



Global Entrepreneurship Monitor

Comunidad Autónoma del País Vasco

Informe Ejecutivo 2009



EUSKO
IKASKUNTZA

 Orkestra

INSTITUTO VASCO DE COMPETITIVIDAD

Global Entrepreneurship Monitor
Comunidad Autónoma del País Vasco

Informe Ejecutivo 2009

6



6

Global Entrepreneurship Monitor Comunidad Autónoma del País Vasco Informe Ejecutivo 2009

Director

Iñaki Peña Legazkue

Orkestra - Instituto Vasco de Competitividad
Universidad de Deusto

Equipo de Investigación:

Orkestra - Instituto Vasco de Competitividad

José Luis González Pernía
Aloña Martiarena Arrizabalaga

Mondragon Unibertsitatea

Saioa Arando Lasagabaster
Iosu Lizarralde Aiastui

UPV/EHU

Jon Hoyos Iruarizaga
María Saiz Santos

Universidad de Deusto

Juan José Gibaja

2010

Eusko Ikaskuntza - Sociedad de Estudios Vascos - Société d'Études Basques
Orkestra - Instituto Vasco de Competitividad - Fundación Deusto

FICHA BIBLIOGRÁFICA RECOMENDADA

Global Entrepreneurship Monitor. Comunidad Autónoma del País Vasco. Informe Ejecutivo 2009 / Iñaki Peña Legazkue dir. - Donostia : Eusko Ikaskuntza ; Orkestra, 2010.

117 p. : gráf. ; 29,7 cm.

ISSN: 1889-5468

I. Peña Legazkue, Iñaki II. Tít.

Esta monografía se engloba en el proyecto editorial de Azkoaga. Cuadernos de Ciencias Sociales y Económicas.

Eusko Ikaskuntza - Sociedad de Estudios Vascos y Orkestra - Instituto Vasco de Competitividad muestran su agradecimiento a los autores que han colaborado en este volumen y de acuerdo con su tradición, respetan todos sus criterios y opiniones, sin que ello signifique que asuman en particular cualquiera de ellos.

Eusko Ikaskuntzak eta Orkestra - Lehiakortasunerako Euskal Institutuak bere eskerrona adierazi nahi die ale honetan parte hartu duten autore guztiei, eta ohi duten gisa hauen denen erizpideak errespetatzen ditu, honek ez duelarik esan nahi bereziki horiekin batdaudenik.

Eusko Ikaskuntza - Société d'Études Basques et Orkestra - Institut Basque de Compétitivité remercie les auteurs qui ont colla-boré à ce volume et, selon sa tradition, respecte toutes opinions. Cela ne signifie pas pour autant qu'elle assume l'une d'entre elles en particulier.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Entidades colaboradoras: Departamento de Promoción Económica de la Diputación Foral de Bizkaia; Departamento para la Innovación y la Sociedad del Conocimiento de la Diputación Foral de Gipuzkoa; Diputación Foral de Álava; Eusko Ikaskuntza; Fundación Emilio Soldevilla; Orkestra - Instituto Vasco de Competitividad; SPRI. Gobierno Vasco.

© Eusko Ikaskuntza - Sociedad de Estudios Vascos - Société d'Études Basques



Institución fundada en 1918 por las Diputaciones Forales de Álava, Bizkaia, Gipuzkoa y Navarra. Miramar Jauregia - Miraconcha, 48 - 20007 Donostia
Tel.: 943 31 08 55 - Fax: 943 21 39 56
E-mail: ei-sev@eusko-ikaskuntza.org
www.eusko-ikaskuntza.org

© Instituto Vasco de Competitividad - Fundación Deusto



Mundaiz 50, E-20012, Donostia-San Sebastián
Tel.: 943 297 327. Fax: 943 279 323
E-mail: comunicacion@orquestra.deusto.es
www.orquestra.deusto.es

© Publicaciones de la Universidad de Deusto
Apartado 1 - E48080 Bilbao
Correo electrónico: publicaciones@deusto.es

ISSN: 1889-5468

Impreso en España/Printed in Spain



















Publicación impresa en papel reciclado.






































FOREST
STEWARDSHIP
COUNCIL
INTERNATIONAL CENTER







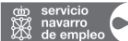














Relación de los equipos GEM que participan en la edición 2009 en España y sus patrocinadores

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores
Nacional	IE Business School	Ignacio de la Vega García-Pastor (Director del Proyecto GEM España) Alicia Coduras Martínez (Directora Técnica GEM-España) Cristina Cruz Serrano Rachida Justo Isabel González Moya (Administradora GEM-España)	  
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Antonio Rafael Ramos David Urbano	  
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuena Juan Pablo Maicas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	   
Asturias	Universidad de Oviedo	Juan Ventura Victoria (Director GEM-Asturias) Montserrat Entrialgo Suárez Enrique Loredó Fernández	 
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Agustín Sánchez Medina Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	     

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Francisco Javier Martínez García (Director GEM-Cantabria) Ana Fernández Laviada José Manuel Fernández Polanco Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández Ana María Serrano Bedia Francisco M. Somohano Rodríguez	
Castilla y León	Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos Vanesa Solís Rodríguez José Luis de Godos Díez Noemi Huerga Pérez	
Cataluña	Institut D'Estudis Regionals i Metropolitans Universidad Autónoma de Barcelona	Yancy Vaillant, Carlos Guallarte (Dirección GEM-Cataluña) Esteban Lafuente (Investigador Principal) Rafael Boix Teresa Obis Marc Figuls	
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Ceuta) Carlos A. Albacete Sáez Ana María Bojica Gabriel García-Parada Arias Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez Matilde Ruiz Arroyo	
C. Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José María Gómez Gras (Director GEM Comunidad Valenciana) Ignacio Mira Solves (Dirección técnica) Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Jover Noelia López del Castillo M.ª José Alarcón García M.ª Cinta Gisbert López Javier Sancho Azuar M.ª Antonia Vaquero Sánchez Domingo Galiana Lapera	

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores
Extremadura	Fundación Xavier de Salas - Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura y Coordinador Regional) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) M.ª de la Cruz Sánchez Escobedo M.ª Victoria Postigo Jiménez	                         
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia SA (BIC Galicia) Grupo de Investigación «Métodos y Gestión de Empresas» de la Universidad de Santiago de Compostela	Araceli de Lucas Sanz (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López José Antonio Neira Cortés María José Garrido Herrera Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo José Alberto Díez de Castro Guillermo Sánchez Vilariño Emilio Ruza Sanmartín Begoña Barreiro Fernández Fernando Losada Pérez María Gómez Barreiro	      
Madrid	Universidad Autónoma de Madrid Instituto Madrileño de Desarrollo	Eduardo Bueno Campos (Director GEM-Madrid) Julio Acosta Carlos Merino Moreno Miguel Palacios Javier Tafur Sofía García Cecilia Murcia	 

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez (Director GEM-Murcia) Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Albert José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	    
Navarra	Servicio Navarro de Empleo	Cristina Arcaya Cristina García Fermín Sáez María Ibarrola	 
	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra	Miren Sanz (Coodinadora GEM-Navarra) María Sanz de Galdeano	 
	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Martín Larraza	
País Vasco	Instituto Vasco de Competitividad	Iñaki Peña (Director del proyecto GEM-País Vasco) José Luis González-Pernía	 
	Universidad de Deusto	Juan José Gibaja	
	Universidad del País Vasco	María Saiz Jon Hoyos	 
	Universidad de Mondragón	Saioa Arando Iosu Lizarralde	 
	Aston University	Aloña Martiarena	 
			 

Presentación

Estimado lector:

Me complace presentarle la sexta edición del informe anual *Global Entrepreneurship Monitor*, GEM, de la Comunidad Autónoma del País Vasco, que aporta una vez más novedosas conclusiones. La respuesta del tejido emprendedor al embate de la crisis es una cuestión que desde hace varios meses ha despertado especial interés en el seno del Instituto Vasco de Competitividad. Por esta razón, hemos esperado, no sin cierta inquietud, los resultados de esta nueva edición. El presente estudio arroja datos relevantes sobre la actividad emprendedora desarrollada en el territorio vasco en un periodo de ralentización económica e incertidumbre en el que resulta difícil apreciar un nítido escenario futuro. Los miembros de más de cincuenta países que componen este consorcio de investigación han aportado valiosa información que ha permitido el desarrollo de un estudio comparativo cuyos resultados se muestran en los capítulos que suceden a este prólogo. Además de analizar la actividad emprendedora dentro de un contexto internacional, este informe ofrece una visión de la realidad emprendedora de las distintas comunidades autónomas españolas.

Los datos recabados durante el verano del 2009 reflejan que la recesión ha venido acompañada por una reducción de la actividad emprendedora tanto a nivel español como a nivel regional. Como en ocasiones anteriores, la actividad emprendedora vasca es menor que la media española. Ello pudiera seguir siendo coherente con el hecho de que en la CAPV el mercado laboral parece generar menos desocupados, que quizá se aventuran en el emprendizaje como forma de superar el poco dinamismo de los mercados de trabajo regionales. También, como en ocasiones anteriores, la tasa de supervivencia de las nuevas empresas es superior a la media española. Por contra, el desplome producido en la creación de empresas es más acusado en la CAPV que en el resto de España.

Más que explicaciones concluyentes, que se escapan al objetivo del Informe, en su conjunto estos y otros datos del mismo invitan al planteamiento de nuevas interrogantes, que investigadores y analistas habrán de responder desde diferentes marcos conceptuales. ¿En qué medida las incertidumbres generales sobre el futuro de la economía, las políticas de ajuste y las reacciones de los mercados, incluido el financiero, influyen en la creación de empresas? ¿Cuál es la razón del referido comportamiento diferencial vasco respecto del español en relación con el desplome de la tasa de creación de empresas? ¿Sigue este dato estando influenciado por el hecho de que en la CAPV la crisis esté causando menores niveles de desempleo? ¿Ha tocado fondo el declive, y por tanto, cabe esperar un repunte inmediato de la actividad emprendedora? ¿Son los proyectos emprendedores que resisten a la coyuntura actual más robustos como consecuencia de un proceso de selección natural o, simplemente, constituyen una alternativa para quien ha perdido su empleo o no encuentra una inmersión directa en el mercado laboral? ¿Tienen las empresas de base tecnológica un comportamiento diferencial respecto de los patrones generales? Etcétera.

La respuesta a estas y otras cuestiones de diferente índole incidirá en nuestra comprensión de las claves que afectan a la competitividad regional. En cualquier caso, habrá que esperar a una nueva edición del Informe GEM para poder analizar las nuevas tendencias que se están originando en nuestro tejido emprendedor.

Le invito a que lea e interprete con la debida cautela los resultados de este estudio, ya que difieren ostensiblemente de los obtenidos en ediciones precedentes. Ello, por otra parte, no puede ser de otro

modo ante la magnitud de la crisis. Espero que los datos sirvan de utilidad a aquellos profesionales responsables del diseño de programas que fomentan el espíritu emprendedor: académicos, analistas e investigadores, inversores, emprendedores y otros actores que forman parte del ecosistema emprendedor. Por último, deseo reseñar que este informe no hubiese sido posible sin la encomiable labor realizada por los investigadores del equipo GEM de la CAPV, y del resto del consorcio, y sin el apoyo de los patrocinadores, a quienes les traslado mi más ferviente felicitación y agradecimiento.

José Luis Curbelo, PhD
Director General
Orkestra - Instituto Vasco de Competitividad

Aurkezpena

Irakurle estimatua:

Atsegin dut Euskadiko Autonomia Erkidegoko urteroko *Global Entrepreneurship Monitor* txostenaren seigarren edizioa, beti bezala konklusio berriz betea, aurkeztea. Azken hiletan aparteko interesa piztu da Lehiakortasunaren Euskal Institutuan, ehun ekintzaileak krisiaren oldarrari zer nolako erantzuna emango ote zion. Horregatik, irrikaz, eta ardura puntu batez ere, itxaron diegu edizio honetako emaitzei. Ekonomia moteldu eta zalantza nagusitzen den garai honetan, etorkizuneko egoera zehatz bat antzematea zaila suertatzen delarik, EAEko lurraldean garatu den jarduera ekintzaileari buruzko datu nabarmenak eskaintzen ditu azterketa honek. Azterketa-partzuergo hau osatzen duten berrogeita hamar herrialdetik gorako kideek informazio baliotsua eman digute eta, horri esker, hitzaurre honen ostean datozen kapituluetan agertzen den konparazio-azterlana burutzea izan dugu. Nazioarteko testuinguruko jarduera ekintzailea aztertzeaz gain, Espainiako erkidego autonomikoetako ekintzailetzaren errealitatearen ikuspegi bat ere ematen digu azterlanak.

2009ko udan zehar jasotako datuek islatzen dutenez, ekonomiaren apaltzearekin batera jarduera ekintzailearen apaltzea ere etorri da, Espainia mailan zein eskualde mailan. Aurrekoetan bezala, EAEko jarduera ekintzailea Espainiakoa baino apalagoa da. EAEko lan-merkatuak langabetu gutxiago eragiten duela izan liteke horren arrazoia. Izan ere, eskualde batzuetako lan-merkatuaren dinamismo murriztaren ondorioz langabetu batzuek, bizi duten egoera gainditzeko asmoz, ekintzailetzan hastea gerta daiteke. Aurrekoetan gertatu den bezala, enpresen iraupen-tasa Espainiako batez bestekoa baino altuagoa da. Aldiz, enpresa berrien sorkuntzan izan den beherakada handiagoa da EAEn Espainian baino.

Behin betiko azalpenak ematea Txosten honen helburuaz harago dago baina, osotasunean, datu hauek eta beste batzuek galdera berri batzuk egitera bultzatzen gaituzte, eta ikertzaile eta analistek, nork bere esparru kontzeptualen arabera, erantzun beharko diete. Ekonomiaren, doitzepolitiken eta merkatuen —finantza-merkatua barne— erreakzioen inguruan dauden zalantza orokorrek zer nolako eragina dute enpresak sortzerakoan? Zergatik jokatzen dute ezberdin Espainiak eta EAEk enpresak sortzeko tasaren gainbeherari dagokionez? Krisiak EAEn langabezia-tasa baxuagoa eragiten duela ote da horren arrazoia? Gainbeherak behea jo du eta, beraz, jarduera ekintzaileak epe laburrean gora egingo duela espero dezakegu? Gaur egungo egoerari eusten dioten proiektu ekintzaileak, hautaketa-prozesu natural baten ondorioz sendagoak dira ala, sinpleki, enplegua galdu duenarentzat edo lan-merkatuan txertatzerik lortzen ez duenarentzat lanean hasteko aukera bat baino ez dira? Teknologian oinarritutako enpresek, joera orokorrez aparteko jokabidea dute? Eta abar.

Galdera horiei, eta beste batzuei, emandako erantzunek, eskualdearen lehiakortasunean eragina duten gakoak ulertzen lagunduko digute. Nolanahi ere, GEM txostenaren hurrengo edizioaren zain gelditu beharko dugu geure ehun ekintzailean azaleratzen ari diren joera berriak aztertu ahal izateko.

Azterketa honetako emaitzak behar den zuhurtziaz irakurtzera eta ulertzera gonbidatzen zaituztet, aurreko edizioetan ateratako emaitzetatik guztiz ezberdinak dira eta. Bestalde, ezin zen bestela izan, krisiaren tamaina kontuan hartuz. Datu hauek izpiritu ekintzailea sustatzeko programak diseinatzeaz arduratzen diren profesionalai, irakasleei, analista eta ikertzaileei, inbertsiogileei, ekin-

tzaileei, eta ekosistema ekintzailearen parte diren gainerako eragileei baliagarri suertatuko zaizkiela espero dut. Azkenik, azpimarratu egin nahi dut txosten hau ezinezkoa izango zela EAEko GEM taldeko ikerlariak, eta partzuergoko gainerakoek ere, egindako lan eskergagatik izan ez balitz, ez eta babesleen laguntzarik gabe ere. Horiei guztiei neure zorionik beroena eta neure esker ona adierazi nahi diet.

José Luis Curbelo, PhD
Zuzendari Nagusia
Lehiakortasunaren Euskal Institutua

Índice

Resumen ejecutivo	21
Laburpen exekutiboa	25
Résumé exécutif	27
Executive summary	31
El modelo conceptual GEM	33
1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en la CAPV: perspectiva internacional	35
1.1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en la CAPV	35
1.2. Situación relativa de la actividad emprendedora de la CAPV	41
1.3. Posición internacional de la dinámica empresarial de la CAPV	44
1.4. Potencial emprendedor de la CAPV en el contexto internacional	45
2. Perfil del emprendedor	47
2.1. Perfil del emprendedor de la CAPV	47
2.2. Tipos de comportamiento emprendedor	49
2.2.1. Oportunidad y Necesidad en el Proceso Emprendedor	50
2.2.2. Análisis de otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en la CAPV	52
2.2.3. Perspectiva del género en el comportamiento emprendedor	53
2.3. Características psico-sociales de los emprendedores	54
3. Perfil de las empresas creadas como resultado de la actividad emprendedora en la CAPV	57
3.1. Dimensión y potencial de crecimiento de los negocios emprendedores	58
3.1.1. Dimensión de la inversión de las iniciativas nacientes	58
3.1.2. Dimensión organizacional de los proyectos emprendedores	59
3.1.3. Potencial de crecimiento de los proyectos emprendedores	62
3.2. Actividades económicas en las que se concentran los negocios emprendedores	65
3.3. Contenido innovador de los negocios emprendedores	67
3.3.1. Novedad del producto o servicio	68
3.3.2. Nivel de competencia	70
3.3.3. Antigüedad de las tecnologías utilizadas	72
3.4. Carácter internacional del negocio	72
3.5. Diferencias del perfil del negocio por género del emprendedor	76
4. Financiación del proceso emprendedor	79
4.1. Introducción	79
4.2. Capital semilla medio necesario en la fase <i>start up</i>	79
4.3. Presencia y perfil de los inversores informales en la CAPV	83

5. Condiciones del entorno específico del <i>entrepreneurship</i> en la CAPV	89
5.1. Análisis del entorno específico basado en las respuestas cerradas de los expertos	90
5.1.1. Valoración de las condiciones del entorno en la CAPV y España	90
5.2. Análisis del entorno específico basado en las respuestas abiertas de los expertos	92
5.2.1. Los obstáculos del entorno a la actividad emprendedora	92
5.2.2. Los apoyos del entorno a la actividad emprendedora	93
5.2.3. Recomendaciones de los expertos para la mejora del entorno	94
5.2.4. Valoración media en cada ítem del entorno en la CAPV y en España	95
5.3. Condicionantes del entorno: posicionamiento de la CAPV en el ámbito internacional GEM	101
6. Conclusiones	109
7. Glosario de términos	113
8. Ficha técnica. GEM CAPV 2009	115
Bibliographic Section	117

Índice de gráficos

Gráfico 1.1.	Resultados de actividad emprendedora y dinámica empresarial de la CAPV 2007	36
Gráfico 1.2.	Abandono empresarial y motivo de abandono en la CAPV 2009	37
Gráfico 1.3.	Influencia de la crisis en el abandono de una actividad en el año 2009	38
Gráfico 1.4.	Evolución del índice de actividad emprendedora, TEA, CAPV-España, 2004-2009	38
Gráfico 1.5.	Evolución del índice TEA, Territorios Históricos de la CAPV, 2004-2009	39
Gráfico 1.6.	Relación cuadrática 2009 entre el índice TEA y el nivel de desarrollo económico (Correlación de Pearson = (-) 0,513 Sig. (bilateral) = 0,000, R2 cuadrática = 0,493, N = 53)	41
Gráfico 1.7.	Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países y CCAA españolas pertenecientes a la Unión Europea 2009	42
Gráfico 1.8.	Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países y CCAA españolas pertenecientes a la OCDE 2009	43
Gráfico 1.9.	Actividad Emprendedora Total (TEA) en las CCAA españolas 2009	43
Gráfico 1.10.	Porcentaje de población adulta con Empresa Consolidada en los países y CCAA españolas pertenecientes a la UE 2009	44
Gráfico 1.11.	Porcentaje de población adulta con Empresa Consolidada en los países y CCAA españolas pertenecientes a la OCDE 2009	45
Gráfico 1.12.	Porcentaje de la población adulta que espera emprender en los próximos 3 años en los países y CCAA españolas pertenecientes a la OCDE 2009	46
Gráfico 2.1.	Distribución de la actividad emprendedora total 2009 en función del principal motivo de la creación	51
Gráfico 2.2.	Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en las CCAA españolas	51
Gráfico 2.3.	Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en los países UE y CCAA españolas participantes en GEM 2009	52
Gráfico 2.4.	Otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en el Estado y en la CAPV	53
Gráfico 2.5.	Actividad emprendedora incipiente masculina y femenina (Regiones españolas)	54
Gráfico 3.1.	Evolución de la dimensión de los proyectos emprendedores nacientes (< 3 meses de actividad) en la CAPV según la inversión inicial total	59
Gráfico 3.2.	Distribución de las iniciativas emprendedoras (de 0 a 42 meses) existentes en la CAPV según el número de empleados a julio de 2009	61
Gráfico 3.3.	Distribución de los negocios consolidados (más de 42 meses) existentes en la CAPV según el número de empleados a julio de 2009	61
Gráfico 3.4.	Evolución de la distribución de la población de empresas en la CAPV por tramos de empleo, 1999-2009	62
Gráfico 3.5.	Distribución de las iniciativas emprendedoras (de 0 a 42 meses) existentes en la CAPV en el 2009 según el número de empleados esperado dentro de 5 años	63
Gráfico 3.6.	Distribución de los negocios consolidados (más de 42 meses) existentes en la CAPV en el 2009 según el número de empleados esperado dentro de 5 años	64
Gráfico 3.7.	Clasificación de los países GEM 2009 pertenecientes a la OCDE en función del porcentaje de la población implicada en el desarrollo de iniciativas emprendedoras (desde 0 hasta 42 meses) con potencial de rápido crecimiento en empleo (más de 19 puestos en 5 años)	64

Gráfico 3.8.	Distribución de las iniciativas emprendedoras (de 0 a 42 meses) existentes en la CAPV en el 2009 según la actividad económica a la que se dedican, en 4 categorías	66
Gráfico 3.9.	Distribución de los negocios consolidados (más de 42 meses) existentes en la CAPV en el 2009 según la actividad económica a la que se dedican, en 4 categorías	66
Gráfico 3.10.	Clasificación de los países GEM 2009 pertenecientes a la OCDE en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras (desde 0 hasta 42 meses) orientadas a la prestación de servicios a empresas	67
Gráfico 3.11.	Evolución de los negocios existentes en la CAPV que ofrecen un producto o servicio nuevo para todos sus clientes	69
Gráfico 3.12.	Clasificación de los países GEM 2009 pertenecientes a la OCDE en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras (desde 0 hasta 42 meses) con un producto o servicio nuevo para todos sus clientes	69
Gráfico 3.13.	Evolución de los negocios existentes en la CAPV que afirman no tener ningún competidor en el mercado	71
Gráfico 3.14.	Clasificación de los países GEM 2009 pertenecientes a la OCDE en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras (desde 0 hasta 42 meses) que no perciben ninguna competencia	71
Gráfico 3.15.	Evolución de los negocios existentes en la CAPV que utilizan tecnologías nuevas con menos de un año de antigüedad	73
Gráfico 3.16.	Clasificación de los países GEM 2009 pertenecientes a la OCDE en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras (desde 0 hasta 42 meses) que utilizan tecnologías con menos de un año de antigüedad en la fabricación del producto o prestación del servicio	73
Gráfico 3.17.	Evolución del carácter internacional de los negocios existentes en la CAPV que tienen un 25% o más de sus clientes en el exterior	75
Gráfico 3.18.	Clasificación de los países GEM 2009 pertenecientes a la OCDE en función del porcentaje de la población implicada en el desarrollo de iniciativas emprendedoras (desde 0 hasta 42 meses) altamente exportadoras que tienen más del 50% de sus clientes en el exterior	75
Gráfico 4.1.	Evolución del capital semilla medio (requerido y aportado por el emprendedor) 2005-2009	81
Gráfico 4.2.	Evolución del capital semilla medio necesario en emprendedores que no aportaron el 100% del capital semilla inicial. CAPV 2007-2009	81
Gráfico 4.3.	Porcentaje de emprendedores nacientes que aportaron el 100% del capital semilla inicial. CAPV 2009	82
Gráfico 4.4.	Porcentaje de emprendedores nacientes que espera recurrir a las distintas fuentes de financiación externas. CAPV 2009	82
Gráfico 4.5.	Inversor Informal en la CAPV: Posicionamiento por Comunidades Autónomas, Año 2009	84
Gráfico 4.6.	Evolución conjunta del índice de actividad emprendedora y el número de inversores informales. CAPV 2004-2009	84
Gráfico 4.7.	Relación del inversor informal con el beneficiario de la inversión. CAPV 2007-2009	87
Gráfico 5.1.	Valoración media de las condiciones del entorno. CAPV 2009	90
Gráfico 5.2.	Situación internacional respecto a las condiciones del entorno	102

Índice de cuadros

Cuadro 1.1.	Evolución de la actividad emprendedora y dinámica empresarial de la CAPV 2004-2009	36
Cuadro 1.2.	Porcentaje de población adulta involucrada en empresas <i>en fase de Gestación</i> (TEA), empresas <i>Consolidadas</i> , y <i>Cierres</i> de empresa. Países y CCAA españolas GEM 2009	40
Cuadro 2.1.	Características personales de los emprendedores de la CAPV	48
Cuadro 2.2.	Habilidades para emprender y renta de la población emprendedora en función del género	49
Cuadro 2.3.	Distribución de iniciativas emprendedoras en función de su fase y motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población de la CAPV de 18-64 años)	50
Cuadro 2.4.	Evolución del tipo de comportamiento emprendedor en la CAPV como porcentaje de la población adulta y como porcentaje del TEA total	50
Cuadro 2.5.	Evolución del TEA en función del género	53
Cuadro 2.6.	Actividad emprendedora incipiente por oportunidad y necesidad en función del género	53
Cuadro 2.7.	Factores psico-sociales en función del género	55
Cuadro 3.1.	Perfil característico de las iniciativas emprendedoras (de 0 a 42 meses) en la CAPV en el 2009	57
Cuadro 3.2.	Dimensión de la inversión que tuvieron los proyectos emprendedores nacientes (< 3 meses de actividad) existentes en la CAPV en el 2009	58
Cuadro 3.3.	Tamaño del equipo emprendedor de las iniciativas de negocio existentes en la CAPV en el 2009	59
Cuadro 3.4.	Tamaño en empleo (sin incluir al equipo emprendedor) a julio de 2009 de las iniciativas de negocio existentes en la CAPV	60
Cuadro 3.5.	Evolución del tamaño y peso de la población total de Pymes localizadas en la CAPV, 1997-2008	60
Cuadro 3.6.	Empleo y crecimiento esperado dentro de 5 años (sin incluir al equipo emprendedor) de las iniciativas de negocio existentes en la CAPV en el 2009	63
Cuadro 3.7.	Actividad económica desarrollada por los negocios existentes en la CAPV en el 2009	65
Cuadro 3.8.	Contenido innovador según la novedad del producto o servicio ofrecido por los negocios existentes en la CAPV en el 2009	68
Cuadro 3.9.	Contenido innovador según la competencia con productos o servicios idénticos afrontada por los negocios existentes en la CAPV en el 2009	70
Cuadro 3.10.	Contenido innovador según la antigüedad de las tecnologías utilizadas para la generación de productos o servicios por parte de los negocios existentes en la CAPV en el 2009	72
Cuadro 3.11.	Carácter internacional según la cantidad de clientes en el exterior que tienen los negocios existentes en la CAPV en el 2009	74
Cuadro 3.12.	Perfil característico de las iniciativas emprendedoras (de 0 a 42 meses) en la CAPV en el 2009, según el género del emprendedor	76
Cuadro 4.1.	Características y distribución del capital semilla en la CAPV. Año 2009	80
Cuadro 4.2.	Perfil del inversor en la CAPV. Año 2009	85
Cuadro 4.3.	Perfil del inversor informal en función del género. CAPV 2009	87

Cuadro 5.1.	Evolución de las valoraciones medias de las condiciones del entorno. España 2009 y CAPV 2004-2009	91
Cuadro 5.2.	Obstáculos de la actividad emprendedora en 2009, según la opinión de 36 expertos en la CAPV y 476 en España. Ranking CAPV 2004-2009	92
Cuadro 5.3.	Apoyos a la actividad emprendedora en 2009, según la opinión de 36 expertos en la CAPV y 476 en España. Ranking CAPV 2004-2009	93
Cuadro 5.4.	Medidas y recomendaciones para el apoyo de la actividad emprendedora en 2009, según la opinión de 36 expertos en la CAPV y 476 en España. Ranking CAPV 2004-2009	95
Cuadro 5.5.	Valoración media de los expertos vascos a las preguntas cerradas. 2008-2009	98

Resumen ejecutivo

Actividad emprendedora y dinámica empresarial de la CAPV en el contexto internacional. La CAPV presenta en 2009 el peor dato de actividad emprendedora recogido en las 6 últimas ediciones de GEM, que refleja que solo el 2,75% de la población activa vasca es propietaria de iniciativas empresariales de hasta 3 años y medio de vida. El indicador TEA (*Total Entrepreneurial Activity*) de la CAPV ha mostrado un importante retroceso que merma en gran medida un promedio de 5% de actividad emprendedora que se venía registrando de una manera relativamente estable en las últimas cinco ediciones. A la par, este año también se ha alcanzado el peor registro de cierre o abandono empresarial del último sexenio (1,35%), si bien un 20% de los abandonos no suponen un cierre, sino un cambio de propietario. También se aprecia un descenso del potencial emprendedor muy notable, solo el 3,52% de la población se muestra dispuesta a emprender en los próximos tres años. La contrapartida positiva la ostenta el dato relativo al tejido empresarial consolidado de la CAPV, que aun presentando una leve reducción se mantiene en una posición sólida.

El colectivo emprendedor de la CAPV. A pesar de la debilidad de la coyuntura económica, el perfil del emprendedor en la CAPV es muy similar al de las ediciones anteriores. La mayoría de los emprendedores son varones de entre 35 y 45 años que cuenta con estudios superiores o de formación profesional, crea el negocio después de haber percibido una buena oportunidad de negocio y declara que la principal razón para crear su propia empresa ha sido la necesidad de obtener mayor independencia en el ámbito laboral. En esta edición, la renta media percibida por los emprendedores vascos ha disminuido con respecto a las ediciones anteriores.

