	5	2,50	8	2,79	8	2,84	8
11	Alemania	2,47	11	1,62	25	1,62	24	1,80	25	2,20	21
12	Brasil	2,41	12	1,78	23	2,21	17	2,70	12	2,56	12
13	Reino U.	2,31	13	2,28	18	2,40	13	2,78	9	2,85	7
14	Francia	2,29	15	1,61	26	1,61	25	2,49	18	1,44	26
15	Dinamarca	2,29	15	2,00	19	1,92	21	2,47	19	2,94	4
16	Portugal	2,28	16	2,50	12	2,17	18	2,19	22	2,19	22
17	Bélgica	2,23	17	2,56	10	2,00	20	2,37	20	2,44	17
18	Australia	2,20	18	2,47	13	2,37	14	2,62	14	2,54	15
19	N. Zelanda	2,19	19	2,50	12	2,73	3	2,84	7	2,71	11
20	Suecia	2,17	20	1,86	22	1,89	22	1,97	24	2,31	20
21	Méjico	2,11	21	2,41	16	2,45	10	2,61	15	2,32	19
22	India	2,09	22	2,80	6	2,60	5	3,06	3	2,56	14
23	Hungría	2,03	23	1,89	20	2,11	19	2,53	17	2,06	23
24	Sur Africa	1,94	24	1,74	24	1,66	23	2,02	23	1,76	25
25	Japón	1,92	25	1,86	21	1,57	26	1,73	26	1,84	24
27	Argentina	1,79	26	2,62	8	2,48	9	3,29	2	2,56	14
27	Rusia	,	,	,	,	,	,	,	,	,	,
28	Polonia	,	,	,	,	,	,	,	,	,	,
29	Canadá	,	,	,	,	,	,	,	,	,	,
Tot.	N	29	26	26	26	26	26	26	26	26	26
	Desv.		,44018		,4543		****		,41220		,44459
	Media		2,4329		2,378		2,28		2,5848		2,5318

a. Fuente: Expert Questionary

En definitiva, la habilidad en la creación de empresas es más bien baja en todos los países del GEM 2001 según los respectivos expertos y no hay ningún país que presente una media cercana a los 4 puntos en las variables medidas al efecto. Eso indica que muchos países desarrollados se están centrando más en apoyo a grandes compañías multinacionales de servicios y que se genera poca empresa mediana y pequeña, mientras que otros menos desarrollados tampoco tienen las condiciones para estimular dicha creación.

La situación el año anterior era un poco más pesimista respecto a la primera pregunta, más optimista en la segunda y muy similar en las restantes, de forma que las posiciones relativas de España se mantienen bastante estables en cuanto a la habilidad de creación de empresas, siempre en opinión de los expertos.

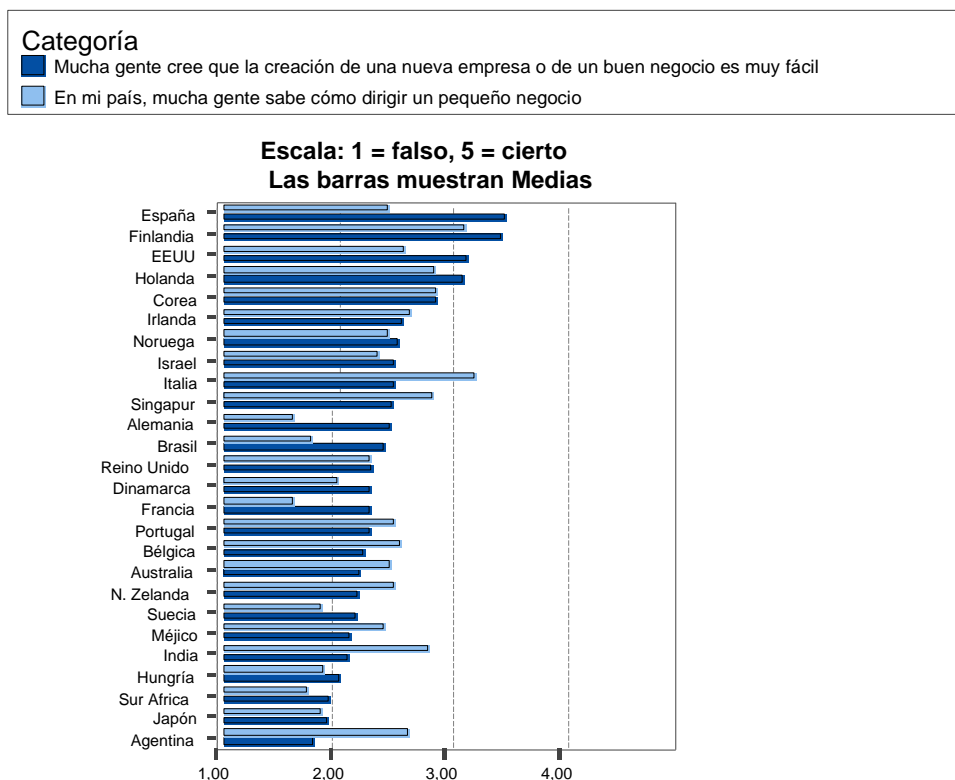


Fig.14.1 Habilidad para crear empresas

Categoría

- En mi país, mucha gente tiene experiencia en la creación y gestión de una nueva empresa
- En mi país, le gente reacciona rápidamente frente a las nuevas oportunidades de negocio

Escala: 1 = falso, 5 = cierto
Las barras muestran Medias

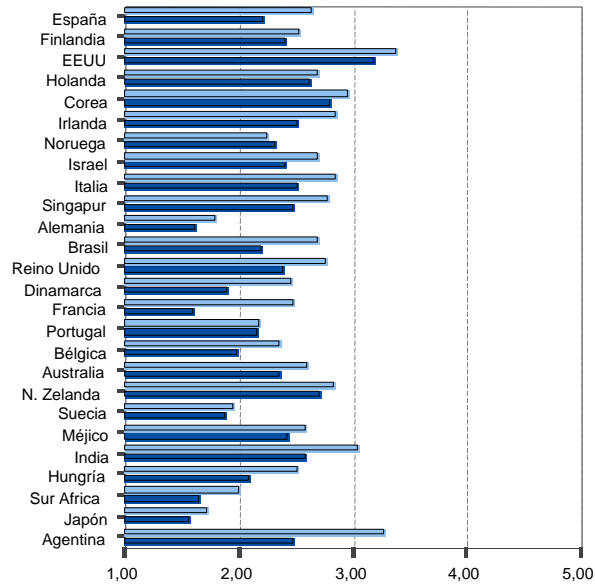


Fig. 14.2 Habilidad para crear empresas

Escala: 1=Falso, 5=Cierto
Las barras muestran medias

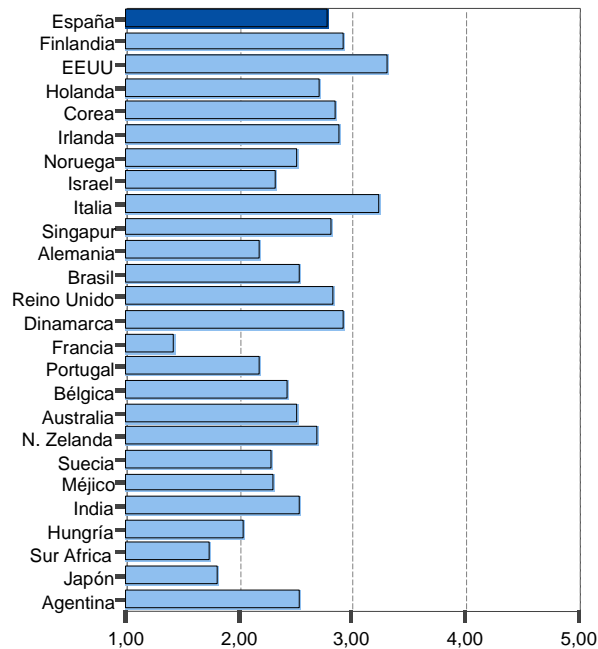


Fig. 14.3 En mi país, mucha gente tiene la habilidad de gestionar los recursos que se requieren para crear nueva emp.

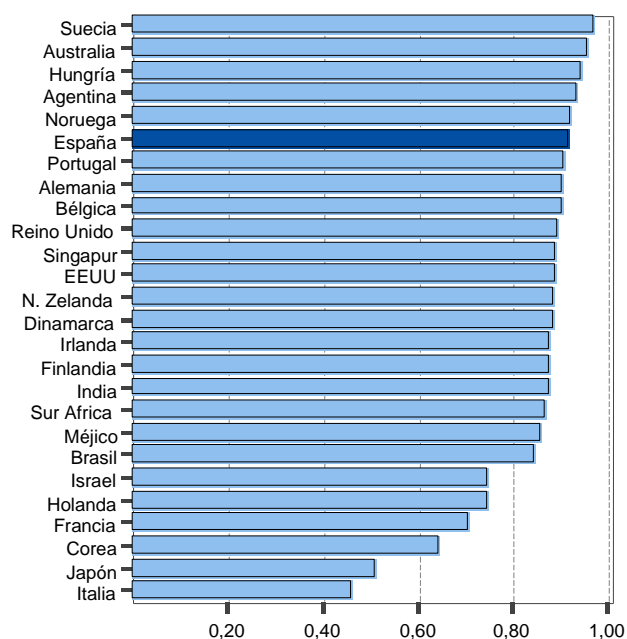


Fig.14.4 Porcentaje de los que tienen la habilidad y experiencia para iniciar negocio

Finalmente, en España, para esta edición del GEM, el porcentaje de expertos que tiene los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para crear nuevos negocios es superior al 80% lo cual coloca a nuestro país en la sexta posición del ranking muy equiparado a Noruega y al resto de países que tiene por encima y por debajo. La media global es muy elevada (87% con una desviación del 1.3%) para los países participantes y, la diferencia se aprecia realmente en países como Japón y la India, cuyo porcentaje de expertos con estas capacidades está alrededor del 40%.

7 LAS CONDICIONES ESPECÍFICAS DE ENTORNO

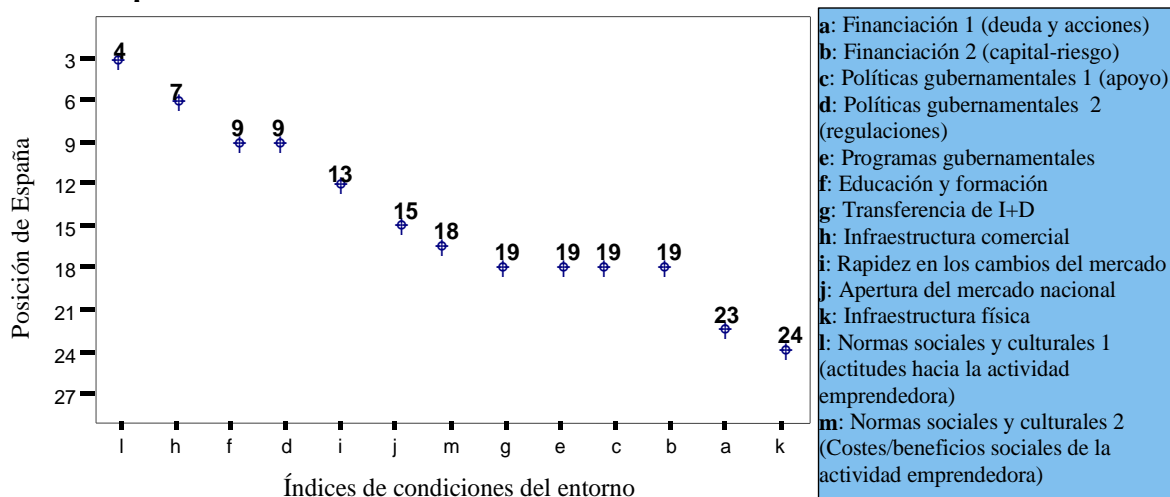
A continuación, se procede al análisis pormenorizado de cada una de las nueve condiciones específicas de entorno que afectan a la creación empresas. Se trata de comparar la situación de España con la del resto de los países GEM con el objetivo de tener un buen marco de referencia⁵. También presentamos una perspectiva dinámica de estos factores comparando las evaluaciones de los expertos españoles para el año 2001 con las hechas por los mismos durante el año 2000.

La figura nº15 recoge la posición relativa de España respecto a cómo los expertos evalúan las condiciones de entorno. La primera observación que se puede hacer es que dichas evaluaciones varían notablemente de un factor al otro. La fuerza relativa de España radica aparentemente en algunas normas sociales y culturales y en la infraestructura comercial y profesional. También se consideran como factores relativamente positivos al sistema educativo y de formación y a las regulaciones gubernamentales. Los factores negativos en comparación con otros países incluyen la infraestructura física, el apoyo financiero a la creación de empresas, el apoyo de las políticas públicas y los programas gubernamentales. Otros factores como la apertura del

⁵ la muestra utilizada para este análisis es de únicamente 26 países en lugar de 29 debido a la falta de datos sobre Russia, Polonia y Canadá.

mercado interno son considerados como neutrales, lo que significa que estas condiciones no constituyen ni una ventaja ni una desventaja comparativa para España.

Fig.15 Posición de España para las condiciones específicas del entorno



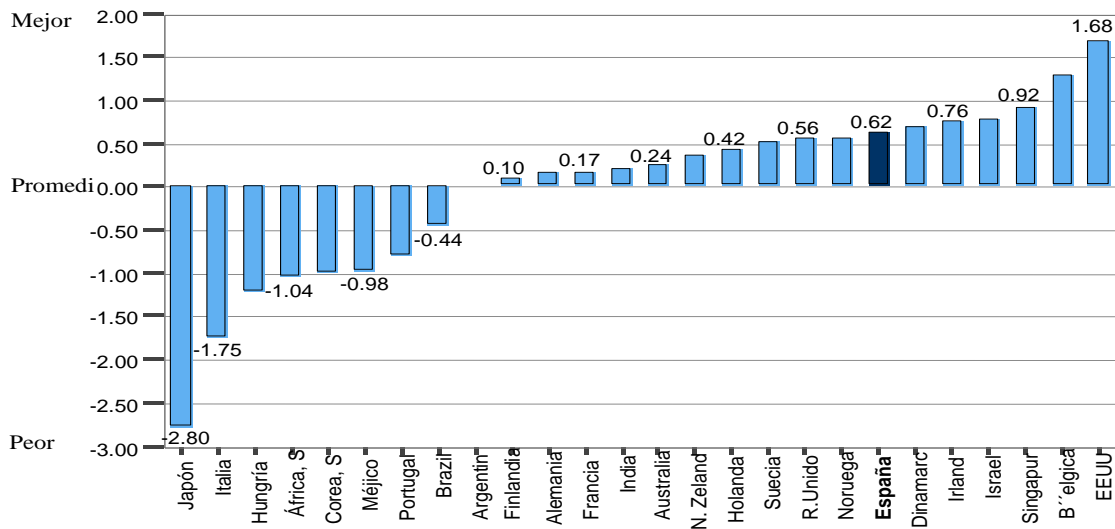
Sin embargo, hay que precisar, que las valoraciones reflejadas por este gráfico tienen únicamente un valor indicativo, y que sólo un estudio detallado de cada condición de entorno permite apreciar la situación de las mismas de manera cabal. Por ejemplo, el factor “normas sociales y culturales”, que ocupa aparentemente la mejor posición en las evaluaciones hechas por los expertos, recibe una valoración distinta según se trate de los aspectos relativos a las actitudes hacia los empresarios (valoración muy positiva y España en cuarta posición) o de los aspectos relacionados con los costes/beneficios sociales de la actividad empresarial (posición 18 para España). En las siguientes secciones, analizaremos por separado las condiciones que han sido consideradas por los informantes como positivas para la actividad empresarial en España, y las que tienen un efecto negativo.

7.1 FACTORES POSITIVOS

7.1.1 INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

Se refiere a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales así como de instituciones que facilitan la creación o el desarrollo de negocios. España ocupa el séptimo lugar para esta condición de entorno (la puntuación es de +0,62), lo que refleja una notable mejoría con respecto al año anterior ya que ocupaba la posición 15 de 21 países y la evaluación de los expertos era negativa (con una puntuación de -0,29). En particular, hay que destacar una cierta mejoría en los servicios bancarios orientados a las empresas nuevas y en crecimiento.

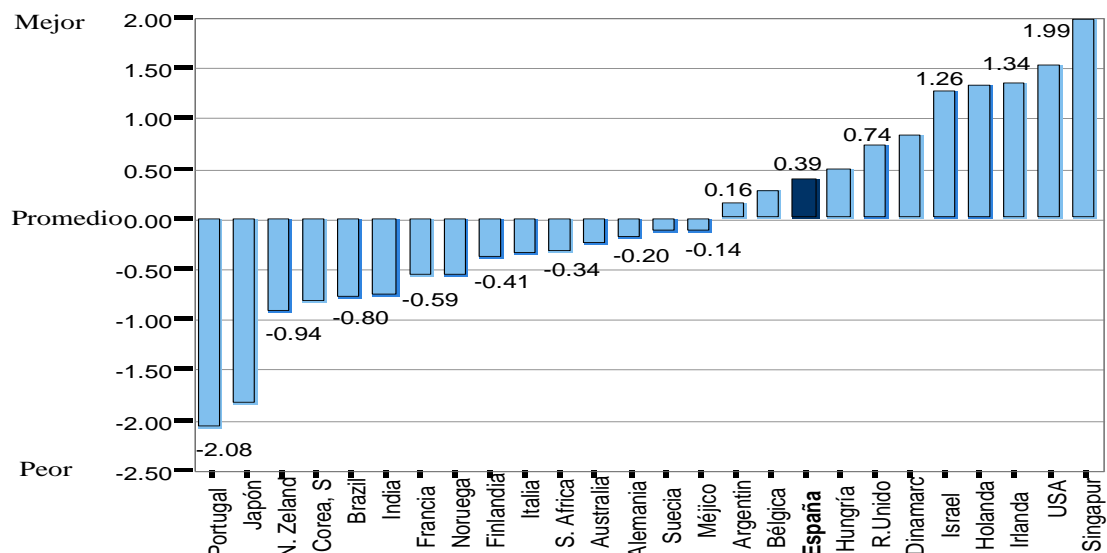
Fig. 16 Evaluación de la infraestructura comercial



7.1.2 EDUCACIÓN Y FORMACIÓN EMPRESARIAL

Esta condición específica del entorno se refiere a la medida en que los sistemas educativos y de formación incorporan en sus programas las herramientas necesarias para formar acerca de cómo crear o a dirigir nuevas empresas. En términos generales, España posee una ventaja comparativa en esta área, ya que se sitúa en la novena posición en el ranking internacional, con una desviación de +0,34 (fig.17). Calculada con respecto a los 21 países que formaban el GEM2000 (falta un país), la desviación para España es de 0,31, es decir superior a la que registró durante el año anterior (0,14), lo que indica que ha habido una leve mejoría en la situación educacional del país.