Desde una perspectiva de género, los datos sugieren que todavía persisten ligeras diferencias entre el colectivo masculino y el femenino. La edad media de las mujeres emprendedoras es algo inferior a la edad de los hombres y cuentan con una renta familiar inferior. En lo que al nivel de estudios se refiere el porcentaje de emprendedores con estudios superiores es superior en el caso de las mujeres, aunque el porcentaje de emprendedores sin estudios también es más elevado en el colectivo femenino.

Las nuevas empresas vascas. Los nuevas empresas vascas se caracterizan por haber sido puestas en marcha por equipos de aproximadamente 2 socios fundadores. Los proyectos emprendedores de menos de 42 meses localizados en la CAPV en el 2009 se caracterizaron por tener un tamaño reducido que apenas sumaba 2,1 empleados, así como también unas aspiraciones de crecimiento bajas, representadas por un empleo esperado a cinco años de 2,8 empleados. No obstante, el tamaño de los proyectos emprendidos por hombres era ligeramente mayor que el de los proyectos emprendidos por mujeres, tanto en número de socios fundadores, como en tamaño de empresa actual y esperado.

Los datos del 2009 también reflejan que más de tres cuartas partes de estas iniciativas se encontraban en sectores de servicios, aunque la mayoría eran empresas de servicios al consumidor final y sólo una pequeña parte eran empresas de servicios a empresas de alto valor añadido. Este fuerte peso de los proyectos emprendedores en el sector servicios era aún mayor entre los negocios puestos en marcha por mujeres emprendedoras que entre aquellos puestos en marcha por hombres. Por otro lado, pese a suponer una cifra menor que la del año anterior, el 14,5% de las iniciativas emprendedoras se destacó por ofrecer un producto o servicio único; mientras que por el contrario, en mayor proporción que años anteriores, el 18,2% no percibía la existencia de ningún competidor y el 7,3% usaba tecnologías nuevas de menos de un año de antigüedad. Al diferenciar por género, el número de mujeres emprendedoras cuyo proyecto ofrecía un producto o servicio único, o no enfrentaba a ningún competidor, era relativamente menor que en el caso de los emprendedores masculinos; en cambio, el número de las que tenían un proyecto que hacía uso de tecnologías nuevas era mayor.

Finalmente, un destacable 35,5% de los proyectos tenía algún cliente en el extranjero en el 2009, lo cual resulta significativo a pesar de ser un dato ligeramente inferior al de años anteriores. Si consideramos sólo a aquellos proyectos que estratégicamente tenían como mínimo una cuarta parte de sus clientes en el extranjero,

la cifra sigue siendo significativa ya que suponía el 21,6% del total. En este último caso, el porcentaje de proyectos de mujeres emprendedoras con más del 25% de sus clientes en el exterior fue proporcionalmente mayor que el de los emprendedores masculinos.

Financiación proyectos emprendedores: Durante 2009, el capital semilla medio requerido por las iniciativas nacientes en la CAPV (menos de 3 meses en funcionamiento) ascendió a 137.295 euros. Esto supone un fuerte incremento respecto al año 2008 y se sitúa unos 20.000 euros por encima del capital inicial medio que registra España. De igual forma, la mediana (capital medio necesario por el 50% de los emprendedores nacientes) y el valor de la moda (caso más frecuente) han experimentado fuertes subidas (75.000 y 100.000 euros respectivamente). Por consiguiente, comprobamos que en un año en el que ha disminuido notablemente la actividad emprendedora, las pocas iniciativas que han frugado parecen ser de mayor envergadura ya que requieren para su puesta en marcha de un capital semilla proporcionalmente mayor que en pasadas ediciones.

Frente a años pasados en los que casi la mitad de los emprendedores aportaban íntegramente el capital semilla requerido, en esta ocasión han sido tan sólo dos de cada diez los que han recurrido como única fuente a la autofinanciación. Además, si atendemos específicamente al colectivo de emprendedores que sí recurrió a fuentes de financiación externas, comprobamos que el porcentaje del capital que obtienen a partir de estas fuentes (*3F-s*; *bancos y cajas*; *business angels*, *administración*, *etc.*) ha aumentado notablemente respecto al año 2008.

Por otro lado, el porcentaje de inversores informales vuelve a aumentar, situándose por primera vez por encima del 4% de la población adulta. Con esta cifra, la CAPV se sitúa en el tercer puesto en el ranking de Comunidades Autónomas con mayor presencia de inversores informales, siendo además la única región española que consigue mantenerse en el ranking de las tres primeras posiciones respecto al 2008.

El perfil del inversor informal en la CAPV no presenta importantes diferencias respecto a años anteriores: varón, de unos 45 años, con estudios superiores y que cuenta con formación adecuada para la creación de una empresa. En cualquier caso, y en consonancia con el descenso acusado de la actividad emprendedora en esta edición, disminuye notablemente el porcentaje de estos inversores que son a su vez empresarios (nacientes, nuevos o consolidados) o emprendedores potenciales. Por último, cabe destacar que pese a que la vinculación familiar del inversor con el beneficiario de esos fondos sigue predominando (69,2% de los casos), se consolida un grupo considerable de inversores (10%) que no mantienen a priori una relación familiar o de amistad con el emprendedor. Esto podría estar indicando que comienza a afianzarse en la CAPV un pequeño tejido o red de inversores informales cuyo perfil se asemejaría al de un *business angel*.

Condición del entorno valorada por expertos: En esta edición, se observa un empeoramiento generalizado en la valoración media que otorgan los expertos consultados a los condicionantes del entorno. Ahora bien, las valoraciones medias en la CAPV siguen superando a España en la gran mayoría de los factores identificados (en 12 de un total de 17), si bien en 5 de ellos (apoyo a la mujer emprendedora; infraestructura comercial y servicios; FP y estudios superiores; mercado interior: acceso; y mercado interior: dinámica) la valoración media en España supera a la otorgada por los expertos en el conjunto de la CAPV.

De todos ellos, el acceso a la infraestructura física es el único elemento en el que mejora la situación percibida respecto al año 2008. De hecho, sigue siendo el elemento mejor valorado por los expertos en la CAPV. Le siguen la valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor, los programas gubernamentales y el fomento de actividades de alto crecimiento. El ranking de los aspectos peor valorados lo encabeza una vez más la educación emprendedora en las etapas de primaria y secundaria y los elementos relacionados con los condicionantes del mercado (en términos de acceso y dinámica).

Cabe destacar que este año ha disminuido de manera notable la valoración media de los expertos en lo que respecta al apoyo financiero al emprendedor. En concreto, pasa de ocupar la séptima posición en el ranking de los elementos mejor posicionados a situarse en el decimocuarto puesto. Destaca también el hecho de que el acceso a la financiación haya sido citado de manera recurrente por parte los expertos como uno de los principales obstáculos pero también como uno de los principales apoyos. Este resultado puede parecer incoherente pero al mismo tiempo refleja que, si bien los emprendedores no son ajenos a la fuerte restricción al crédito fruto de la crisis financiera actual, los expertos valoran también los apoyos que la CAPV brinda al emprendedor en un intento por mejorar el acceso a otras alternativas de financiación al margen del sector bancario tradicional (ayudas públicas, inversores informales, capital semilla, etc.).

Lo mismo sucede cuando los expertos opinan sobre la capacidad del clima económico actual para favorecer o inhibir comportamientos emprendedores. Casi tres de cada diez consideran la coyuntura económica actual como uno de los mayores obstáculos para poner en marcha un nuevo negocio. Sin embargo, al mismo tiempo,

otros expertos opinan lo contrario, esto es, que la crisis constituye un punto de inflexión que servirá de impulso a la actividad emprendedora, bien sea por necesidad o como fuente de nuevas oportunidades.

Por último, las recomendaciones que proponen los expertos de la CAPV para el apoyo de la actividad emprendedora descansan fundamentalmente en cuatro ejes: educación, formación, valores socio-culturales, apoyo financiero y programas gubernamentales. En lo que se refiere a la educación primaria y secundaria, las valoraciones medias siguen siendo muy bajas (sigue siendo el factor peor valorado desde 2004), pero si contextualizamos esta puntuación con respecto a otras regiones españolas y países de la UE, destacamos que por primera vez la CAPV se sitúa ligeramente por encima de la media, lo cual demuestra que es un elemento de escasa valoración en la gran mayoría de los países del entorno

GEM, EAE. Laburpen Exekutiboa 2009

Laburpen exekutiboa

EAEko jarduera ekintzailea eta enpresa-dinamika, nazioarteko testuinguruan. Azken sei GEM edizioen artean, jarduera ekintzaileari buruzko daturik txarrena agertu du EAEk 2009an; datuon arabera, EAEko biztanleria aktiboaren % 2,75 baino ez da batez beste 3 urte eta erdiko iraupena duten enpresa-ekimenen baten jabe. EAEko TEA (*Total Entrepreneurial Activity*) adierazleak nabarmen egin du atzera eta, ondorioz, azken bost edizioetan gutxi gorabehera egonkor egon den jarduera ekintzailearen % 5eko batez bestekoa nabarmen jaitsi da. Aldi berean, azken seiurtekoan inoiz baino enpresa gehiago itxi edo utzi dira (% 1,35). Halere, utzitako enpresen artean % 20 ez dira itxierak izan, eskualdaketak baino. Ekintzaile-potentzialaren beherakada nabarmena ere hauteman dezakegu: biztanleriaren % 3,52 baino ez dago datozen hiru urteetan ekimenik egiteko prest. EAEko enpresa-ehun finkatuari buruzko datuak eskaintzen digu alderdi positiboa, beherakada apal bat egon arren sendo ageri da eta.

EAEko kolektibo ekintzailea. Egoera ekonomikoa ahula izan arren, EAEko ekintzailearen profila aurreko edizioetakoaren antzekoa da. Ekintzaile gehienak gizonetzkoak dira, 35 eta 45 urte bitartekoak, goi-mailako edo lanbide-heziketako ikasketak dituzte; negozio-aukera egokia hauteman eta negozioa sortu dute, eta enpresa propioa sortzeko arrazoi nagusia, lan-esparruan independentzia handiagoa eskuratzeko premia izan dela diote. Edizio honetan, EAEko ekintzaileek jaso duten batez besteko errenta aurreko edizioetako baino txikiagoa izan da.

Genero-ikuspegi batetik, datuek adierazten dute oraindik orain alde txiki batzuk badaudela gizonetako eta emakumetako artean. Emakume ekintzaileen batez besteko adina gizonena baino pixka bat baxuagoa da, eta familia-errenta txikiagoa dute. Ikasketa-mailari dagokionez, emakume ekintzaileen kasuan gehiago dira goi-mailako ikasketak dituztenak, baina ikasketarik ez duten ekintzaileen portzentaje handiena ere kolektibo berean ematen da.

Euskadiko enpresa berriak. Batez beste bi bazkide sortzailek abian jarri izana da Euskadiko enpresa berrien ezaugarrietako bat. EAEn 2009an 42 hilabete baino gutxiago dituzten proiektu ekintzaileak tamaina txikiak dira, batez beste 2,1 enplegatu eskas. Era berean, hazteko aurreikuspen txikiak dituzte, bost urteko epean batez beste 2,8 enplegatu izatea espero baitute. Halere, gizonen ekintzako proiektuak emakumeen ekintzakoak baino pixka bat handiagoak dira, bai bazkide sortzaile kopuruari dagokionez, bai gaur egun enpresak duen tamainari dagokionez nahiz espero duten tamainari dagokionez ere.

2009ko datuek erakusten dutenez, ekimen horien hiru laurdenak baino gehiago zerbitzuen sektorekoak dira, eta enpresa gehienak azken kontsumitzaileari zerbitzuak eskaintzeko enpresak dira. Gutxi batzuk baino ez dira enpresei zerbitzuak eskaintzeko balio erantsi handiko enpresak. Zerbitzuen sektoreko proiektu ekintzaileen pisu nabarmen hau are nabarmenagoa da emakume ekintzaileek abian jarri dituzten negozioen kasuan, gizonen abian jarri dituztenen kasuan baino. Bestalde, iazkoren aldean zenbateko txikiagoa den arren, ekimen ekintzaileen % 14,5ek produktu edo zerbitzu bakarra eskaintzen zuen. Aldiz, aurreko urteetan baino proportzio handiagoan, % 18,2k ez zuen sumatzen lehiakiderik, eta % 7,3k urtebete baino gutxiagoko teknologiak erabiltzen zituzten. Generoaren arabera bereiziz, produktu edo zerbitzu bakarra eskaini, edo lehiakiderik ez zuen proiektua garatu zuten emakume ekintzaileen kopurua gizonena baino pixka bat txikiagoa zen. Aldiz, emakumeen kasuan, teknologia berriak erabiltzen zituzten proiektu gehiago garatu ziren.

Azkenik, 2009an proiektuen % 35,5 nabarmen batek atzerrian bezeroen bat zeukan; datu esanguratsua da hori, datua aurreko urteetako baino pixka bat baxuagoa bada ere. Estrategikoki euren bezeroen laurden bat atzerrian zeukatzen proiektuak baino hartzen ez baditugu, zenbatekoak esanguratsua izaten jarraitzen du, proiektu guztien % 21,6 dira eta. Azken kasu horretan, atzerrian bezeroen % 25 baino gehiago zituzten proiektuen kasuan, emakume ekintzaileek bultzatutako proiektuen portzentajea gizonen bultzatutakoena baino handiagoa izan zen proportzioan.

Proiektu ekintzaileen finantzazioa: 2009an zehar, EAEn sortu berri ziren ekimenek (abian jarri zirenetik hiru hilabete baino gutxiago) batez beste jaso zuten kapital-hazia 137.295 eurokoa izan zen. 2008. urtearen al-

dean hazkunde handia adierazten du horrek, eta Espainiako batez besteko hasierako kapitalaren gainetik dago, 20.000 euro inguru gainetik. Era berean, tartekoa (ekintzaile berrien % 50ek behar izan duten batez besteko kapitala) eta modaren balioa (kasu ugariena) asko-asko hazi dira (75.000 eta 100.000 euro hurrenez hurren). Beraz, jarduera ekintzailea asko murriztu den urte batean, gauzatu diren ekimen apurrak garrantzi handiagokoak direla dirudi, aurreko edizioen aldean proportzioan kapital-hazi handiagoa behar izan baitute abian jartzeko.

Aurreko urteetan, enpresa berrien ia erdietan, ekintzaileek eurek ematen zuten beharrezko kapital-hazia oso-osorik, eta oraingo honetan, aldiz, hamarretik bik baino ez dute erabili auto-finantzazio hutsa. Gainera, kanpoko finantzazio-iturriak erabili zituzten ekintzaileen kolektiboari erreparatzen badiogu, iturri horietatik (*3F-ak, bankuak eta kutxak, business angel-ak, administrazioa, etab.*) eskuratu duten kapitalaren portzentajea askoz handiagoa da, 2008. urtearekin alderatuz.

Bestalde, inbertsiogile informalaren portzentajea berriro hazi da, eta lehen aldiz biztanleria helduaren % 4 baino altuagoa da. Zenbateko hori kontuan hartuz, inbertsiogile informal gehien duten Erkidego Autonomikoen hirugarren postuan kokatzen da EAE, eta gainera, 2008. urtearekin alderatuz, lehen hiru postuetan mantentzea lortzen duen Espainiako eskualde bakarra da.

EAEko inbertsiogile informalaren profilak ez du alde handirik aurreko urteen aldean: gizonezkoa, 45 urte ingurukoa, goi-mailako ikasketekin eta enpresa bat sortzeko prestakuntza nahikoarekin. Edonola ere, eta edizio honetan ikusi dugun jarduera ekintzailearen beherakadarekin bat, inbertsiogile horien portzentajea ere nabarmen murriztu da. Kontuan izan behar dugu aldi berean enpresariak (sortzekotan direnak, sortu berriak edo finkatuak) edota ekintzaile potentzialak ere badirela. Azkenik, nabarmendu egin behar da inbertsiogilearen eta funts horiek jasotzen dituenaren artean lotura familiarrak nagusi izaten jarraitzen duen arren (kasuen % 62,9tan ematen da hori), a priori ekintzailearekin harreman familiarrik, edo adiskidetasunik, ez duten inbertsiogileen kopurua egonkortu egin dela (% 10). EAEn *business angel*-aren antzeko profila duten inbertsiogile informalaren sare edo ehun txiki bat finkatzen ari dela adieraz lezake horrek.

Inguruaren baldintzak, adituen ustez: Edizio honetan kontsultatu ditugun adituek batez beste askoz balorazio txarragoa eman diete inguruaren baldintzatzaileei. Halere, EAEko batez besteko balorazioak Espainiakoak baino altuagoak dira identifikatutako adierazle gehienentzat (17tik 12rentzat). Gainerako bostetan, ordea (emakume ekintzaileari emandako laguntza; merkataritza- eta zerbitzu-azpiegitura; LH eta goi-mailako ikasketak; barne-merkatua; irismena; eta barne-merkatua: dinamika), Espainiako batez besteko balioa EAEkoa baino altuagoa da.

Kasu guztiei begiratuz, 2008an antzematen zen egoeraren aldean, azpiegitura fisikorako irismena baino ez da hobetu. Izan ere, EAEn adituek hobekien baloratzen duten elementua izaten jarraitzen du. Horren ondoren datoz berrikuntzaren balorazioa kontsumitzaileen ikuspuntutik, gobernu-programak eta hazkunde handiko jardueren sustapena. Gaizkien baloratutako zerrendan, berriro ere, lehen eta bigarren mailako hezkuntzako heziketa ekintzailea, eta merkatu-baldintzatzaileei lotutako elementuak (irismenari eta dinamikari lotuta) agertzen dira.

Azpimarratu egin behar da aurten nabarmen jaitsi dela ekintzailearentzako laguntza finantzarioari buruz adituek egin duten balorazioa. Zehazki, hobekien kokatuta dauden elementuen zerrendako zazpigarren postutik hamalagarren postura igaro da. Azpimarratzeko beste elementu bat, adituek behin eta berriro aipatu dutela finantzazioa eskuratu ahal izatea oztopo nagusietako bat dela, baina aldi berean laguntza nagusietako bat ere bai. Horrek kontraesankorra irudi lezake, baina errealitate bikoitza islatzen du: batetik, ekintzaileek egungo finantza-krisiaren ondorioz etorri den kreditu-murrizketa jasaten dutela, baina bestetik, adituek kontuan hartzen dituztela EAEk ekintzaileei eskaintzen dizkien laguntzak, ohiko banku-sektoretik kanpo finantzatzeko beste bide batzuk bilatzeko orduan (laguntza publikoak, inbertsio informalak, kapital-haziak, etab.).

Gauza bera gertatzen da adituek, jarrera ekintzaileak sustatzeko edo mugatzeko orduan, egungo giro ekonomikoak zer eragin duen aztertzen dutenean. Gaur egungo egoera ekonomikoa negozio berri bat abian jartzeko oztopo handienetakoa dela iritzi diote ia hamar adituetatik hiruk. Alabaina, aldi berean, beste aditu batzuek kontrakoa iritzi diote, hau da, krisia inflexio-puntua dela eta jarduera ekintzailea sustatzeko balioko duela, premia dagoelako edota aukera berriak sortzeko iturria delako.

Azkenik, EAEko adituek jarduera ekintzailea bultzatzeko proposatzen dituzten gomendioek lau ardatz dituzte: hezkuntza, prestakuntza, balio soziokulturalak, finantza-laguntza eta gobernu-programak. Lehen eta bigarren mailako hezkuntzari dagokionez, batez besteko balorazioek txikiak izaten jarraitzen dute (2004tik gaizkien baloratutako faktorea da), baina puntuazio hori Espainiako beste eskualde batzuen eta EBko beste herrialde batzuen testuinguruan jartzen badugu, lehen aldiz EAE batez bestekoaren gainetik agertzen da —neurri txiki batean izanik ere—. Horrek frogatzen digu inguruko herrialde gehienetan ere elementu horrek balorazio eskasa duela.

Résumé exécutif

Activité et dynamique entrepreneuriales de la Communauté autonome du Pays basque, CAPB, dans le contexte international. En 2009, la CAPB témoigne de l'activité entrepreneuriale plus basse enregistrée lors des 6 dernières éditions du GEM, qui révèle que seulement 2,75% de la population active basque est détentrice d'initiatives entrepreneuriales d'une durée de vie de 3 ans et demi maximum. L'indicateur TEA (*Total Entrepreneurial Activity*) de la CAPB montre un important recul qui diminue, en grande partie, une moyenne de 5% de l'activité entrepreneuriale qui avait été enregistrée durant les cinq dernières éditions d'une manière relativement stable. Cette année, on témoigne également des pires chiffres quant à la fermeture ou abandon entrepreneurial des six dernières années (1,35%), bien que 20% des abandons ne se traduisent pas par une fermeture, mais par un changement de propriétaire. On note aussi une diminution considérable du potentiel entrepreneurial, seulement 3,52% de la population a un esprit d'entreprise. En revanche, nous avons une donnée positive concernant le tissu entrepreneurial consolidé dans la CAPB que, bien qu'il présente une légère réduction, garde une position solide.

Le groupe entrepreneurial de la CAPB. Malgré la faiblesse de la situation économique, le profil de l'entrepreneur de la CAPB est très semblable à celui des éditions précédentes. La plupart des entrepreneurs sont des hommes, âgés de 35 à 45 ans, ayant suivi des études supérieures ou une formation professionnelle, qui s'embarquent dans leur affaire après avoir repéré une bonne occasion et qui déclarent que la principale raison d'avoir créé leur propre entreprise était le besoin d'obtenir plus d'indépendance professionnelle. Lors de cette édition, le revenu moyen des entrepreneurs basques a diminué par rapport aux éditions précédentes.

D'un point de vue du genre, les données révèlent qu'il y a toujours des différences entre les hommes et les femmes. L'âge moyen des femmes entrepreneuses et leur revenu des ménages sont inférieurs à ceux des hommes. En ce qui concerne le niveau d'études, le pourcentage des entrepreneurs ayant suivi des études supérieures est plus élevé chez les femmes, quoique le pourcentage des entrepreneurs sans études soit aussi plus élevé chez elles.

Les nouvelles entreprises basques. Ce qui est caractéristique chez les nouvelles entreprises basques est le fait qu'elles soient mises en oeuvre par des équipes composées d'environ deux associés fondateurs. Les projets d'entreprises, ayant moins de 42 mois, que l'on a trouvés dans la CAPB en 2009 se sont caractérisés par leur petite taille, soit 2,1 salariés, ainsi que par leur faible aspiration de croissance, soit 2,8 salariés au bout de cinq ans. Cependant, la taille des projets embarqués par des hommes est légèrement supérieure à celle des projets des femmes, aussi bien au niveau du nombre d'associés fondateurs qu'au niveau de la taille actuelle et la taille envisagée de l'entreprise.

De même, les données de 2009 révèlent que les trois quarts de ces initiatives font partie du secteur des services, même si, pour la plupart, il s'agissait d'entreprises qui offraient des services au consommateur final et qu'une partie infime correspondait à des entreprises offrant des services à des sociétés à forte valeur ajoutée. Cet énorme poids des projets d'entreprises dans le secteur des services était encore plus significatif pour les affaires montées par des femmes que pour celles mises en oeuvre par des hommes. D'autre part, bien qu'il s'agisse d'un chiffre inférieur à celui de l'année précédente, 14,5% des initiatives se sont distinguées par la prestation d'un produit ou service unique ; tandis que 18,2%, une proportion plus élevée que les années précédentes, ne remarquait l'existence de nul concurrent et 7,3% utilisait des nouvelles technologies de moins d'un an. En étudiant séparément les genres, on observe que le nombre de femmes entrepreneuses dont le projet offrait un produit ou un service unique, ou ne faisait face à aucun concurrent, était relativement inférieur que dans le cas des entrepreneurs hommes ; par contre, celles qui avaient un projet où l'on se servait des nouvelles technologies étaient plus nombreuses.

Finalement en 2009, 35,5% des projets, un pourcentage considérable, comptaient des clients à l'étranger, ce qui s'avère représentatif bien que cette donnée soit faiblement inférieure à celle des années précédentes. Si

nous ne tenons compte que des projets qui, stratégiquement, comptaient au minimum un quart de leurs clients à l'étranger, le chiffre reste significatif car cela représentait 21,6% du total. Dans ce dernier cas, le pourcentage des projets de femmes entrepreneuses ayant plus de 25% de leurs clients à l'étranger était proportionnellement supérieur à celui des entrepreneurs hommes.

Financement projets d'entreprises : Pendant l'année 2009, le capital d'amorçage moyen nécessaire pour mettre en oeuvre des initiatives dans la CAPB (moins de trois mois en fonctionnement) s'est élevé à 137 295 euros. Cela représente une forte hausse par rapport à l'an 2008 et dépasse de 20 000 euros le capital d'apport moyen espagnol. De même, la moyenne (capital moyen dont ont besoin 50% des nouveaux entrepreneurs) et la valeur de la mode (cas plus habituel) ont enregistré de fortes hausses (75 000 et 100 000 euros respectivement). Par conséquent, nous observons que cette année, où l'activité entrepreneuriale a diminué considérablement, les rares initiatives ayant connu une continuité semblent être d'envergure plus importante car elles exigent pour leur mise en oeuvre un capital d'amorçage proportionnellement supérieur à celui des éditions précédentes.

Par rapport aux années précédentes où quasiment la moitié des entrepreneurs apportaient la totalité du capital d'amorçage requis, de nos jours plus que deux sur dix ont fait appel à l'auto-financement comme source unique. De plus, si nous nous concentrons sur le groupe d'entrepreneurs ayant fait appel aux sources de financement externes, nous constatons que le pourcentage du capital qu'il a obtenu de ces sources (*FS.3 ; banques et caisses d'épargne ; business angels, administration, etc.*) a augmenté considérablement par rapport à l'an 2008.

D'une autre part, le pourcentage d'investisseurs informels augmente de nouveau et, pour la première fois, excède les 4% de la population adulte. Avec ces chiffres, la CAPB prend la troisième place du classement des Communautés autonomes témoignant de la présence d'investisseurs informels plus importante, tout en devenant la seule région espagnole à occuper une des trois premières places du classement par rapport à l'an 2008.

Le profil de l'investisseur informel dans la CAPB ne présente pas de grandes différences par rapport aux années précédentes : un homme âgé d'environ 45 ans, ayant suivi des études supérieures et qui compte une formation orientée à la création d'entreprise. En tous cas, en accord avec la baisse accusée de l'activité entrepreneuriale durant cette édition, nous observons une diminution notable du pourcentage des investisseurs qui sont également de nouveaux entrepreneurs, des entrepreneurs consolidés ou des entrepreneurs potentiels. Enfin, nous en sommes à souligner que bien que les rapports de famille entre l'investisseur et le bénéficiaire de ces fonds soient prédominants (69,2% des cas), un important groupe d'investisseur (10%) n'ayant aucun rapport de famille ou d'amitié avec l'entrepreneur est en train de s'affirmer. Cela pourrait indiquer qu'un petit tissu ou réseau d'investisseurs informels, dont le profil ressemble à celui d'un *business angel*, se confirme.

Condition de l'entourage évaluée par des experts : Nous constatons, à cette édition, une dégradation générale de l'évaluation moyenne que font les experts sur les conditions de l'entourage. Cependant les évaluations moyennes dans la CAPB restent supérieures à celles effectuées en Espagne pour la plupart des facteurs identifiés (12 sur un total de 17), bien que pour 5 d'entre eux (soutien à la femme entrepreneuse ; infrastructure commerciale et services ; formation professionnelle et études supérieures ; marché intérieur : accès ; et marché intérieur : dynamique) l'évaluation moyenne en Espagne est supérieure à celle que les experts ont effectué dans l'ensemble de la CAPB.

Parmi tous, l'accès à l'infrastructure physique est le seul élément où l'on constate une amélioration par rapport à l'an 2008. En effet, cet élément reste le mieux évalué par les experts dans la CAPB. Nous retrouvons ensuite l'évaluation de l'innovation du point de vue du consommateur, les programmes gouvernementaux et le développement d'activités à haute croissance. Parmi les moins bien évalués, la première place revient à l'éducation entrepreneuriale dans les étapes de primaire et secondaire, ainsi que les éléments liés aux conditions du marché (en termes d'accès et de dynamique).

Nous tenons à signaler que l'évaluation moyenne des experts quant au soutien financier de l'entrepreneur a baissé de manière notable cette année. Dans le classement des meilleurs, il a quitté la septième place pour occuper la quatorzième. De plus, nous tenons également à signaler que les experts ont, à plusieurs reprises, défini l'accès au financement comme un des principaux obstacles mais aussi comme un des principaux soutiens. Ce résultat peut sembler contradictoire mais il exprime en même temps que, bien que les entrepreneurs ne soient pas indifférents face au resserrement du crédit fruit de l'actuelle crise financière, les experts évaluent également les soutiens que la CAPB apporte à l'entrepreneur afin d'améliorer l'accès à d'autres alternatives de financement en marge du secteur bancaire traditionnel (aides publiques, investisseurs informels, capital d'amorçage, etc.).

Il en est de même lorsque les experts donnent leur avis sur la capacité du climat économique actuel de favoriser ou d'inhiber des conduites entrepreneuriales. Quasiment trois sur dix considèrent la conjoncture écono-

mique actuelle comme un des principaux obstacles pour mettre en oeuvre une nouvelle affaire. Cependant, les experts pensent l'inverse. Pour eux la crise constitue un point d'inflexion qui peut servir à développer l'activité entrepreneuriale, soit par besoin ou soit comme source de nouvelles opportunités.

En dernier lieu, les experts de la CAPB formulent des recommandations pour soutenir l'activité entrepreneuriale qui reposent sur quatre axes : éducation, formation, valeurs socioculturelles, soutien économique et programmes gouvernementaux. Pour ce qui concerne l'éducation primaire et secondaire, les évaluations moyennes sont toujours très faibles (il s'agit du facteur le plus défavorablement évalué depuis 2004), mais si nous replaçons cette estimation dans son contexte en la comparant à celle d'autres régions espagnoles et pays de l'UE, nous constatons que pour la première fois la CAPB dépasse légèrement la moyenne, ce qui prouve qu'il s'agit d'un élément très peu apprécié dans la plupart des pays qui nous entourent.

GEM, Basque Country. Executive Summary 2009

Executive summary

Entrepreneurial activity and company dynamics at the Basque Autonomous Community in the international context. The BAC featured in 2009 the worst activity data concerning entrepreneurial activity for the last six editions of the GEM. According to that data, only 2.75 per cent of the working population of the Basque Autonomous Community owned company initiatives of an average of 3 years and a half of life. The TEA indicator (Total Entrepreneurial Activity) for the BAC has made a big backward step when reducing the entrepreneurial activity that was quite stable in the last five editions by 5 per cent. At the same time, in 2009, the worst register at closing and business cessation taxes (1.35 per cent) of the last six years has been reached, although 20 per cent of the cessations have not been real cessation of business but changes of owner. Besides, there has been a dramatic decrease in the entrepreneur potential, as only 3.52 per cent of the population showed their will to undertake a project in the following three years. As a positive contrast, data about the consolidated business network in the BAC are still good —although they have had a slight reduction, they are still sound.

Entrepreneurs in the Basque Autonomous Community. Despite the weakness of the economic situation, the entrepreneurial profile in the BAC is quite similar to that of previous editions. The majority of entrepreneurs are men of between 35 and 45 years old with advanced studies or professional training. They create a business after perceiving a good business opportunity and declare that the main reason to create their own company has been the need to get more independence at work. In this edition, the average income of Basque entrepreneurs has dropped compared to previous editions.

From a gender perspective, data suggest that there are still slight differences between men and women. The average age of entrepreneur women is a little lower than that of men, and their family income is lower too. Regarding the level of studies, the percentage of entrepreneurs with advanced studies is bigger when they are women, although the percentage of entrepreneurs with no studies is also higher for women.

New Basque companies. New Basque companies are characterised for having been created by approximately teams of two people. Entrepreneurial projects of less than 42 months of the BAC in 2009 were characterised for being small (an average of 2.1 employees) and for having low increase expectations (2.8 employees in five years). However, the size of the projects undertaken by men was slightly bigger than those of women, both regarding the number of founding members and the current and expected size of the company.

Data of 2009 also reflect that more than three quarters of those initiatives belonged to the services sector, although the majority of them were services companies for the end consumer and only a small amount were services companies for high added value companies. The importance of the entrepreneurial projects in the services sector was still bigger when undertaken by women. On the other hand, despite being less than the previous year, 14.5 per cent of the initiatives were characterised for offering a unique product or service. Meanwhile, in a bigger proportion than in previous years, 18.2 per cent did not perceive there was any competitor and 7.3 per cent used new technologies of less than a year old. Making a difference between men and women, the number of female entrepreneurs offering a unique product or service or that did not have a competitor was smaller than in the case of male entrepreneurs. Instead, the number of women with a project using new technologies was bigger.

Finally, 35.5 per cent of the projects had a client abroad in 2009; that is significant, although being a slightly inferior figure compared to previous years. If we take into account only those projects that strategically had at least a quarter of their clients abroad, the figure is still significant: 21.6 per cent of the total. In that last case, the percentage of female entrepreneur projects with more than 25 per cent of their clients abroad was proportionally bigger than those of male entrepreneurs.

Financing of entrepreneurial projects: In 2009, the average seed money required by the emerging initiatives in the BAC (less than 3 months in the market) was 137,295 euros. That means a big increase compared to 2008 and is 20,000 euros over the average initial capital in Spain. Likewise, the median (average capital needed by 50 per cent of the emerging entrepreneurs) and the value of the trend (most frequent case) have experienced

great increases (75,000 and 100,000 euros, respectively). Consequently, in a year when entrepreneurship has decreased remarkably, the few initiatives that have consolidated are those that seem to have some magnitude, as they require a proportionally bigger amount of seed money than in previous editions.

Compared to previous years —when almost half of the entrepreneurs put the whole of the required seed money—, on this occasion, only two out of ten have self-financed their projects. Moreover, if we pay attention to those entrepreneurs that turned to external financing, we realise that the percentage of capital that they obtain from those sources (banks and savings banks, business angels, administration, etc.) has increased notably compared to 2008.

On the other hand, the percentage of informal investors has increased again and reached, for the first time, more of the 4 per cent of the adult population. With this figure, the BAC takes the third position at the ranking of autonomous communities with a bigger presence of informal investors, and is the only region in Spain that keeps one of the first three positions in the ranking, compared to 2008.

The profile of the informal investor of the BAC has no meaningful differences with the one of the previous years: male, around 45 years old, with advanced studies and an appropriate training to create a business. Anyway, and in consonance with the hard drop of the entrepreneur activity of this edition, the percentage of investors that are, at the same time, businessman (emerging, new or consolidated) or potential entrepreneurs has also dropped significantly. Finally, it is worth mentioning that, despite the family link between the investor and the beneficiary of those funds still prevails (69.2 per cent of the cases), there is an increasing group of investors (10 per cent) that have no family or friendship link with the entrepreneur. All this might suggest that a small network of informal investors has started to consolidate in the BAC, whose profile would be similar to «business angels».

Environment conditioners according to experts: In this edition, we can see a worsening of the general average assessment of experts regarding factors determining the environment. However, the average assessments of the BAC still exceed those of Spain in most of the identified factors (in 12 out of 17), although in five of them (support to entrepreneur women, commercial infrastructure and services, professional training and advanced studies, internal market, access and dynamics) the average assessment for Spain is still higher than the one for the BAC.

Among all of them, the access to physical infrastructures is the only element in which the situation perceived improved compared with that of 2008. In fact, it is still the best valued element by the experts of the BAC, followed by the assessment of the innovation from the consumer's point of view, government programmes and the promotion of high growth activities. The ranking of the least valued features is headed, again, by the entrepreneur education at the primary and secondary stages, and by the elements related to market constraints —in terms of access and dynamics—.

It is worth noting that, in 2009, the average valuation of the experts regarding financial support to entrepreneurs has decreased —specifically, it has moved from the seventh to the fourteenth position in the ranking of the best positions features. It must also be highlighted that the access to the financing has been repeatedly mentioned by the experts as one of the main obstacles, but also as one of the main supports. This result may seem incoherent, but it shows that entrepreneurs are not extraneous to the intense credit restrictions linked to the current financial crisis. Experts also value the support that the BAC gives to entrepreneurs in an attempt to improve the access to other financing alternatives, different from the traditional banking sector (public investment, informal investors, seed money, etc.).

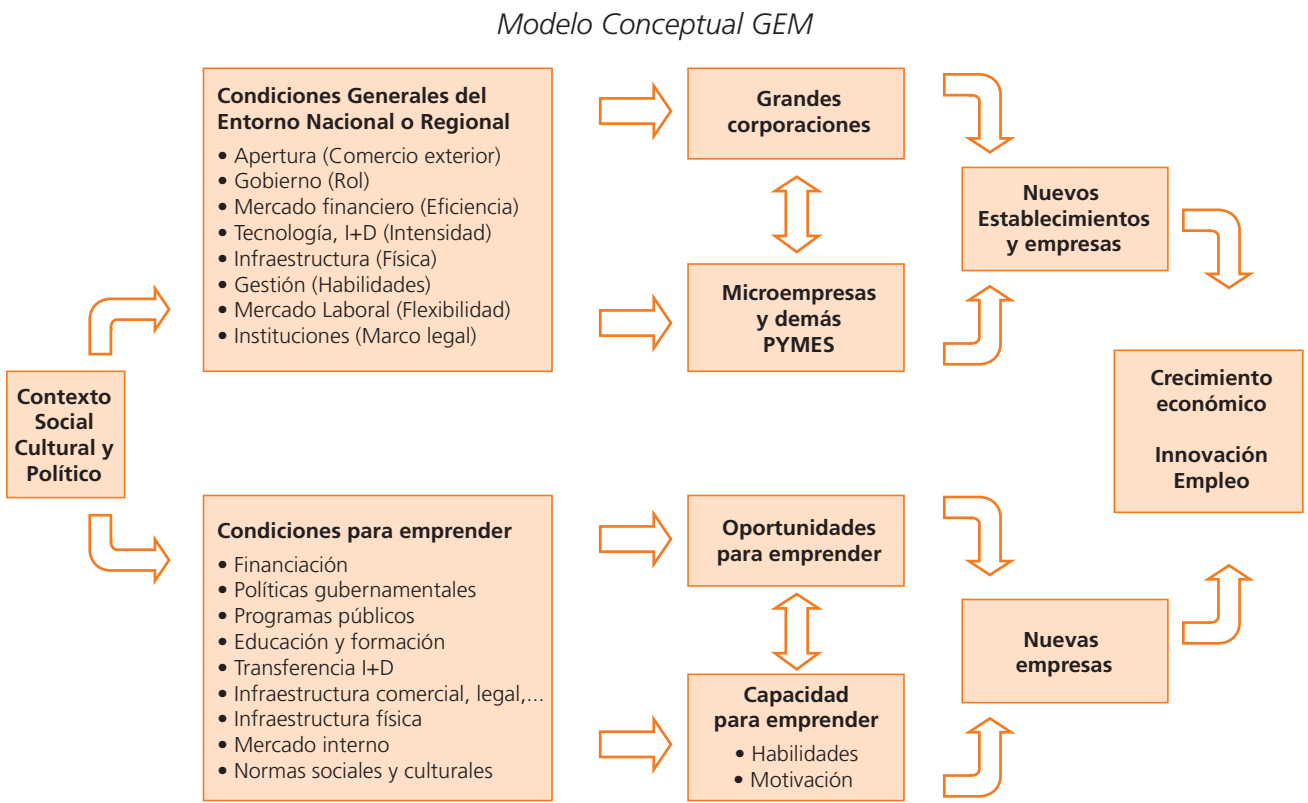
The same thing happens when experts give their opinion on the current economic climate to favour or inhibit entrepreneurship. Almost three out of ten consider that the current financial situation is one of the biggest obstacles to start a new business. However, other experts think the opposite; that is to say, that the crisis is a turning point that will serve to boost entrepreneurship, whether due to necessity or as a source of new opportunities.

Finally, Basque experts recommend the following in order to boost entrepreneurial activity: education, training, social and cultural values, financial support and government programmes. Regarding primary and secondary education, average valuations are still very low —it still is the least valued factor since 2004. But comparing this valuation to those received in other Spanish regions and countries from the EU, the BAC is, for the first time, slightly above the average. That shows that education is a poorly valued element in most of the surrounding countries.

El modelo conceptual GEM

El análisis tradicional sobre el crecimiento económico ha tendido a concentrarse en el impacto de las grandes corporaciones y ha descuidado, en gran medida, el estudio del grado de innovación y competencia que las pequeñas y nuevas empresas han inyectado en el conjunto de la economía. El modelo conceptual que subyace en el Proyecto GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) recoge estas dos visiones y desarrolla un modelo integrador que considera el impacto económico de todas las empresas de un país o región. En concreto, el modelo propuesto por GEM sugiere que el crecimiento económico nacional o regional obedece a las actividades interrelacionadas de dos factores paralelos.

- Factores derivados de empresas establecidas (parte superior del gráfico siguiente).
- Factores derivados del proceso emprendedor (parte inferior del gráfico siguiente).



La capacidad de las PYMES y de las grandes corporaciones para incidir en el crecimiento económico nacional o regional está determinada por las condiciones generales del entorno (referidas como las Condiciones Generales del Entorno Nacional o Regional en el gráfico anterior) en las que se incluye una amalgama de factores representativos del entorno en materia de políticas, infraestructura, I+D, mercados financiero, laboral y exterior, etc. Ciertamente, estas grandes corporaciones contribuyen al crecimiento económico en parte a través de la creación de nuevos establecimientos o unidades de negocio

que generan nuevos puestos de trabajo y renta (*intrapreneurship*). Además, cuando una planta antigua es sustituida por otra nueva, es bastante común encontrarnos con nuevas aplicaciones tecnológicas en la nueva planta que conducen a un nivel superior de productividad. Estos nuevos establecimientos o unidades de negocio nacidas a modo de *spin offs* de las grandes corporaciones, pero también con cada vez mayor frecuencia de las PYMES, pueden proceder tanto de empresas domésticas como de compañías multinacionales.

Para los emprendedores individuales, en cambio, la decisión de comenzar un nuevo negocio está sujeta a una serie de condicionamientos adicionales a los ya descritos anteriormente. Éstas serían las denominadas Condiciones para Empezar (véase parte inferior del gráfico de la página anterior), que determinan la capacidad de un país o región para impulsar la creación de empresas. Estas condiciones, en combinación con las habilidades y motivación de aquellos que deseen emprender un nuevo negocio, afectan al dinamismo y demografía empresarial de una nación o región. Una combinación exitosa de estos dos elementos originaría un incremento en el nivel de innovación y competencia del mercado, que debería generar, como resultado final, un efecto positivo en el crecimiento económico nacional o regional. El estudio de esta dinámica es la esencia de nuestro Proyecto GEM. GEM relaciona el crecimiento económico con la interacción existente entre empresas establecidas y nuevas empresas, y nos ayuda a comprender mejor la razón por la cual el proceso de creación de empresas resulta vital para el conjunto de la economía.

De acuerdo con el modelo conceptual GEM, la salud de la economía de una nación o región vendría en parte explicada por el grado de éxito de su capacidad emprendedora y de la fortaleza de sus empresas establecidas. El informe elaborado por el equipo global GEM (2004)¹ sostiene que la relación entre la capacidad emprendedora y el nivel de renta de un país o región, adquiere una forma de «U», de tal forma que países con bajos niveles de PIB per cápita muestran una elevada actividad emprendedora. Y en la medida que aumenta el nivel de desarrollo económico de los países, su actividad emprendedora disminuye paralelamente hasta un punto determinado, a partir del cual dicha actividad emprendedora vuelve a aumentar al incrementarse el nivel de PIB per cápita. En resumen, podemos pensar que naciones o regiones con distintos niveles de renta afrontan distintos retos. Así, políticas o instrumentos que son válidos o efectivos en una nación no necesariamente lo son en otras naciones o regiones.

Desde 1999, el Proyecto GEM se ha marcado como objetivo la construcción de una base de datos que permita el estudio armonizado entre distintos países y regiones de la capacidad emprendedora. La base de datos utilizada en la presente edición para la elaboración del informe GEM País Vasco se ha generado a partir de las siguientes fuentes:

- Entrevista telefónica a 2.000 encuestados de la población adulta de la CAPV para detectar si habían creado o tenían intención de crear en breve una empresa.
- Encuesta personal a 36 expertos en materia de creación de empresas de la CAPV, para conocer su opinión sobre las condiciones para emprender que afrontan los emprendedores.
- Datos secundarios procedentes de otras fuentes como US-CENSUS, EUSTAT, INE, Banco Mundial, Naciones Unidas, Fondo Monetario Internacional...
- Información de las encuestas a la población adulta realizadas en todos los países, y comunidades autónomas españolas participantes en el Proyecto GEM.

A continuación procederemos con el desarrollo de los distintos apartados que componen el presente informe GEM País Vasco.

¹ ACS, Z.J.; ARENIUS, P.; HAY, M.; MINNITI, M. (2004): *Global Entrepreneurship Monitor. 2004. Executive Report*, Babson College and London Business School.

1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en la CAPV: perspectiva internacional

Nos encontramos ante la sexta entrega del informe *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) Comunidad Autónoma del País Vasco 2009, cuyo objetivo es analizar el fenómeno emprendedor de la CAPV dentro del contexto internacional, siguiendo el modelo metodológico y conceptual GEM. En esta edición ha aumentado sobremanera el número de países participantes en el proyecto, destacando la alta participación de numerosos países árabes de los que hasta ahora no se disponía de información. En definitiva, han sido 55 los países participantes (con respecto a los 42 de las dos ediciones anteriores). Ya desde hace algunos años, la cobertura del proyecto en las Comunidades Autónomas españolas es total; por tanto, desde el punto de vista estatal, se dispone de una de las bases de datos regionales más potentes de GEM, sólo comparable con las de Reino Unido y Alemania. Únicamente faltan equipos regionales GEM en La Rioja y en Baleares, datos que cubre anualmente el equipo nacional del IE (y adicionalmente, este año cubre también la ausencia temporal de Castilla-La Mancha y Melilla).

El primer capítulo del informe GEM Comunidad Autónoma del País Vasco 2009 presenta el escenario emprendedor y de dinámica empresarial de la CAPV enmarcado en el contexto internacional. Para ello, y como ya es tradicional, diferenciamos el estudio de la actividad emprendedora y dinámica empresarial consolidada por grupos de países, en función de su nivel de desarrollo socio-económico. Así, comenzamos realizando un análisis porcentual de la población adulta (entre 18 y 64 años) de la CAPV involucrada en actividades emprendedoras en Fase de Gestación, en empresas Consolidadas, en Cierres Empresariales, así como la población adulta que se está planteando emprender en los próximos tres años (Potencial Emprendedor). Seguidamente, mostramos la situación de la CAPV en el entorno internacional con los mismos criterios y agrupando a los 55 países participantes y las comunidades autónomas españolas en tres grupos: países pertenecientes a la Unión Europea, países pertenecientes a la OCDE y CCAA españolas.

En este capítulo se abordan los siguientes apartados:

- Actividad emprendedora y dinámica empresarial en la CAPV.
- Situación relativa de la Actividad Emprendedora de la CAPV.
- Posición internacional de la dinámica empresarial de la CAPV.
- Potencial emprendedor de la CAPV en el contexto internacional.

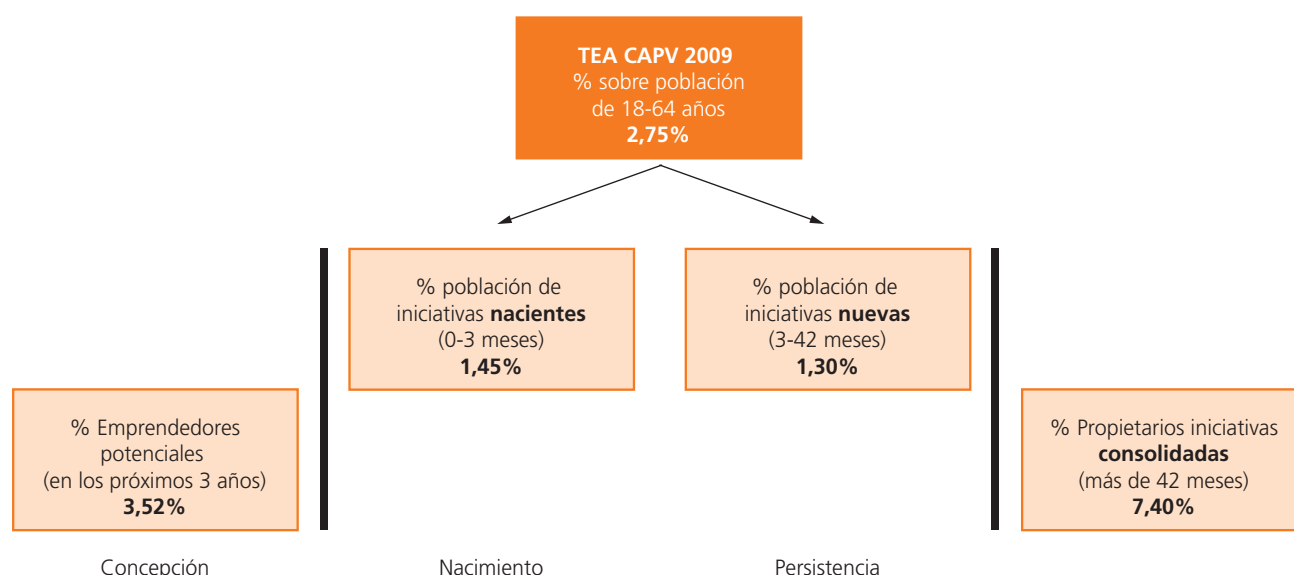
1.1. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en la CAPV

Comenzamos aclarando el significado de las variables a través de las cuales realizamos el análisis de la actividad emprendedora de la CAPV. En concreto, el índice Actividad Emprendedora Total, TEA (*Total Entrepreneurial Activity*) es la variable principal del proyecto GEM, y a través de ella se mide la actividad emprendedora en los 55 países participantes. Su cálculo se realiza sumando los porcentajes de población adulta (entre 18 y 65 años) en cada país/región implicados en la creación tanto de *Empresas Nacientes* (cuya actividad en el mercado sea inferior a 3 meses), como de *Empresas Nuevas* (cuya actividad en el mercado haya supuesto el pago de salarios en un periodo que oscila entre los 3 y los 42 meses). Para realizar el cálculo definitivo de este indicador, se eliminan los elementos duplicados que puedan darse en cuanto a aquellas personas adultas que puedan estar implicadas al mismo

tiempo en las dos tipologías de empresa (*Naciente* y *Nueva*). Es importante señalar que en este cómputo se incluye el autoempleo.

Los datos que se presentan en el Gráfico 1.1, muestran que el 2,75% de la población activa vasca estaba involucrada en iniciativas empresariales de hasta 42 meses de vida en el año 2009. El desglose de ese dato nos revela que el 1,45% de esas iniciativas se corresponde con *Empresas Nacientes* (0-3 meses) y un 1,30% con *Empresas Nuevas* (3-42 meses).

Gráfico 1.1. Resultados de actividad emprendedora y dinámica empresarial de la CAPV 2007



Estos datos llaman la atención por el acusado descenso que suponen respecto a los obtenidos en el quinquenio anterior. Tal y como revela el Cuadro 1.1, el indicador TEA de creación de empresas de la CAPV, que oscilaba de manera muy estable entre el 5%-6% de población emprendedora, ha sufrido una enorme caída durante el ejercicio 2009. Esto sitúa a la CAPV en el peor escenario emprendedor de los últimos 6 años, con sólo un 2,75% de la población activa vasca involucrada en iniciativas empresariales de entre 0 y 3,5 años de vida.

Cuadro 1.1. Evolución de la actividad emprendedora y dinámica empresarial de la CAPV 2004-2009

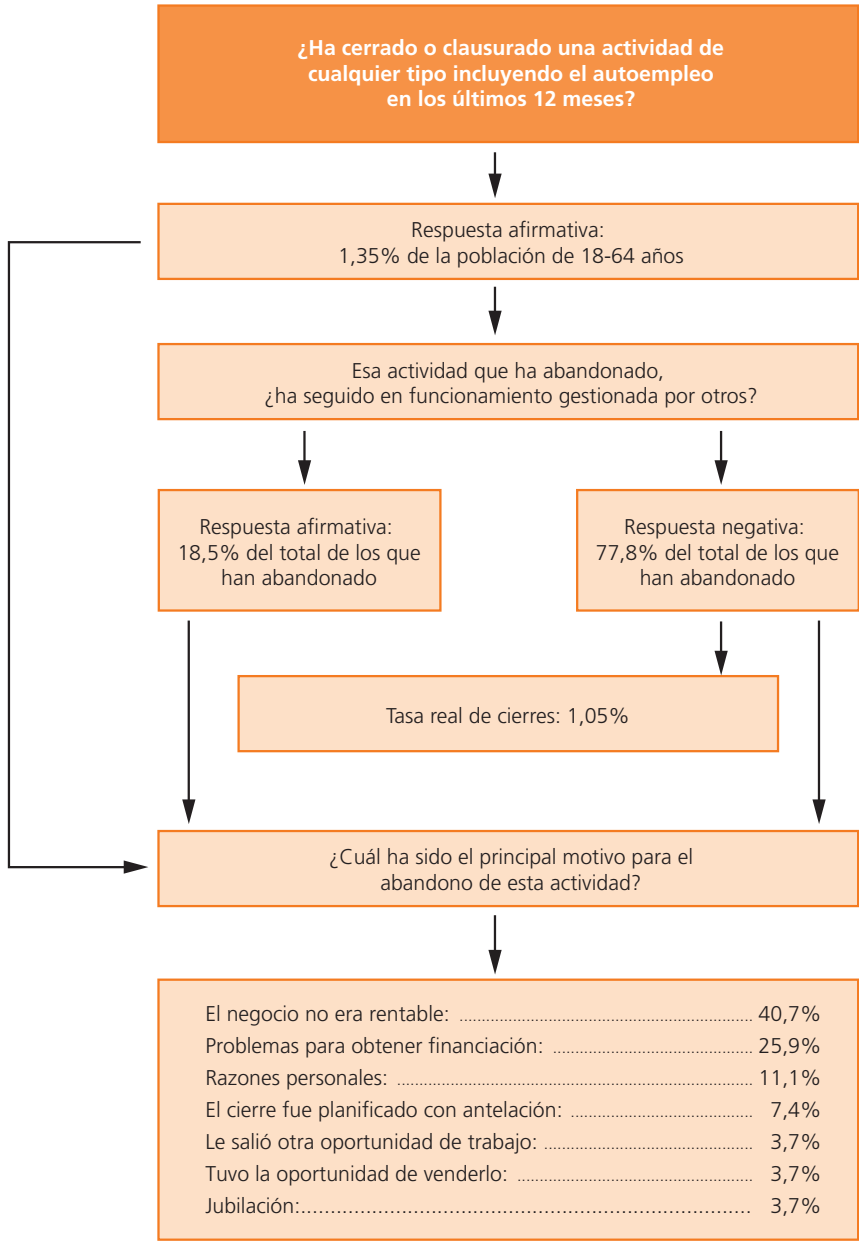
	2004	2005	2006	2007	2008	2009
TEA	5,29%	5,40%	5,44%	6,37%	6,85%	2,75%
Nacientes	1,40%	1,96%	2,16%	2,80%	3,55%	1,45%
Nuevas	3,92%	3,53%	3,29%	3,60%	3,30%	1,30%
Consolidadas	6,55%	8,79%	5,37%	4,34%	8,95%	7,40%
Potenciales	3,31%	4,45%	2,06%	4,16%	7,50%	3,52%
Cierres	1,10%	1,08%	0,91%	0,60%	0,95%	1,35%

Si analizamos la evolución del desglose de la actividad emprendedora en los últimos 6 años, observamos que en el caso de la población involucrada en *Empresas Nacientes* (0-3 meses), si bien el dato se ha reducido a menos de la mitad respecto del año anterior, al menos tenemos un referente de indicador similar en el año 2004. Más preocupante es la evolución negativa de la población con *Empresas Nuevas*

(3-42 meses), que nos ofrece una dimensión de la actividad emprendedora vasca sin precedentes dentro del proyecto GEM CAPV y que invita a sospechar de una alta mortalidad empresarial entre las aquellas iniciativas de negocio que se crearon durante los años 2007 y 2008. De hecho, uno de los fenómenos más destacables y a la vez más esperados de este ejercicio ha sido el incremento de la población involucrada en ceses de negocios (*Cierres*), 1,35%, que supone también una cifra *record* dentro del proyecto GEM CAPV.

La parte relativamente positiva de este análisis la protagonizan los indicadores de emprendedores *Potenciales*, aquellos que han declarado su intención de emprender en los próximos 3 años, y el colectivo de población propietaria de empresas *Consolidadas* (más de 42 meses de vida). Teniendo en cuenta los resultados anteriores, en ambos casos se esperaban descensos más acusados. Cabe destacar la fortaleza con la que se mantiene el porcentaje de promotores con empresa *Consolidada*, a pesar del descenso. Un 7,40% de población activa vasca es empresaria consolidada, circunstancia que como veremos en el apartado 1.3 de este capítulo, nos sitúa en una más que digna posición dentro del entorno internacional.

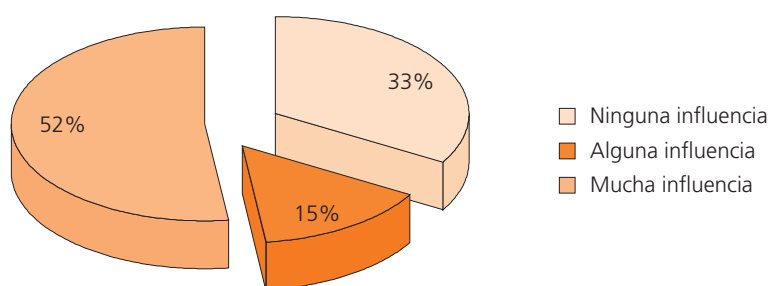
Gráfico 1.2. Abandono empresarial y motivo de abandono en la CAPV 2009



Volviendo de nuevo a los *Cierres* de empresa, los datos del Gráfico 1.2 nos permiten profundizar en las razones de abandono aludidas por el 1,35% de la población vasca que afirmó estar involucrada en ceses de negocios en el año 2009. El cuestionario GEM permite además aproximar la tasa real de cierre planteando la siguiente cuestión: «Esa actividad que ha abandonado, ¿ha seguido en funcionamiento gestionada por otros?». Los resultados nos muestran que en el 18,5% de los casos la empresa continúa activa con otros propietarios, por lo que podemos recalcular la tasa de cierre real en un 1,05%.

En cuanto a los motivos de cierre o abandono, el más citado fue la falta de rentabilidad del negocio, 40,7%. Un 25,9% afirma haber tenido dificultades para obtener financiación y el 11,1% no desea entrar en detalles señalando «razones personales». Solo en el 7,4% de los casos el cierre fue planificado con antelación y las otras tres razones que se apuntan en menor proporción son haber encontrado un empleo, la oportunidad de venta del negocio y la llegada del momento de jubilación.