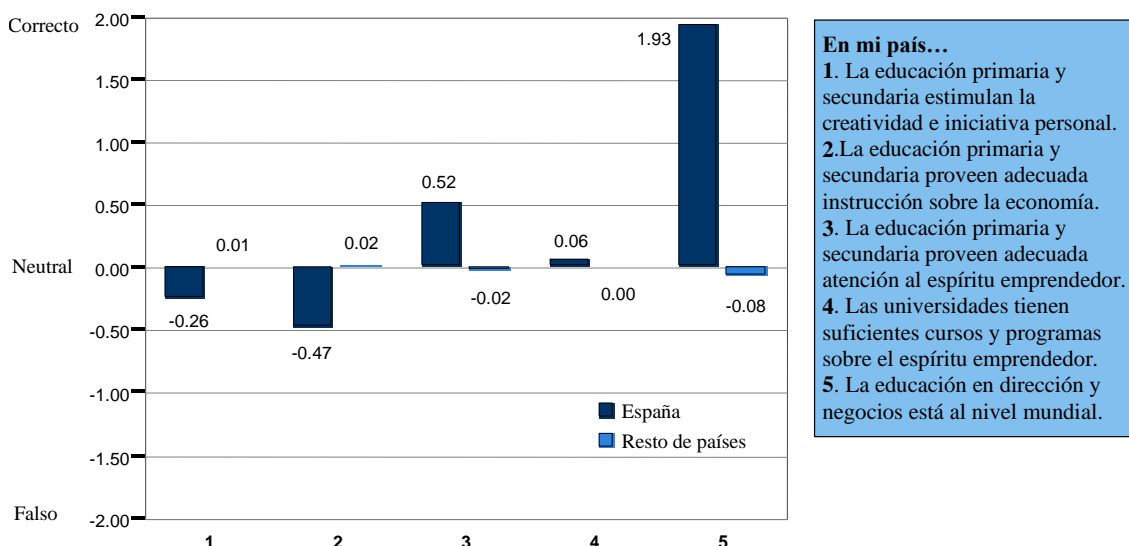
Fig. 17 Evaluación del sistema educativo y de formación



No obstante, si nos fijamos en la figura 18 vemos que esta valoración positiva no es uniforme para todo el sistema educativo. Concretamente, los expertos españoles consideran que para la educación primaria y secundaria, el sistema español no provee

una instrucción adecuada sobre la economía y no estimula suficientemente la iniciativa personal. Estas deficiencias se ven compensadas por una formación en dirección y negocios de un nivel elevado, equivalente a los estándares mundiales. Así, según un informante “son las instituciones académicas de postgrado, tales como las escuelas de negocio, las que llevan la antorcha de la creación de empresas. Es en ese momento del proceso educativo que el alumno empieza a considerar la creación de un negocio como una alternativa profesional posible”.

Fig. 18 Evaluación del sistema educativo y de formación en detalle



También hay que destacar un adelanto respecto al año pasado en cuanto a la evaluación de la formación universitaria, si bien ésta se percibe por parte de los emprendedores como “un ser endogámico en el que los universitarios se promocionan internamente sin mantener contactos con el exterior y que carecen de mentalidad emprendedora”. La mejoría radica en que según los informantes españoles, y comparativamente con el año anterior, actualmente hay un mayor número de cursos y programas universitarios que promueven el espíritu emprendedor. Esto podría ser el resultado de la creación durante los últimos años de nuevas cátedras y cursos de formación especializados en gestión y creación empresarial, pero habrá que seguir estudiando esta tendencia a lo largo de los años siguientes para hacer una valoración definitiva.

En resumen, España parece destacarse por la calidad de la formación directiva que ofrece, pero sigue necesitando de una política educativa de mayor alcance cuyo objetivo sea generalizar los conocimientos en creación empresarial a todos los niveles de estudios y fomentar la creatividad y la independencia de los alumnos. Ahora bien, si es verdad que el sistema educativo español peca de una visión excesivamente académica y falta de dinamismo, también hay que reconocer que actualmente el gobierno está intentando modificar esta situación mediante la elaboración de una nueva Ley Orgánica Universitaria (L.O.U) que en opinión de los expertos se acerca más al modelo anglosajón de excelencia educativa.

7.2 FACTORES NEGATIVOS

7.2.1 APOYO FINANCIERO

La primera condición específica del entorno detectada por el proyecto GEM, la disponibilidad de recursos financieros, ha sido analizada a través de dos índices: un índice de financiación mediante deuda o acciones y otro de financiación por inversores privados y capital riesgo. Por lo que respecta a España, la evaluación de estos criterios por los expertos ha sido negativa, situando al país en la posición nº23 para el primer índice, (sólo tres países se encuentran en peor situación: Japón, México y Argentina) y en la posición nº19 para el segundo índice.

En la figura 20 se muestra gráficamente la situación de España comparada con el resto de países y con relación a las seis variables que miden el apoyo financiero. Salvo la variable que indica la importancia de la financiación privada, y que ha recibido una valoración positiva y superior a la media, el resto de las variables indican una situación muy desfavorable para España. En especial, hay que resaltar la casi inexistencia de ofertas públicas de acciones como fuente de financiación para la creación de nuevas empresas, con una desviación muy elevada (-1,61 para un promedio de +0,06 para el resto de países), situación que además ha empeorado respecto al año 2000 (la desviación era de -0,81). También se destaca la carencia de fondos de capital y de deuda. Dicha insuficiencia, que ya había sido mencionada el año pasado por los informantes españoles, parece haberse también agudizado durante este año, ya que la variable ha pasado de una puntuación de -0,15 en el 2000 a -0,61 en el 2001, siendo la desviación del resto de países estable en el mismo período). Los subsidios públicos tampoco parecen tener un impacto significativo en la promoción de la actividad empresarial (Fig. 20, declaración nº3).

Fig. 19.1 Evaluación del apoyo financiero 1 (deuda y acciones)

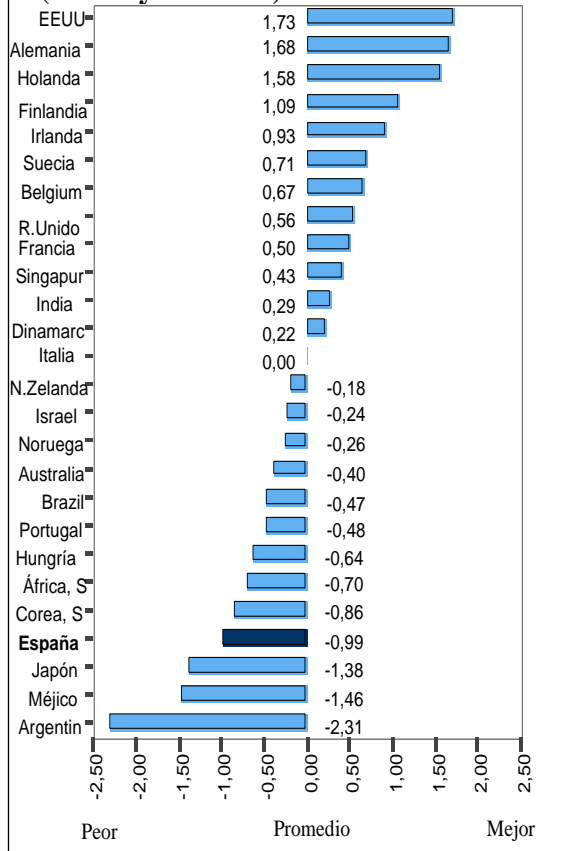
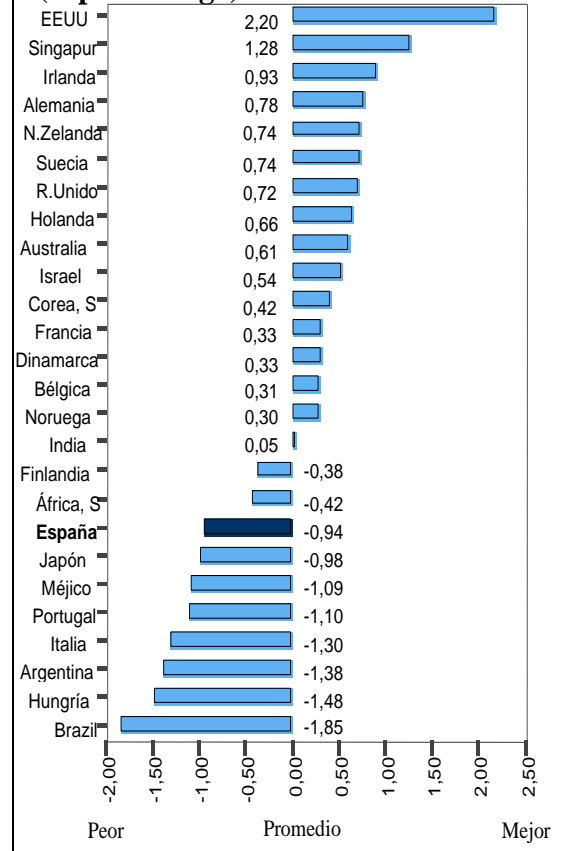
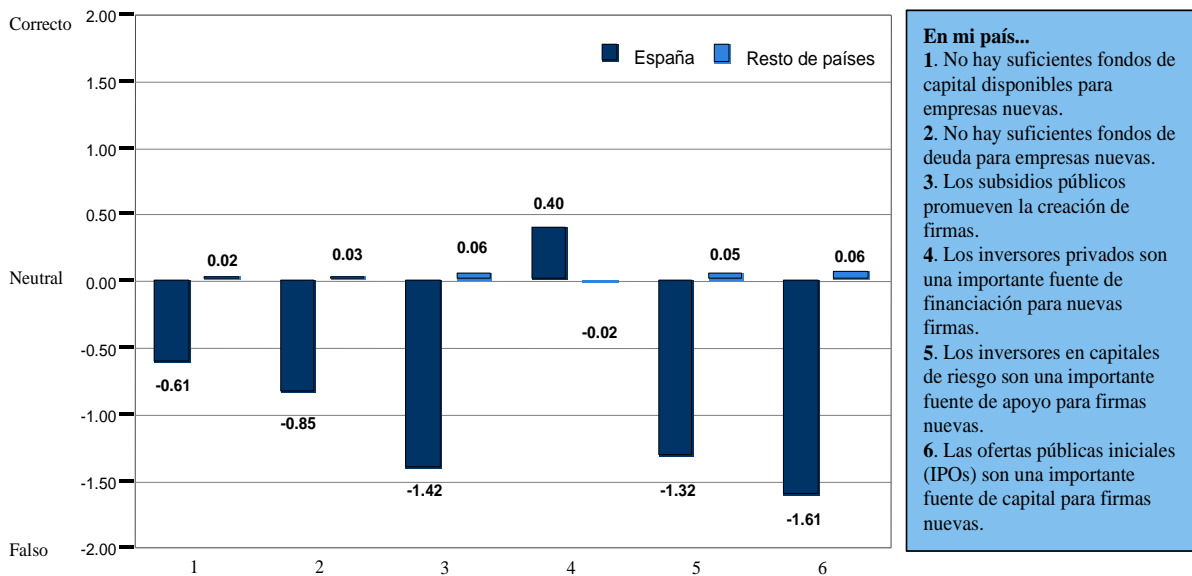


Fig.19.2 Evaluación del apoyo financiero 2 (capital-riesgo)



Respecto a este punto, una de las quejas más frecuentes de los expertos se refiere a la inadecuación de las ayudas financieras a las necesidades de creación de una empresa. Así, uno de los informadores sostuvo que: “las ayudas gubernamentales están generalmente concebidas en forma de créditos blandos que requieren un aval por el mismo importe. Ahora bien, sólo las grandes empresas pueden acceder a este tipo de préstamos ya que son las únicas que tienen la posibilidad de presentar este tipo de avale”. Además, el entramado financiero sigue pareciendo lejano y complicado a los emprendedores, por lo que es necesario generalizar el concepto financiero mediante una campaña de comunicación y de concienciación dirigida a este colectivo.

Fig.20 Evaluación de la financiación de nuevas empresas

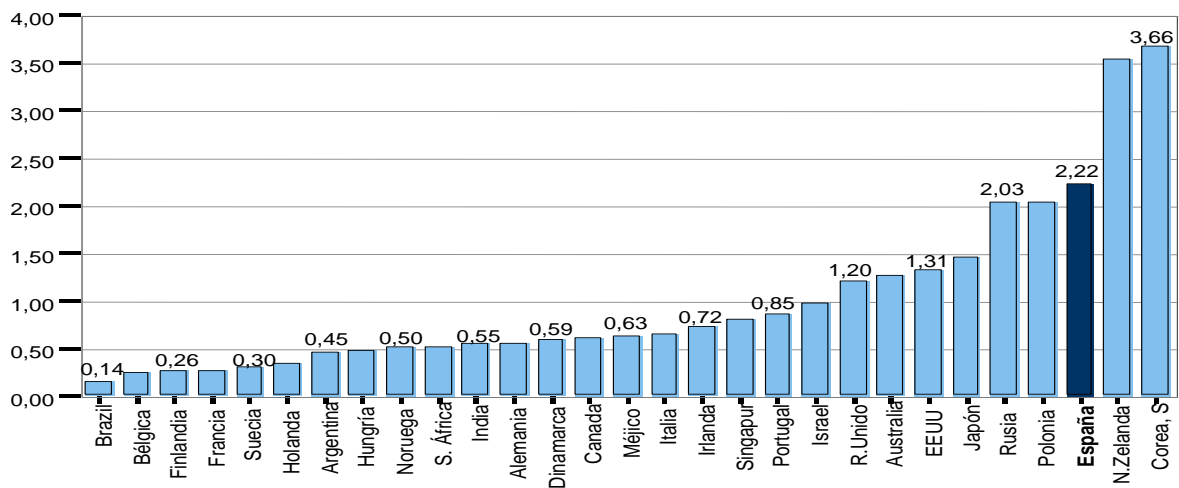


Para una mejor apreciación de las posibilidades de financiación que se ofrecen a los nuevos emprendedores en España, intentaremos a continuación analizar en detalle algunos de los aspectos más relevantes de este tema. En particular, nos interesaremos en dos tipos de fuente de financiación: recaudar fondos a través los inversores informales (los denominados en inglés 4F –fundadores, familiares, amigos y temerarios) o bien a través inversiones formales hechas por empresas de capital riesgo.

LOS INVERSORES INFORMALES

Durante los dos últimos años, aproximadamente el 3,6% de los españoles mayores de 20 años invirtieron en empresas nacientes o en crecimiento, las cuales eran creadas en la mayoría de los casos por familiares o amigos suyos. El importe invertido per capita alcanzó una media de 11,014 dólares anuales, lo que significa que durante el período 2000-2001 el importe anual total de inversión informal era de 12,585 millones de dólares. Esta cantidad representa el 2,22% del PIB nacional, porcentaje que indica que la inversión informal juega un papel significativo en la economía del país y que sitúa a España entre los tres primeros países del GEM, detrás de Corea del Sur y de Nueva Zelanda (Fig.21).

Fig. 21 Importe total de inversión informal (porcentaje del PIB)



EL CAPITAL RIESGO

Las empresas de capital riesgo invierten generalmente en firmas con gran potencial de crecimiento (especialmente empresas de alta tecnología) y suelen tener un notable impacto en la economía. En este estudio nos interesaremos en el capital riesgo “clásico”, es decir, el dinero invertido en empresas nacientes o en expansión excluyéndose las fusiones y adquisiciones. En primer lugar, hay que señalar que Estados Unidos acaparó en el año 2000 más del 80% del importe total de capital-riesgo invertido en los países del GEM, lo que equivale a 100,6 mil millones de dólares. Durante ese mismo año, España recibió inversiones por la suma de 0,694 mil millones de dólares. Ahora bien, la comparación entre países cobra mucho más relevancia si se considera del importe del capital riesgo invertido en función del PIB, tal como se puede observar de la figura nº22.