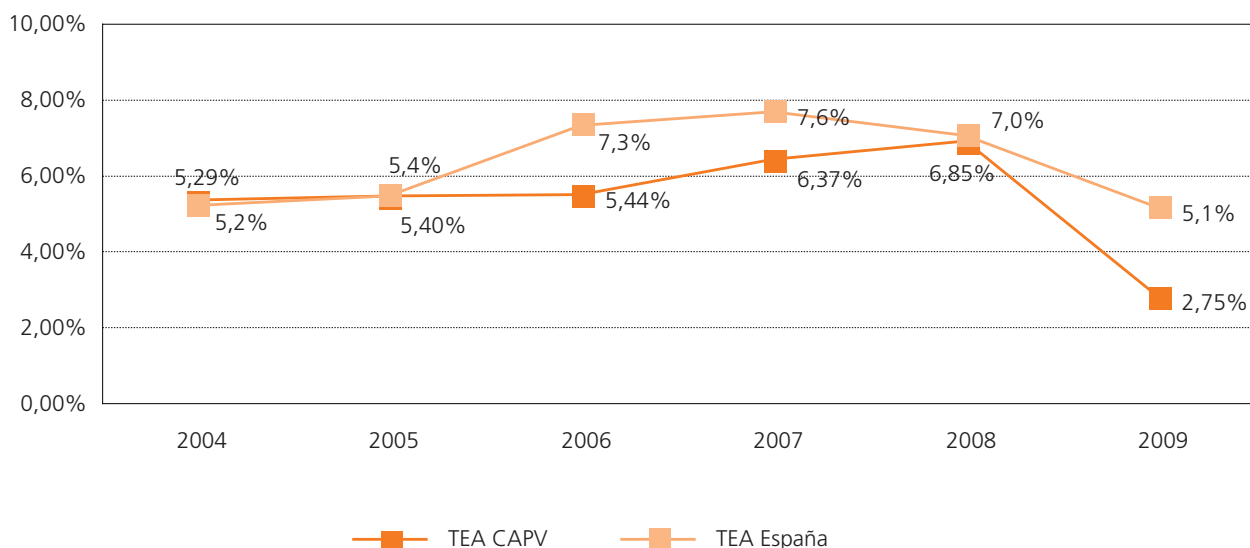
Gráfico 1.3. Influencia de la crisis en el abandono de una actividad en el año 2009



En esta edición 2009 se ha incluido además una cuestión nueva para poder valorar la influencia de la crisis en el cierre empresarial. Sin embargo, al igual que con las anteriores cuestiones relacionadas con el cese de empresas, estos datos no permiten un estudio comparativo con el resto de los países GEM ya que se realizan exclusivamente en el estado español.

Con este párrafo comenzamos el análisis comparativo de los datos anteriormente expuestos para la CAPV. En concreto, el Gráfico 1.4 muestra la evolución de la actividad emprendedora vasca y española desde el año 2004. Con la excepción de los años 2006 y 2007, los datos de la CAPV se han

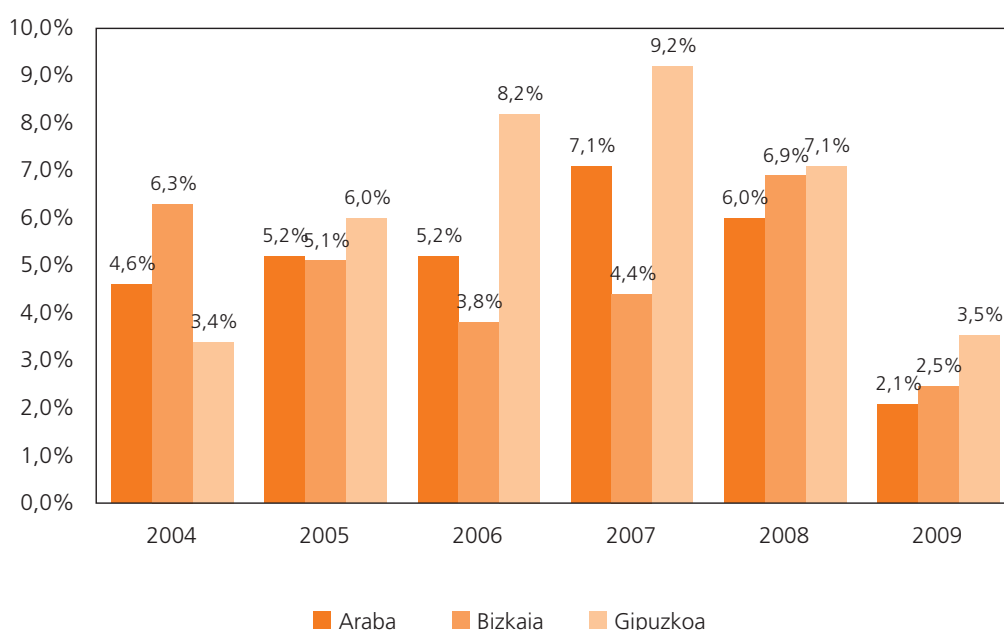
Gráfico 1.4. Evolución del índice de actividad emprendedora, TEA, CAPV-España, 2004-2009



mantenido en niveles muy similares a la media estatal. Sin embargo, el año 2009 supone un cambio drástico de tendencia en la evolución levemente creciente y continuada que presentaba la CAPV año a año, que además vuelve a situar a la CAPV por debajo de la media estatal y con el mayor diferencial en los últimos 6 años, 2,35 puntos porcentuales. En definitiva, el empeoramiento de actividad emprendedora ha sido mucho más acusado en la CAPV que en España, un fenómeno que si no esperado, si resulta comprensible debido a que los datos españoles ya presentaron un retroceso durante el año 2008 y por tanto recortaron una parte importante de la caída que ha sufrido este año la CAPV. Es importante comentar que la recogida de datos GEM se cierra anualmente durante el mes de julio, por lo que los datos del primer semestre de 2008 no permitieron mostrar el efecto de la crisis en la CAPV en la edición anterior, que comenzó a materializarse de manera más acusada en el último cuatrimestre de 2008. Por el contrario, en España la tendencia decreciente ya se pudo observar en el 2008 y ha evitado que el gráfico ponga de manifiesto un derrumbamiento tan acusado como el de la CAPV.

El Gráfico 1.5 muestra la evolución de los últimos cinco años en los tres territorios históricos de la CAPV. El empeoramiento de actividad emprendedora se reparte por territorios con el mismo orden en el *ranking* que el recogido en la última edición.

Gráfico 1.5. Evolución del índice TEA, Territorios Históricos de la CAPV, 2004-2009



Gipuzkoa continúa siendo el territorio vasco con mayor actividad emprendedora, 3,5%, situándose por encima de la media de la CAPV. Bizkaia y Araba, con un 2,5% y 2,1%, respectivamente se ubican por debajo del 2,75% de media de la CAPV. El gran desplome de la actividad emprendedora en los 3 territorios históricos no merece más comentarios, siendo sólo el que Gipuzkoa conoce un resultado similar en su territorio, al recogido en el año 2004.

Como ya es tradicional, en el Cuadro 1.2 se incluye el porcentaje de población adulta involucrada en empresas en fase de *Gestación o TEA* (Nacientes y Nuevas), *Consolidadas* y *Cierres* de empresa para los 55 países participantes y comunidades autónomas españolas participantes en el proyecto GEM 2009. En los apartados siguientes desglosaremos esta información por grupos de países, diferenciando la actividad emprendedora en fase de gestación de la dinámica empresarial de las empresas con una permanencia más estable en el mercado.

Cuadro 1.2. Porcentaje de población adulta involucrada en empresas en fase de Gestación (TEA), empresas Consolidadas, y Cierres de empresa. Países y CCAA españolas GEM 2009

	TEA 2009	% población adulta emp. Consolidada	% adulta cierres		TEA 2009	% población adulta emp. Consolidada	% adulta cierres
Países							
Uganda	33,7	21,9	19,9	Siria	8,5	6,7	4,1
Guatemala	25,1	4,2	5,4	EEUU	8	5,9	2,3
Yemen	24	2,9	2	Suiza	7,7	8,4	1,3
Jamaica	22,7	16,3	8,5	P. Bajos	7,2	8,1	1,8
Colombia	22,4	12,6	4,1	S. Corea	7	11,8	2,4
Perú	20,9	7,5	6,2	Israel	6,1	4,3	2,2
China	18,8	17,2	4,3	S. África	5,9	1,4	3,5
Venezuela	18,7	6,5	1,8	R. Unido	5,7	6,1	1,6
R. Dominica	17,5	11,4	6,7	Croacia	5,6	4,8	2,8
Tonga I.	17,4	2,3	2,5	Eslovenia	5,4	5,6	0,9
Argelia	16,7	4,7	5,2	Finlandia	5,2	8,5	1,1
Ecuador	15,8	16,1	4,5	España	5,1	6,4	1,4
Brasil	15,3	11,8	2,4	Rumania	5	3,4	2,9
Líbano	15	16	3,1	Serbia	4,9	10,1	1,7
Chile	14,9	6,7	4,3	Shenzhen	4,8	1,6	2,4
Argentina	14,7	13,5	4,2	Arabia S.	4,7	4,1	1,5
Emiratos A.	13,3	5,7	3,7	Malasia	4,4	4,3	1,2
Uruguay	12,2	5,9	3,4	Bosnia H.	4,4	3,9	2,3
Irán	12,1	6,5	4	Francia	4,3	3,2	1,3
Islandia	11,4	8,9	2,8	Alemania	4,1	5,1	1,3
Letonia	10,5	9	2,1	Rusia	3,9	2,3	1,8
Jordania	10,2	5,3	4,6	Italia	3,7	5,8	0,7
Panamá	9,6	4,2	0,7	Dinamarca	3,6	4,7	0,5
Túnez	9,4	10,2	2,7	Hong Kong	3,6	2,9	1,1
Hungría	9,1	6,7	2,5	Bélgica	3,5	2,5	0,8
Grecia	8,8	15,1	1,8	Japón	3,3	7,8	1
Gaza	8,6	6,9	5,9	Media GEM	10,6	7,5	3,1
Noruega	8,5	8,3	2,4				
CCAA Españolas							
Baleares	6,6	9,4	2,2	Aragón	4,5	6,9	0,9
Cataluña	6,4	7,4	1,2	Navarra	3,9	8,1	1,1
Andalucía	6,3	5,4	2	C. Mancha	3,5	6,8	1,8
Cantabria	5,8	3,7	0,7	Melilla	3,3	4,3	1,1
Murcia	5,6	6,5	1,4	Extremadura	3,3	7,8	1,3
Madrid	5,1	5,5	1,4	C. León	3,2	6,9	1,1
Rioja	4,9	6,3	0,6	Ceuta	3	4	0,8
C. Valenciana	4,9	6,6	1,6	P. Vasco	2,8	6,9	1,1
Canarias	4,8	5,1	1,4	Asturias	2,4	5,9	0,5
Galicia	4,7	6,7	0,8				

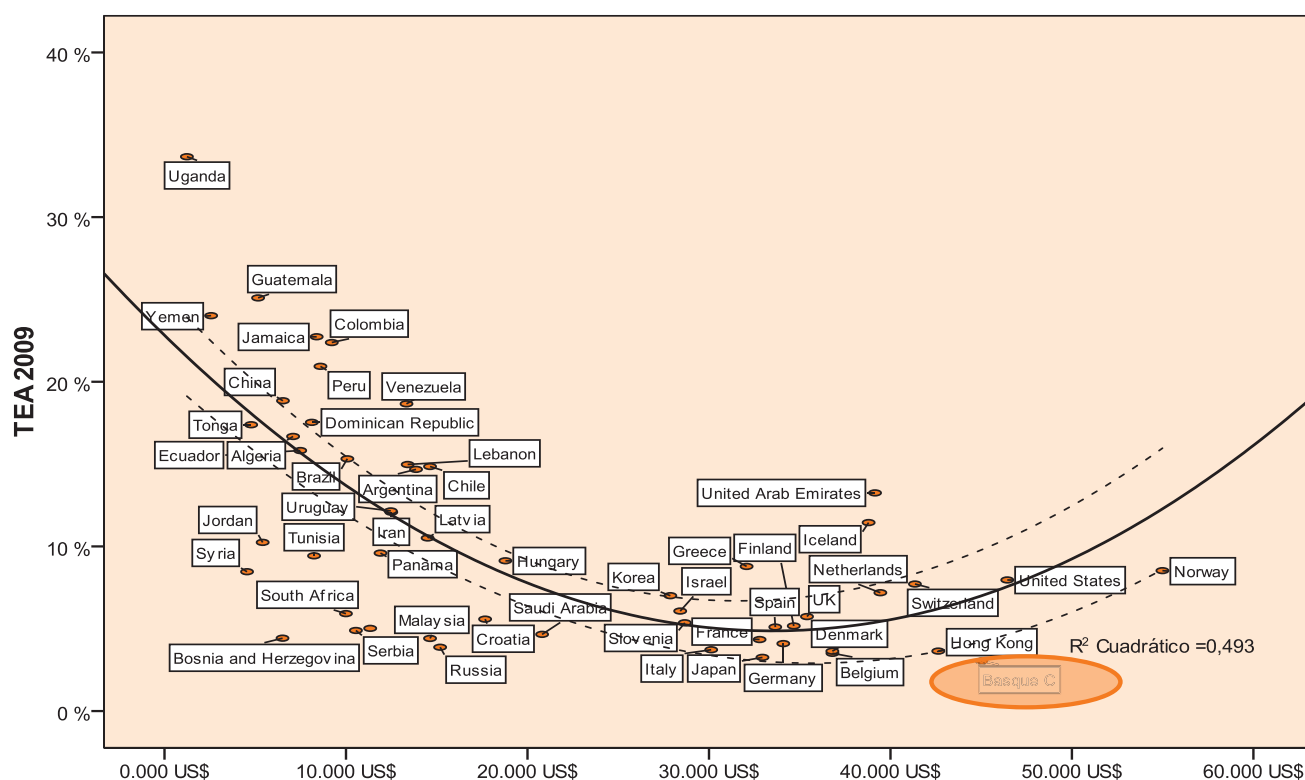
1.2. Situación relativa de la actividad emprendedora de la CAPV

En este segundo apartado exponemos la posición comparativa de la actividad emprendedora de la CAPV en el entorno de los 55 países y las comunidades autónomas españolas participantes en el proyecto GEM 2009. Este análisis se aborda diferenciando tres grupos de países y regiones:

- Países pertenecientes a la Unión Europea.
- Países pertenecientes a la OCDE.
- CCAA españolas.

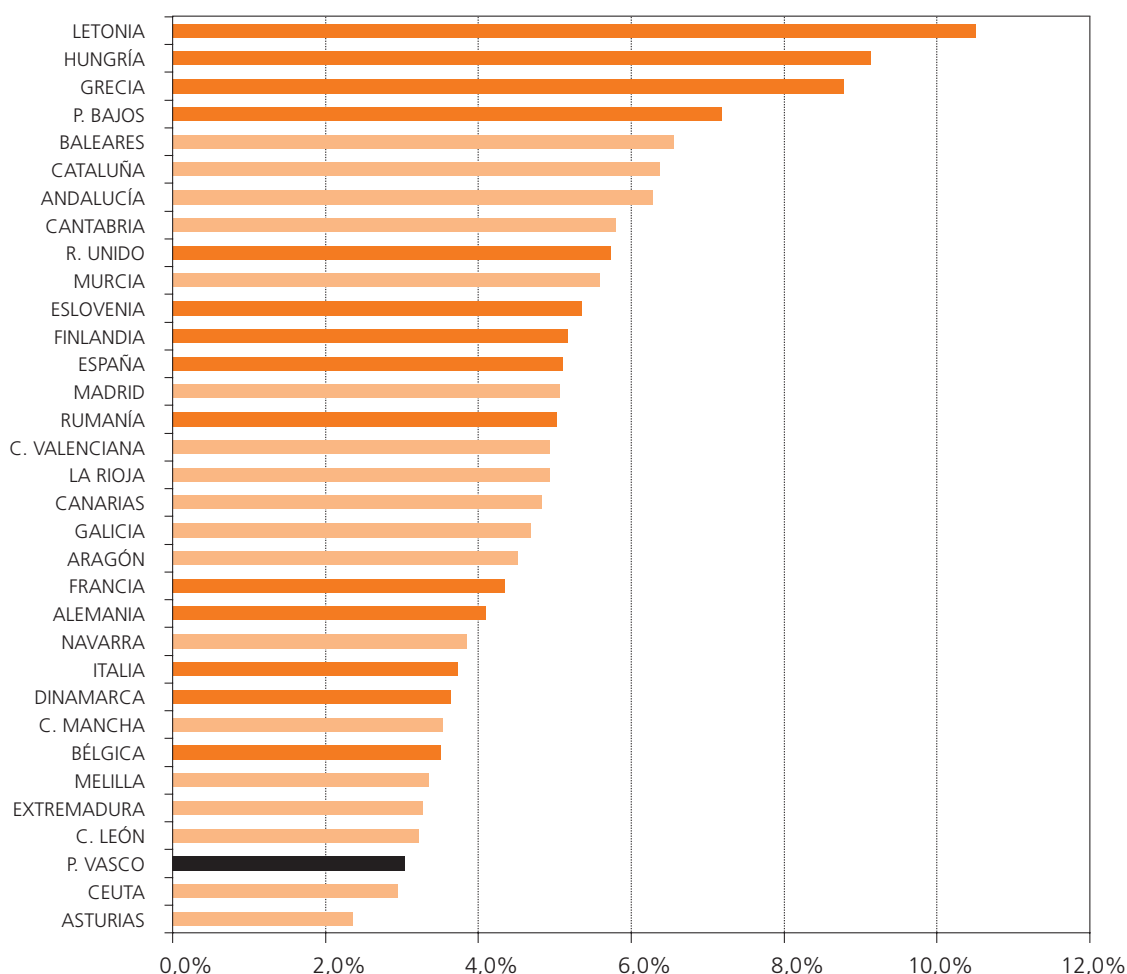
El Gráfico 1.6 pretende explicar este desglose de grupos de países y regiones en función de su nivel de desarrollo económico. La representación muestra la relación en forma de «U» que existe entre la actividad emprendedora de un país/región y su Producto Interior Bruto per capita (Acs *et al.* 2004), de tal forma que la actividad emprendedora total se reduce con el incremento del desarrollo económico de un país/región, hasta un umbral crítico de PIB per capita, a partir del cual el índice de creación de empresas comienza de nuevo a aumentar. En esta edición podemos observar que la CAPV se sitúa muy lejos de la curva principal, con un nivel muy alto de desarrollo socio-económico y, sin embargo, con una tasa de creación de nuevos negocios mucho más baja de lo que en principio le correspondería. Esta situación ha sido muy habitual en los 5 últimos años de informe GEM, con la única excepción del año pasado.

Gráfico 1.6. Relación cuadrática 2009 entre el índice TEA y el nivel de desarrollo económico (Correlación de Pearson = (-) 0,513 Sig. (bilateral) = 0,000, R² cuadrática = 0,493, N = 53)



El gráfico refleja claramente en la parte superior izquierda de la curva a países como Uganda, Guatemala y Yemen, con tasas de actividad emprendedora superiores al 24% de su población adulta, pero con niveles de desarrollo económico muy inferiores al resto de los países. Al mismo tiempo, algunos países ex soviéticos destacan por presentar una escasa tasa de creación de empresas junto con un limitado nivel de vida. Los países de la UE se encuentran, en su mayoría, en la zona creciente de la curva. Y como ya hemos comentado, la CAPV se sitúa a la derecha del gráfico, acompañada de los países con mayor bienestar económico, pero con un nivel de creación de empresas muy reducido respecto al que debería corresponderle en la regresión.

Gráfico 1.7. Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países y CCAA españolas pertenecientes a la Unión Europea 2009



El Gráfico 1.7 refleja la situación comparativa de la actividad emprendedora en los países y CCAA españolas GEM pertenecientes a la Unión Europea. Los países de la UE con mayor nivel de actividad emprendedora son Letonia (10,5%), Hungría (9,1%) y Grecia (8,8%). La CAPV presenta datos inferiores pero cercanos a los de Bélgica (3,6%) y Dinamarca (3,6%), últimos países del *ranking* de la UE. Estos dos países, junto con Italia son los que revelan una menor incidencia del cierre empresarial en la UE, pero a la vez presentan tasas limitadas de actividad empresarial consolidada (véase Cuadro 1.2).

En el Gráfico 1.8 abordamos la actividad emprendedora de los países pertenecientes a la OCDE. Islandia destaca por sobrepasar el 11% de actividad emprendedora con el añadido de mostrar una destacable tasa de empresarios consolidados, y con una subida de 1,5 puntos respecto del año pasado (véase Cuadro 1.2). Le siguen dos países de la UE Hungría y Grecia, apreciándose una reducción de 2,8 puntos en el dato de EEUU del año 2008. Noruega se mantiene en niveles muy similares a los del año pasado.

El análisis de los países más rezagados de la OCDE es muy similar al que veíamos en el Gráfico 1.7 pero incluyendo esta vez a Japón que tradicionalmente ha ocupado los últimos puestos de este *ranking*. Por ello, llama mucho la atención que durante esta edición la CAPV se encuentre por debajo de la potencia nipona en actividad emprendedora junto a otras 4 CCAA españolas.

Como colofón a este segundo apartado, analizamos por separado las CCAA españolas (Gráfico 1.9), que revela una situación muy distinta a la que apreciábamos el año pasado. En el año 2009 es la comunidad insular de Baleares la que se posiciona como líder de actividad emprendedora, con un dato (6,6%), por debajo de la media española alcanzada en año pasado (7%), y un punto y medio porcentual superior que la de este año (5,1%). Le siguen Cataluña y Andalucía, las únicas junto a Baleares que superan la barrera del 6% de su población activa emprendiendo. La CAPV se vuelve a situar en los puestos de cola de los que consiguió salir el año pasado, junto con Asturias, Ceuta, Castilla y León y Extremadura.

Gráfico 1.8. Actividad Emprendedora Total (TEA) en los países y CCAA españolas pertenecientes a la OCDE 2009

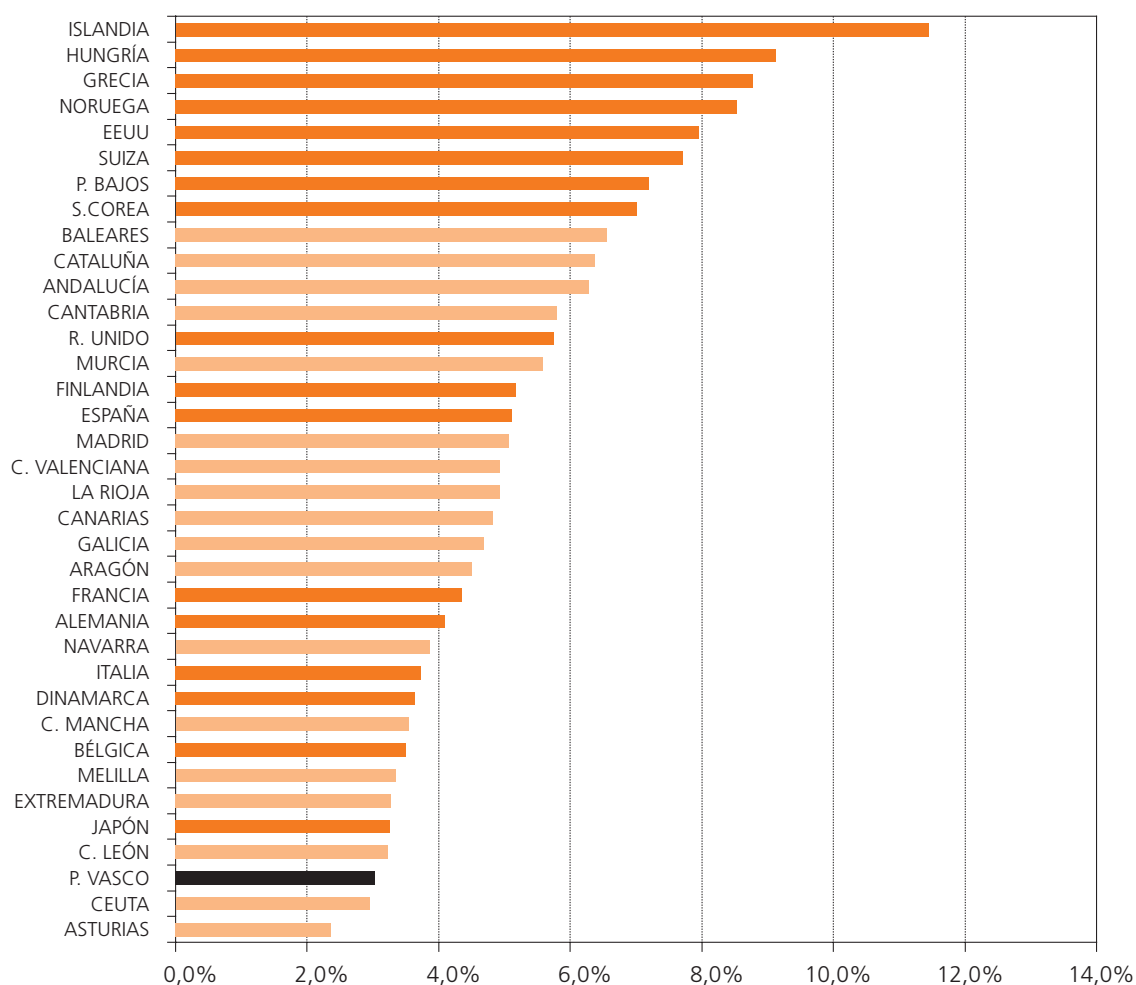
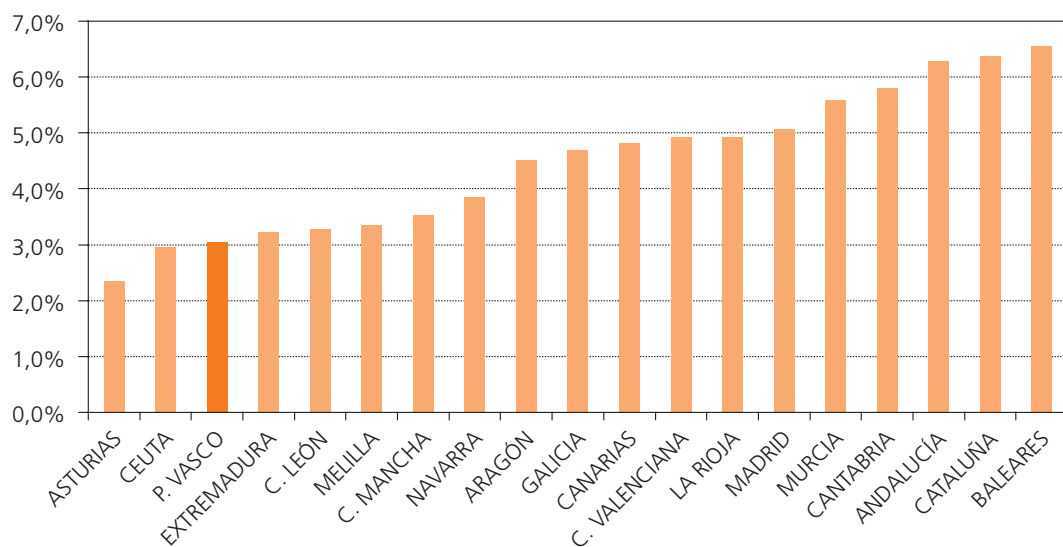


Gráfico 1.9. Actividad Emprendedora Total (TEA) en las CCAA españolas 2009

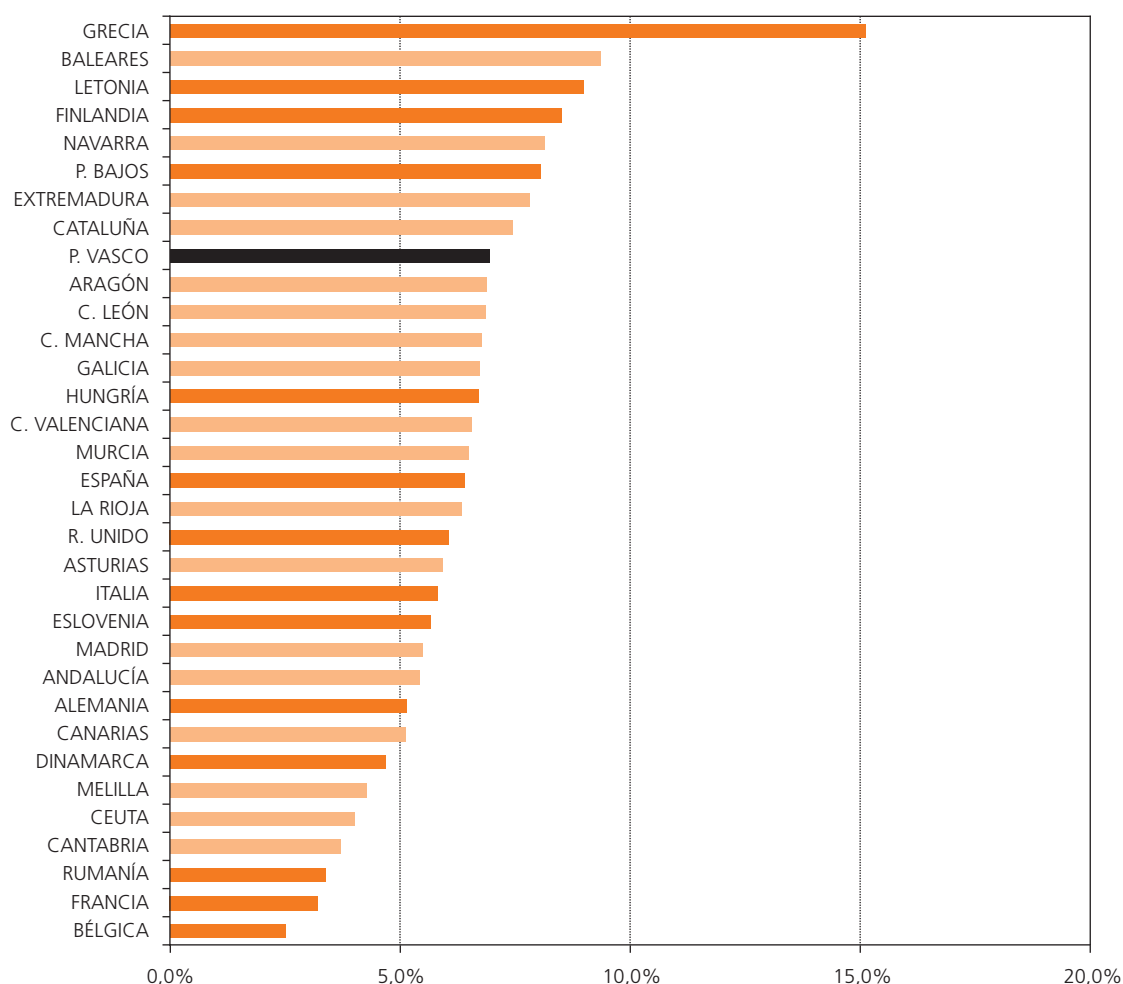


1.3. Posición internacional de la dinámica empresarial de la CAPV

Dedicamos este tercer apartado a profundizar en la actividad empresarial consolidada de la CAPV en el contexto internacional. Para ello, analizamos comparativamente el porcentaje de población adulta implicada en empresas *Consolidadas* (más de 42 meses), agrupando bajo los mismos criterios que en el apartado anterior a los países participantes en el proyecto GEM (países y regiones pertenecientes a la Unión Europea, a la OCDE y CCAA españolas).

El Gráfico 1.10 nos muestra la tasa de población con actividades empresariales *Consolidadas* en la Unión Europea. Grecia lidera este *ranking* por tercer año consecutivo con un 15,1% de población empresaria consolidada lo que supone un incremento muy importante respecto del año pasado. Esto indica que los nuevos negocios que se han generado en los últimos años en ese país se están consolidando sin problemas. Le siguen Letonia, Finlandia y Países Bajos que en ningún caso superan el 9% de población empresaria. La posición de la CAPV vuelve a ser muy positiva en lo que se refiere a tejido empresarial consolidado, ocupando el 5.º puesto del ranking de la UE (sin tener en cuenta al resto de CCAA españolas).

Gráfico 1.10 Porcentaje de población adulta con Empresa Consolidada en los países y CCAA españolas pertenecientes a la UE 2009



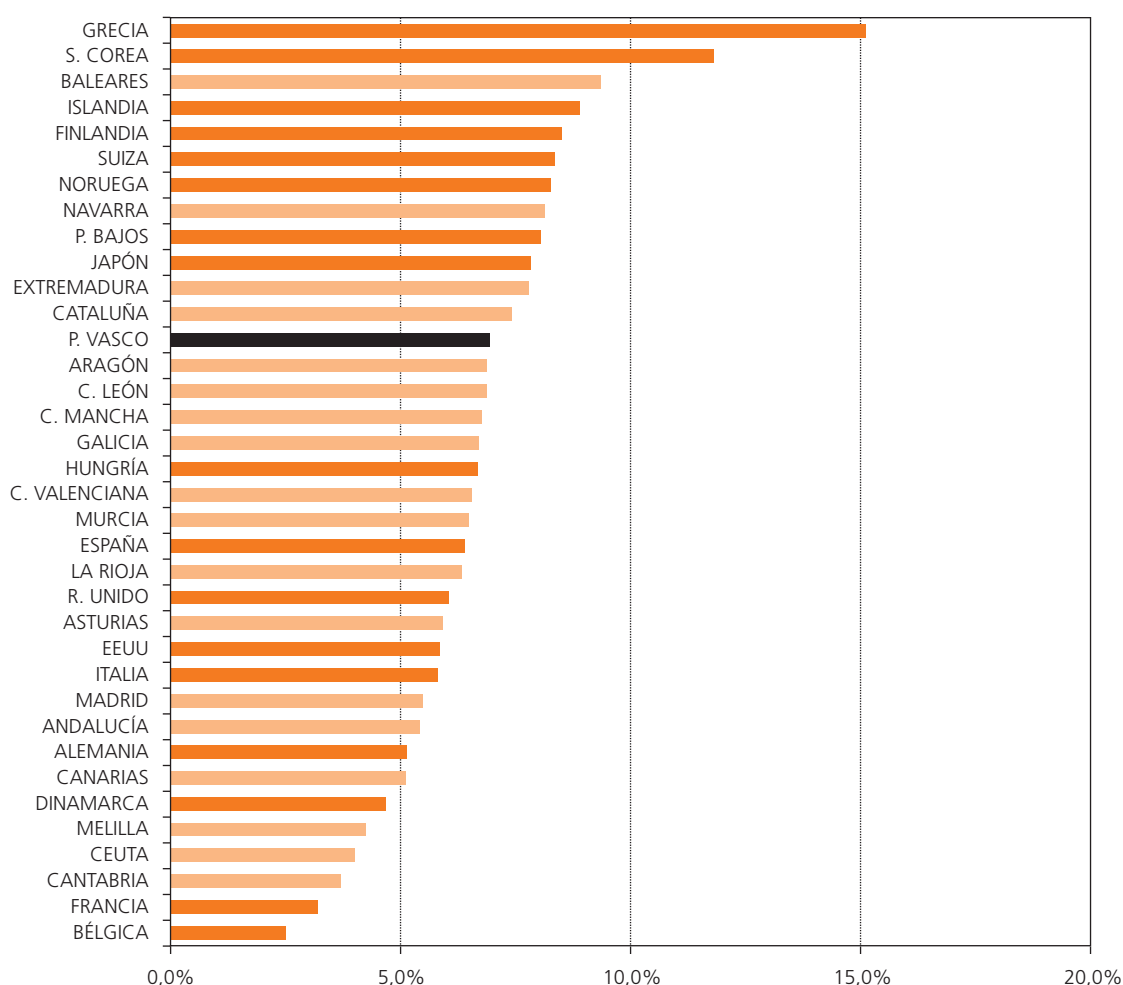
Bélgica, Francia y Rumanía son los países de la UE que cierran el *ranking*, posición que llevan ocupando las últimas 3 ediciones (con la excepción de Letonia), aunque en posiciones diferentes.

En el grupo OCDE (Gráfico 1.11), al igual que el año pasado, destacan de manera muy significativa Grecia y Corea del Sur, con un diferencial muy importante con respecto a los países siguientes: Islandia y

Finlandia. De nuevo, y como ya es tradición, Bélgica y Francia cierran la clasificación, ocupando la CAPV, como el año pasado un puesto muy respetable.

En cuanto a las CCAA españolas, podemos comentar su posición comparativa haciendo uso del mismo gráfico (Gráfico 1.11). Baleares, la comunidad con mayor actividad emprendedora del estado, lidera también el *ranking* de dinámica empresarial, por lo que no resulta extraño observar en ella el mayor índice de cierre empresarial del estado. La CAPV ocupa el quinto puesto, con datos de empresarios consolidados similares a los de Aragón y Castilla y León. En la posición contraria, se encuentran Cantabria y Ceuta que no superan el 4% de su población con empresas de más de 42 meses en el mercado.

Gráfico 1.11. Porcentaje de población adulta con Empresa Consolidada en los países y CCAA españolas pertenecientes a la OCDE 2009

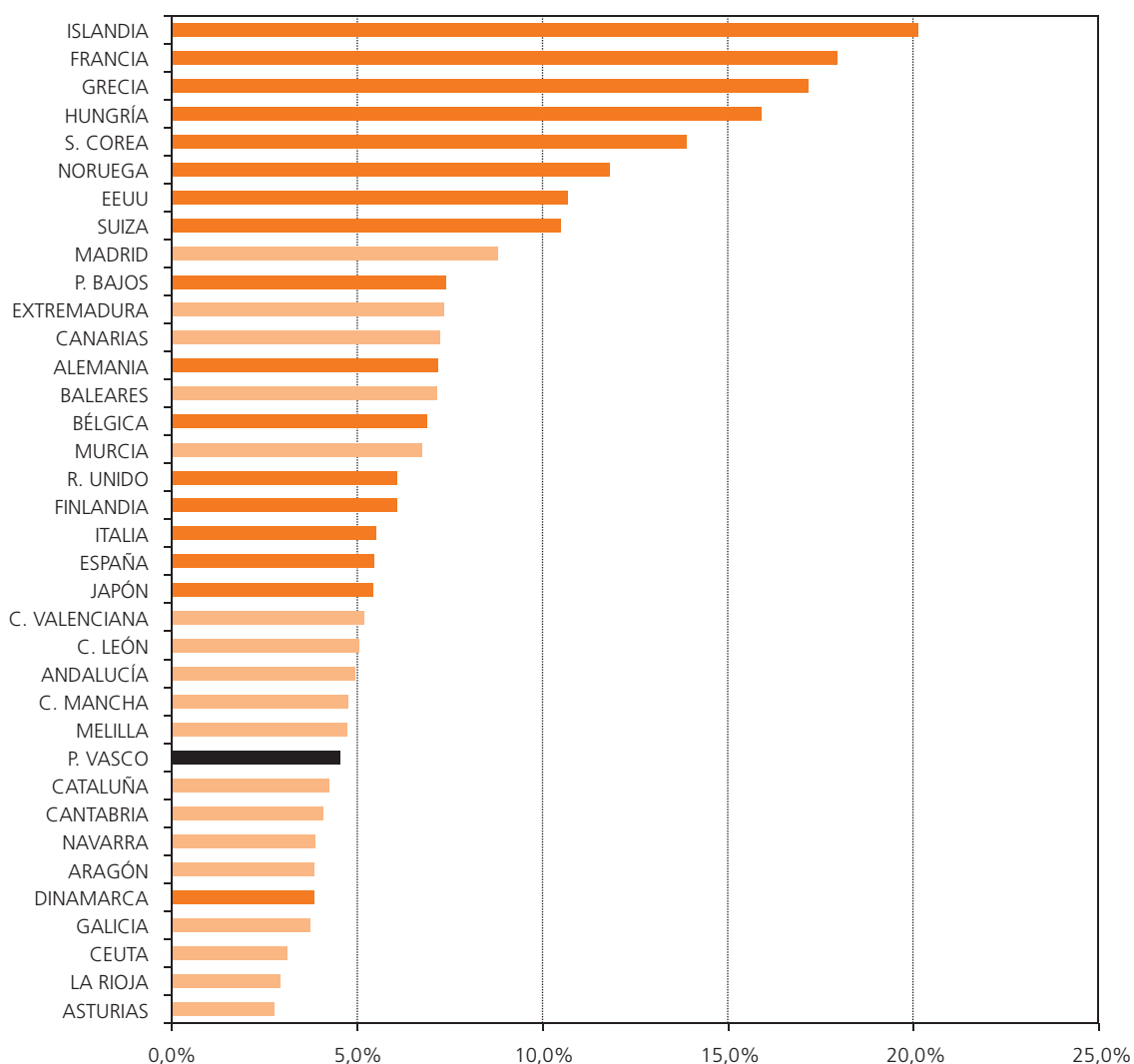


1.4. Potencial emprendedor de la CAPV en el contexto internacional

El nivel de potencial emprendedor regresa en esta edición a los datos acostumbrados en las primeras 4 ediciones (véase Cuadro 1.1), con solo un 3,52% de población que declara que tiene la intención de emprender en los próximos 3 años.

Tal y como podemos observar en el Gráfico 1.12, son Islandia y, sorprendentemente, Francia los países que en esta edición presentan mayor potencial emprendedor futuro. Salvo el caso de Francia, la clasificación refleja una intención comparativa de emprender de los países muy similar a la posición que ocupan en cuanto a actividad emprendedora real (véase Gráfico 1.8).

Gráfico 1.12. Porcentaje de la población adulta que espera emprender en los próximos 3 años en los países y CCAA españolas pertenecientes a la OCDE 2009



La CAPV se encuentra de nuevo en niveles muy cercanos a los de Dinamarca y Japón en lo que se refiere a expectativas futuras de emprender (en el año 2007 la CAPV presentaba el segundo peor dato de los países OCDE), revelando la media española un potencial futuro, igualmente, bastante limitado.

2. Perfil del emprendedor

Los emprendedores son el eje de la actividad emprendedora de una economía y dado que la actividad emprendedora incide directamente en el crecimiento económico de una región (*GEM*, 2008), los emprendedores son individuos clave para el desarrollo económico. Por ello, resulta interesante conocer cuál es su perfil tanto para los responsables de las políticas públicas como para los economistas que trabajan en el fomento del emprendizaje.

En este capítulo se exponen las principales características de los emprendedores de la CAPV y se analizan los motivos por los cuales han optado por esta opción. Por último, se hace especial hincapié en las características psico-sociales de la población emprendedora como de la no emprendedora. Todo esto se analiza por tipo de emprendedor (por ejemplo, naciente, nuevo, consolidado, potencial, emprendedor que ha abandonado el negocio) y desde una perspectiva de género.

2.1. Perfil del emprendedor de la CAPV

La información aportada por los encuestados en el conjunto de la CAPV en el año 2009 describe al colectivo emprendedor con las siguientes características (véase Cuadro 2.1):

- Alrededor del 65% de los emprendedores son varones. Aunque el porcentaje de mujeres sea inferior al de los hombres en todas las fases del proceso emprendedor, en esta edición destaca el bajo porcentaje de mujeres entre el colectivo que ha decidido abandonar la actividad.
- Como promedio, la edad media del emprendedor en las distintas fases de la actividad emprendedora se encuentra entre los 36 y 47 años. Aquellos individuos que potencialmente se convertirán en emprendedores son por término medio los más jóvenes (36,5 años) y aquellos que cuentan con una actividad consolidada y los que han optado por abandonar la actividad son los más mayores (en torno a los 46 años). Entre los emprendedores potenciales, el 38,6% tiene entre 35 y 54 años, sólo el 38,6% cuenta con menos de 24 años y el 21% supera los 45 años de edad.
- La mayoría de los emprendedores cuentan con estudios universitarios o de formación profesional, si bien es verdad que entre los emprendedores nuevos y consolidados el porcentaje de emprendedores con estudios secundarios también es considerable. El porcentaje de emprendedores sin estudios es inferior al 8% en todas las fases de la actividad emprendedora, siendo nulo en el caso de los emprendedores potenciales e inferior al 3,5% en el caso de emprendedores nacientes.
- La mayoría de los emprendedores potenciales, nacientes y nuevos han declarado que la razón para crear su propia empresa ha sido la necesidad de obtener mayor independencia en el ámbito laboral. En el caso de los emprendedores consolidados, las motivaciones principales han sido el mantener el nivel de ingresos u otros que no se han especificado en este estudio. Con respecto a las razones manifestadas en la muestra del año anterior, ha aumentado considerablemente el porcentaje de emprendedores que inicia una actividad con el objetivo de incrementar su independencia o mantener sus ingresos, mientras disminuye el porcentaje de aquellos que optan por emprender para aumentar sus ingresos.
- En términos generales, los datos muestran que la renta anual percibida por los emprendedores ha disminuido considerablemente respecto al año anterior. Según la muestra analizada, el porcentaje de emprendedores con una renta inferior a 20.000 euros ha aumentado de forma importante en todas las fases, salvo en el caso de los emprendedores consolidados. No obstante, resulta curioso

observar que el porcentaje de emprendedores que obtiene una renta superior a los 100.000 euros también ha aumentado, aunque en menor medida, respecto al año anterior.

- En lo que a la experiencia como *Business Angels* se refiere, la mayoría de los emprendedores nunca ha participado como inversor en ningún otro proyecto. No obstante, el porcentaje de emprendedores que ejercen como *Business Angels* ha aumentado de forma significativa desde el ejercicio anterior.

Cuadro 2.1. Características personales de los emprendedores de la CAPV

	CAPV				
	<i>Emprendedor naciente (<3 meses)</i>	<i>Emprendedor nuevo (3-42 meses)</i>	<i>Emprendedor consolidado (>42 meses)</i>	<i>Emprendedor que abandona la actividad</i>	<i>Emprendedor potencial</i>
<i>Sexo</i>					
Varón	58,6%	65,4%	60,8%	74,1%	65,7%
Mujer	41,4%	34,6%	39,2%	25,9%	34,3%
<i>Edad</i>					
Promedio	43,4	39,4	46,6	45,8	36,5
Distribución s/ años					
18-24	6,9%	7,7%	0,7%	0,0%	14,3%
25-34	13,8%	30,8%	11,5%	14,8%	35,7%
35-44	31,0%	30,8%	24,3%	29,6%	28,6%
45-54	27,6%	19,2%	41,9%	25,9%	10,0%
55-64	20,7%	11,5%	21,6%	29,6%	11,4%
<i>Educación</i>					
Sin estudios	3,4%	8,0%	4,1%	7,7%	0,0%
Secundaria	20,7%	32,0%	30,1%	26,9%	22,9%
FP	34,5%	24,0%	35,6%	30,8%	41,4%
Universitaria	41,4%	36,0%	30,1%	34,6%	35,7%
<i>Motivación</i>					
Independencia	50,0%	100,0%	0,0%	—	54,5%
Aumentar ingresos	14,3%	0,0%	0,0%	—	18,2%
Mantener ingresos	28,6%	0,0%	50,0%	—	18,2%
Otros	7,1%	0,0%	50,0%	—	9,1%
<i>Nivel de renta anual</i>					
0-10.000 €	11,8%	0,0%	1,3%	13,3%	4,9%
10.001-20.000 €	35,3%	44,4%	17,9%	33,3%	46,3%
20.001-30.000 €	17,6%	11,1%	26,9%	33,3%	14,6%
30.001-40.000 €	5,9%	22,2%	28,2%	13,3%	17,1%
40.001-60.000 €	17,6%	22,2%	11,5%	0,0%	7,3%
60.001-100.000 €	0,0%	0,0%	10,3%	0,0%	9,8%
> 100.000 €	11,8%	0,0%	3,8%	6,7%	0,0%
<i>Experiencia previa</i>					
Emprendedora					
<i>Business Angel</i> (últimos 3 años)	13,8%	11,5%	12,8%	37,0%	8,6%

Desde la perspectiva de género, los datos muestran que existen ligeras diferencias entre los emprendedores femeninos y masculinos:

- El 100% de las mujeres opina que cuenta con las habilidades necesarias para la creación de una nueva empresa, mientras que el porcentaje de hombres que cree tener dichas habilidades supera

ligeramente el 91%. Hasta ahora las mujeres no se habían mostrado tan seguras de su capacidad emprendedora.

- La edad media de las mujeres emprendedoras es ligeramente inferior al de los hombres.
- En lo que al nivel de estudios realizados se refiere, en esta edición se repite la distribución mostrada en los ejercicios anteriores. El porcentaje de emprendedores que cuenta con estudios universitarios es superior en el colectivo de mujeres que en el de los hombres. No obstante, también es superior el porcentaje de emprendedoras que no tiene estudios y de la misma forma, el porcentaje de emprendedores con estudios de formación profesional también es mayor que el de las emprendedoras.
- Tal y como se ha mostrado en ediciones anteriores, las emprendedoras afirman contar con una renta familiar inferior al de los emprendedores. No sólo el porcentaje de mujeres en los tramos de renta familiar que no superan los 20.000 euros anuales es más elevado, sino que en los tramos de renta superan los 30.000 euros el porcentaje de las emprendedoras es considerablemente más bajo.

Cuadro 2.2. Habilidades para emprender y renta de la población emprendedora en función del género

Pregunta	Categorías de respuesta	Población Emprendedora (%)		
		Hombre	Mujer	Total
Tiene habilidades para la creación de empresas	No	8,8%	0,0%	5,5%
	Sí	91,2%	100,0%	94,5%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%
Edad	Media	41,9	40,9	41,5
Nivel de estudios	No tiene	3,0%	9,5%	5,6%
	Enseñanza obligatoria	21,2%	9,5%	16,7%
	Enseñanza secundaria	3,0%	19,0%	9,3%
	Formación Profesional	36,4%	19,0%	29,6%
	Estudios Universitarios	36,4%	42,9%	38,9%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%
Tramo de renta familiar	0-10.000 €	7,1%	8,3%	7,7%
	10.001-20.000 €	28,6%	50,0%	38,5%
	20.001-30.000 €	14,3%	16,7%	15,4%
	30.001-40.000 €	14,3%	8,3%	11,5%
	40.001-60.000 €	21,4%	16,7%	19,2%
	>100.000 €	14,3%	0,0%	7,7%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%

2.2. Tipos de comportamiento emprendedor

En el momento de emprender un nuevo negocio pueden ser diversas las razones que empujan a la persona emprendedora en la toma de esa decisión, pero principalmente destacan dos razones:

- Persona emprendedora que, aun teniendo otras posibilidades de ser empleado por otra empresa, haya detectado una **oportunidad** y decide iniciar su propia andadura con la intención de explotar una oportunidad de negocio.
- Persona emprendedora que, por falta de una alternativa de trabajo o cualquier otra circunstancia haya tenido la **necesidad** de poner en funcionamiento su empresa.

El objetivo de este apartado es describir cuáles son los principales motivos que han incidido en la creación de las nuevas empresas en la CAPV.

2.2.1. Oportunidad y Necesidad en el Proceso Emprendedor

En base al análisis de los resultados del estudio, el siguiente cuadro resume las cifras relativas a los diversos comportamientos emprendedores en la CAPV, en el 2009, sobre la población de 18-64 años de edad, distinguiendo entre las iniciativas que están en fase naciente (*Start up*), nueva o *baby business* y la tasa de actividad emprendedora (TEA) que aglutinaría a ambas. Tal y como se aprecia, sólo el 12% de emprendedores explica que le ha guiado la necesidad a la hora de crear su empresa. Si el tipo de iniciativa es empresa naciente el argumento de la necesidad aún es mucho menor (4%), siendo en este tipo de iniciativas la oportunidad la razón principal de la creación de la empresa.

Cuadro 2.3. Distribución de iniciativas emprendedoras en función de su fase y motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población de la CAPV de 18-64 años)

Motivo de su creación	Tipo de iniciativa		
	Naciente (SU)	Nueva (BB)	TEA : SU+BB
Oportunidad pura	48,0%	40,7%	44,0%
Oportunidad en parte	48,0%	40,7%	44,0%
Necesidad	4,0%	18,5%	12,0%

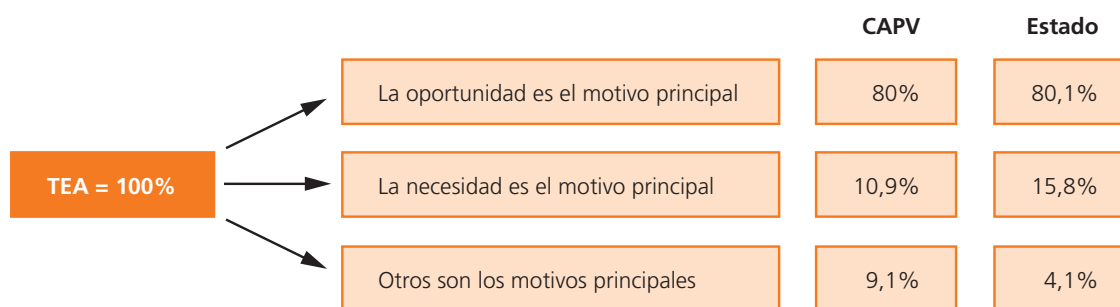
Si hacemos una comparación histórica de los motivos que empujan a los emprendedores a crear su empresa (véase Cuadro 2.4), vemos como no sufren una variación significativa los resultados de este año. La motivación basada en la oportunidad se ha mantenido alrededor del 80%, excepto en los años que no se daba la opción de mostrar *otro caso* como razón de la creación y el porcentaje de las dos opciones planteadas eran mayores por esa razón.

Cuadro 2.4. Evolución del tipo de comportamiento emprendedor en la CAPV como porcentaje de la población adulta y como porcentaje del TEA total

Año de medición	TEA	TEA oportunidad	TEA necesidad	TEA otro caso
2004	5,3 (100%)	4,4 (84%)	0,9 (16%)	n.d.
2005	5,4 (100%)	4,7 (87%)	0,7 (13%)	n.d.
2006	5,4 (100%)	4,7 (87%)	0,7 (13%)	n.d.
2007	6,4 (100%)	5 (78%)	0,7 (10%)	0,7 (12%)
2008	6,8 (100%)	5,6 (82%)	0,8 (12%)	0,4 (7%)
2009	2,8 (100%)	2,2 (80%)	0,3 (10%)	0,3 (10%)

Asimismo, si se comparan los datos de la CAPV con los del Estado (véase Gráfico 2.1), se aprecia que no hay ninguna diferencia entre los que han mostrado la oportunidad como el principal motivo de creación, siendo de alrededor del 80% en ambos casos. Sin embargo, se constata una diferencia en los que han expuesto la necesidad como motivo principal de creación, siendo mayor en el conjunto del Estado que en la comunidad vasca. En esta última, el 9% esgrimen otras razones como motivos de su actividad emprendedora.

Gráfico 2.1. Distribución de la actividad emprendedora total 2009 en función del principal motivo de la creación

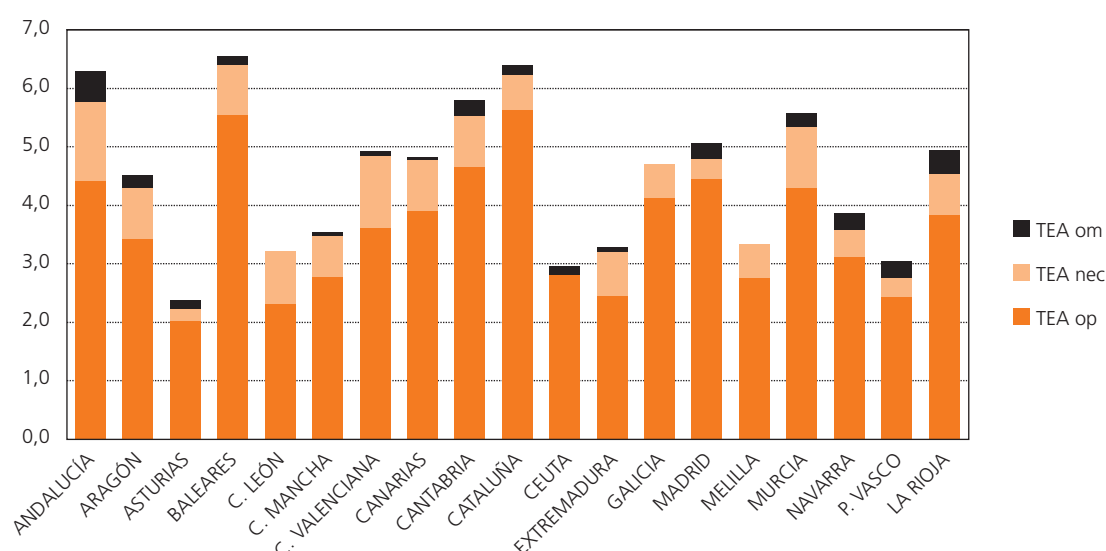


Si se comparan los datos de la CAPV con las de otras comunidades del estado (véase el Gráfico 2.2) se aprecia que la tasa emprendedora es casi la más baja, siendo sólo más bajas las tasas de Asturias (2,3%) y Ceuta (2,9%). Las comunidades que muestran mayor tasa de creación de empresas son Baleares (6,5%), Cataluña (6,4%) y Andalucía (6,2%).

Atendiendo a los motivos de su creación, son los catalanes (5,5%) quienes crean respondiendo principalmente a motivos de oportunidad, seguidos por los cántabros (4,7%) y madrileños (4,5%). Andalucía (1,3%), Comunidad Valenciana (1,2%) y Murcia (1,0%), por el contrario, son las comunidades donde el motivo de la necesidad, aun siendo menor que el motivo de oportunidad, muestra los índices más altos.

El claro predominio de la motivación de emprender por oportunidad es propia de los países desarrollados y se repite tanto en los países de la UE, así como en la mayoría de los países de la OCDE que participan en GEM.

Gráfico 2.2. Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en las CCAA españolas

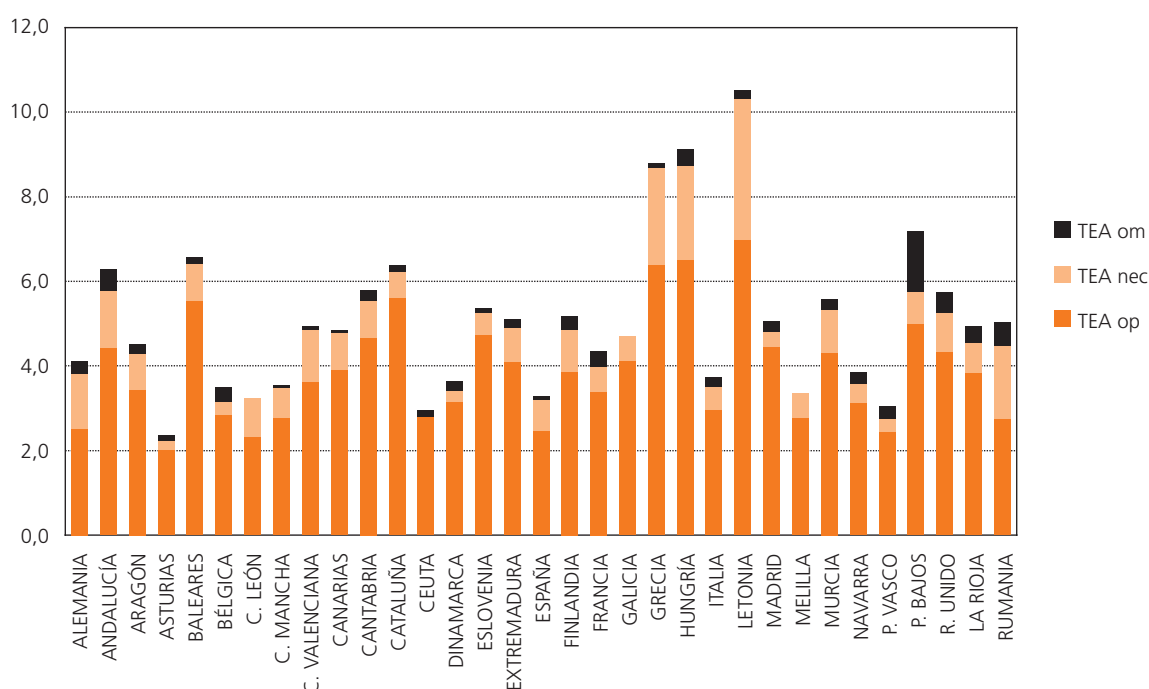


A nivel europeo, los países que mayor tasa emprendedora muestran son Letonia (10,5%), Hungría (9,1%) y Grecia (8,9%). Aunque ese liderazgo les viene en gran medida por la alta tasa de actividad emprendedora por motivos de necesidad y en contra de lo que se pueda pensar, los tres casos muestran un índice por oportunidad superior a los otros países del estudio. Los países que han demostrado peor índice

ce emprendedor son, en este orden, Bélgica (3,5%), Dinamarca (3,6%), Italia (3,7%) y Francia (4,4%), básicamente atendiendo a razones de oportunidad.