Fig. 22 Ratio de capital-riesgo invertido/PIB (2000)

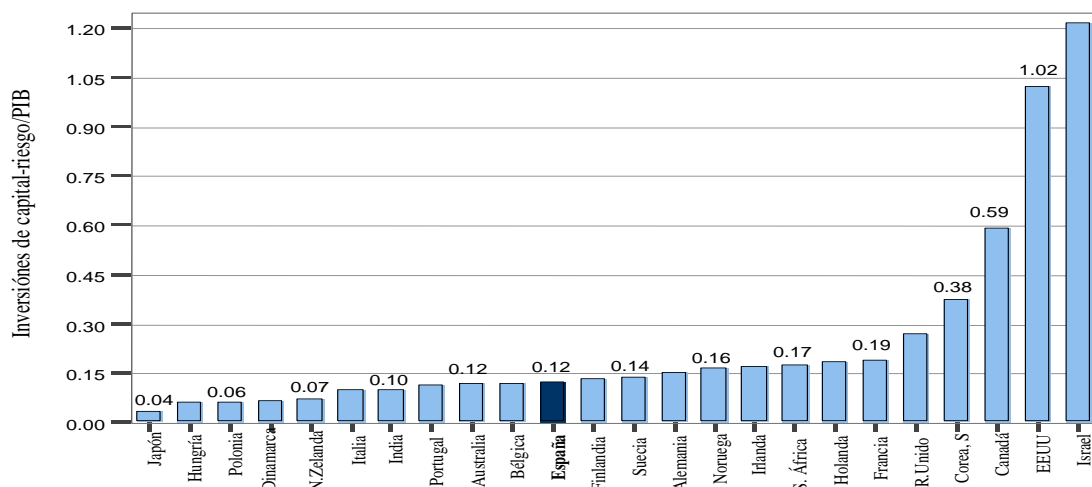
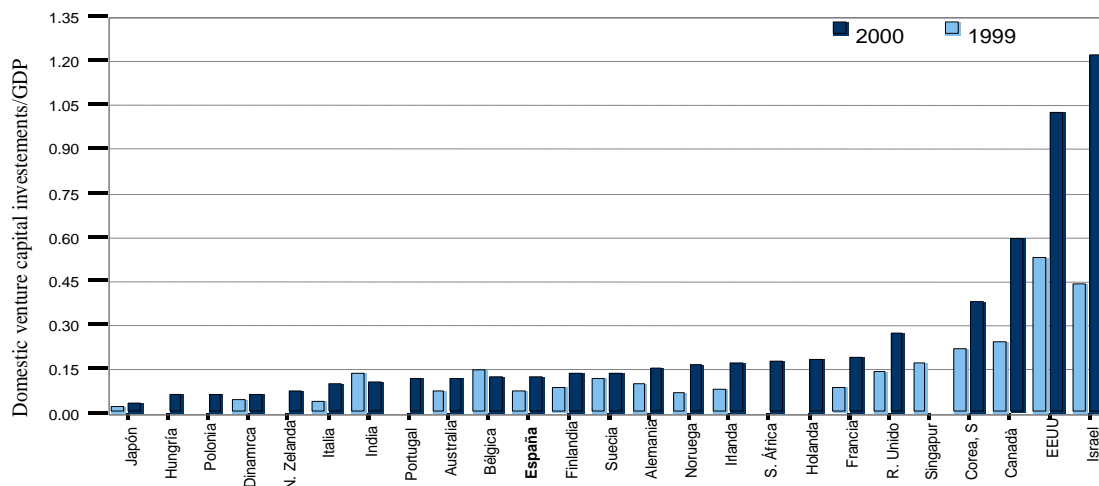
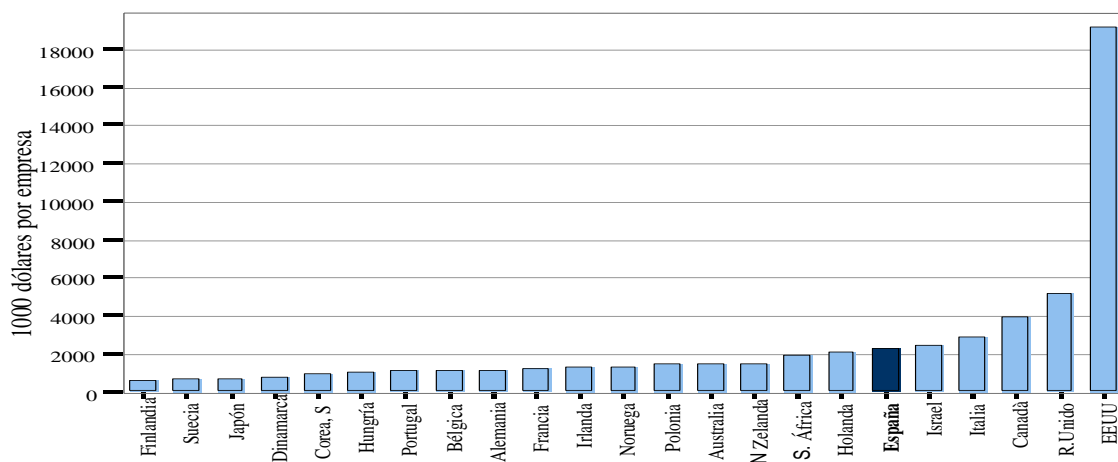


Fig. 23 Evolución del ratio capital-riesgo invertido/PIB



De este gráfico se destaca ante todo la gran disparidad que existe entre los países estudiados. En efecto, las cifras varían de un bajo 0,04% en Japón hasta un elevado 1,2% en Israel, con un 0,12% para España. Si comparamos estos resultados con los del año pasado notamos una constancia en las posiciones relativas de cada país. Por otra parte, las variaciones entre países son aún más importantes si se considera el importe medio de capital riesgo invertido por firma (fig. 24). De nuevo, EEUU se destaca por un importe (19,2 millones de dólares) muy por encima del promedio del resto de los países GEM (1,7 millón de dólares⁶).

Fig. 24 Importe medio de capital riesgo clásico invertido por empresa en el 2000 (\$1,000)

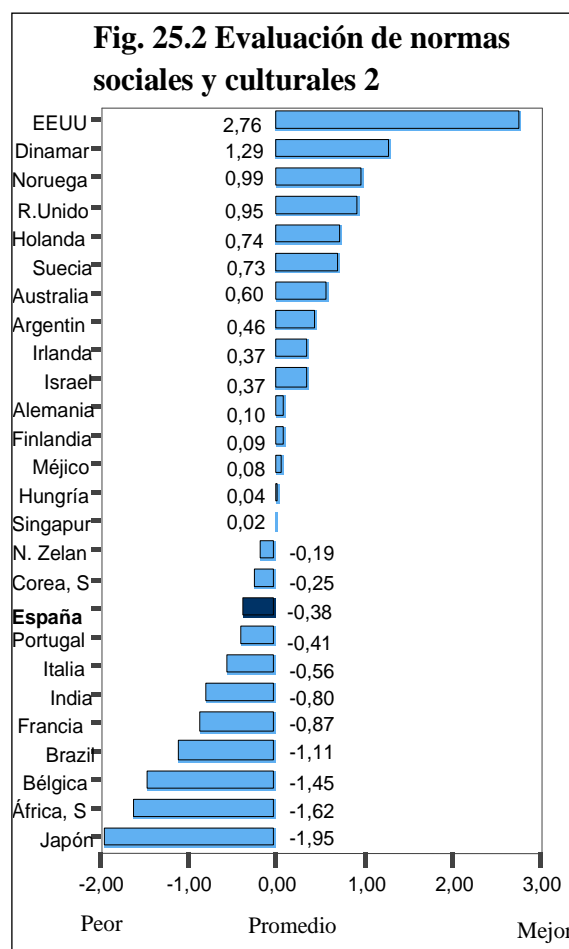
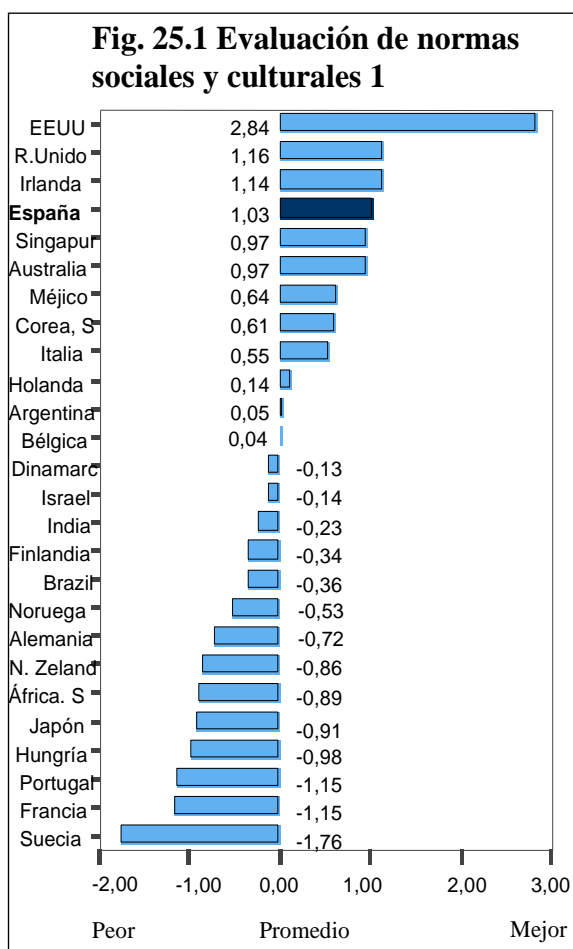


España se sitúa en la sexta posición con 2,2 millones por empresa, es decir, un 32% más que durante el año anterior. Además, el número de empresas que se beneficiaron de estas inversiones pasó de 247 en 1999 a 312 empresa en el año 2000, siendo la mayoría de ellas empresas en vías de crecimiento. Esto ha sido posible, entre otras cosas, gracias a algunos programas gubernamentales como el Proyecto PYME que intenta fomentar la conexión entre ideas emprendedoras e inversiones en capital-riesgo.

⁶ Se trata de la media relativa a 22 países debido a la falta de datos sobre Argentina, Brasil, México, Rusia y Singapur.

7.2.2 LAS NORMAS SOCIALES Y CULTURALES

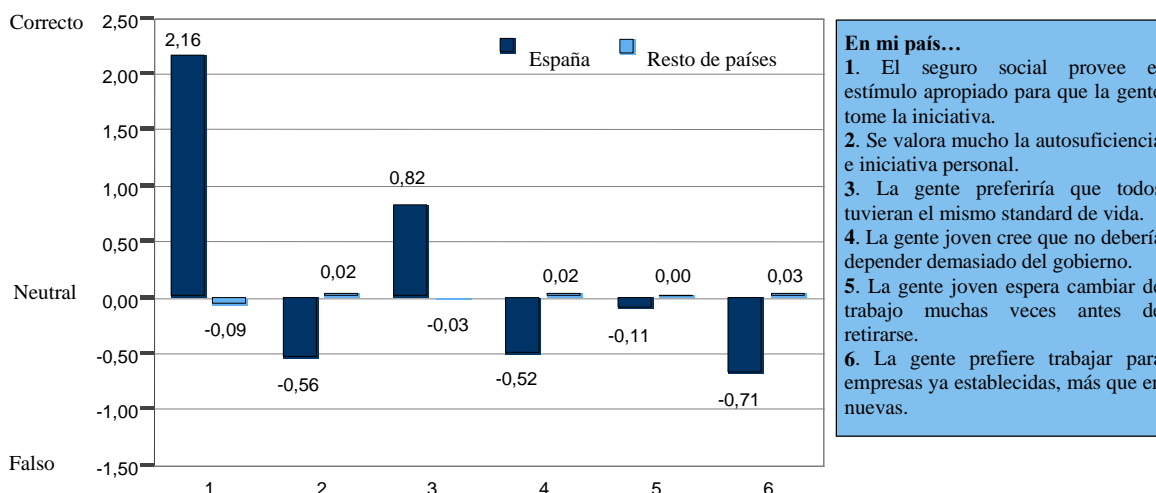
Hemos visto en el capítulo anterior cómo la intensidad de la actividad emprendedora en un país depende en gran medida de la motivación de sus emprendedores. Ahora bien, la motivación de un empresario se rige por la percepción y el respeto que se tiene en ese país hacia la iniciativa personal. A primera vista, la actividad emprendedora en España parece gozar de una importante legitimidad social, o por lo menos esto es lo que surge de la evaluación sumamente positiva que han hecho los expertos del primer sub-grupo de normas sociales y culturales, situando al país en cuarta posición (Fig.25.1). No obstante, la evaluación negativa que se hace del segundo sub-grupo (puntuación de -0,38) supone una contradicción directa con lo anteriormente dicho.



Al afinar el análisis estudiando una por una las respuestas de los expertos relativas a las normas sociales y culturales, nos encontramos con unos resultados más mitigados, tal y como se observa en la figura nº26. Así, notamos que en realidad, España sólo tiene una ventaja comparativa en cuanto a los incentivos que provee la seguridad social al ciudadano que decide ser independiente. Por lo contrario, la autosuficiencia y la iniciativa personal no reciben una valoración positiva y España se desvía bastante de la media del GEM, con un $-0,56$. Del mismo modo, las diferencias de estándar de vida son mucho menos toleradas que en otros países, y los jóvenes españoles tienden todavía a depender del gobierno (declaraciones nº3 y nº4). La posición moderadamente desfavorable de España respecto al segundo grupo de normas sociales y culturales

(posición nº18 en Fig.25.2) va también este sentido. En particular, existe una importante reticencia por parte de la juventud hacia el hecho de trabajar en una empresa nueva, y sigue prevaleciendo el precepto de seguridad del empleo por encima del de independencia.

Fig. 26 Evaluación de normas sociales y culturales en detalle



Todo esto explica que, a pesar de las medidas voluntaristas del gobierno destinadas a fomentar la toma de iniciativa, los informantes claves españoles hayan identificado, para los años 2000 y 2001, las normas sociales y culturales como uno de los tres principales obstáculos que debe enfrentar la actividad emprendedora en el país. Otra manera de medir la influencia de la cultura consiste en investigar en qué medida el temor al fracaso frena a la población para crear una empresa. Hemos visto en el capítulo anterior que en España, el miedo al fracaso desalienta al 38% de los ciudadanos a la hora de emprender un negocio, situación que se repite en mayor o menor medida en todos los países GEM (el promedio es del 35%). Esto significa que el fracaso no está del todo aceptado por la sociedad española y que los emprendedores no siempre se otorgan una segunda oportunidad si su primera experiencia ha sido negativa. Algunas de las opiniones de los expertos sobre este punto confirman nuestras conclusiones: “El español sólo apoya al emprendedor que ya ha tenido éxito pero no se reconoce el valor de haber corrido el riesgo de crear una empresa. Además, si esta persona fracasa, le cuelgan definitivamente el cartel de perdedor”.

Hay que reconocer que este problema de mentalidad en la sociedad, si bien tiene un papel determinante a la hora de explicar las diferencias entre los niveles de actividad emprendedora, es algo muy difícil de influenciar o de cambiar a corto plazo mediante acciones gubernamentales. No obstante, algunos informantes clave sostienen que “se está dando un cambio social respecto a cómo se perciben los emprendedores debido, entre otras cosas, a la influencia de la cultura norteamericana que empieza a calar entre los jóvenes”. Además, pese a la falta de comunicación de experiencias de éxito en España, la proliferación desde finales de los noventa de las empresas especializadas en tecnología de la información (las llamadas “punto com”), ha constituido un referente para muchos jóvenes españoles que se vieron alentados a lanzarse en este tipo de negocios. La reciente crisis protagonizada por el sector no parece preocupar demasiado a los expertos que consideran que el temor inicialmente provocado entre los jóvenes emprendedores irá disminuyendo progresivamente.

Por otra parte, resulta interesante observar que el temor al fracaso desciende sustancialmente cuando se trata de los expertos entrevistados, que en el caso de España, rehuyen el riesgo en sólo el 3% de los casos. Este constituye el porcentaje más bajo de todos los países GEM que rondan en torno a una media del 21%, lo que indica que en general, y de manera especial en España, una buena información y una sólida cultura empresarial constituyen una excelente forma de cambiar las mentalidades.

7.2.3 POLÍTICAS GUBERNAMENTALES

Con esta condición se trata de determinar en qué medida las políticas del gobierno reflejadas en impuestos o regulaciones o la aplicación de éstas, contribuyen a apoyar a las empresas de nueva creación o en crecimiento. Al igual que el año pasado, las políticas gubernamentales han vuelto a ser citadas como unos de los problemas más críticos a los que se enfrenta la actividad emprendedora en España. De hecho, el país ocupa una posición desfavorable (el número 19 de 26 países GEM) para el índice de apoyo político a la creación de empresas, con una puntuación negativa de 0,51 (Fig. 27.1). Esto significa que no hay conciencia en el mundo político de la importancia de la actividad emprendedora para la economía del país. Así, aunque reconocen que las políticas públicas favorecen, en cierta medida, a las nuevas empresas, los informantes aseguran que este tema no figura entre las prioridades del gobierno nacional, y pocas veces entre las de los gobiernos locales. En este aspecto, España se encuentra bastante aislada del resto de los países del GEM cuyos gobiernos dan, en general, una más elevada prioridad a los temas relacionados con las nuevas empresas (Fig. 28, declaraciones nº2 y nº3).

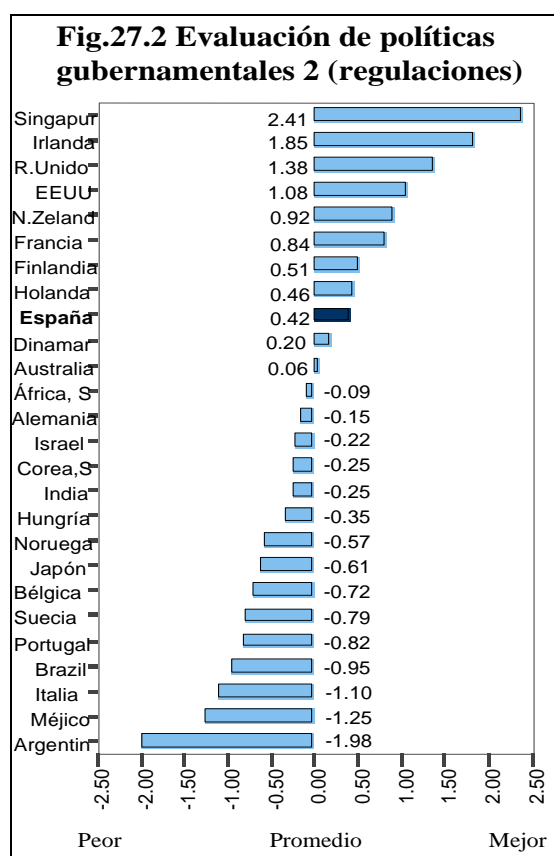
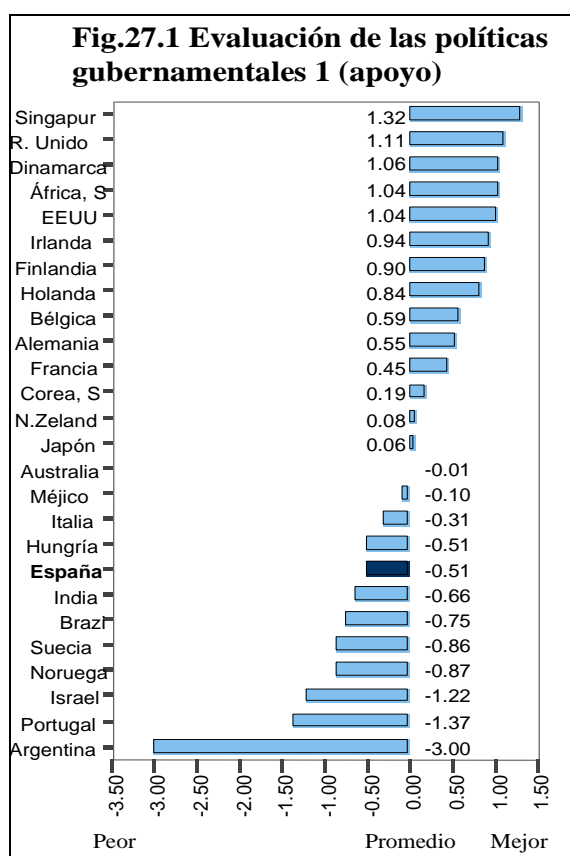
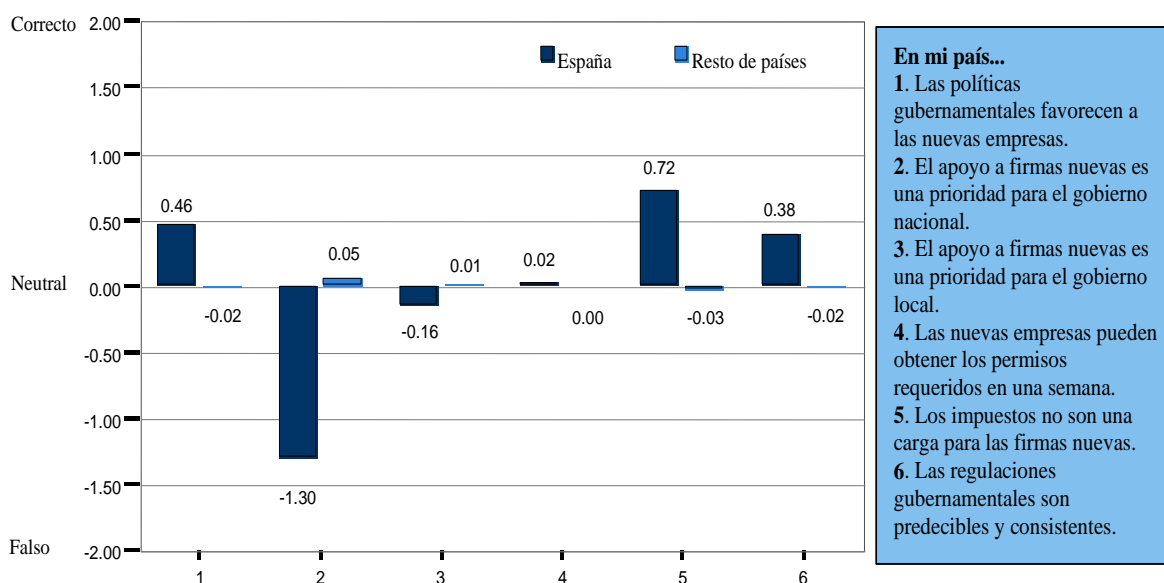