Si se comparan estos datos con los de la CAPV, se ve que los resultados son aún más bajos que en los países que menos han emprendido. Analizando la motivación del emprendizaje, la comunidad autónoma ofrece índices parecidos a los de los países más desarrollados en cuanto al emprendimiento por necesidad se refiere. Es en el emprendizaje por oportunidad donde bajan los resultados.

Gráfico 2.3. Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en los países UE y CCAA españolas participantes en GEM 2009



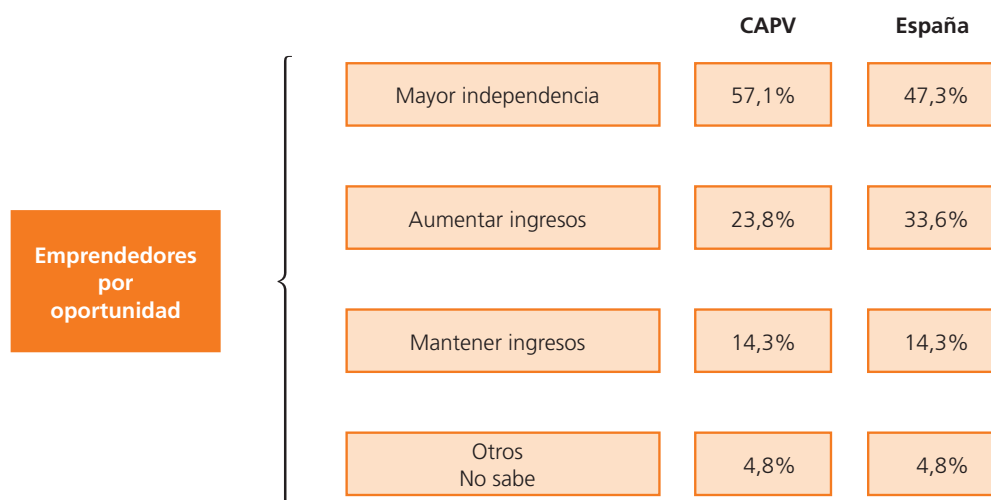
2.2.2. Análisis de otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en la CAPV

Cuando un emprendedor potencial detecta una oportunidad y toma la decisión de llevar a cabo un *start-up*, bajo esa intención existen, además, otros motivos más personales relacionados, generalmente, con su desarrollo personal y profesional. Entre esas razones se pueden encontrar la búsqueda de mayor independencia y aumentar o mantener los ingresos y por ende el nivel de vida.

Si se comparan los datos de la CAPV con los datos del Estado, como bien se puede apreciar en la Gráfico 2.4, éstos muestran algunos signos diferentes de donde se desprenden las siguientes conclusiones:

- Mientras que en el CAPV más de la mitad de los que emprenden una nueva actividad por oportunidad lo hacen para lograr mayor grado de independencia (57,1%), en el Estado esa motivación complementaria mueve al 47,3% de los emprendedores.
- En el Estado prácticamente el mismo porcentaje de las personas que emprenden por la búsqueda de mayor independencia lo hace por aumentar o mantener los ingresos (47,9%), mientras que en la CAPV no llegan al 40% los que emprenden por este motivo.
- El porcentaje de personas que han mostrado como motivo complementario algún otro caso o a los que la oportunidad les ha venido mediante la empresa familiar no muestran variación en la CAPV respecto al conjunto del Estado.

Gráfico 2.4. Otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en el Estado y en la CAPV



2.2.3. Perspectiva del género en el comportamiento emprendedor

Atendiendo a la perspectiva de género, la drástica disminución que ha sufrido el TEA global ha tenido mayor repercusión negativa en las mujeres que en los hombres. Mientras que la tasa de actividad emprendedora de los hombres ha disminuido en un 56%, esa misma tasa en las mujeres ha sufrido un descenso del 65%. Igualmente el ratio mujer/hombre ha caído hasta el 0,61, muy lejos del 0,82 del año 2006, pero por encima del mismo ratio del 2005.

Cuadro 2.5. Evolución del TEA en función del género

	CAPV										
	2004	2005	Δ	2006	Δ	2007	Δ	2008	Δ	2009	Δ
TEA	5,29	5,4	2%	5,44	0,70%	6,37	17,10%	6,8	7%	2,75	-60%
TEA Mujer	2,69	3,95	47%	4,91	24%	3,85	-21,60%	5,9	53%	2,08	-65%
TEA Hombre	7,71	6,97	-1%	5,97	-14%	8,86	48,40%	7,8	-12%	3,43	-56%
Ratio Mujer/Hombre	0,35	0,56	—	0,82	—	0,43	—	0,76	—	0,61	

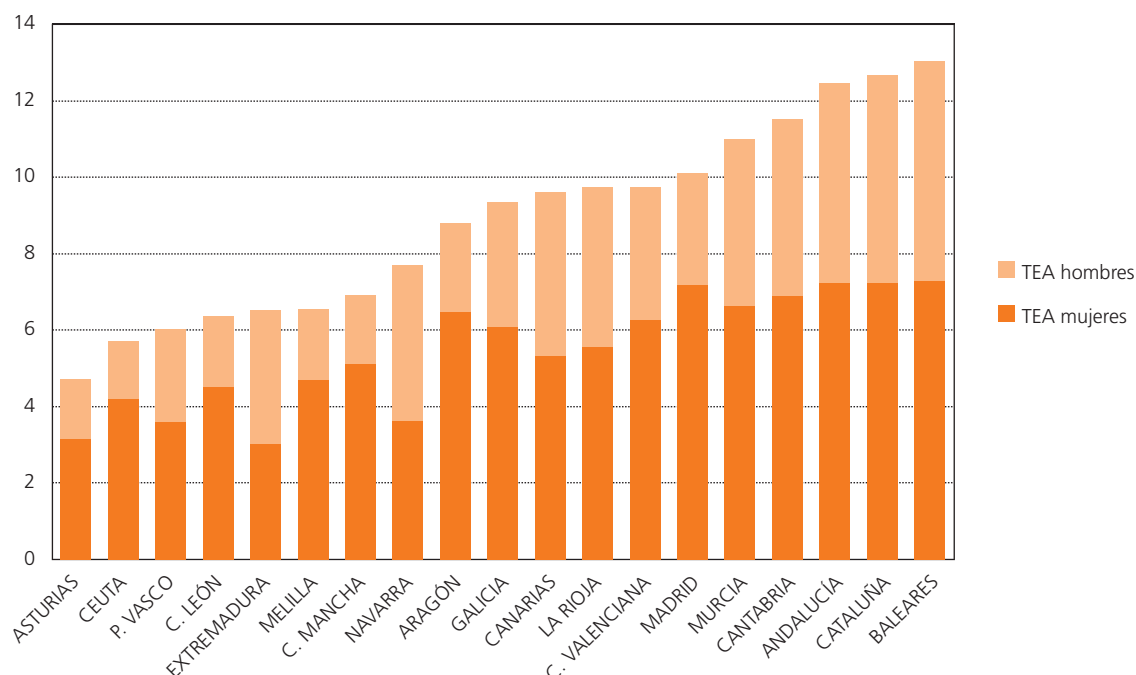
En cuanto a los motivos que han empujado a la creación de la empresa, ha sido casi el mismo porcentaje de mujeres que de hombres que lo han hecho por necesidad, siendo el ratio mujer/hombre del 0,98. Se deduce así que la bajada del ratio ha venido originado por la actividad emprendedora que ha tenido como transfondo la oportunidad u otros como motivos para su creación.

Cuadro 2.6. Actividad emprendedora incipiente por oportunidad y necesidad en función del género

TEA	Total (%)	Mujeres (%)	Hombres (%)	Ratio mujer-hombre
Por oportunidad	2,2%	1,7%	2,7%	0,62
Por necesidad	0,3%	0,3%	0,3%	0,98
Otros	0,3%	0,1%	0,4%	0,25
Total	2,8%	2,1%	3,4%	0,61

Analizando los datos por Comunidades Autónomas, la CAPV muestra unos ratios mujer/hombre parecidos a la mayoría de las comunidades y que se sitúa en torno al 0,65, bastante por encima de las comunidades autónomas como Castilla-La Mancha, Ceuta (0,35), Aragón (0,36), Melilla (0,39), Castilla y León (0,39) y Madrid (0,41). Las comunidades que muestran ratios más paritarios son Extremadura y Navarra, donde la tasa emprendedora de las mujeres supera a la de los hombres. Otras comunidades que se acercan a la paridad son Canarias (0,79), Baleares (0,78), La Rioja (0,74) y Cataluña (0,74).

Gráfico 2.5. Actividad emprendedora incipiente masculina y femenina (Regiones españolas)



2.3. Características psico-sociales de los emprendedores

La literatura basada en la sociología y psicología ha mostrado que las cualidades psicológicas y sociológicas de los individuos también pueden influir en su propensión al emprendizaje. La capacidad de asumir riesgos, la confianza en la capacidad de uno mismo y la habilidad para detectar oportunidades de negocio son cualidades que pueden contribuir al emprendizaje.

En este apartado se describen las características psico-sociales de la población emprendedora y este perfil se compara con la de la población no emprendedora. Además, se analizan estas características en función del género.

La mayoría de la población, tanto emprendedora como no emprendedora, afirma no tener miedo al fracaso, lo que podría favorecer el que los individuos se aventuraran a crear su propia actividad. No obstante, la población emprendedora se muestra más segura ante la posibilidad de fracasar. Desde la perspectiva de género, tal y como se mostraba en ediciones anteriores, el porcentaje de hombres (tanto emprendedores como no) que confiesen tener temor al fracaso es menor.

La percepción de oportunidades es otra de las variables que puede impulsar el emprendizaje. No obstante, la mayoría de la población de la CAPV, incluso en el colectivo emprendedor, confiesa no ser capaz de percibir oportunidades de negocio para crear un negocio en los próximos seis meses. Desde una perspectiva de género entre la población no emprendedora, los hombres se muestran más optimistas que las mujeres, mientras que en esta edición, en la población emprendedora hay un porcentaje superior de mujeres que afirma percibir oportunidades de negocio a corto plazo.

Por último, otro de los factores que puede promover el emprendizaje es el conocimiento de la red emprendedora. Mientras que el 67% del colectivo emprendedor afirma conocer a otros emprendedores, sólo el 24% de la población no emprendedora conoce a personas que han creado su propia actividad. En ambos casos, el porcentaje mujeres que conocen a otros emprendedores es menor que el de los hombres.

Cuadro 2.7. Factores psico-sociales en función del género

<i>Afirmación</i>		<i>Población NO Emprendedora (%)</i>			<i>Población Emprendedora (%)</i>		
		<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>	<i>Total</i>	<i>Hombre</i>	<i>Mujer</i>	<i>Total</i>
Temor al fracaso le frena a crear empresa	No	60,3%	56,9%	58,5%	82,4%	66,7%	76,4%
	Sí	39,7%	43,1%	41,5%	17,6%	33,3%	23,6%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Percibe oportunidades para crear un negocio en los próximos 6 meses	No	80,3%	87,8%	84,1%	64,5%	55,0%	60,8%
	Sí	19,7%	12,2%	15,9%	35,5%	45,0%	39,2%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Conoce a emprendedores	No	71,5%	79,4%	75,6%	29,4%	38,1%	32,7%
	Sí	28,5%	20,6%	24,4%	70,6%	61,9%	67,3%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

3. Perfil de las empresas creadas como resultado de la actividad emprendedora en la CAPV

La actividad emprendedora se materializa a través de la creación de nuevas iniciativas empresariales. A pesar de la heterogeneidad que existe en su composición, tales iniciativas o empresas nuevas cuentan con una serie de características que las definen en términos generales dentro de un territorio. En este capítulo describimos cuál es ese perfil característico para el conjunto de iniciativas emprendedoras existentes en la CAPV durante el 2009.

De manera más concisa, este capítulo se centra en el análisis de las características que definen a las empresas resultantes de la actividad emprendedora en cuanto a:

- Dimensión del negocio.
- Actividad económica desarrollada.
- Contenido innovador.
- Carácter internacional.

Cuadro 3.1. Perfil característico de las iniciativas emprendedoras (de 0 a 42 meses) en la CAPV en el 2009

	<i>Iniciativas emprendedoras (de 0 a 42 meses)</i>
<i>Dimensión del negocio</i>	
N.º socios emprendedores	2,0
N.º empleados actual	2,1
N.º empleados esperado a 5 años	2,8
<i>Actividad económica desarrollada</i>	
Industria	23,6%
Servicios	76,4%
<i>Contenido innovador</i>	
Producto único	14,5%
Ausencia de competidores en el mercado	18,2%
Uso de nuevas tecnologías con menos de 1 año	7,3%
<i>Carácter internacional</i>	
Ningún cliente en el exterior	64,7%
Hasta el 25% de clientes en el exterior	13,7%
Entre el 26% y 75% de clientes en el exterior	13,7%
Más del 75% de clientes en el exterior	7,9%

El Cuadro 3.1 recoge brevemente los aspectos más diferenciadores que durante el 2009 distinguieron a las iniciativas emprendedoras de hasta 42 meses de actividad en cada uno de estos temas. En general, las iniciativas emprendedoras localizadas en la CAPV en el 2009 se caracterizaron por tener una

dimensión reducida en términos organizacionales, ya que estaban compuestas por 2 socios emprendedores y generaban un empleo medio de 2,1 empleados, con aspiraciones a crecer hasta alcanzar una media de 2,8 empleados dentro de 5 años. Con más de tres cuartas partes del total, eran empresas orientadas principalmente a la prestación de servicios. Además, un 14,5% ofrecía un producto único, un 18,2% no percibía ninguna competencia y un 7,3% usaba tecnologías recientes con menos de 1 año de antigüedad. Finalmente, aunque la mayoría de ellas no exportaba, un notable 35,3% servía sus productos y servicios a clientes localizados fuera del país con distintos tramos de intensidad.

Dado que las empresas atraviesan distintas etapas críticas antes de consolidarse, es importante distinguir las iniciativas emprendedoras que apenas empiezan a gestarse de las que ya han dado sus primeros pasos hacia la consolidación. Por ello, en los siguientes apartados hacemos una descripción por temas más detallada del perfil característico de las empresas en función del grado de madurez del negocio, esto es, diferenciamos entre iniciativas nacientes (que tienen menos de 3 meses de actividad) e iniciativas nuevas (que tienen entre 3 y 42 meses de actividad), y las comparamos con los negocios consolidados (que tienen más de 42 meses de actividad).

3.1. Dimensión y potencial de crecimiento de los negocios emprendedores

Las características iniciales de los negocios emprendedores determinan su posterior rendimiento e impacto potencial, siendo el tamaño o dimensión del proyecto una de las características cruciales que más influyen en el éxito empresarial. En este apartado nos referimos a la dimensión del negocio tanto en términos de inversión económica para el caso de las iniciativas nacientes, como en tamaño organizacional para el resto de iniciativas. Asimismo, analizaremos el potencial de crecimiento en base al empleo esperado en el futuro.

3.1.1. Dimensión de la inversión de las iniciativas nacientes

La importancia que tiene el tamaño de la inversión de los proyectos emprendedores radica no sólo en que dicha inversión sea suficiente para poner en marcha la nueva empresa, sino también para sobrevivir durante un tiempo sin generar ingresos hasta que se consiga entrar en el mercado y atraer a los primeros clientes. Especialmente en épocas de crisis, la dimensión en términos de inversión puede resultar ser un elemento crucial para soportar los inconvenientes de ser nuevo en el mercado.

Centrándonos en las iniciativas emprendedoras nacientes que surgieron en el 2009, la inversión total media que caracterizó la puesta en marcha de estos proyectos fue de 137.295 euros (véase Cuadro 3.2).

Se trata de una inversión inicial que el 21% de los emprendedores nacientes asumió completamente en solitario, lo cual refleja el nivel de compromiso que éstos tienen con la dimensión de sus proyectos.

Al distribuir la muestra según el tamaño de la inversión, encontramos que el 52,6% de las iniciativas nacientes se inició con una inversión igual o superior a los 50.000 euros. Esta cifra es significativa debido a que representa un monto a partir del cual los proyectos empiezan a tener dificultades para conseguir financiación a través de canales tradicionales, necesitando por lo tanto de inversores profesionalizados, como por ejemplo, los *business angels*.

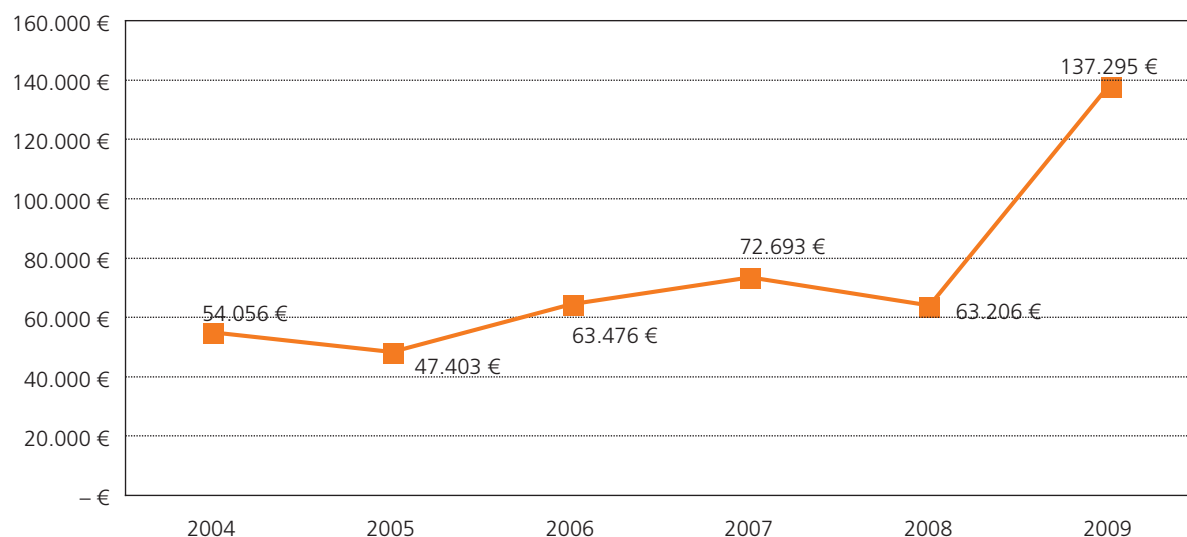
Cuadro 3.2. Dimensión de la inversión que tuvieron los proyectos emprendedores nacientes (< 3 meses de actividad) existentes en la CAPV en el 2009

	<i>Iniciativas nacientes (< 3 meses)</i>
Inversión inicial total	137.295 euros
Emprendedores que asumieron la inversión inicial total al 100%	21%
Proyectos con una inversión inicial total de 50.000 euros o más	52,6%

En general, los proyectos nacientes en la CAPV tienen hoy en día una mayor dimensión en cuanto al tamaño de su inversión inicial. De hecho, cuando comparamos con años anteriores, podemos observar que la inversión inicial de estos proyectos ha ido creciendo paulatinamente; sin embargo, en el último año el incremento ha sido considerablemente notable (véase Gráfico 3.1). Detrás de este fenómeno pue-

de encontrarse la necesidad de emprender con mayores recursos para poder sobrevivir en este periodo de crisis que actualmente afecta a la economía. De ahí que, a pesar de haberse experimentado una menor intensidad de la actividad emprendedora en la CAPV durante el 2009, los proyectos nacientes que surgieron en el último año cuentan con una mayor inversión inicial.

Gráfico 3.1. Evolución de la dimensión de los proyectos emprendedores nacientes (< 3 meses de actividad) en la CAPV según la inversión inicial total



3.1.2. Dimensión organizacional de los proyectos emprendedores

Desde el punto de vista organizacional, el tamaño de los proyectos se ve reflejado en el número de socios emprendedores y de empleados, que son quienes componen la empresa como un ente organizacional. Ambos grupos representan una medida de la capacidad con la que la organización puede afrontar el mercado.

Considerando en primer lugar el tamaño del equipo que lidera el proyecto, las iniciativas emprendedoras existentes en el 2009 contaban con un promedio de 2 socios emprendedores (véase Cuadro 3.3). Esta cifra es bastante similar a la que tenían los negocios consolidados (1,9 socios), e incluso similar a la que mostraban separadamente las iniciativas emprendedoras nacientes (1,9 socios) y nuevas (2 socios).

Cuadro 3.3. Tamaño del equipo emprendedor de las iniciativas de negocio existentes en la CAPV en el 2009

	Iniciativas emprendedoras			Negocios consolidados (> 42 meses)
	Nacientes (< 3 meses)	Nuevas (de 3 a 42 meses)	Total (Nacientes + Nuevas)	
N.º socios emprendedores	1,9	2,0	2,0	1,9
Emprendedor individual	48,3%	53,6%	50,9%	60,8%
Equipo emprendedor (> 1 emprendedor)	51,7%	46,4%	49,1%	39,2%

No obstante, al comparar el porcentaje de proyectos emprendedores llevados a cabo por equipos emprendedores, en lugar de emprendedores individuales, las diferencias son más destacables entre los distintos tipos de proyectos. Mientras los negocios consolidados estaban liderados en su mayoría por emprendedores individuales (60,8% de los negocios consolidados), casi la mitad del total de iniciativas

emprendedoras estaba en manos de equipos emprendedores (49,1% de las iniciativas emprendedoras). Distinguiendo entre iniciativas emprendedoras nacientes y nuevas, son estas últimas las que menos representadas por equipos emprendedores estaban durante el 2009, ya que sólo el 46,5% de ellas tenía más de un emprendedor frente a un 51,7% de los proyectos en fase nacientes.

Como segunda medida de dimensión organizacional, el número de empleados que tienen las iniciativas emprendedoras deja ver que las mismas cuentan con un menor tamaño que los negocios consolidados. Por ejemplo, mientras los negocios consolidados existentes en el 2009 tenían un tamaño medio de 4,4 empleados, las iniciativas emprendedoras contaban con una media de 2,1 empleados (véase Cuadro 3.4). Más aún, mientras el 88,1% de los negocios consolidados eran micro-empresas de menos de 10 empleados, este porcentaje alcanzaba el 96,3% en el caso de las iniciativas emprendedoras. Ciertamente, las nuevas empresas suelen sufrir de una serie de desventajas frente a las empresas existentes debido no sólo a la falta de conocimiento sobre el mercado, sino también por la limitación de recursos tanto físicos como humanos.

Dentro de las iniciativas emprendedoras, aquellas que se encontraban en fase naciente mostraron un mayor número medio de empleados que las iniciativas nuevas (3 empleados frente a 2,1, respectivamente). Esto coincide en cierta manera con el hecho de que, tal y como comentábamos antes, la inversión inicial de estas iniciativas nacientes en el 2009 fue notablemente mayor que en años anteriores. Sin embargo, pese a tener un tamaño de empleo medio más alto, las iniciativas nacientes estaban compuestas por una mayor proporción de micro-empresas que las iniciativas nuevas (100% de los casos frente al 96,2%, respectivamente).

Cuadro 3.4. Tamaño en empleo (sin incluir al equipo emprendedor) a julio de 2009 de las iniciativas de negocio existentes en la CAPV

	<i>Iniciativas emprendedoras</i>			<i>Negocios consolidados (> 42 meses)</i>
	<i>Nacientes (< 3 meses)</i>	<i>Nuevas (de 3 a 42 meses)</i>	<i>Total (Nacientes + Nuevas)</i>	
N.º empleados	3,0	2,1	2,1	4,4
Micro-empresas (< 10 empleados)	100,0%	96,2%	96,3%	88,1%

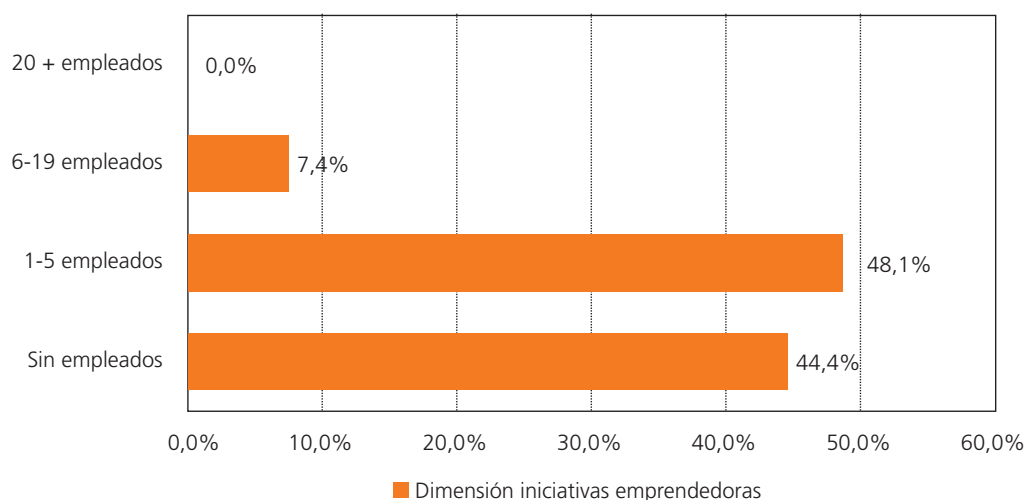
En general, las iniciativas emprendedoras son casi en su totalidad pequeñas y medianas empresas (pymes) que no superan los 250 empleados. Precisamente, dentro de la CAPV el tejido empresarial se encuentra compuesto por una gran mayoría de este tipo de empresas. Las pymes, tanto consolidadas como aquellas que aún están en una fase emprendedora, representan el 99,8% de la población de empresas vascas y, con un tamaño medio de casi 4 empleados, tienen un peso de más del 70% en el empleo total. Esta importancia que tienen las pymes en la CAPV se ha mantenido prácticamente invariable e incluso se ha incrementado ligeramente en la última década (véase Cuadro 3.5).

Cuadro 3.5. Evolución del tamaño y peso de la población total de Pymes localizadas en la CAPV, 1997-2008

	1997	1999	2001	2002	2004	2006	2007	2008
Peso de las PYMES (% empresas)	99,9%	99,9%	99,8%	99,8%	99,8%	99,8%	99,8%	99,8%
Peso de las PYMES (% empleo)	70,5%	71,2%	71,1%	71,5%	72,6%	72,6%	73,3%	73,4%
Tamaño medio PYMES (n.º empleados)	3,36	3,45	3,58	3,66	3,76	3,80	3,74	3,76

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del EUSTAT, DIRAE.

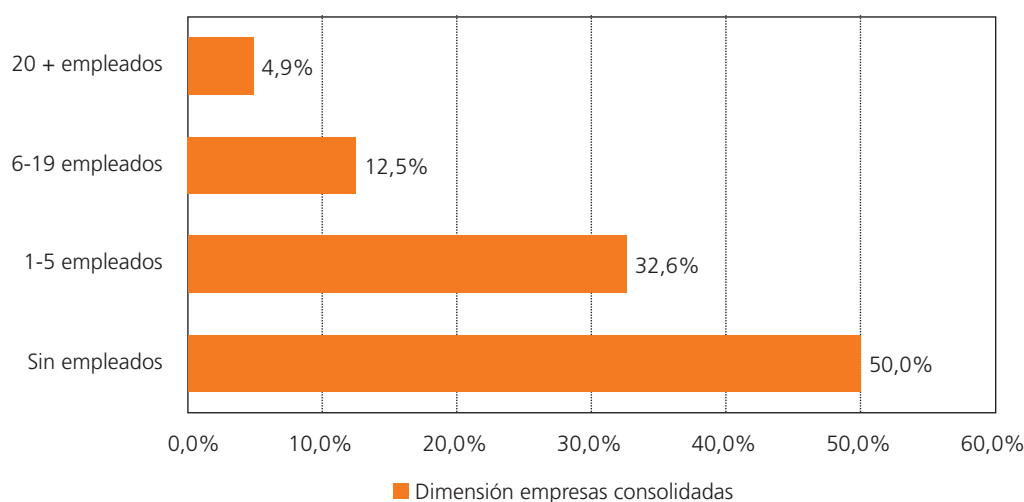
Gráfico 3.2. Distribución de las iniciativas emprendedoras (de 0 a 42 meses) existentes en la CAPV según el número de empleados a julio de 2009



Estos datos demuestran que las iniciativas emprendedoras identificadas en el 2009 por el proyecto GEM tenían un tamaño medio de empleo no sólo menor que el de los negocios consolidados, sino también que el de la población real de pymes. No obstante, su contribución a la generación de empleos puede resultar interesante si observamos cómo se distribuyen en los distintos tramos de empleo. El Gráfico 3.2 presenta la muestra de iniciativas emprendedoras existentes en el 2009, estratificada en función del número de empleados. Una gran proporción de estas iniciativas se concentró en el tramo de 1 a 5 empleados (48,1% de los casos), y absolutamente ninguna se encontró en el tramo de 20 o más empleados. Por otro lado, el 44,4% eran iniciativas emprendedoras sin empleados, mientras que un 7,4% tenía entre 6 y 16 empleados.

Por el contrario, la mitad de los negocios consolidados estaba representada por proyectos de autoempleo que no tenían personal en plantilla (50% de los casos). Del resto, una parte importante se concentraba en los tramos de 1 a 5 empleados (32,6%) y de 6 a 19 empleados (12,5%). Asimismo, a diferencia de las iniciativas emprendedoras, un 4,9% del total contaba con 20 o más empleados (véase Gráfico 3.3).