Fig. 28 Evaluación de las políticas gubernamentales en detalle

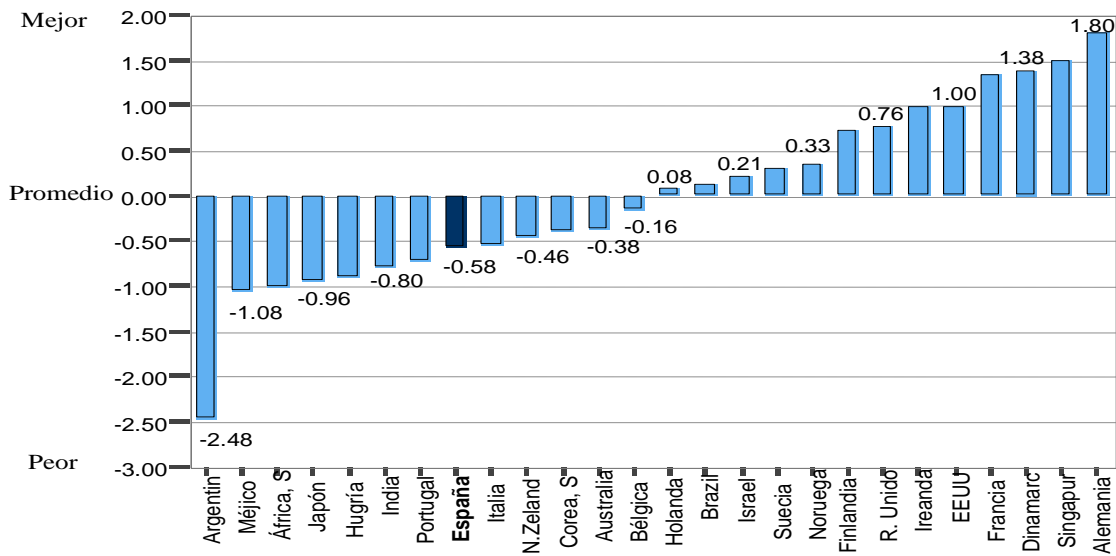


Ahora bien, las regulaciones reciben una evaluación positiva (0,42) por los expertos españoles, situando a su país en la novena posición internacional. Concretamente, éstos últimos consideran que el sistema tributario español no constituye un obstáculo a la creación de nuevas empresas y que las regulaciones gubernamentales tienden a ser consistentes y predecibles. Por otra parte hay que mencionar el notable avance hecho respecto a las trabas burocráticas, que representaban el año pasado uno de los aspectos más negativos de las políticas gubernamentales. Este año, el tiempo requerido para obtener licencias y permisos ha disminuido y se sitúa a un nivel equivalente al del promedio de los países GEM (Fig.28, declaración nº4).

7.2.4 PROGRAMAS GUBERNAMENTALES

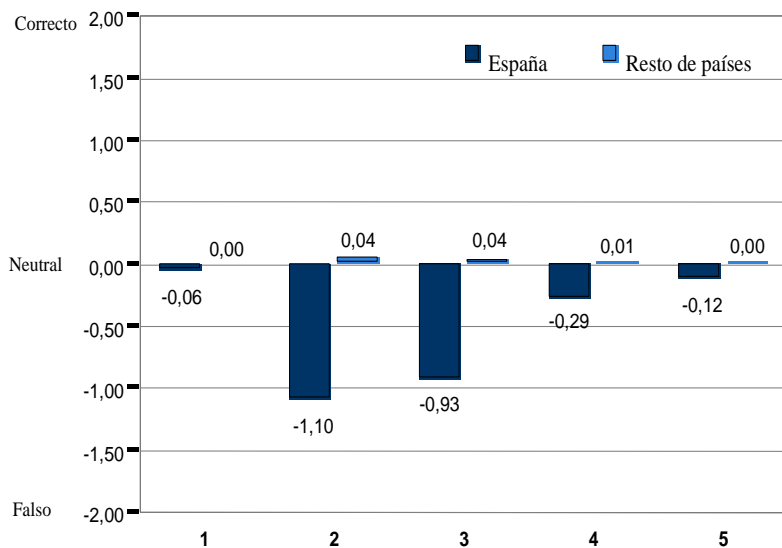
Hemos visto cómo la actividad emprendedora en España no recibe la atención adecuada por parte de las entidades políticas competentes. La falta de interés político en el tema incurre en la carencia e ineficacia de programas e iniciativas gubernamentales destinados a apoyar la creación de negocios. En consecuencia, la evaluación de los expertos españoles para este índice ha sido negativa (-0,58), y España está en la posición 19, cercana a la de Portugal e India y por detrás algunos países en desarrollo como Brasil (Fig.29).

Fig. 29 Evaluación de los programas gubernamentales



La figura nº30 muestra esta situación, reflejada en las opiniones de los expertos, las cuales han sido todas desfavorables y, en mayor o menor medida, peores que las emitidas por los informantes del resto de países GEM. En particular, los parques científicos y las incubadoras no son consideradas como una fuente de apoyo efectivo a la creación de empresas, situación que difiere sustancialmente de la de los otros países estudiados.

Fig. 30 Evaluación de los programas gubernamentales



En mi país...

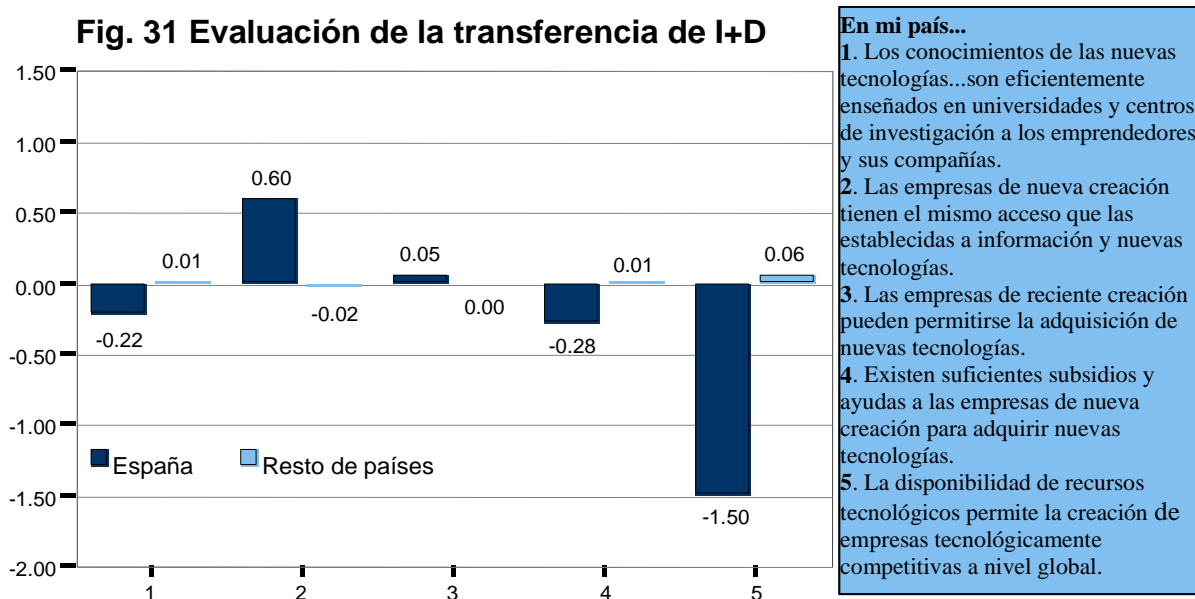
1. Una amplia gama de ayudas gubernamentales puede ser obtenida contactando con una sola organización pública.
2. Parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas.
3. Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.
4. Los profesionales de agencias gubernamentales de apoyo a la creación de nuevas empresas son competentes y eficientes.
5. Casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear una nueva empresa puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.

Los programas de apoyo son en opinión de la mayoría, muy escasos, y cuando existen, son llevados a cabo en las agencias gubernamentales por empleados poco competentes (declaraciones nº3 y 4). Tampoco se puede asegurar que existe una oficina pública central que sirva de referencia única a la hora de consultar los diferentes programas que existen. De manera que algunas de las medidas que se deberían de adoptar consisten no sólo en aumentar la oferta de programas públicos de ayuda, sino también en simplificar y

facilitar el acceso a los mismos. No obstante, varios informantes reconocieron que en este aspecto ha habido mejoras y destacaron sobre todo la mayor coordinación que se está realizando entre las diferentes entidades regionales (unión Europea), nacionales y locales para evitar que se solapen sus respectivos programas de ayuda y poder llegar así al emprendedor español de una manera más efectiva.

7.2.5 TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA E I+D

Se trata de saber en qué medida la investigación y desarrollo del país conducen a nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están o no al alcance de los emprendedores. España se encuentra aún atrasada en este aspecto: el país se sitúa en la posición nº19 respecto al índice GEM de transferencia tecnológica y la evaluación de los expertos de este factor se desvía de -0,46 de la evaluación neutral. Este es un problema crónico que muchos expertos y científicos vienen señalando desde hace tiempo. Así por ejemplo, España estaba en el año 2000 entre los países del GEM que menos invirtieron en I+D en proporción al PIB (los gastos totales ascendieron al 1% del PIB para un promedio GEM del 1,9%), junto a India, África del Sur, Portugal y Argentina. Durante el mismo año, los gastos de las empresas en I+D apenas superaron el 0,5% del PIB, situando al país a la cola de la UE (exceptuando a Portugal) y en general, alejado de la media GEM que alcanzó el 1%.

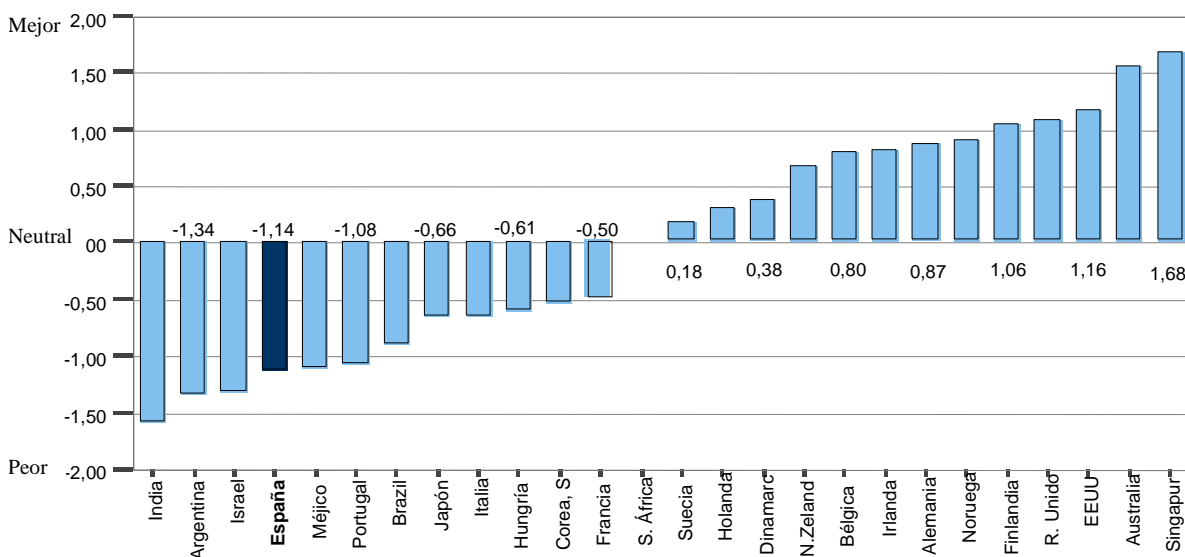


La figura nº31, que recoge las preguntas relativas la transferencia científica y tecnológica, permite observar que en la mayoría de los casos, los informadores clave en España son más críticos que los del resto de los países GEM. Así, el acceso a nuevas tecnologías es aún más difícil este año para empresas nuevas que para las que ya están establecidas, y el coste de dicho acceso permanece igual de elevado que durante el año anterior (Fig. 31 declaraciones nº1 y nº2). Pero la crítica más recurrente de los expertos concierne la falta de disponibilidad de recursos tecnológicos que permita la creación de empresas tecnológicamente competitivas a escala global (declaración nº5), carencia que se ha hecho sentir este año de una forma mucho más aguda que durante al año 2000. El único

elemento que parece haber mejorado en cierta medida es la disponibilidad de subsidios gubernamentales que facilitan a las nuevas empresas el acceso a tecnología punta, aunque la valoración siga siendo negativa. De hecho, la mayoría de los informantes sostiene que la Investigación y desarrollo es una asignatura pendiente del gobierno ya que los organismos oficiales creados a este respecto⁷ no juegan un papel relevante para las pequeñas empresas. Por ejemplo, la puesta en marcha de un Plan Nacional de I+D (plan de financiación de la investigación para las empresas, establecido por una duración de 4 años) no parece tener una repercusión relevante entre los emprendedores y expertos encuestados. Los españoles achacan esta situación en parte a que las iniciativas gubernamentales no se dan a conocer de manera adecuada y a que éstas tienden a ser acaparadas por las grandes compañías.

Los bajos niveles de investigación en España se explican ante todo según los expertos por la inexistencia de una cultura investigadora entre los universitarios. Así, muchos se quejan de que la investigación no se potencia educativamente como una alternativa profesional. Por otra parte, y entre las medidas recomendables para fomentar la transferencia tecnológica en España, hay que señalar la importancia de fortalecer la relación entre centros académicos y de investigación con el mundo empresarial, bien se trate de empresas nuevas o de empresas ya establecidas. Según el Anuario de Competitividad Mundial para el año 2001 (WCY en Inglés), el indicador de transferencia entre universidad e industria en España es uno de los más bajos de los países GEM, ya que es del 3,25 para una media del 4,5. Estas cifras respaldan la opinión de los informantes de los que podemos relatar el comentario siguiente: “La investigación en España está excesivamente enfocada a la universidad, la cual se encuentra bastante desvinculada de la industria”.

Fig. 32 Evaluación de la protección de los derechos de propiedad intelectual



Ahora bien, una de las razones explicativas de unos indicadores de transferencia tecnológica tan bajos radica en el incumplimiento de la legislación sobre derechos de

⁷ Éstas son por ejemplo, y para citar los organismos más conocidos, el Ministerio de Ciencia y Tecnología y el Centro para el Desarrollo Tecnológico industrial, CDTI.

propiedad industrial o la falta de claridad de la misma. En este sentido, los expertos interrogados se quejan de que en España, un emprendedor no puede confiar en que sus patentes, copyrights o marcas registradas sean respetadas y consideran a la legislación vigente incompleta y poco eficaz. Estas opiniones se reflejan en la figura nº25 que recoge el índice total de evaluación de la protección de los derechos inmateriales y para el que España se coloca en la posición nº23, superando a solo tres países, a saber, Israel, Argentina e Irlanda. En consecuencia, sería recomendable una mayor concienciación en torno a este tema por parte tanto del gobierno como de la población.

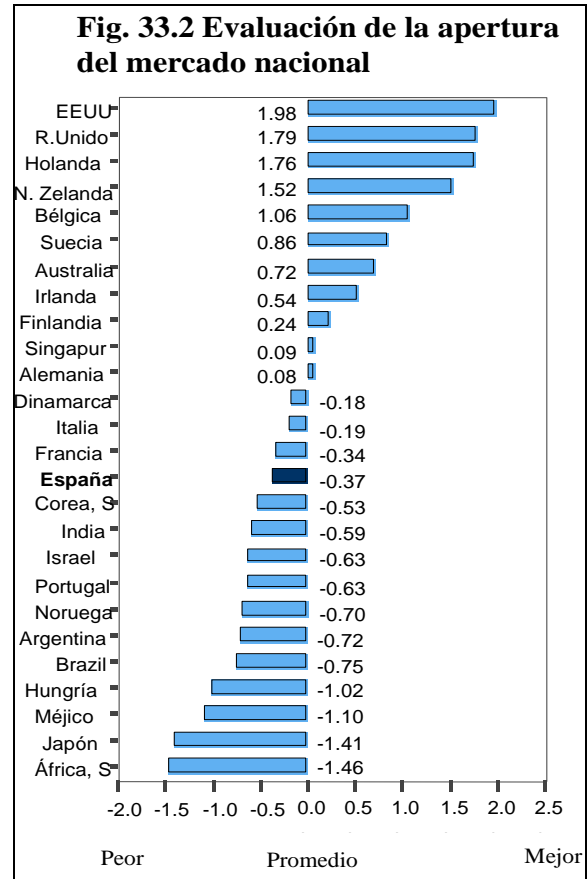
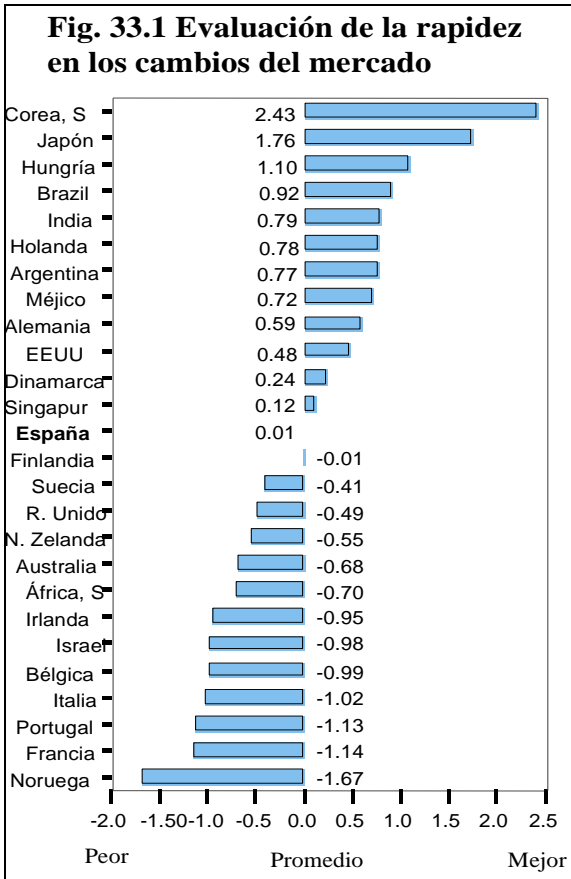
7.2.6 INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Si bien España ocupaba una posición intermedia para este factor según el informe GEM del año 2000, este mismo país se destaca en año 2001 por una situación muy desfavorable, ya que su puntuación de $-1,37$ lo relega en la posición nº23, es decir, adelantando únicamente a India y Méjico. De todas las evaluaciones negativas hechas por los informantes respecto a la infraestructura física, la más destacable es el retraso de España con respecto al tiempo de instalación de los servicios públicos, y sobre todo el de las telecomunicaciones. El deterioro de la opinión de los expertos durante este año quizá sea atribuible al auge reciente de las nuevas tecnologías de la información en España, y el mayor interés que recibe por parte de los empresarios. Aparentemente, esta creciente necesidad choca con una gran lentitud de respuesta por parte de los servicios públicos.

7.3 OTROS FACTORES

7.3.1 APERTURA DEL MERCADO INTERNO

En relación con la influencia de la apertura del mercado interno en la creación de nuevas empresas, los expertos entrevistados durante el año 2000 consideraban que España presentaba una situación moderada. Esto significa que los acuerdos comerciales no eran suficientemente flexibles al cambio constante y a la reubicación estratégica y que impiden a las empresas nuevas y en crecimiento competir y reemplazar a los proveedores, subcontratistas y asesores existentes. Este año, la apertura del mercado interno ha sido medida por dos indicadores. El primer indicador concierne a la rapidez de los cambios del mercado, y en el caso de España indica una situación intermedia (evaluación neutral). El segundo permite la evaluación de las principales barreras de entrada (tales como las presiones de las empresas preestablecidas, la efectividad de la reglamentación antimonopolios) y recibe una valoración negativa ($-0,37$), situando al país en la posición 15.

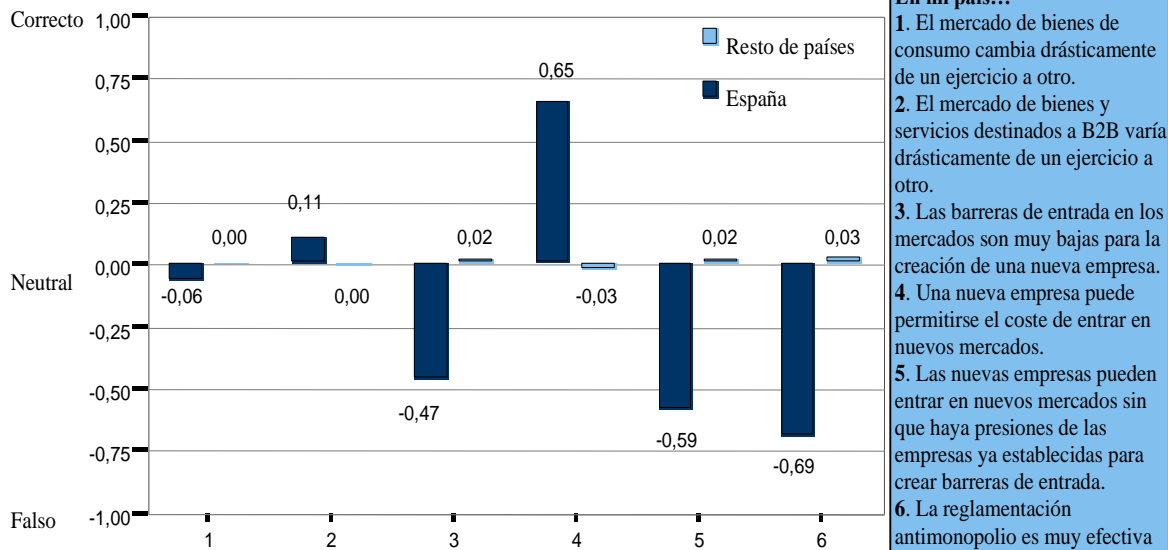


En la figura nº34 se puede observar la evaluación detallada de España respecto a esta condición de entorno. Comparando con el año anterior, los mercados de bienes y servicios destinados al consumo y al business-to-business registran según los expertos una inestabilidad mucho mayor a la de dicho año. La explicación según algunos informantes consiste en que la crisis de las nuevas tecnologías ampliada por los acontecimientos del 11 de septiembre, ha empujado muchos empresarios a una reducción de las expectativas de crecimiento, lo cuál, aunque sea un hecho de carácter esencialmente emocional, está creando un círculo vicioso que amenaza con aumentar el impacto real de dicha crisis.

Por otra parte, las barreras a la entrada han sido evaluadas durante este año como relativamente más elevadas que el resto de los países GEM y aunque una buena parte de las empresas nuevas puede permitirse el coste de entrada en los mercados, los informantes españoles se quejaron de las presiones ejercidas por las firmas ya establecidas así como de la falta de efectividad de la reglamentación antimonopolios⁸.

⁸ Es preciso señalar que el cambio de parte de los informantes entrevistados durante los años 1999 y 2000, ha incurrido en una notable variación en las opiniones dadas por los mismos respecto a las preguntas del cuestionario, y en especial, se encontraron algunas inconsistencias relativas al apartado "Apertura del mercado interno". Por lo tanto, el análisis derivado de estos resultados deberá ser tomado con cautela.

Fig. 34 Evaluación de la apertura del mercado en detalle



En mi país...

1. El mercado de bienes de consumo cambia drásticamente de un ejercicio a otro.
2. El mercado de bienes y servicios destinados a B2B varía drásticamente de un ejercicio a otro.
3. Las barreras de entrada en los mercados son muy bajas para la creación de una nueva empresa.
4. Una nueva empresa puede permitirse el coste de entrar en nuevos mercados.
5. Las nuevas empresas pueden entrar en nuevos mercados sin que haya presiones de las empresas ya establecidas para crear barreras de entrada.
6. La reglamentación antimonopolio es muy efectiva

8 LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS ESPAÑOLAS: ANÁLISIS REGIONAL

8.1 MEDICIÓN DE LA CAPACIDAD EMPRENDEDORA

España se divide regionalmente hablando en 17 Comunidades Autónomas, cuyas características en lo referente a desarrollo, recursos económicos, tradición empresarial, climatología y otras, influyen en la existencia de diferencias acerca del tema del estudio: la creación empresarial y el espíritu emprendedor. Sin embargo, para no desagregar tanto los datos, se consideran a efectos de análisis las siguientes divisiones territoriales: Norte, Noroeste, Noreste, Centro, Sur, Este, Área Metropolitana de Madrid, Área Metropolitana de Barcelona e Islas Canarias.

Para medir la capacidad emprendedora regional hay que estudiar el fenómeno desde distintos puntos de vista: por un lado podemos analizar cuánta gente, por término medio, está directamente involucrada en la puesta en marcha de un negocio de forma individual. Por otro lado se pueden estudiar otros aspectos tales como la puesta en marcha de un nuevo negocio relacionado con el puesto de trabajo actual y la inversión en negocios de otros (business angel), sin olvidar las referencias personales por las cuales un entrevistado puede conocer a personas que estén involucradas en creación de nuevas empresas.

Así, comenzando por la primera sugerencia, analizando las cifras correspondientes a puesta en marcha de nuevos negocios de forma autónoma en las distintas zonas consideradas, se puede observar que la región donde hay un mayor porcentaje de creación de negocios de este tipo es la zona sur. Eso significa que se está dando un aparente fenómeno de mayor crecimiento en aquellas zonas que tradicionalmente estaban menos desarrolladas: las del sur. Para ello se trabaja con la variable que proporciona el número de individuos involucrados en la puesta en marcha de una

empresa, que van a ser individual o colectivamente propietarios de la misma y que no han pagado salarios a tiempo completo en los últimos 3 meses.

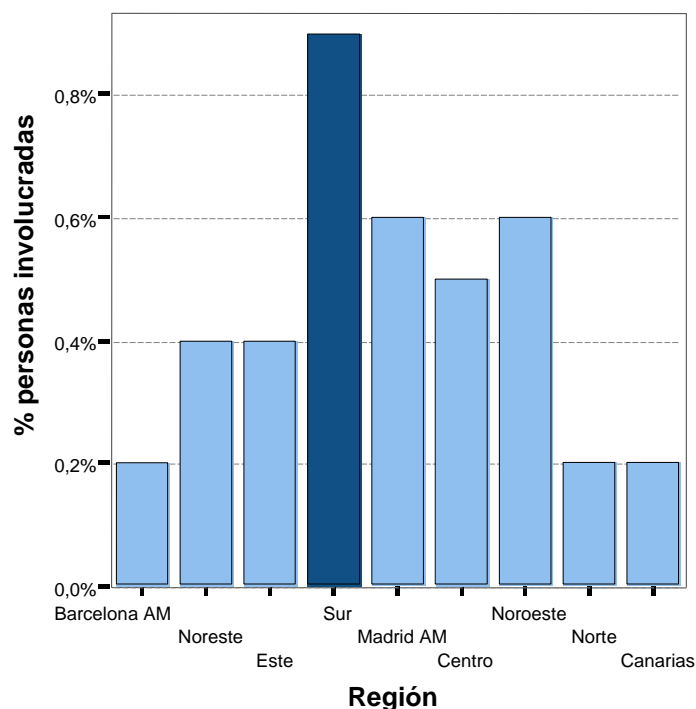
El contraste de dependencia entre el porcentaje de puesta en marcha de nuevos negocios de forma autónoma y la región, no sale significativo estadísticamente hablando, lo cual implica que en realidad no hay grandes diferencias con respecto a esta variable en las distintas regiones españolas. A nivel puramente descriptivo las zonas en que parece haber algo más de actividad son las del Sur, el Noroeste y el área Metropolitana de Madrid, lo cual explicaría el bajo índice de Barcelona, ciudad tradicionalmente empresarial, cuya actividad se va descentralizando en sus territorios adyacentes incluidos en el Noroeste.

Por otro lado, la aparente mayor cifra de creación de empresas autónomas en el Sur se puede explicar por la mayor actividad que despliegan las Comunidades Autónomas que hace unos 20 años se consideraban menos desarrolladas frente a las del norte y noreste que tenían una tradición empresarial mucho más asentada y que, por tanto, ya habían alcanzado una notable estabilidad respecto a este tema años atrás.

En definitiva, la capacidad emprendedora individual en las distintas regiones españolas es más bien baja (implica entre un 0,2 y un 0,9% de la población adulta) en el momento actual, con una cierta tendencia al crecimiento en las regiones que estaban menos desarrolladas sin que se vea por ello un posible despegue espectacular en alguna de ellas.

		Tabla 21. Start-up autónomo por regiones			
		NO		SI	
		n	% tabla	n	% tabla
Región	Barcelona AM	148	7,4%	3	,2%
	Noreste	241	12,1%	8	,4%
	Este	241	12,1%	7	,4%
	Sur	332	16,6%	17	,9%
	Madrid AM	244	12,2%	12	,6%
	Centro	177	8,9%	9	,5%
	Noroeste	239	12,0%	12	,6%
	Norte	226	11,3%	4	,2%
	Canarias	74	3,7%	4	,2%
Total		1922	96,2%	76	3,8%

Fig. 35 Porcentaje de empresas nacientes por región



En cuanto a la puesta en marcha de un nuevo negocio relacionado con el puesto de trabajo actual, la región en que actualmente hay más iniciativas de ese tipo es la noroeste (Galicia) y también la región este (zona mediterránea en general). Se trata de una forma de creación de empresas interesante para personas que pueden colocar sus intereses profesionales en más de un tema al mismo tiempo. Por el tipo de negocios que se desarrollan en las regiones mencionadas (servicios, textil y confección, madera y mueble, etc.) no resulta sorprendente que se coloquen en los primeros puestos del país en ese sentido. Sin embargo, los índices de participación son muy bajos y no alcanzan al 0.4% de la población total ni el 2.5% de la regional en ningún territorio, por lo que, al igual que en el caso de creación empresarial en general, falta estímulo, condiciones favorables y apoyo institucional para que la gente se anime a participar.

		Tabla 22. Start-up con gente del trabajo por regiones			
		NO		SI	
		Recuento	% tabla	Recuento	% tabla
Región	Barcelona AM	149	7,5%	3	,2%
	Noreste	248	12,4%	1	,1%
	Este	243	12,2%	5	,3%
	Sur	345	17,3%	4	,2%
	Madrid AM	255	12,8%	2	,1%
	Centro	184	9,2%	2	,1%
	Noroeste	245	12,3%	6	,3%
	Norte	230	11,5%		
	Canarias	78	3,9%		
Total		1977	98,9%	23	1,2%

El siguiente gráfico muestra la situación dentro de cada región, es decir, tomando como base de los porcentajes el conjunto poblacional de cada zona y no el total poblacional:

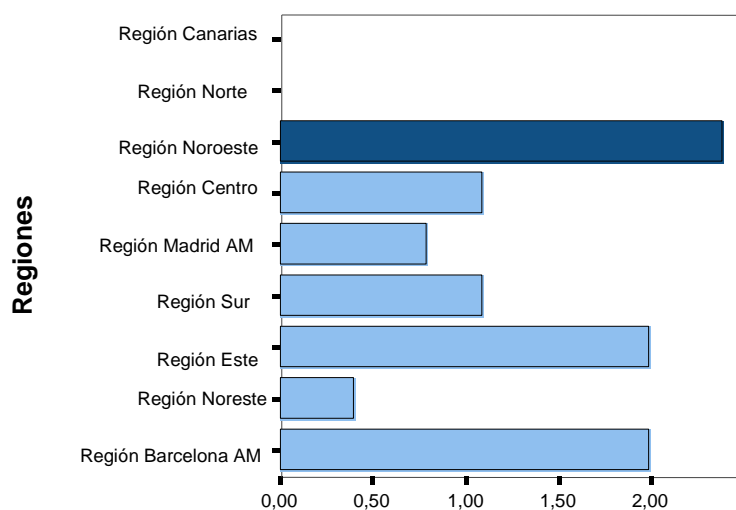


Fig. 36 Porcentaje de creación de empresas con gente del trabajo

Por otro lado la inversión en negocios de otros (business angel) parece ser una práctica de mayor éxito que las anteriores dentro de cada región, pero muy poco arraigada en el área metropolitana de Barcelona y en la del Norte (que incluiría Asturias, País Vasco, Navarra y Aragón), mientras que en la zona de Madrid se alcanza un 4.3% y en el centro un 3.6% de participación de la población, que son los índices más elevados. Se trata de una participación que oscila entre un 0,7% para Barcelona y un 4.3% para Madrid, con mayoría de porcentajes, calculados sobre población regional, algo superiores al 2% en casi todas las regiones:

		Tabla 23. ¿Ha sido Busang en los 3 últimos años?					
		NO			SI		
		Recuento	% fila	% tabla	Recuento	% fila	% tabla
Región	Barcelona AM	151	99,3%	7,6%	1	,7%	,1%
	Noreste	244	98,0%	12,2%	5	2,0%	,3%
	Este	240	97,6%	12,0%	6	2,4%	,3%
	Sur	341	97,7%	17,1%	8	2,3%	,4%
	Madrid AM	246	95,7%	12,3%	11	4,3%	,6%
	Centro	181	97,3%	9,1%	5	2,7%	,3%
	Noroeste	242	96,4%	12,1%	9	3,6%	,5%
	Norte	227	98,7%	11,4%	3	1,3%	,2%
	Canarias	76	97,4%	3,8%	2	2,6%	,1%
Total		1948	97,5%	97,5%	50	2,5%	2,5%

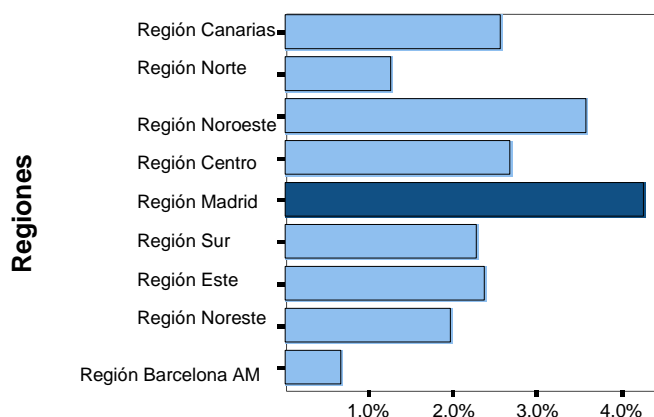


Fig. 37 Porcentaje de business angels por regiones

Por otro lado, el cálculo de la aportación de cada región a la inversión total business angel del país es muy bajo y no supera el 0,6%. La zona en que se dan más inversiones de este tipo es la metropolitana de Madrid, seguida por la región del noroeste:

		BUSS ANGEL en los últimos 3 años	
		NO	SI
		% tabla	% tabla
ES: Region	Barcelona AM	7,6%	,1%
	North east	12,2%	,3%
	East	12,0%	,3%
	South	17,1%	,4%
	Madrid AM	12,3%	,6%
	Centre	9,1%	,3%
	North west	12,1%	,5%
	North	11,4%	,2%
	Canary Islands	3,8%	,1%