Gráfico 3.3. Distribución de los negocios consolidados (más de 42 meses) existentes en la CAPV según el número de empleados a julio de 2009

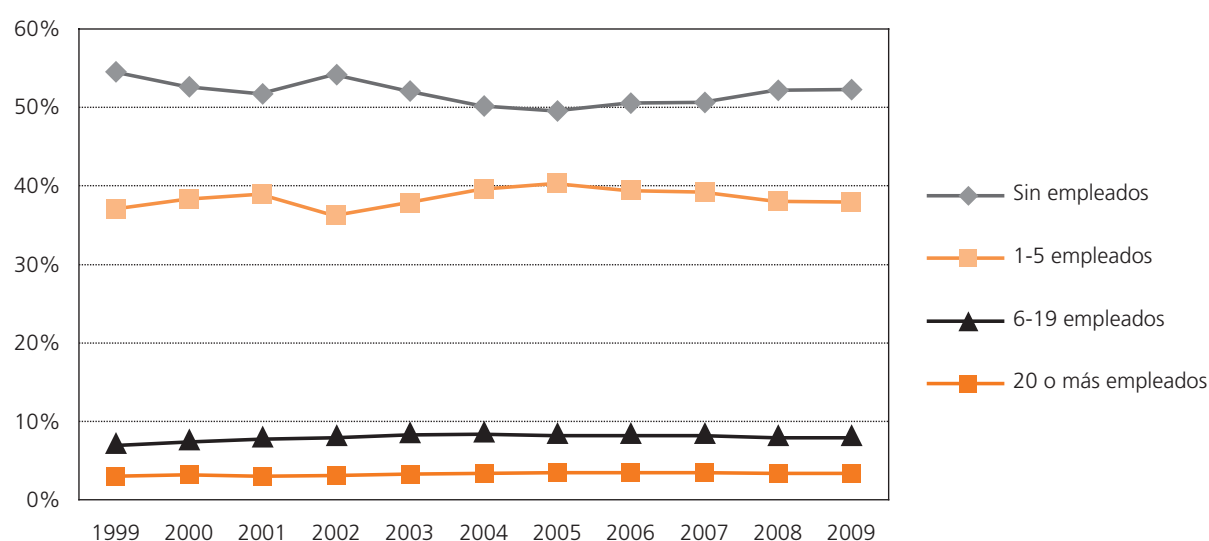


Comparativamente, si bien en el 2009 no se identificaron iniciativas emprendedoras en el tramo de 20 o más empleados, la proporción de ellas que no generaba empleo (44,4%) era menor que la de las empresas consolidadas (50%). Por ello, es de esperar que, una vez que se consoliden, las iniciativas em-

prendedoras generen un impacto en la disminución del peso que tienen los proyectos de autoempleo en el conjunto de empresas existentes.

Al analizar la población de empresas existentes en la CAPV a partir de datos del Directorio Central de Empresas del INE (DIRCE), podemos observar que, efectivamente, alrededor de la mitad de ellas son negocios de autoempleo y que cerca del 40% representan negocios de 1 a 5 empleados (véase Gráfico 3.4). El 10% restante los constituyen los proyectos de 6 a 19 empleados y de 20 o más empleados. Sin embargo, en el último año no observamos ninguna variación significativa en la distribución que tiene la población de empresas en cada uno los tramos de empleo analizados.

Gráfico 3.4. Evolución de la distribución de la población de empresas en la CAPV por tramos de empleo, 1999-2009²



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE, DIRCE.

3.1.3. Potencial de crecimiento de los proyectos emprendedores

Las expectativas de crecimiento son un reflejo característico del optimismo y la percepción de viabilidad que el emprendedor tiene sobre las oportunidades que busca explotar. Detrás de dicha intención, existe un deseo de logro que incentiva el comportamiento futuro del emprendedor. En la CAPV, este optimismo se manifiesta en mayor o menor intensidad según el tipo de proyecto.

Tal y como muestra el Cuadro 3.6, las iniciativas emprendedoras en 2009 esperaban tener un promedio de 2,8 empleados a cinco años vista, mientras que los negocios consolidados esperaban tener 4,3 empleados. Esto supuso para las iniciativas emprendedoras un crecimiento medio esperado de 1,4 empleados, que a su vez significó una expectativa de crecimiento del 129,4% con respecto al empleo actual. Para los negocios consolidados, en cambio, supuso un crecimiento medio esperado de 0,5 empleados que en términos relativos apenas representaba un aumento medio del 26,7%. No obstante, si bien las iniciativas emprendedoras mostraron una mayor intención de crecer en empleo medio, sólo el 1,8% de ellas esperaba un crecimiento de 10 o más empleados, mientras que entre los negocios consolidados esta intención de alto crecimiento estaba presente en el 2,1% de los casos.

Aunque las iniciativas emprendedoras mostraron mayores expectativas de crecimiento que los negocios consolidados, las intenciones de crecer no fueron iguales entre las iniciativas nacientes y nuevas. Así, pese a que ambos tipos de iniciativas planeaban tener en el futuro prácticamente el mismo empleo medio, el crecimiento planeado por parte de las iniciativas nacientes era de 2,2 empleados (213% en términos relativos), mientras que en el caso de las iniciativas nuevas era de 0,4 empleados (29,2% en términos relativos). Por el contrario, si nos fijamos en la proporción de negocios que tenía altas expectativas de crecimiento, el

² Cifras basadas en los resultados al 1 de enero del año correspondiente.

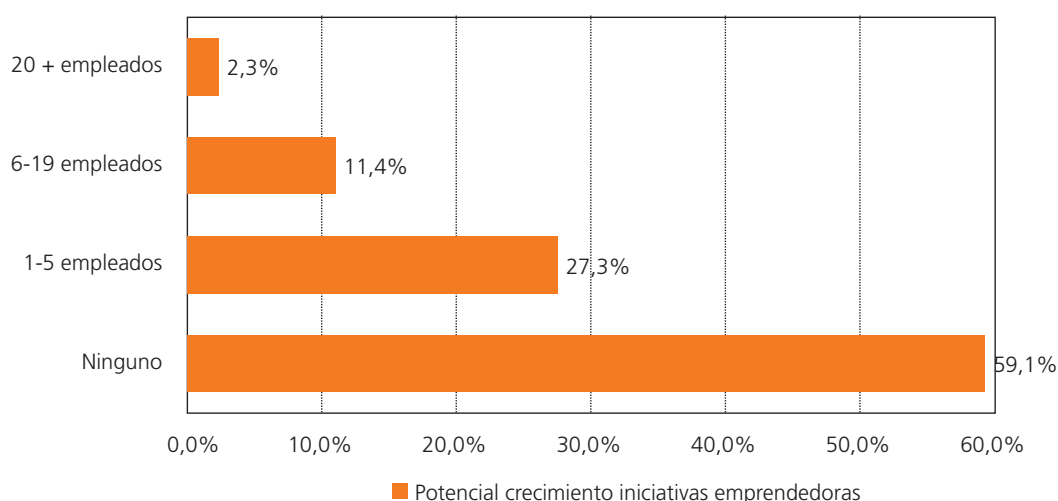
Cuadro 3.6. Empleo y crecimiento esperado dentro de 5 años (sin incluir al equipo emprendedor) de las iniciativas de negocio existentes en la CAPV en el 2009

	<i>Iniciativas emprendedoras</i>			<i>Negocios consolidados (> 42 meses)</i>
	<i>Nacientes (< 3 meses)</i>	<i>Nuevas (de 3 a 42 meses)</i>	<i>Total (Nacientes + Nuevas)</i>	
N.º empleados futuro	2,9	2,8	2,8	4,3
Crecimiento esperado (Nuevos empleos)	2,2	0,4	1,4	0,5
Crecimiento esperado (% de nuevos empleos)	213,8%	29,2%	129,4%	26,7%
Negocios con alto crecimiento esperado (10 o más empleados)	0,0%	3,6%	1,8%	2,1%

3,6% de las iniciativas nuevas esperaba un crecimiento de 10 o más empleados, mientras que entre las iniciativas nacientes no había ningún negocio que esperar crecer tanto.

El Gráfico 3.5 muestra la distribución de las iniciativas emprendedoras según el empleo esperado dentro de cinco años en cuatro tramos de empleo. Sorprendentemente, una proporción de estas iniciativas mucho mayor que la que corresponde a la distribución según el empleo actual se concentraba en el tramo de autoempleo (59,1%), lo cual hace pensar que muchas de ellas planean disminuir su plantilla en el futuro. Pese a ello, un 2,3% de las iniciativas esperaba tener 20 o más empleados dentro de cinco años, mientras que un 11,4% esperaba tener de 6 a 19 empleados. Así, al igual que el tramo de autoempleo, estos dos tramos también se vieron incrementados con respecto a la distribución en función del empleo actual según hemos visto anteriormente. Por el contrario, con un 27,3% de las iniciativas emprendedoras, el tramo de 1 a 5 empleados es el único que se vio disminuido a la hora de medir el empleo esperado. De esta manera, el crecimiento esperado por parte de las iniciativas emprendedoras parece venir dado primordialmente por aquellas iniciativas que se encontraban en los tramos de empleo más altos.

Gráfico 3.5. Distribución de las iniciativas emprendedoras (de 0 a 42 meses) existentes en la CAPV en el 2009 según el número de empleados esperado dentro de 5 años



Por su parte, los negocios consolidados agrupados en función del empleo futuro mostraron una distribución bastante parecida a la que tenían con el empleo actual (véase Gráfico 3.6). Comparativamente, los negocios consolidados se concentraron en los tramos de 1 a 5 empleados y de más de 20 empleados con mayor intensidad que las iniciativas emprendedoras.

Gráfico 3.6. Distribución de los negocios consolidados (más de 42 meses) existentes en la CAPV en el 2009 según el número de empleados esperado dentro de 5 años

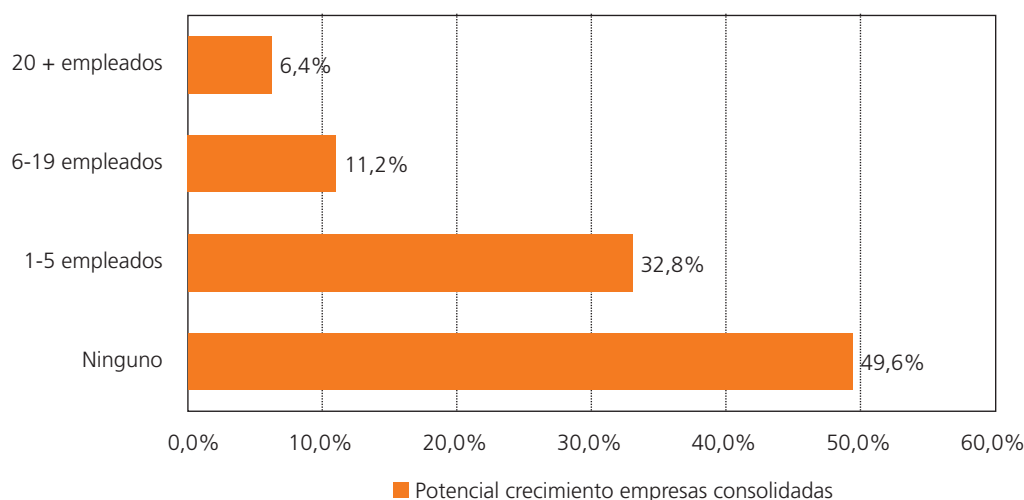
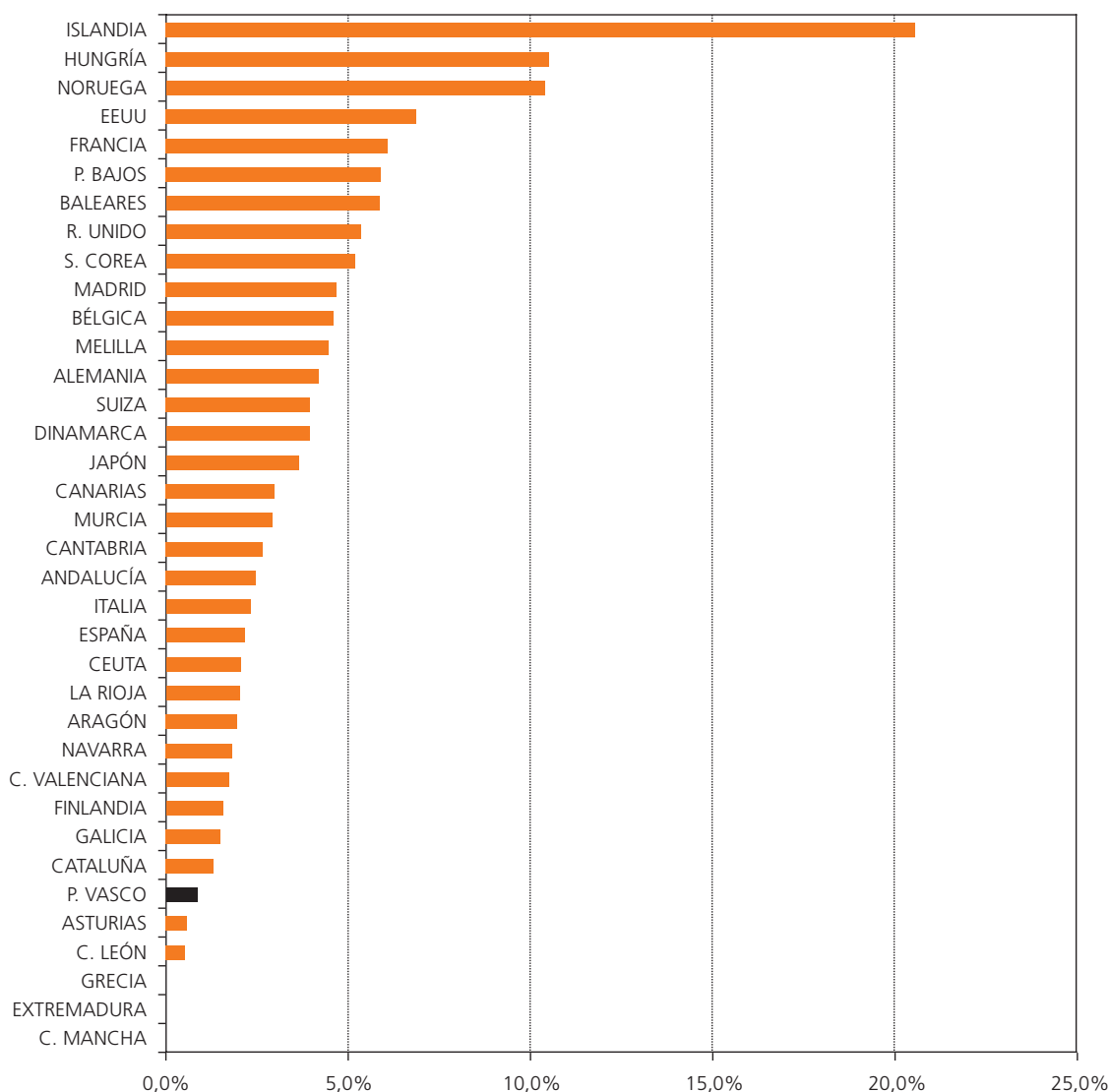


Gráfico 3.7. Clasificación de los países GEM 2009 pertenecientes a la OCDE en función del porcentaje de la población implicada en el desarrollo de iniciativas emprendedoras (desde 0 hasta 42 meses) con potencial de rápido crecimiento en empleo (más de 19 puestos en 5 años)



En el contexto internacional, las expectativas de crecimiento de las iniciativas emprendedoras localizadas en la CAPV fueron bastante bajas en 2009. Tomando como referencia el porcentaje de la población involucrada en iniciativas emprendedoras con potencial de rápido crecimiento³, la CAPV ocupó una posición poco relevante entre las comunidades autónomas y los países participantes en el proyecto GEM 2009 (véase Gráfico 3.7). Este tipo de iniciativas estaba siendo puesto en marcha apenas por un 0,1% de la población, aproximadamente, lo cual ubicaba por delante de la CAPV a la mayoría de las comunidades autónomas, excepto Asturias, Castilla y León, Extremadura y Castilla-La Mancha. Concretamente, Baleares y Madrid fueron las comunidades autónomas que mejor posicionadas estaban en este sentido. Por el contrario, dentro del total de países de la OCDE participantes en GEM 2009, Islandia encabezó la clasificación con más del 2% de su población involucrada en proyectos con potencial de rápido crecimiento. En cambio, en el caso de la Unión Europea, Hungría fue el país que mejor valoración obtuvo según este indicador.

3.2. Actividades económicas en las que se concentran los negocios emprendedores

Las actividades a las que se dedican las nuevas iniciativas emprendedoras configuran a largo plazo la estructura sectorial de la región en la que éstas se localizan. Tomando en cuenta todos los sectores de actividad económica sin incluir la agricultura, el Cuadro 3.7 muestra cual fue la distribución que en el 2009 tuvieron las iniciativas de negocio existentes en la CAPV en los dos grandes bloques sectoriales de industria y servicios.

Tanto los negocios consolidados como las iniciativas emprendedoras se concentran principalmente en sectores de servicios; no obstante, son estas últimas las que se dedican a prestar servicios en mayor medida. Por ejemplo, en el 2009 el 76,4% de las iniciativas emprendedoras encuestadas eran empresas de servicios frente al 59,7% en el caso de los negocios consolidados. Este perfil de actividad terciaria es especialmente característico en el caso de aquellas iniciativas que se encuentran en fase naciente (84,6% de los proyectos nacientes).

Por el contrario, los negocios consolidados mostraron un mayor carácter industrial que el que tenían las iniciativas emprendedoras (40,3% de los casos frente al 23,6%, respectivamente). En este último caso, la proporción de iniciativas emprendedoras nuevas dedicadas a la industria supera a la de las iniciativas nacientes (29,6% de los casos frente al 15,4%, respectivamente).

Cuadro 3.7. Actividad económica desarrollada por los negocios existentes en la CAPV en el 2009

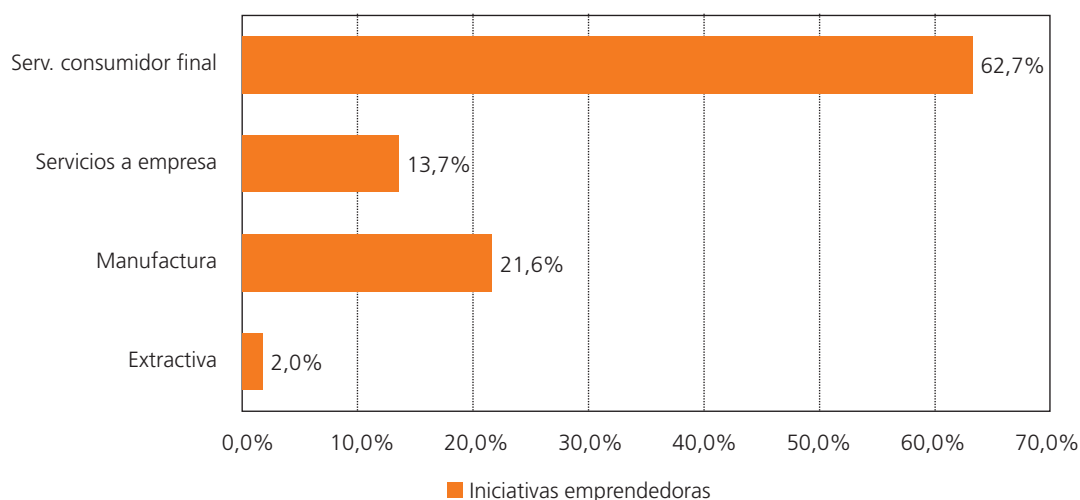
	<i>Iniciativas emprendedoras</i>			<i>Negocios consolidados (> 42 meses)</i>
	<i>Nacientes (< 3 meses)</i>	<i>Nuevas (de 3 a 42 meses)</i>	<i>Total (Nacientes + Nuevas)</i>	
Industria	15,4%	29,6%	23,6%	40,3%
Servicios	84,6%	70,4%	76,4%	59,7%

Ciertamente, las iniciativas emprendedoras se dedican a prestar servicios en mayor medida que los negocios consolidados debido a las menores barreras de entrada que tiene este tipo de actividades. No obstante, cabe destacar que, de una manera más desagregada, la mayoría de ellas se concentra principalmente en la prestación de servicios dirigidos al consumidor final (véase Gráfico 3.8). Concretamente, el 62,7% de los proyectos con menos de 42 meses ofrecía servicios al consumidor final en 2009, frente al 13,7% que prestaba servicios a empresas.

En cuanto a la composición dentro de la industria, el 21,6% de las iniciativas emprendedoras existentes en 2009 estaba formado por empresas manufactureras, mientras que el 2,0% restante lo constituían las empresas extractivas.

³ Se entiende como proyectos con potencial de rápido crecimiento a aquellos que cuentan con un crecimiento esperado en cinco años superior a 19 empleados.

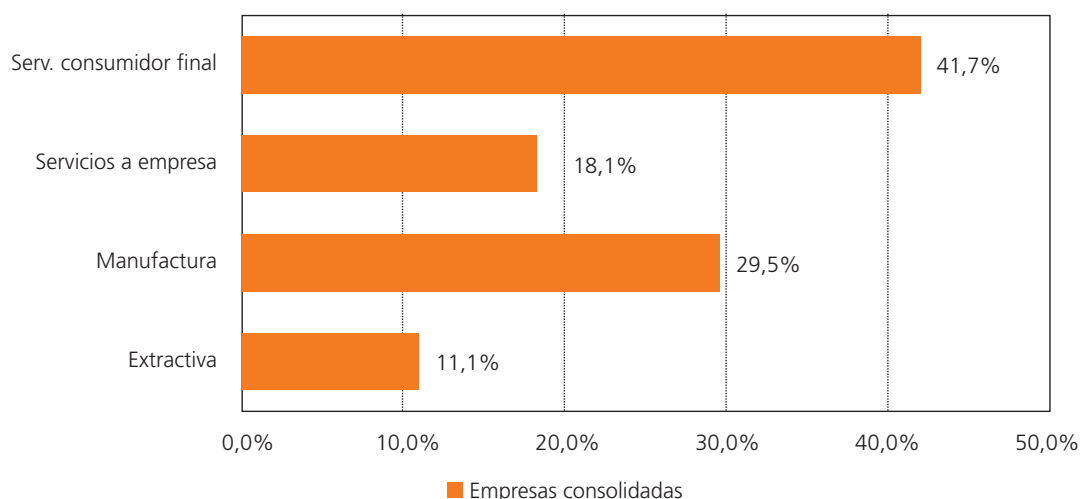
Gráfico 3.8. Distribución de las iniciativas emprendedoras (de 0 a 42 meses) existentes en la CAPV en el 2009 según la actividad económica a la que se dedican, en 4 categorías



Entre los negocios consolidados la proporción de empresas de servicios dirigidas al consumidor final es también importante, aunque menor que en el caso de las iniciativas emprendedoras (véase Gráfico 3.9). Por ejemplo, en 2009 este tipo de empresas representó el 41,7% de los negocios consolidados, mientras que aquellas que prestan servicios a otras empresas sumaban el 18,1%.

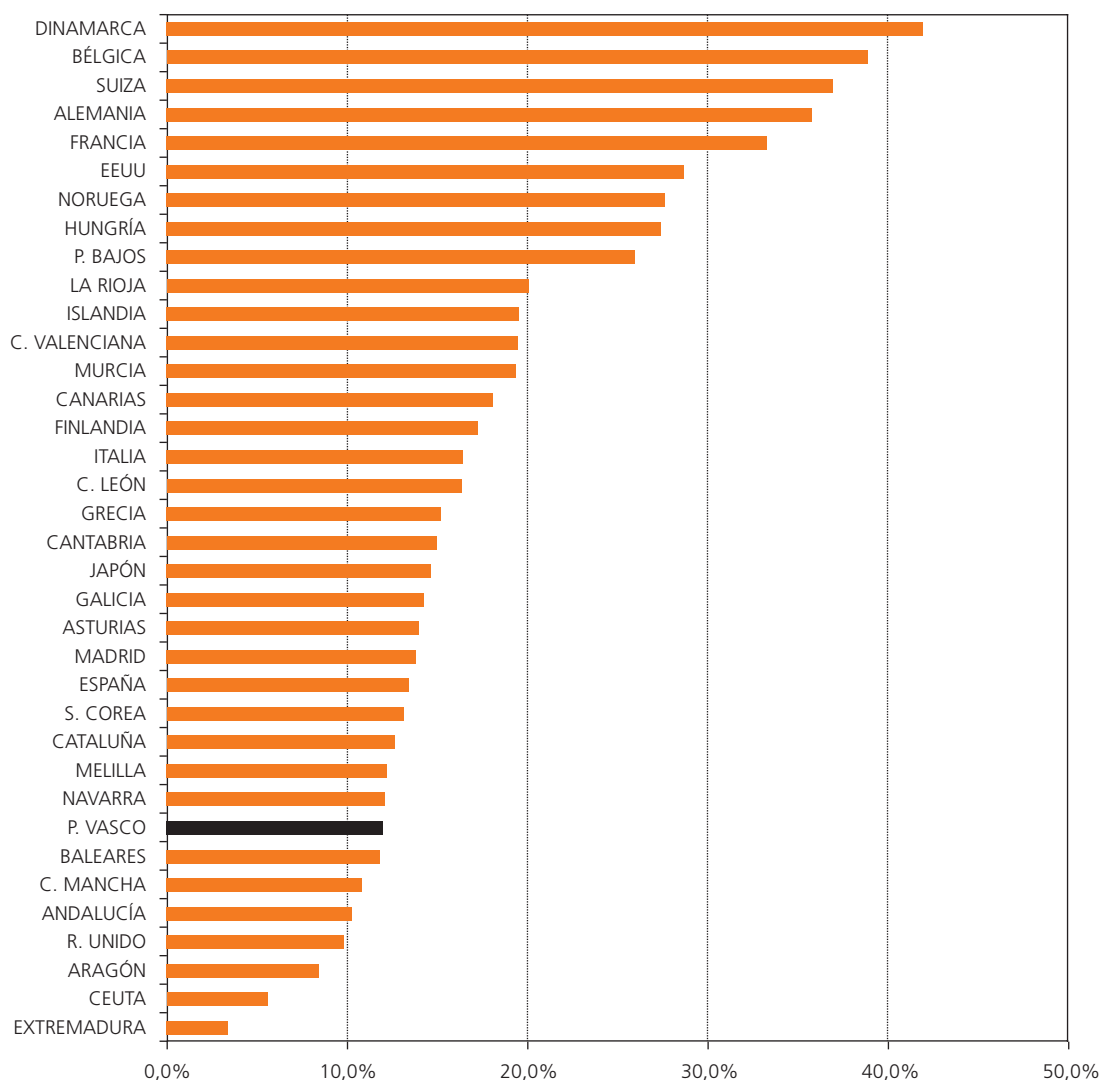
Los negocios consolidados manufactureros, en cambio, representaron el 29,2% del total frente al 11,1% que formaba las empresas de la industria extractiva. En ambos casos, la tradición industrial que caracteriza a los negocios consolidados es claramente mayor que la de las iniciativas emprendedoras.

Gráfico 3.9. Distribución de los negocios consolidados (más de 42 meses) existentes en la CAPV en el 2009 según la actividad económica a la que se dedican, en 4 categorías



En general, la intensidad de las actividades de servicios dentro de una economía está vinculada al desarrollo y bienestar económico, pero son las actividades de servicios dirigidos a empresas las que, en particular, parecen generar mayor valor añadido. Como veíamos anteriormente, sólo un porcentaje de iniciativas emprendedoras relativamente bajo se dedica a este tipo de actividades en la CAPV. Consecuentemente, en comparación con otras regiones y con países miembros de la OCDE, la posición que la CAPV ocupa al respecto en el plano internacional es poco destacable (véase Gráfico 3.10). Por ejemplo, en 2009, la proporción de negocios emprendedores localizados en la CAPV que prestaba servicios a empresas era menor que la de España en su conjunto. La Rioja fue la comunidad autónoma donde mayor

Gráfico 3.10. Clasificación de los países GEM 2009 pertenecientes a la OCDE en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras (desde 0 hasta 42 meses) orientadas a la prestación de servicios a empresas



proporción de estos negocios había. Cataluña, Madrid y Navarra también estaban por delante de la CAPV en este sentido, aunque no muy lejos. Con una proporción de más del 40%, Dinamarca fue la economía donde, relativamente, más iniciativas emprendedoras se dedicaron a prestar servicios a otras empresas en 2009. Le siguieron Bélgica, Suiza, Alemania y Francia con más del 30% de sus iniciativas emprendedoras en sectores de servicios a empresas.

3.3. Contenido innovador de los negocios emprendedores

En este apartado analizamos el contenido innovador de las iniciativas de negocio a través de tres criterios. El primero de ellos se basa en el número de clientes que consideran que el producto o servicio ofrecido por el negocio es novedoso; el segundo criterio se refiere la cantidad de competidores que ofrecen el mismo producto o servicio en el mercado; y finalmente, el último criterio corresponde a la antigüedad de las tecnologías utilizadas por el negocio en la fabricación del producto o la prestación del servicio⁴. A con-

⁴ Esta manera de abordar la innovación por parte del Proyecto GEM es bastante amplia y relativa a un contexto específico. Por lo tanto, a la hora de medir la innovación a través de cualquiera de los tres criterios mencionados, la valoración se hace con respecto al mercado de referencia del emprendedor y no con respecto a otros mercados. Se trata de un planteamiento de la in-

tinuación, analizamos las iniciativas emprendedoras localizadas en la CAPV en base a cada uno de estos criterios y las comparamos con los negocios consolidados.

3.3.1. Novedad del producto o servicio

Un negocio es considerado como innovador en la medida que su producto o servicio sea percibido por el emprendedor como nuevo o novedoso para una mayor parte de sus clientes. El Cuadro 3.8 muestra cómo se dividieron, en función a este criterio, los negocios existentes en la CAPV en el 2009.

Al igual que en años anteriores, los datos reflejan que las iniciativas emprendedoras se caracterizan por ofrecer en mayor proporción que los negocios consolidados, un producto o servicio novedoso para todos sus clientes. Así, los proyectos completamente innovadores en este sentido en la CAPV representaron en el 2009 el 14,5% de los negocios de menos de 42 meses, frente al 6,8% que supusieron para los negocios de mayor edad. Visto desde otra perspectiva, mientras la proporción de iniciativas emprendedoras que en el 2009 ofrecía un producto o servicio sin ninguna novedad para la totalidad de sus clientes era del 78,2%, en el caso de los negocios consolidados este porcentaje alcanzó el 85,1%.

No obstante, la proporción de proyectos completamente innovadores según la novedad del producto o servicio difiere entre las mismas iniciativas emprendedoras. En el 2009 los proyectos con un producto o servicio novedoso para todos los clientes suponían el 17,2% y el 10,7% de las iniciativas nacientes y nuevas, respectivamente.