Los porcentajes de personas que declaran ser propietarias de un negocio y dirigirlo, se mueven entre el 5 y el 20% aproximadamente en las distintas zonas consideradas. La región más destacada en este sentido corresponde a las Islas Canarias, centro comercial y turístico por excelencia, donde se ha ido desarrollando un sistema de vida muy basado en la apertura de negocios hosteleros y complementarios a todo lo relacionado con el turismo desde el ámbito familiar. En ese sentido, no es extraño que un elevado porcentaje de entrevistados esté dirigiendo un negocio propio. Por lo que respecta a Cataluña, el índice es moderado si consideramos Barcelona más la región noreste y el hecho de que tradicionalmente ha sido una de las regiones emprendedoras del país. Madrid, mucho más especializada en la administración y gobierno, ha venido sufriendo una transformación en ese sentido y, actualmente, supera a Barcelona y, junto con el Centro, a Cataluña, lo cual es síntoma de que la creación de las autonomías está conllevando una descentralización efectiva y que todas las regiones se van normalizando a medida que pasa el tiempo en muchos aspectos, entre los cuales se está consolidando también la creación empresarial. El sur es, hoy por hoy, la región en que hay menos

propietarios-directores de negocios, dato que concuerda con esa mayor cantidad de terreno por cubrir e incipiente desarrollo que se ha detectado a lo largo de este análisis:

		Tabla 24. Es propietario y dirige un negocio (1)				Total	
		NO		SI		Recuento	% fila
		Recuento	% fila	Recuento	% fila		
Región	Barcelona AM	144	94,7%	8	5,3%	152	100,0%
	Noreste	229	92,0%	20	8,0%	249	100,0%
	Este	218	87,9%	30	12,1%	248	100,0%
	Sur	327	93,7%	22	6,3%	349	100,0%
	Madrid AM	239	93,0%	18	7,0%	257	100,0%
	Centro	166	89,2%	20	10,8%	186	100,0%
	Noroeste	227	90,4%	24	9,6%	251	100,0%
	Norte	213	92,6%	17	7,4%	230	100,0%
	Canarias	63	80,8%	15	19,2%	78	100,0%
Total		1826	91,3%	174	8,7%	2000	100,0%

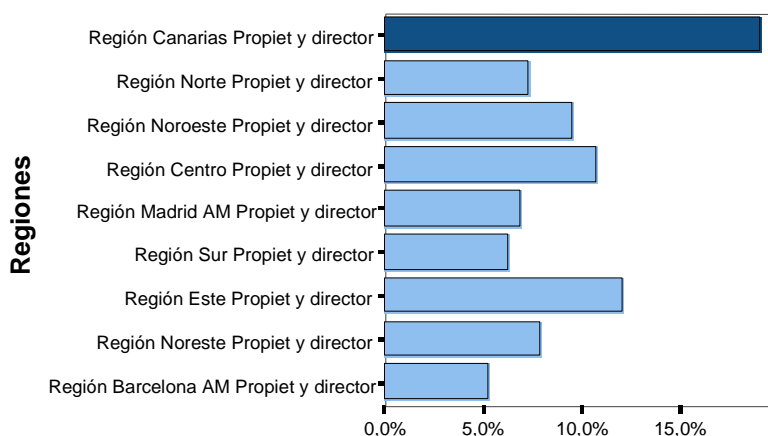


Fig. 38 Porcentaje de propietarios-directores de negocios

Los totales regionales tomando como base la población, se distribuyen de la siguiente forma: se mueven entre un 0,4 y un 1,5%, la región que más destaca es la este.

		Tabla 25. Es propietario y dirige un negocio (2)				Total	
		NO		SI		n	% tabla
		n	% tabla	n	% tabla		
Región	Barcelona AM	144	7,2%	8	,4%	152	7,6%
	Noreste	229	11,5%	20	1,0%	249	12,5%
	Este	218	10,9%	30	1,5%	248	12,4%
	Sur	327	16,4%	22	1,1%	349	17,5%
	Madrid AM	239	12,0%	18	,9%	257	12,9%
	Centro	166	8,3%	20	1,0%	186	9,3%
	Noroeste	227	11,4%	24	1,2%	251	12,6%
	Norte	213	10,7%	17	,9%	230	11,5%
Canarias	63	3,2%	15	,8%	78	3,9%	
Total		1826	91,3%	174	8,7%	2000	100,0%

Finalmente, si medimos el índice de participación en creación de nuevas empresas a través de las referencias personales por las cuales un entrevistado ha conocido al menos un emprendedor en los dos últimos años, veremos que las cifras son esperanzadoras, ya que, excepto en el área metropolitana de Barcelona, en el resto de España se supera el porcentaje del 40% de respuesta afirmativa. El resultado de la región sur (45.1%) es acorde con el índice global que ponía de manifiesto que, en estos momentos, tiene un comportamiento emprendedor más destacado que el resto de regiones.

		Tabla 26. ¿Ha conocido personalmente emprendedor en los 2 últimos años?						Total	
		NO			SI			n	% tabla
		n	% fila	% tabla	n	% fila	% tabla		
Región	Barcelona AM	96	63,2%	4,8%	56	36,8%	2,8%	152	7,6%
	Noreste	145	58,9%	7,3%	101	41,1%	5,1%	246	12,4%
	Este	143	57,9%	7,2%	104	42,1%	5,2%	247	12,4%
	Sur	190	54,9%	9,6%	156	45,1%	7,9%	346	17,4%
	Madrid AM	151	59,0%	7,6%	105	41,0%	5,3%	256	12,9%
	Centro	109	59,2%	5,5%	75	40,8%	3,8%	184	9,3%
	Noroeste	134	53,6%	6,7%	116	46,4%	5,8%	250	12,6%
	Norte	122	53,5%	6,1%	106	46,5%	5,3%	228	11,5%
Canarias	46	59,0%	2,3%	32	41,0%	1,6%	78	3,9%	
Total		1136	57,2%	57,2%	851	42,8%	42,8%	1987	100,0%

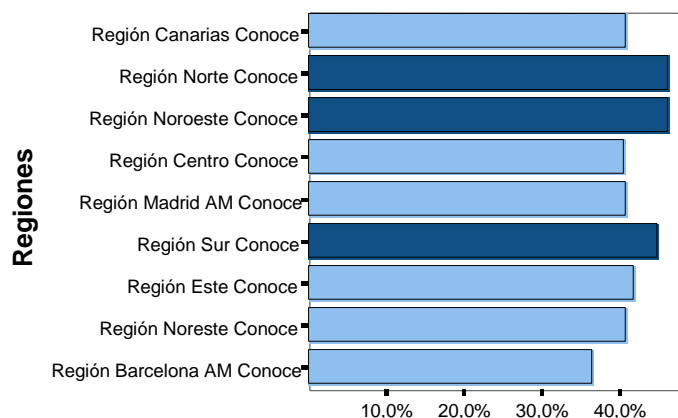


Fig. 39 Porcentaje de entrevistados que han conocido un emprendedor en 2 últimos años

8.2 LA PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES DESDE EL PUNTO DE VISTA REGIONAL

La percepción de buenas oportunidades para la creación de nuevos negocios en los próximos 6 meses es bastante parecida para las diferentes regiones españolas y, por término medio, se mueve entre el 30 y el 50% de respuesta afirmativa. Sin embargo, se detectan dos grupos de áreas geográficas: en el primero están las regiones más optimistas, a saber: Norte, Canarias, Noreste y Este y, en el segundo las regiones más pesimistas: Noroeste, Centro, Madrid, Barcelona y Sur. Si se reparten las respuestas sobre percepción de oportunidades con el hecho de estar involucrado en un nuevo negocio, se puede ver que, salvo en el caso de Barcelona, las respuestas más optimistas tienden a relacionarse más con creación de negocios que las optimistas, es decir, que crean más negocios aquellos que están percibiendo buenas oportunidades, tal y como es de esperar. Sin embargo, en Barcelona, la situación es diferente y ello puede estar indicando un momento de estancamiento en cuanto a su capacidad emprendedora.

Fig. 40 ¿Existen buenas oportunidades para las nuevas empresas en 6 meses?

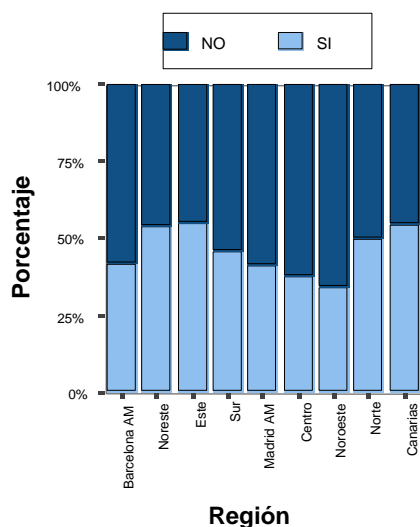
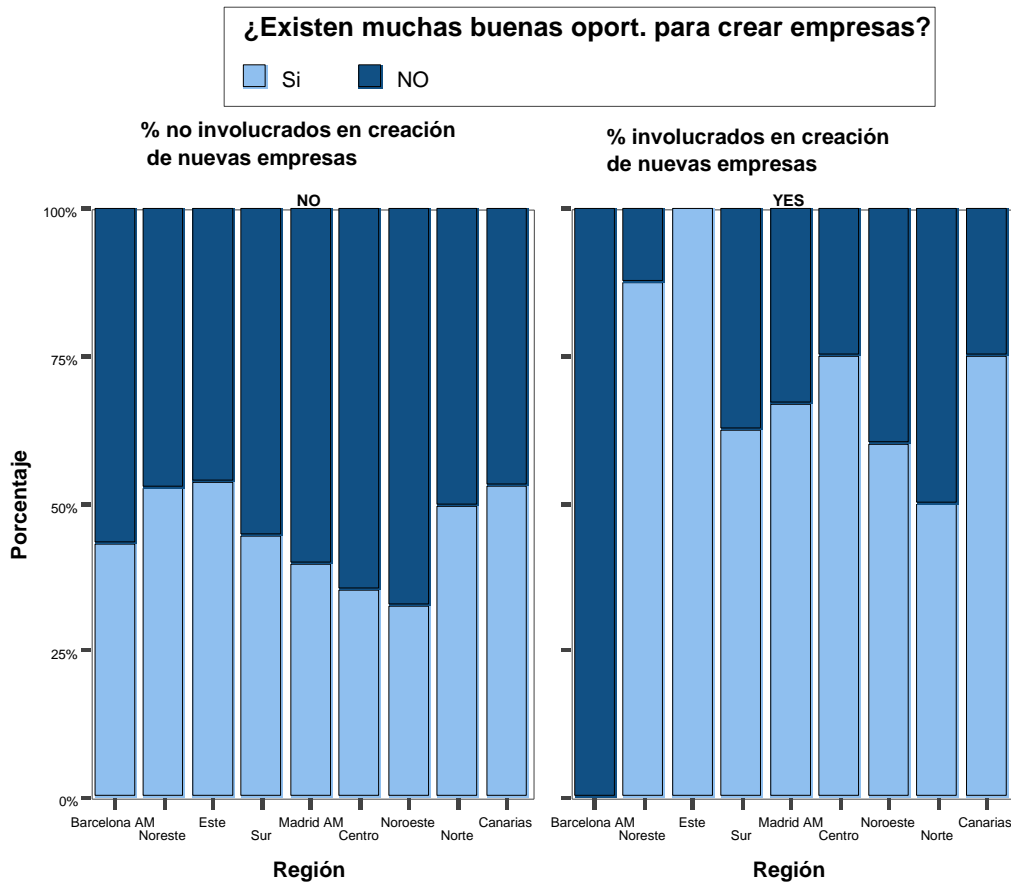


Fig. 41 Porcentaje de creación de empresas en función de la percepción de oportunidades de negocios



El miedo al fracaso podría explicar en parte la reticencia a involucrarse en nuevos negocios en determinadas regiones, ya que, aunque se mantiene en niveles del 30-40% en todas ellas, también es cierto que hay diferencias que señalan algunas zonas como peores que otras en ese sentido: Sur y Noroeste como las más negativas por un lado, Barcelona, Noreste y Canarias, como moderadamente negativas por otro y, Madrid, Centro, Este y Norte como las más positivas en términos relativos.

		Tabla 27. El miedo al fracaso le impide crear un negocio						Total		
		NO			SI			n	% fila	% tabla
		n	% fila	% tabla	n	% fila	% tabla			
Región	Barcelona AM	90	60,0%	4,7%	60	40,0%	3,1%	150	100,0%	7,8%
	Noreste	143	58,6%	7,4%	101	41,4%	5,2%	244	100,0%	12,6%
	Este	147	62,8%	7,6%	87	37,2%	4,5%	234	100,0%	12,1%
	Sur	189	56,4%	9,8%	146	43,6%	7,6%	335	100,0%	17,4%
	Madrid AM	165	67,6%	8,6%	79	32,4%	4,1%	244	100,0%	12,6%
	Centro	113	62,1%	5,9%	69	37,9%	3,6%	182	100,0%	9,4%
	Noroeste	132	54,3%	6,8%	111	45,7%	5,8%	243	100,0%	12,6%
	Norte	141	63,2%	7,3%	82	36,8%	4,3%	223	100,0%	11,6%
	Canarias	45	60,8%	2,3%	29	39,2%	1,5%	74	100,0%	3,8%
Total		1165	60,4%	60,4%	764	39,6%	39,6%	1929	100,0%	100,0%

Fig. 42 Importancia del miedo al fracaso por regiones

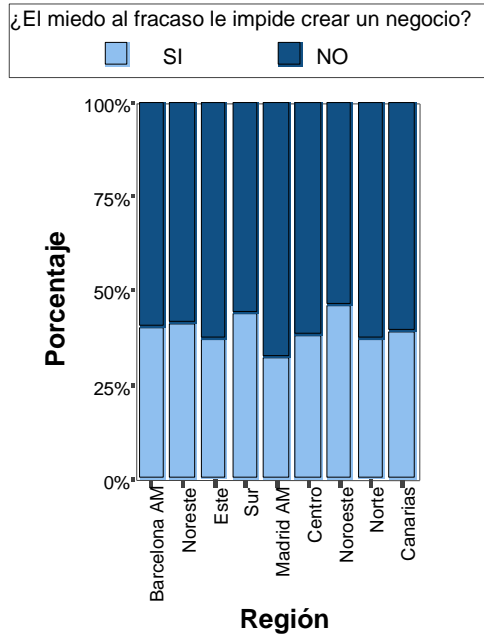
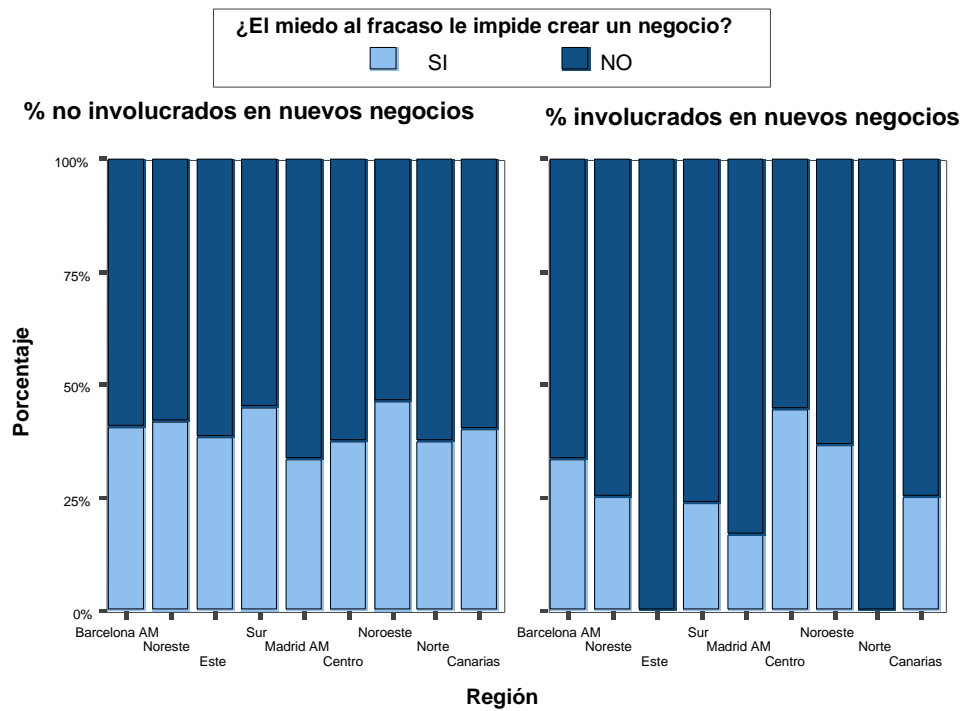


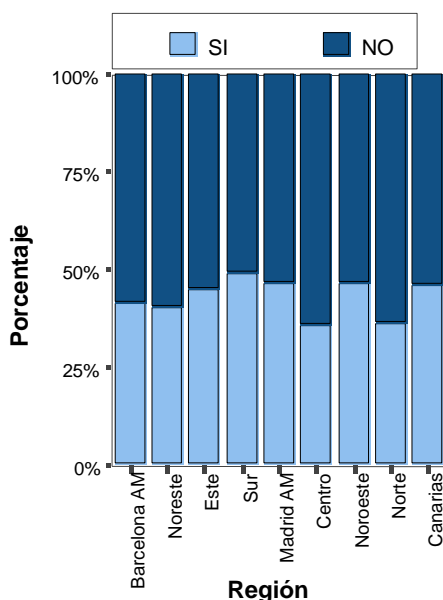
Fig. 43 Influencia del miedo al fracaso sobre la creación de empresas por regiones



8.3 CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES DE LA POBLACIÓN PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN LAS DISTINTAS REGIONES ESPAÑOLAS

España es un país en el cual entre el 30 y el 45% de la población adulta afirma tener los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha un negocio. Regionalmente hay pocas diferencias al respecto y, de nuevo se pone de manifiesto que las autonomías conducen a una normalización de las regiones que 20 años atrás no existía. Actualmente todas las comunidades tienen oferta universitaria y no universitaria de estudios empresariales, por lo cual se producen menos desplazamientos de personas a regiones en que tradicionalmente se concentraba el estudio universitario. Ello propicia además que los nuevos profesionales se vayan asentando en sus zonas de origen y que apliquen allí sus conocimientos generando nueva riqueza. Por tanto, la clasificación regional de habilidad y conocimiento para la creación de negocios es:

Fig. 44 ¿Tienen los entrevistados conocimientos o habilidades para crear un negocio?



Por edades se aprecia que el mayor nivel de habilidad y conocimiento está en la franja de 34 a 54 años y, por género, sigue predominando la capacidad de los hombres (entre un 45% y un 70%) frente a la de las mujeres en todas las regiones del país, aunque también es cierto que la capacidad femenina supera ya el 20% en casi todas las zonas:

Fig. 45 Posesión de habilidades para crear un negocio en función de la edad

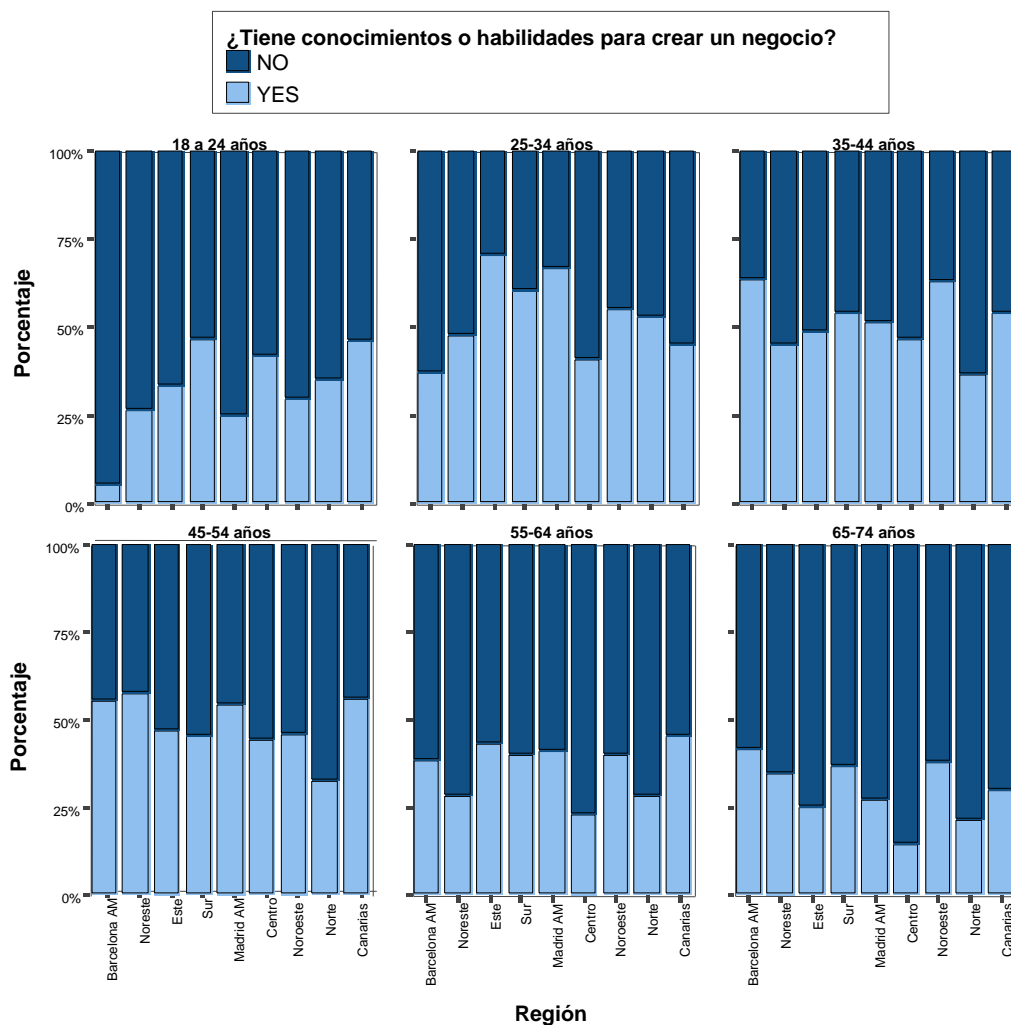
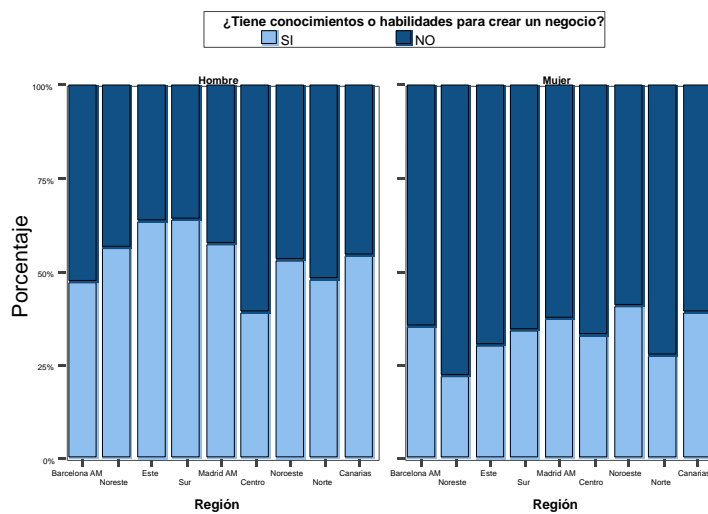


Fig. 46 Habilidades para crear un negocio en función del género



8.4 SITUACIÓN PERSONAL Y DEL PAÍS DENTRO DE UN AÑO

La situación personal no presenta diferencias estadísticamente significativas entre la gente de las distintas regiones: la gran mayoría (sobre un 60%) piensa que se quedará igual, un porcentaje cercano al 30% que mejorará y el resto, sobre un 10%, que empeorará. Y, la situación del país, aunque también es muy parecida, será mejor en opinión de los que residen en el este y en el norte, lo cual concuerda con el mayor optimismo sobre la creación de empresas de la zona este del país. Los siguientes gráficos lo ilustran:

Fig. 47 Percepción de la futura situación personal por regiones

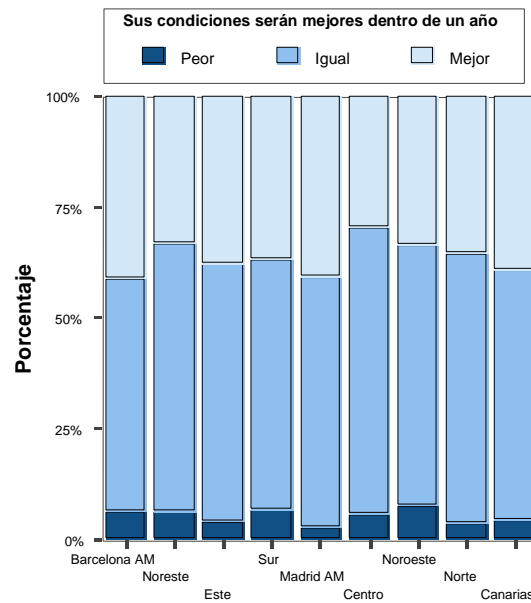
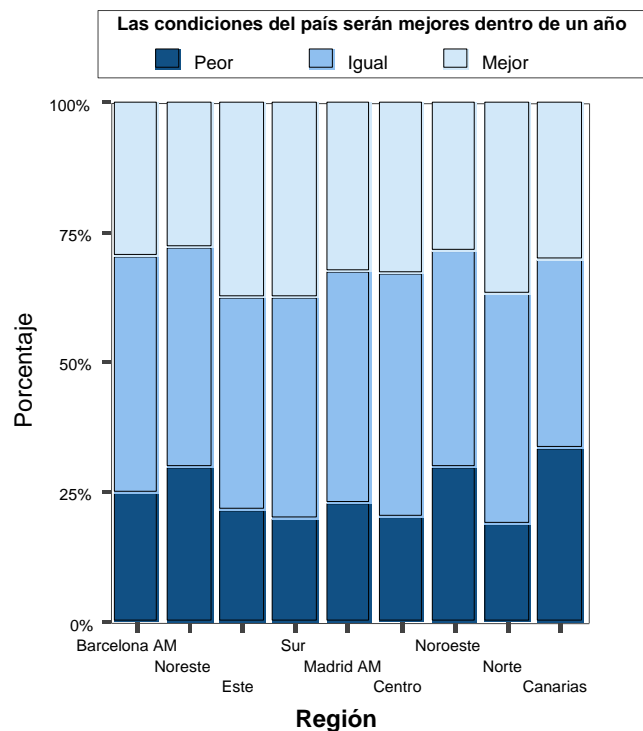


Fig. 48 Percepción de la situación futura del país por regiones



8.5 CONCLUSIONES

El índice general de involucración en nuevos negocios de forma autónoma en España es del 5.8% para el año 2001, habiendo aumentado muy poco respecto al del año anterior en que proporcionó una cifra de 5.1%. Estamos pues en una situación estable y, el análisis regional para indica que el nivel de generación de empresas autónomas queda por debajo del general en casi todas las regiones. Las bajas cifras en zonas que siempre han sido consideradas punteras en nuestro país y el optimismo de otras en que tradicionalmente había un menor movimiento hacen pensar en una normalización de las regiones debida a la consolidación del sistema autonómico que, al parecer está proporcionando un mayor acercamiento de posiciones de desarrollo empresarial.

Como se ha comentado, en el presente, todas las regiones están ofreciendo formación empresarial, cosa que hace 20 años no sucedía, lo cual propicia un mayor reparto y equilibrio de personas capacitadas para crear y dirigir negocios. Asimismo, las instituciones autonómicas velan por el desarrollo de cada comunidad con muchas medidas propias que deben facilitar la implantación empresarial en cada región.

Por otro lado, debido a la gran cantidad de comunidades que dividen la geografía española, en próximas ediciones del proyecto GEM hay que tener en cuenta que, si se desea la obtención de resultados fiables por regiones, las muestras tomadas en cada una de ellas deben estar calculadas para garantizar dicha fiabilidad, ya que, este equipo investigador ha detectado que las muestras son insuficientes incluso trabajando por grandes zonas como se ha hecho en esta ocasión. Por tanto, se recomienda el diseño de una muestra más amplia y proporcional a la población adulta de cada comunidad autónoma con el fin de poder presentar datos para cada una de ellas, ya que es un tema de gran interés desde todos los puntos de vista: empresarial, gubernamental, educacional, inversor, etc.

9 CONCLUSIONES GENERALES

Esta segunda edición del informe GEM para España, permite comenzar a tener una visión más profunda y contextual del fenómeno del nacimiento y creación de empresas en el país. En relación al año 2000, España mejora en sus indicadores de actividad emprendedora. En cuanto al porcentaje de empresas nacientes, se pasa del 3.18% al 4.46%. En cuanto a nuevas firmas se pasa del 1.44% al 1.98%. Aunque la posición relativa con respecto a otros países haya disminuido, en particular por la inclusión de nuevos países en la muestra, está claro que la capacidad de creación de empresas ha aumentado.

El análisis de los resultados nos proporciona una fotografía de la situación actual del proceso de creación de empresas, y la oportunidad de contribuir al desarrollo de políticas públicas y privadas que incentiven el proceso de creación de nuevas empresas.

El análisis de los resultados nos proporciona una fotografía de la situación actual del proceso de creación de empresas, y la oportunidad de contribuir al desarrollo de políticas públicas y privadas que incentiven el proceso de creación de nuevas empresas. En estas conclusiones, además de comentar los resultados queremos significar puntos de importancia para estas políticas. En particular, en la edición 2001 de este proyecto se confirma la tendencia de que la tasa de empresas nacientes es significativamente superior a la de nuevas firmas. Recordemos que para el proyecto, las empresas

nacientes se definen como aquellas con menos de 12 meses, y empresas nuevas se definen como aquellas con hasta 42 meses de actividad desde su inicio. Aunque este patrón se repite en un número elevado de países en el proyecto GEM, es importante señalarlo porque refleja una debilidad en el mantenimiento de empresas nacientes, y una inhabilidad de un número significativo de éstas de pasar de nacientes a nuevas empresas. Desde el punto de política pública esa transición es importante por sus implicaciones para la creación de riqueza y empleo. En los Estados Unidos, diversos estudios indican que el tipo de empresas que en este estudio se denominan nuevas firmas, han sido el motor de creación de empleos y riqueza en las últimas dos décadas y no es de dudar que ese fenómeno se repita en el entorno español. Lograr que un número mayor de empresas nacientes se conviertan en nuevas empresas debe tener implicaciones importantes para la creación de riqueza y empleo en España.

Los resultados también apuntan hacia la importancia de los "Ángeles" en el proceso de creación de empresas nacientes y nuevas empresas en España. Paralelo al incremento en la inversión en mercados bursátiles en España, los inversores españoles invierten como Ángeles a niveles mucho más altos que otros países. Estos niveles de inversión privada deben ser estimulados por sus efectos en la creación de riqueza y empleo, y las políticas públicas y privadas deben estar diseñadas para la continuación de este fenómeno.

El estudio permite un mejor análisis de la situación de la mujer desde el punto de vista de creación de empresas. El porcentaje de creación de empresas por parte de mujeres es superior a la media de los 29 países en el estudio, sólo superado por Italia (el equipo GEM para Italia reconoció que los resultados obtenidos para este año son discutibles) y Nueva Zelanda. Consistente con el estudio GEM del 2000, la mujer española continua siendo un motor importante de creación de nuevas empresas en España. La política pública en el ámbito de creación de empresas debe tener en cuenta ese factor. La mujer es también más propensa a invertir en empresas de familiares. El estudio indica que el fenómeno de Ángeles en el contexto de mujeres se centra alrededor de empresas pertenecientes a familiares cercanos.

Los resultados indican también que la mujer española participa más en empresas nuevas que en empresas nacientes. Este resultado es interesante porque va en contra de la tendencia general en el estudio, y debe generar inquietudes acerca de la razón de este fenómeno. Es necesario ahondar en ese punto para determinar el porqué de ese resultado y sus implicaciones para política pública. ¿Indica ese resultado que hay trabas culturales a la mujer a la hora de crear empresas y que es más fácil o posible integrarse a una empresa en marcha? La respuesta a esa incógnita es importante para entender la función de la mujer en el proceso de creación de empresas. Estas incógnitas deben despejarse a fin de poder diseñar políticas de promoción y apoyo del proceso de emprendedores que rindan el máximo beneficio a ambos géneros.

Los resultados también permiten diferenciar entre oportunidad vs. necesidad a la hora de crear una empresa. Este análisis permite una visión más detallada del emprendedor y de las posibles implicaciones de este al proceso de creación de valor y empleo. Comparado con los otros 29 países de la muestra, España se encuentra debajo de la media en cuanto las oportunidades como el centro del proceso de creación de empresas. Las mujeres españolas tienden a crear más empresas por necesidad, mientras que los hombres tienden a crear más empresas por la presencia de oportunidades en el mercado. Esta información también debe guiar la política pública, de modo que la ayuda al proceso de emprendedores se encauce de manera que permita mejoras en el proceso de creación de empresas.

Consistente con los resultados del 2000, los actuales indican las percepciones reducidas de encuestados y expertos sobre la inversión en I+D en España. Tanto encuestados como expertos colocan a España en el último tercio de los 29 países examinados en cuanto a la importancia de I+D en la creación de nuevas empresas. Resultado preocupante pero que al mismo tiempo nos indica que mejoras en la inversión en I+D podrían traducirse en mejoras en los procesos de creación de empresa. En países como los Estados Unidos e Inglaterra, una parte significativa de la inversión en I+D pasa a través de la universidad y existen modelos de gestión que permiten el traslado de ese conocimiento a la empresa, a la vez que se propugna por una unión de resultados entre la empresa y la universidad. Vista la percepción de encuestados y expertos sobre el rol de I+D en España, es preciso explorar incrementos en esa inversión y nuevas formas de integración empresa-universidad.

Por otro lado es importante señalar que en este estudio los encuestados se muestran mas optimistas que los expertos sobre las oportunidades de creación de empresa en España. Aunque ambos grupos señalan una serie de limitantes, ese optimismo de los encuestados puede ser importante en el proceso de creación de empresas. Los resultados de este estudio indican correlaciones significativas entre la creación de nuevas empresas y el crecimiento económico. Correlaciones mucho mas significativas para España que para el resto de países en la muestra. Aunque el diseño de este estudio no nos permite hablar de causalidad, la presencia de esas correlaciones es un resultado interesante e importante para el entendimiento de la relación entre creación de empresas y desarrollo económico. Nuevas versiones del GEM permitirán estudios más a fondo de esa relación.

Como equipo investigador, también esperamos poder adentrarnos en nuevos estudios a examinar diferencias en el proceso de creación de empresas dentro de España. En este año, el poder estadístico de la muestra en que se basa el estudio no permite examinar las diferencias relativas y los diferentes patrones en creación de empresas entre las diferentes comunidades autónomas de España. Esperamos rediseñar el proyecto de modo que nuevas versiones del mismo nos permitan analizar las diferencias en empuje emprendedor de las diferentes comunidades y las diferencias en cuanto a modos del emprendedor y en los procesos de creación de empresa.

10 ANEXOS

Índice I- Variación de la actividad emprendedora por año y por país

	País	Empresas Nacientes (%)				Nuevas Empresas (%)				Índice TEA (%)				Business Angels (%)			
		2000	R*	2001	R	2000	R	2001	R	2000	R	2001	R	2000	R	2001	R
1	Argentina	6.07	5	7.82	6	2.10	13	2.49	20	7.77	7	9.92	11	2.46	11	2.15	22
2	Australia	8.07	3	8.63	4	3.29	5	7.17	2	10.93	4	14.68	3	2.60	10	4.08	7
3	Bélgica	1.36	18	3.08	25	1.13	17	1.20	27	2.44	17	4.19	28	1.15	19	2.34	20
4	Brazil	12.26	1	9.24	2	4.44	3	4.93	5	16.04	1	13.80	5	2.00	15	.86	29
5	Canadá	6.23	4	6.71	12	2.17	10	3.86	8	7.93	5	10.27	10	2.72	9	3.75	10
6	Dinamarca	2.99	13	4.97	16	2.11	12	2.68	17	4.51	13	7.23	16	4.11	4	3.14	15
7	Finlandia	1.86	16	4.94	17	2.50	8	3.21	13	3.94	15	8.16	13	3.63	7	3.83	9
8	Francia	1.17	19	4.92	18	1.03	18	.80	28	2.20	18	5.72	24	1.91	16	1.79	23
9	Alemania	3.79	8	4.33	21	1.36	16	2.15	22	4.73	11	6.28	21	3.94	5	3.24	14
10	Hungría	.	.	7.55	8	.	.	3.64	9	.	.	10.86	8	.	.	2.19	21
11	India	3.49	9	7.62	7	2.91	6	3.45	12	6.30	8	10.81	9	.85	21	.98	28
12	Irlanda	.99	20	7.06	11	.30	21	4.80	6	1.25	21	11.37	6	1.06	20	3.46	12
13	Israel	2.57	14	1.02	29	1.72	14	4.57	7	4.17	14	5.29	26	3.74	6	4.60	4
14	Italia	3.41	10	7.31	10	2.56	7	1.97	24	5.68	9	9.11	12	2.14	14	2.78	17
15	Japón	.90	21	2.42	27	.35	20	.79	29	1.26	20	3.10	29	1.37	17	1.46	25
16	Corea, Sur	5.27	7	7.51	9	8.97	1	7.19	1	13.67	2	14.32	4	5.50	2	3.97	8
17	Méjico	.	.	12.56	1	.	.	6.05	4	.	.	17.91	1	.	.	4.71	3
18	Holanda	.	.	2.42	28	.	.	3.58	10	.	.	5.87	22	.	.	1.34	27
19	N. Zelanda	.	.	9.14	3	.	.	6.31	3	.	.	15.45	2	.	.	6.80	1
20	Noruega	5.49	6	4.98	15	3.47	4	2.80	16	7.91	6	7.40	15	5.12	3	3.56	11
21	Polonia	.	.	5.66	13	.	.	2.50	19	.	.	8.04	14	.	.	2.38	19
22	Portugal	.	.	3.60	22	.	.	3.16	14	.	.	6.61	17	.	.	1.43	26
23	Rusia	.	.	2.99	26	.	.	2.96	15	.	.	5.87	23	.	.	2.80	16
24	África. Sur	.	.	5.32	14	.	.	1.38	26	.	.	6.49	18	.	.	4.39	5
25	Singapur	1.49	17	3.43	24	.77	19	1.67	25	2.06	19	5.10	27	1.29	18	1.76	24
26	España	3.18	11	4.46	19	1.44	15	1.98	23	4.55	12	6.32	20	2.41	13	4.09	6
27	Suecia	1.91	15	3.58	23	2.16	11	2.30	21	3.87	16	5.65	25	2.45	12	3.27	13
28	R. Unido	3.13	12	4.41	20	2.22	9	2.61	18	5.16	10	6.49	19	3.07	8	2.58	18
29	EEUU	9.81	2	8.19	5	4.68	2	3.46	11	12.69	3	11.07	7	6.97	1	5.70	2
Total	N	29	21	21	29	29	21	29	29	21	21	29	29	21	21	29	29

Índice II - Variación del ratio de participación mujer/hombre por año y por país

	País	Participación en empresas nacientes				Participación en empresas nuevas			
		2000	R ^b	2001	R	2000	R	2001	R
1	Argentina	.49	7	.40	21	.54	9	.33	25
2	Australia	.62	4	.53	13	.35	13	.43	15
3	Bélgica	.28	17	.36	22	.19	18	1.01	2
4	Brazil	.65	2	.67	8	.57	8	.50	14
5	Canadá	.69	1	.71	6	1.12	2	.55	11
6	Dinamarca	.45	8	.31	26	.71	4	.61	10
7	Finlandia	.15	21	.74	4	.29	17	.33	24
8	Francia	.19	19	.33	25	.00	19	1.82	1
9	Alemania	.41	11	.33	24	.47	11	.76	6
10	Hungría	.	.	.48	16	.	.	.83	5
11	India	.33	15	.29	27	.50	10	.32	26
12	Irlanda	.26	18	.48	14	.00	21	.36	21
13	Israel	.35	14	.23	29	.32	15	.29	27
14	Italia	.32	16	.99	1	.68	6	.93	3
15	Japón	.36	13	.46	18	.00	21	.38	20
16	Corea, Sur	.50	6	.48	15	.30	16	.38	19
17	Méjico	.	.	.57	10	.	.	.36	22
18	Holanda	.	.	.29	28	.	.	.64	8
19	N. Zelanda	.	.	.78	3	.	.	.73	7
20	Noruega	.38	12	.43	19	.34	14	.43	16
21	Polonia	.	.	.68	7	.	.	.62	9
22	Portugal	.	.	.41	20	.	.	.35	23
23	Rusia	.	.	.34	23	.	.	.43	17
24	África, Sur	.	.	.53	12	.	.	.51	12
25	Singapur	.19	20	.54	11	.58	7	.23	29
26	España	.64	3	.62	9	1.60	1	.85	4
27	Suecia	.44	9	.73	5	.41	12	.41	18
28	R.Unido	.54	5	.47	17	.75	3	.26	28
29	EEUU	.43	10	.79	2	.68	5	.51	13
Total	N	29	21	21	29	29	21	21	29

a. Los cálculos se realizaron para 21 países para el año 2000, y para 29 países para el año 2001.

b. R= rango del país

Emprendedores por clase social

	Alta	Media-alta	Media	Media baja	Baja
Año 2000	7.5%	15.5%	42.7%	25.5%	8.8%
Año 2001	9.4%	17.9%	42.4%	22.4%	7.9%

Índice IV - Posición de España en cuanto a visión de oportunidades de negocios en los próximos 6 meses (2000-2001)

	País	% de la población adulta que percibe buenas oportunidades				% de expertos que perciben buenas oportunidades			
		2000	Rango	2001	Rango	2000	Rango	2001	Rango
1	Argentina	.28	16	.20	21	.60	19	.61	22
2	Australia	.29	15	.31	14	.91	9	.95	9
3	Bélgica	.33	13	.20	20	.96	3	.81	17
4	Brazil	.51	5	.41	9	.85	14	1.00	2
5	Canadá	.55	2	.35	12	.96	4	.	.
6	Dinamarca	.47	7	.46	6	.81	16	.96	7
7	Finlandia	.44	9	.55	2	.76	17	1.00	2
8	Francia	.16	20	.07	29	.71	18	.93	11
9	Alemania	.31	14	.24	17	.89	10	.95	8
10	Hungría	.	.	.09	27	.	.	.54	24
11	India	.46	8	.31	15	.88	11	.84	15
12	Irlanda	.35	12	.34	13	.92	8	.84	14
13	Israel	.27	17	.18	23	.88	12	.35	26
14	Italia	.43	10	.48	5	.93	7	.67	21
15	Japón	.04	21	.07	28	.58	20	.59	23
16	Corea, S	.20	19	.12	26	.55	21	.38	25
17	Méjico	.	.	.40	10	.	.	.82	16
18	Holanda	.	.	.42	7	.	.	1.00	2
19	N. Zelanda	.	.	.49	3	.	.	.97	5
20	Noruega	.58	1	.59	1	.88	13	.89	13
21	Polonia	.	.	.14	25
22	Portugal	.	.	.22	19	.	.	.76	20
23	Rusia	.	.	.25	16
24	África, Sur	.	.	.20	22	.	.	.80	19
25	Singapur	.25	18	.16	24	.97	2	.81	18
26	España	.48	6	.48	4	.84	15	.91	12
27	Suecia	.55	3	.42	8	.94	6	.97	6
28	R. Unido	.36	11	.23	18	.94	5	.95	10
29	EEUU	.51	4	.35	11	1.00	1	.98	4
Total	N	29	21	21	29	21	21	26	26

Índice V - Posición de España en cuanto a la influencia del miedo al fracaso (2000-2001)

	% de la población adulta				% de los expertos			
	2000	Rango	2001	Rango	2000	Rango	2001	Rango
Alemania	48.16	3	52.90	1	.07	21	.14	19
Polonia	.	.	52.81	2
Corea	50.73	2	48.45	3	.26	11	.64	1
Argentina	45.25	5	45.61	4	.21	15	.10	24
Rusia	.	.	44.83	5
Irlanda	33.09	13	42.42	6	.11	18	.15	18
Portugal	.	.	40.44	7	.	.	.20	12
Australia	36.38	10	39.49	8	.10	19	.13	22
Brasil	38.39	9	38.55	9	.39	5	.29	7
Finlandia	31.27	16	38.48	10	.28	10	.06	25
España	34.43	12	38.00	11	.19	16	.03	26
Singapur	36.27	11	36.86	12	.31	7	.20	12
Italia	44.02	6	34.80	13	.31	6	.38	2
Suecia	32.97	14	34.20	14	.22	14	.13	22
R. Unido	29.50	17	34.20	15	.24	12	.29	8
Francia	45.85	4	33.26	16	.29	9	.26	10
Bélgica	41.27	7	32.33	17	.22	13	.12	23
Israel	38.40	8	30.18	18	.64	1	.28	9
India	31.56	15	29.92	19	.39	4	.29	6
Dinamarca	28.89	18	29.74	20	.41	3	.30	4
Noruega	24.29	20	29.18	21	.19	17	.16	17
Canadá	25.93	19	28.76	22	.29	8	.	.
Hungría	.	.	26.42	23	.	.	.19	14
N. Zelanda	.	.	26.23	24	.	.	.17	16
Sur Africa	.	.	25.97	25	.	.	.20	12
Méjico	.	.	25.44	26	.	.	.17	16
Holanda	.	.	25.21	27	.	.	.38	3
Japón	59.97	1	22.59	28	.48	2	.30	5
EEUU	20.75	21	20.54	29	.08	20	.14	20
Total	N	21	21	29	21	21	26	26
	Media	37.02	34.75		.27		.22	

a. Se trata de conocer el porcentaje de respuestas "Si" a la pregunta: "En su país, el miedo al fracaso es un obstáculo para crear una nueva empresa".

Posición de España en cuanto a habilidades para la creación de empresas (Opinión de los expertos)

País	Es fácil crear empresa				Españoles sabendirigir empresa				Españoles tienen experiencia				Capacidad de reacción				Habilidad organizar recursos				
	2000	R	2001	R	2000	R	2001	R	2000	R	2001	R	2000	R	2001	R	2000	R	2001	R	
Alemania	4.11	6	2.47	11	1.62	25	2.97	6	1.82	18	1.62	24	2.15	20	1.80	25	2.49	15	2.20	21	
Argentina	4.44	1	1.79	26	2.62	8	2.97	6	2.50	7	2.48	9	2.69	14	3.29	2	2.34	18	2.56	14	
Australia	3.90	10	2.20	18	2.47	13	2.40	14	2.17	13	2.37	14	2.57	16	2.62	14	2.50	14	2.54	15	
Bélgica	4.00	8	2.23	17	2.56	10	3.41	2	2.31	11	2.00	20	2.70	13	2.37	20	2.93	6	2.44	17	
Brasil	3.61	11	2.41	12	1.78	23	2.24	17	2.22	12	2.21	17	2.92	6	2.70	12	2.56	13	2.56	12	
Canadá	3.28	18	2.79	10	2.72	3	.	.	3.03	4	.	.	2.81	8	.	.	
Corea	2.87	20	2.86	5	2.86	3	2.78	11	2.65	4	2.81	2	2.90	8	2.97	4	2.65	11	2.86	6	
Dinamarca	4.20	4	2.29	15	2.00	19	1.81	21	1.67	20	1.92	21	2.33	18	2.47	19	2.42	17	2.94	4	
EEUU	2.87	21	3.13	3	2.59	9	2.93	7	3.22	1	3.20	1	3.54	1	3.39	1	3.33	1	3.33	1	
España	4.00	8	3.47	1	2.44	14	3.67	1	2.42	8	2.24	16	2.62	15	2.65	13	2.63	12	2.79	9	
Finlandia	3.56	13	3.43	2	3.11	2	2.86	9	2.08	16	2.42	12	2.71	11	2.54	16	2.97	5	2.94	4	
Francia	4.21	3	2.29	15	1.61	26	2.00	20	1.73	19	1.61	25	2.76	9	2.49	18	1.78	21	1.44	26	
Holanda	.	.	3.10	4	2.85	4	2.64	4	.	.	2.71	10	.	.	2.73	10	
Hungría	.	.	2.03	23	1.89	20	2.11	19	.	.	2.53	17	.	.	2.06	23	
India	3.53	14	2.09	22	2.80	6	3.33	3	2.89	2	2.60	5	3.00	5	3.06	3	2.80	9	2.56	14	
Irlanda	2.92	19	2.57	6	2.63	7	2.88	8	2.60	5	2.53	7	3.15	3	2.87	6	3.08	3	2.90	5	
Israel	3.37	16	2.50	9	2.35	17	2.66	12	2.50	7	2.42	11	3.29	2	2.70	12	3.03	4	2.33	18	
Italia	3.94	9	2.50	9	3.20	1	2.63	13	2.41	9	2.53	7	2.75	10	2.87	6	3.19	2	3.27	2	
Japón	4.28	2	1.92	25	1.86	21	2.00	20	1.63	21	1.57	26	1.91	21	1.73	26	1.78	20	1.84	24	
Méjico	.	.	2.11	21	2.41	16	2.45	10	.	.	2.61	15	.	.	2.32	19	
N.Zelanda	.	.	2.19	19	2.50	12	2.73	3	.	.	2.84	7	.	.	2.71	11	
Noruega	4.11	5	2.53	7	2.44	15	2.26	16	2.14	15	2.33	15	2.25	19	2.26	21	2.33	19	2.53	16	
Polonia
Portugal	.	.	2.28	16	2.50	12	2.17	18	.	.	2.19	22	.	.	2.19	22	
R. Unido	3.36	17	2.31	13	2.28	18	2.26	16	2.15	14	2.40	13	2.71	12	2.78	9	2.49	16	2.85	7	
Rusia
Sur África	.	.	1.94	24	1.74	24	1.66	23	.	.	2.02	23	.	.	1.76	25	
Singapur	3.44	15	2.49	10	2.84	5	3.00	4	2.39	10	2.50	8	2.92	7	2.79	8	2.92	7	2.84	8	
Suecia	3.60	12	2.17	20	1.86	22	2.09	18	1.89	17	1.89	22	2.40	17	1.97	24	2.66	10	2.31	20	
Total	N	21	21	26	26	26	26	21	21	21	21	26	26	21	21	26	26	21	21	26	26
	Media	3.70		2.43		2.38		2.66		2.29		2.28		2.73		2.58		2.65		2.53	

APENDICE: LISTA DE FIGURAS

- Figura 1 Tasa Total de Actividad Emprendedora 2001
- Figura 2 Comparación internacional de varias tasas de actividad emprendedora
- Figura 3 Inversión personal en nuevas empresas (Business Angels)
- Figura 4 Ratio de participación mujer/hombre en la actividad emprendedora
- Figura 5 Ratio mujer/hombre para la actividad emprendedora total
- Figura 6 Actividad emprendedora y participación relativa de la mujer
- Figura 7 Actividad emprendedora y crecimiento económico en los países de la OCDE
- Figura 8 Actividad emprendedora y crecimiento económico en los países de la UE
- Figura 9 Actividad emprendedora por edades
- Figura 10 Comparación internacional de la actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad
- Figura 11 Clasificación de los países GEM según la opinión de los expertos acerca de 5 variables que definen la oportunidad de creación de nuevas empresas
- Figura 12 Comparación temporal (00-01) de la percepción de los expertos de las oportunidades de negocios
- Figura 13 Comparación internacional de los resultados sobre motivación de los emprendedores
- Figura 14 Comparación internacional de la habilidad para crear empresas
- Figura 15 Posición de España para las condiciones específicas del entorno
- Figura 16 Evaluación de la infraestructura comercial
- Figura 17 Evaluación del sistema educativo y de formación por países
- Figura 18 Evaluación del sistema educativo y de formación en detalle
- Figura 19 Evaluación del apoyo financiero por países
- Figura 20 Evaluación de la financiación de nuevas empresas
- Figura 21 Importe total de inversión informal (porcentaje del PIB)
- Figura 22 Ratio de capital capital-riesgo invertido/PIB
- Figura 23 Evolución del ratio capital-riesgo invertido/PIB (1999-2000)
- Figura 24 Importe medio de capital-riesgo invertido por empresa en el 2000
- Figura 25 Evaluación de las normas sociales y culturales por países
- Figura 26 Evaluación de las normas sociales y culturales en detalle
- Figura 27 Evaluación de las políticas gubernamentales por países
- Figura 28 Evaluación de las políticas gubernamentales en detalle
- Figura 29 Evaluación de los programas gubernamentales por países

- Figura 30 Evaluación de los programas gubernamentales en detalle
- Figura 31 Evaluación de la transferencia de I+D
- Figura 32 Evaluación de la protección de los derechos de propiedad intelectual
- Figura 33 Evaluación de la apertura del mercado nacional por países
- Figura 34 Evaluación de la apertura del mercado nacional en detalle
- Figura 35 Porcentaje de empresas nacientes por región
- Figura 36 Porcentaje de creación de empresas con gente del trabajo
- Figura 37 Porcentaje de business angels por regiones
- Figura 38 Porcentaje de propietarios-directores de negocios
- Figura 39 Porcentaje de entrevistados que han conocido un emprendedor en 2 últimos años
- Figura 40 Existen buenas oportunidades para la creación de empresas en los próximos seis meses?
- Figura 41 Porcentaje de creación de empresas en función de la percepción de oportunidades de negocios
- Figura 42 Importancia del miedo al fracaso por regiones
- Figura 43 Influencia del miedo al fracaso sobre la creación de empresas por regiones
- Figura 44 ¿Tienen los entrevistados conocimientos o habilidades para crear un negocio?
- Figura 45 Posesión de habilidades para crear un negocio en función de la edad
- Figura 46 Habilidades para crear un negocio en función del género
- Figura 47 Percepción de la situación personal futura por regiones
- Figura 48 Percepción de la situación futura del país por regiones

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	Estadísticos descriptivos de los índices de creación de empresas
Tabla 2	Resultados de Encuesta de Población 2001
Tabla 3	Comparación de los países mediterráneos
Tabla 4	Actividad emprendedora y crecimiento económico
Tabla 5	Actividad emprendedora por clase social
Tabla 6	Actividad emprendedora por motivo y por género
Tabla 7	Fuente de financiación para la creación de nuevas empresas
Tabla 8	Relación entre inversor privado y emprendedor
Tabla 9	Actividad emprendedora por sector económico
Tabla 10	Número de propietarios
Tabla 11	Previsión de creación de empleos
Tabla 12	Posición de España en cuanto a visión de oportunidades de negocio
Tabla 13	Clasificación de países según el porcentaje de percepción de buenas oportunidades de negocio
Tabla 14	Agrupación de países en torno a valores medios del índice emprendedor en que el principal motivo de creación de empresas fue la oportunidad de negocio
Tabla 15	Clasificación de países según la percepción de sus expertos en cuanto a las oportunidades de negocio
Tabla 16	Clasificación de países en función de distintas variables sobre la percepción de expertos de oportunidades de negocio
Tabla 17	Indicadores de motivación: comparación temporal general
Tabla 18	Cambios en la situación española sobre motivación (países GEM 2000)
Tabla 19	Evolución de la influencia del miedo al fracaso (2000-2001)
Tabla 20	Clasificación de los países del GEM 2001 según la habilidad para crear empresas
Tabla 21	Start-up autónomo por regiones
Tabla 22	Start-up con gente del trabajo por regiones
Tabla 23	¿Ha sido un business angel en los tres últimos años? (1)
Tabla 24	Es propietario y dirige un negocio (1)
Tabla 25	Es propietario y dirige un negocio (2)
Tabla 26	¿Ha conocido personalmente un emprendedor en los últimos dos años?
Tabla 27	El miedo al fracaso impide crear un negocio