Cuadro 3.8. Contenido innovador según la novedad del producto o servicio ofrecido por los negocios existentes en la CAPV en el 2009

	Iniciativas emprendedoras			Negocios consolidados (> 42 meses)
	Nacientes (< 3 meses)	Nuevas (de 3 a 42 meses)	Total (Nacientes + Nuevas)	
<i>Completamente innovadora</i> (Producto/servicio nuevo o novedoso para todos los clientes)	17,2%	10,7%	14,5%	6,8%
<i>Algo innovadora</i> (Producto/servicio nuevo o novedoso para algunos clientes)	10,4%	3,6%	7,3%	8,1%
<i>No innovadora</i> (Producto/servicio nuevo o novedoso para ninguno de los clientes)	72,4%	85,7%	78,2%	85,1%

Año tras año, el porcentaje de iniciativas emprendedoras que ofrecen productos o servicios novedosos para todos sus clientes en la CAPV ha estado por encima del que le corresponde a los negocios consolidados (véase Gráfico 3.11). En ambos casos, el 2007 ha sido el año en el que mayor proporción de proyectos completamente innovadores según este criterio se ha experimentado. Sin embargo, la evolución de este porcentaje ha variado en el tiempo ya que en los últimos años se ha visto una caída del mismo, tanto entre las iniciativas emprendedoras, como entre los negocios consolidados.

En comparación con otras comunidades autónomas y con países miembros de la OCDE participantes en GEM 2009, la CAPV se encuentra en una posición intermedia respecto al porcentaje de iniciativas emprendedoras que ofrecen productos o servicios novedosos para todos sus clientes (véase Gráfico 3.12). A nivel nacional, Castilla y León, Madrid, Andalucía y Murcia encabezaron la lista en el 2009, con una proporción de iniciativas emprendedoras consideradas como completamente innovadoras según la novedad

novación similar al que propone el *Manual de Oslo* de la OCDE y Eurostat, bajo el cual una empresa es innovadora si su producto o servicio es nuevo en su propio mercado, sin importar que no lo sea a nivel mundial. La argumentación de este amplio planteamiento de la innovación se basa en que la mayor parte de los incrementos de productividad económica y bienestar social de un país no se deben al concepto schumpeteriano de la innovación vista como la primera introducción en el mercado de un producto nuevo o mejorado, sino a lo que Schumpeter denominara *difusión tecnológica*, que consiste en la adopción de productos o procesos desarrollados por otras empresas innovadoras.

Gráfico 3.11. Evolución de los negocios existentes en la CAPV que ofrecen un producto o servicio nuevo para todos sus clientes

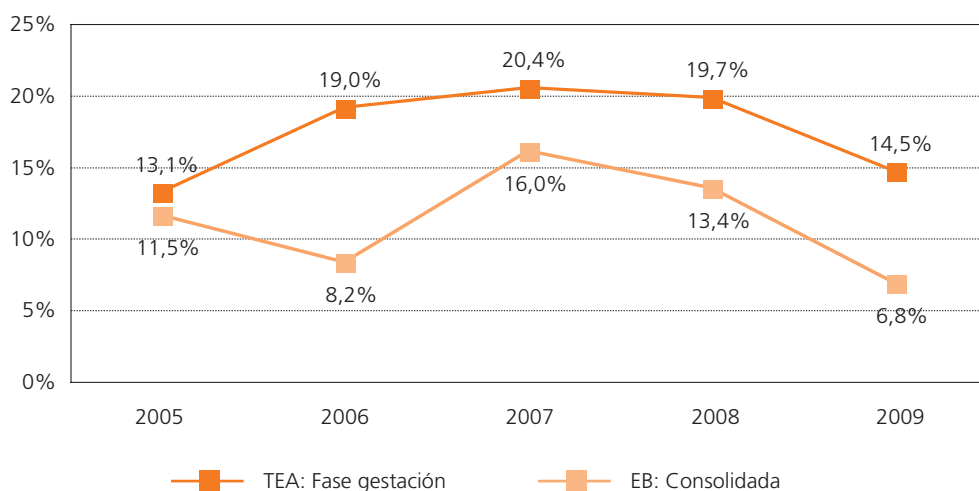
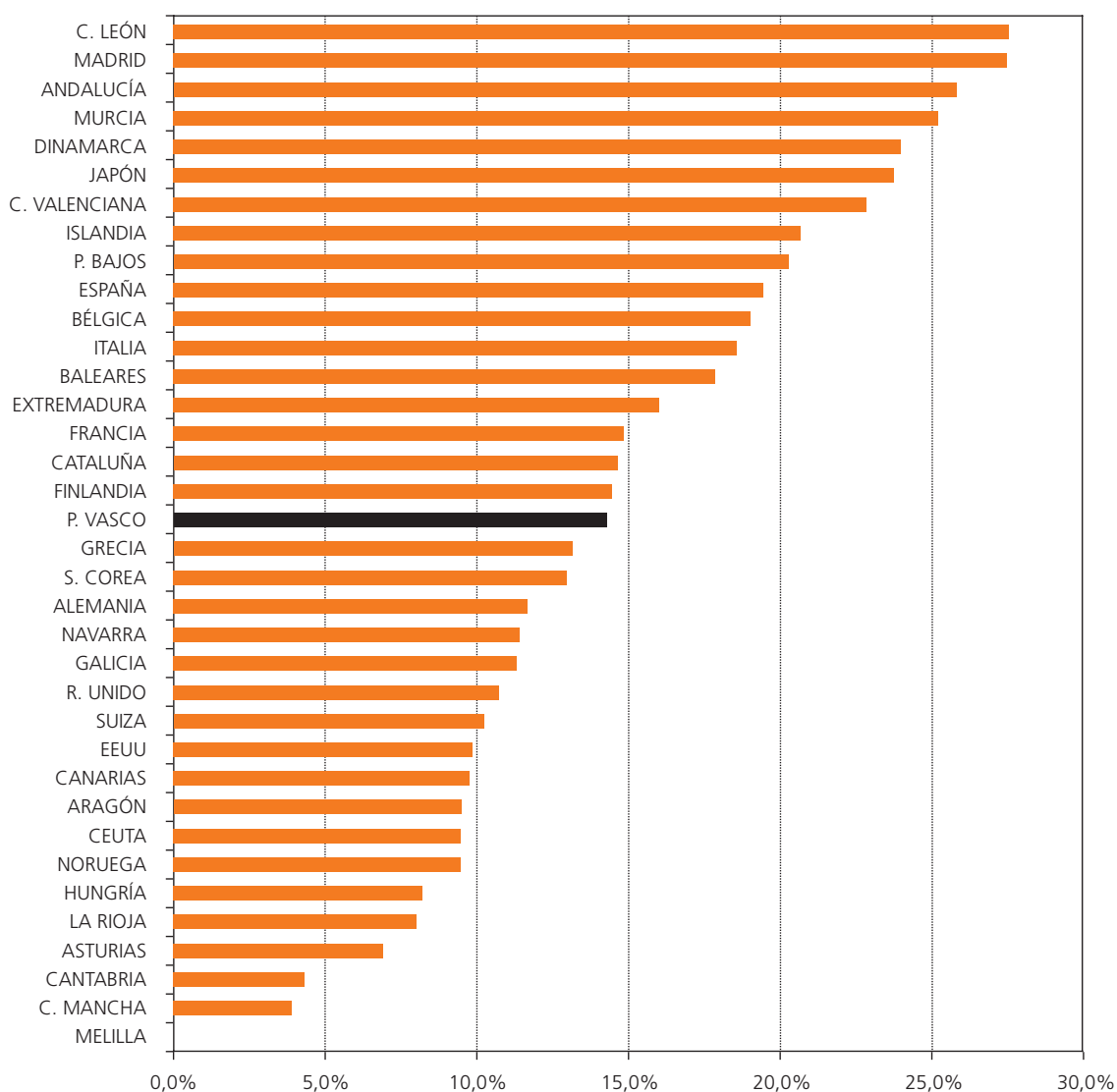


Gráfico 3.12. Clasificación de los países GEM 2009 pertenecientes a la OCDE en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras (desde 0 hasta 42 meses) con un producto o servicio nuevo para todos sus clientes



del producto o servicio superior al 25%. Por el contrario, con una proporción por encima del 20%, Dinamarca, Japón, Islandia y Países Bajos fueron los países mejor ubicados en la clasificación de acuerdo a este indicador.

3.3.2. Nivel de competencia

Atendiendo a la competencia existente en el mercado, un negocio es considerado como innovador si tiene que enfrentarse a un menor número de competidores que ofrezcan el mismo producto o servicio, ya que ello significaría que se trata de un producto o servicio menos imitable o que el negocio compite en un mercado nuevo. La distribución de los negocios existentes en la CAPV en el 2009 según este criterio puede verse en el Cuadro 3.9.

En este indicador las iniciativas emprendedoras localizadas en la CAPV también se caracterizan por ser potencialmente más innovadoras que los negocios consolidados. Concretamente, en el 2009 la proporción de iniciativas emprendedoras cuyos emprendedores percibían no tener ningún competidor con un producto o servicio idéntico era del 18,2%, mientras que entre los negocios consolidados este porcentaje representó el 4,7%. Más aún, las iniciativas emprendedoras que percibían una intensa competencia con el mismo producto o servicio era relativamente menor que en el caso de los negocios consolidados (50,9% frente al 73,7%, respectivamente).

Entre las iniciativas emprendedoras nacientes y nuevas, las diferencias en el 2009 fueron mínimas en cuanto a la cantidad de proyectos que ofrecían sus productos y servicios sin tener que afrontar ningún competidor. Sin embargo, si por el contrario nos fijamos en los proyectos que afrontaban una alta intensidad de competidores con un mismo producto o servicio, las iniciativas en fase naciente resultaron estar menos afectadas al respecto que las iniciativas nuevas (41,4% versus el 64,2%, respectivamente).

Cuadro 3.9. Contenido innovador según la competencia con productos o servicios idénticos afrontada por los negocios existentes en la CAPV en el 2009

	Iniciativas emprendedoras			Negocios consolidados (> 42 meses)
	Nacientes (< 3 meses)	Nuevas (de 3 a 42 meses)	Total (Nacientes + Nuevas)	
<i>Completamente innovadora</i> (Ningún competidor)	17,2%	17,9%	18,2%	4,7%
<i>Algo innovadora</i> (Algún competidor)	41,4%	17,9%	30,9%	21,6%
<i>No innovadora</i> (Muchos competidores)	41,4%	64,2%	50,9%	73,7%

La evolución que en la CAPV han tenido los negocios que no afrontan ninguna competencia ha sido variada, con picos altos y bajos (véase Gráfico 3.13). No obstante, resulta interesante destacar que desde el 2007 la proporción de iniciativas emprendedoras cuyos productos o servicios no son ofrecidos por ningún otro competidor ha estado por encima de la que corresponde a los negocios consolidados. De hecho, en el último año esta proporción ha alcanzado su valor máximo en el caso de las iniciativas emprendedoras, y su valor mínimo en el caso de los negocios consolidados.

La ausencia de competidores es una percepción que caracteriza a las iniciativas emprendedoras en la CAPV por encima de otras comunidades autónomas, e incluso por encima de los países de la OCDE participantes en GEM 2009 (véase Gráfico 3.14). Más específicamente, junto con Castilla y León, Andalucía y Melilla, la CAPV se ubicó entre las comunidades autónomas que mayor proporción de iniciativas emprendedoras sin competencia tenían en el 2009. A nivel de países, Islandia, Países Bajos y Noruega fueron las economías mejor posicionadas en este sentido, aunque con una proporción menor que la de la CAPV.

Gráfico 3.13. Evolución de los negocios existentes en la CAPV que afirman no tener ningún competidor en el mercado

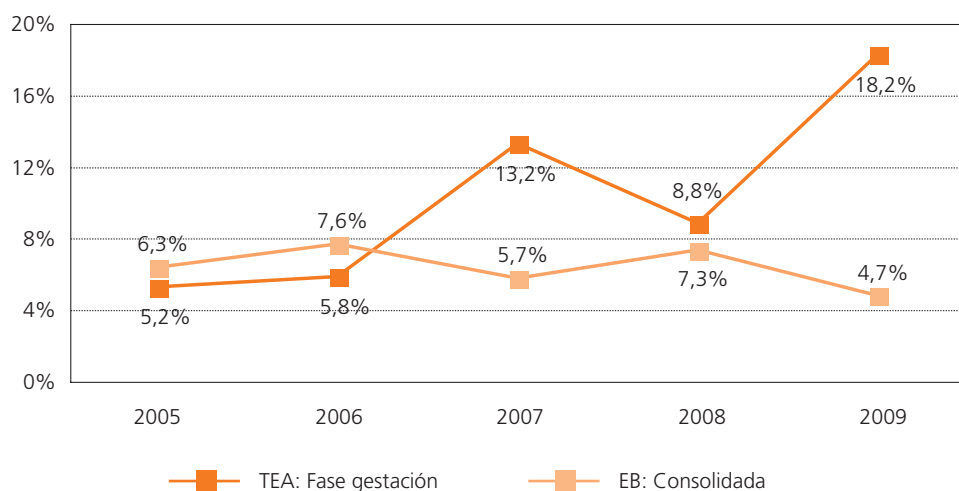
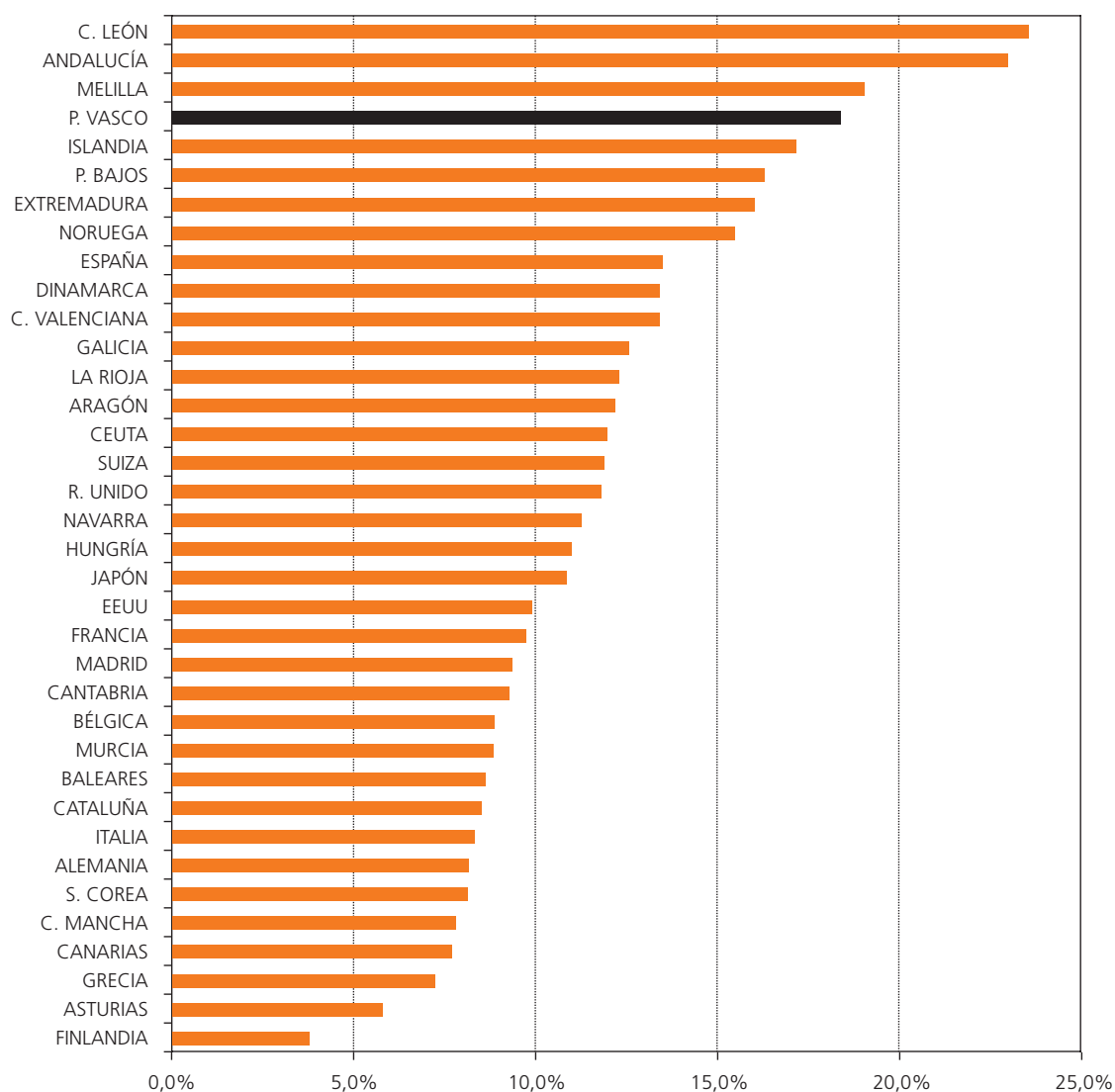


Gráfico 3.14. Clasificación de los países GEM 2009 pertenecientes a la OCDE en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras (desde 0 hasta 42 meses) que no perciben ninguna competencia



3.3.3. Antigüedad de las tecnologías utilizadas

Finalmente, un negocio es considerado como innovador en la medida que utilice los métodos y herramientas tecnológicamente más modernos del mercado para generar sus productos o servicios. De acuerdo a este criterio, el Cuadro 3.10 revela cuál es la distribución que tuvieron los negocios localizados en la CAPV en el 2009.

Cabe destacar que el porcentaje de iniciativas emprendedoras que utilizaba tecnologías nuevas con menos de 1 año de antigüedad en el 2009 alcanzó el 7,3%, una cifra que resultó ser menor a la de los negocios consolidados, la cual supuso el 13,5%. Por el contrario, las iniciativas emprendedoras utilizaban tecnologías recientes con una antigüedad de 1 a 5 años en mayor proporción que los negocios consolidados (21,8% versus 11,5%, respectivamente)

El uso de tecnologías nuevas era aún menor por parte de las iniciativas que se encontraban en fase naciente, las cuales en el 2009 utilizaban tecnologías con menos de 1 año de antigüedad en un 3,4% de los casos; por su parte, las iniciativas nuevas lo hacían en el 10,7% de los casos. No obstante, el número de iniciativas nacientes que utilizaba tecnologías recientes, de 1 a 5 años de antigüedad, fue relativamente mayor que el de las iniciativas nuevas (27,6% frente al 14,3%, respectivamente).

Cuadro 3.10. Contenido innovador según la antigüedad de las tecnologías utilizadas para la generación de productos o servicios por parte de los negocios existentes en la CAPV en el 2009

	Iniciativas emprendedoras			Negocios consolidados (> 42 meses)
	Nacientes (< 3 meses)	Nuevas (de 3 a 42 meses)	Total (Nacientes + Nuevas)	
<i>Completamente innovadora</i> (Tecnología nueva / Menos de 1 año de antigüedad)	3,4%	10,7%	7,3%	13,5%
<i>Algo innovadora</i> (Tecnología reciente / De 1 a 5 años de antigüedad)	27,6%	14,3%	21,8%	11,5%
<i>No innovadora</i> (Tecnología antigua / Más de 5 años de antigüedad)	69,0%	75,0%	70,9%	75,0%

Comparativamente, los negocios emprendedores y consolidados en la CAPV muestran una evolución similar en cuanto a la proporción de ellos que generan productos y servicios con tecnologías nuevas de menos de 1 año de antigüedad (véase Gráfico 3.15). Si bien la tendencia en ambos casos es creciente, ha sido en el último año cuando el porcentaje de negocios consolidados que hacía uso tecnologías nuevas se ha incrementado notablemente por encima del que corresponde a las iniciativas emprendedoras.

La proporción de iniciativas emprendedoras que en el 2009 hacía uso tecnologías nuevas ubica a la CAPV en una posición relativamente baja frente a otras comunidades autónomas y la selección de países de la OCDE que participaron en GEM 2009 (véase Gráfico 3.16). A nivel nacional, sólo Cataluña, Extremadura y Cantabria estaban por detrás de la CAPV en este sentido. Por el contrario, Andalucía y Murcia fueron las comunidades autónomas con la mayor proporción de iniciativas emprendedoras que utilizaban tecnologías con menos de 1 año de antigüedad. En el contexto internacional, en cambio, fueron Francia y Bélgica los que encabezaban esta clasificación a nivel de países.

3.4. Carácter internacional del negocio

En los últimos años, la globalización ha llevado a que, cada vez más, los negocios expandan sus actividades fuera de sus fronteras nacionales mediante la internacionalización. Entre los distintos modos de entrada a mercados extranjeros, la exportación es considerada como la vía más común y, de hecho, supone el primer paso en el proceso de internacionalización. En este apartado analizamos este tema

Gráfico 3.15. Evolución de los negocios existentes en la CAPV que utilizan tecnologías nuevas con menos de un año de antigüedad

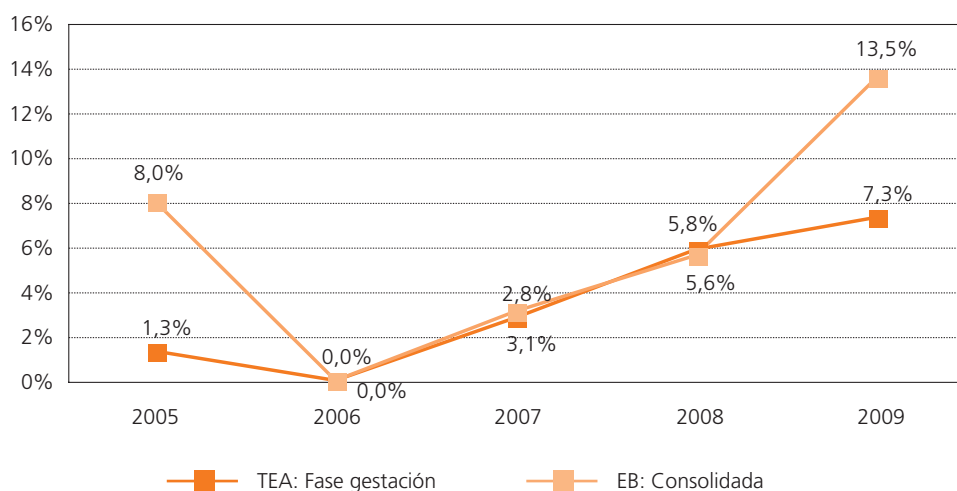
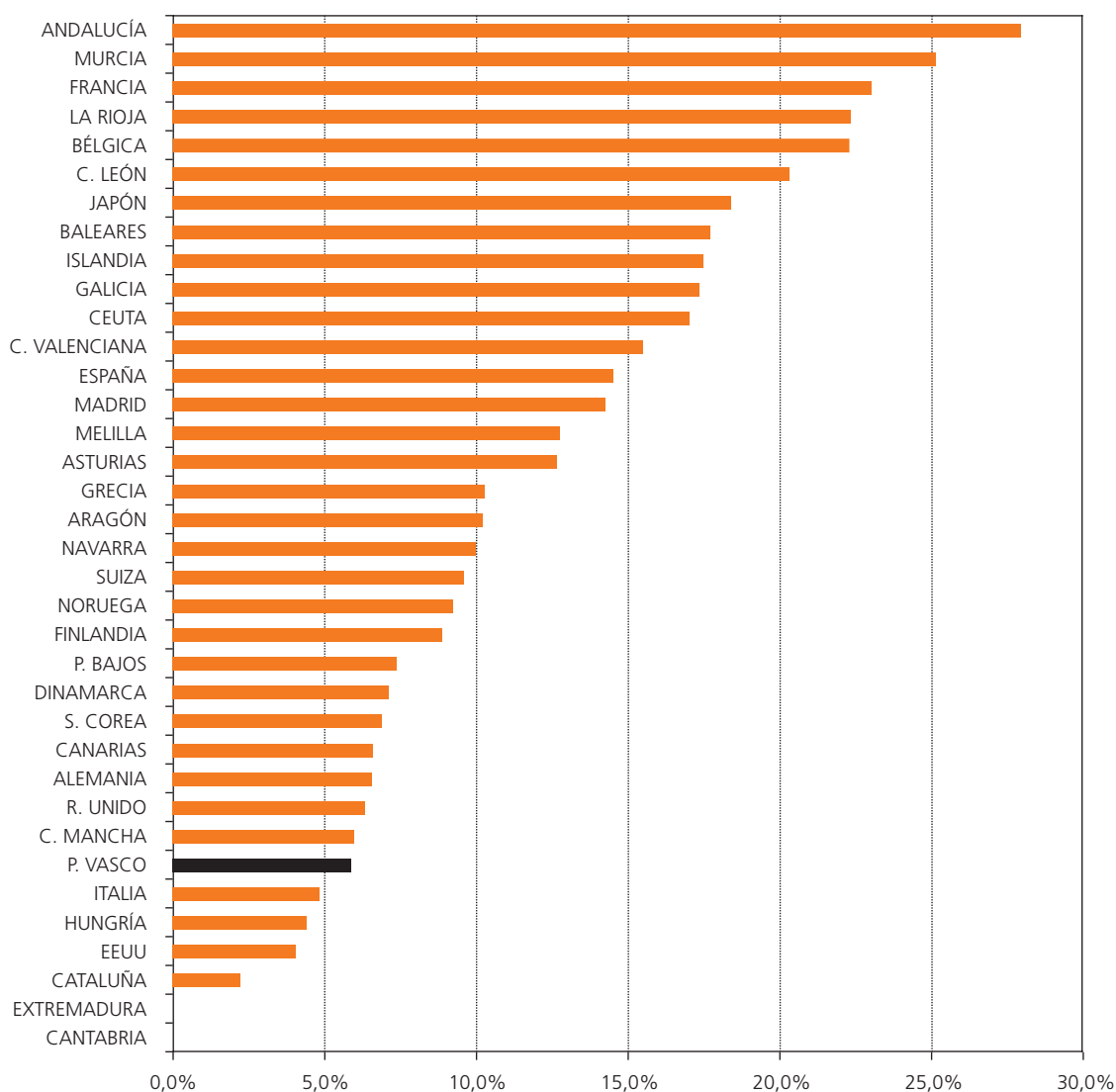


Gráfico 3.16. Clasificación de los países GEM 2009 pertenecientes a la OCDE en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras (desde 0 hasta 42 meses) que utilizan tecnologías con menos de un año de antigüedad en la fabricación del producto o prestación del servicio



en el conjunto de negocios existentes en la CAPV, tomando en consideración el porcentaje de clientes que éstos tienen en el exterior como una medida del carácter internacional de los mismos.

El Cuadro 3.11 recoge la distribución que, de acuerdo a su carácter internacional, tenían los negocios de la CAPV en el 2009. Los datos muestran que las iniciativas emprendedoras se distinguieron por tener una mayor orientación hacia clientes extranjeros que los negocios consolidados. Ésta es una apreciación que se observa en cada uno de los distintos tramos de clientes extranjeros definidos. De manera específica, mientras apenas el 1,4% de los negocios consolidados tenían más del 75% de sus clientes en el exterior, esta intensidad de carácter internacional estaba presente en el 7,9% de las iniciativas emprendedoras; mientras el 4,9% de los negocios consolidados tenían entre un 26% y 75% de clientes extranjeros, para las iniciativas emprendedoras este patrón suponía el 13,7% de los casos; y finalmente, mientras el 10,4% de los negocios consolidados tenían hasta el 25% de sus clientes localizados en el extranjero, este porcentaje alcanzaba también el 13,7% en el caso de las iniciativas emprendedoras.

Por otro lado, la orientación internacional que en el 2009 caracterizó a las iniciativas emprendedoras nacientes y nuevas fue más o menos similar. Los proyectos que tenían clientes extranjeros sumaban el 38,5% de las iniciativas nacientes y el 33,3% de las iniciativas nuevas. Sin embargo, se observaron diferencias más notables en algunos tramos de clientes extranjeros. Así, las iniciativas nacientes se concentraron en mayor proporción que los negocios consolidados en el tramo de 1% a 25% de clientes extranjeros (19,2% de los casos frente al 7,4%, respectivamente), mientras que los negocios consolidados se concentraron más que las iniciativas emprendedoras en el tramo de 26% a 75% de clientes extranjeros (18,5% de los casos frente al 11,5%, respectivamente)

Cuadro 3.11. Carácter internacional según la cantidad de clientes en el exterior que tienen los negocios existentes en la CAPV en el 2009

	<i>Iniciativas emprendedoras</i>			<i>Negocios consolidados (> 42 meses)</i>
	<i>Nacientes (< 3 meses)</i>	<i>Nuevas (de 3 a 42 meses)</i>	<i>Total (Nacientes + Nuevas)</i>	
No exporta	61,5%	66,7%	64,7%	83,3%
1-25%	19,2%	7,4%	13,7%	10,4%
26-75%	11,5%	18,5%	13,7%	4,9%
76-100%	7,7%	7,4%	7,9%	1,4%

Las ventas dirigidas sólo a unos pocos clientes localizados en el exterior son muchas veces el resultado de pedidos esporádicos. Por lo tanto, hasta no alcanzar cierto umbral, la proporción de clientes extranjeros podría no reflejar que el negocio tenga un carácter internacional. Suponiendo que un 25% de clientes en el exterior es una cifra razonable a partir de la cual las ventas a estos clientes comienzan a ser estratégicamente importantes, el Gráfico 3.17 muestra cuál ha sido la evolución del carácter internacional de los negocios existentes en la CAPV en los últimos años.

Un aspecto característico de esta evolución es que, desde el inicio del informe GEM en la CAPV, el porcentaje de iniciativas emprendedoras con más de un 25% de clientes extranjeros ha sido mayor que el de los negocios consolidados. Mientras la tendencia de este carácter internacional ha sido moderadamente creciente entre las iniciativas emprendedoras (del 17,56% en 2005 al 21,6% en 2009), en el caso de los negocios consolidados no ha seguido una trayectoria única, sino que ha experimentado subidas y bajadas en distintos años. Concretamente, en el último año el porcentaje de negocios consolidados con más del 25% de sus clientes en el exterior ha disminuido notablemente.

Si hacemos una comparación con otras comunidades autónomas y los países GEM 2009 de la OCDE según la participación de su población en iniciativas emprendedoras altamente exportadoras (con más del 50% de sus clientes en el exterior), la CAPV se ubicó en una posición intermedia en el 2009, justo a un nivel muy similar al del conjunto de España (véase Gráfico 3.18). En el ámbito nacional, Madrid y Canarias fueron las comunidades autónomas mejor posicionadas, con un 0,5% de la población llevando a cabo iniciativas emprendedoras con una orientación altamente exportadora. Por el contrario, con casi un 2,5% de la población involucrada en este tipo de iniciativas, Islandia fue con diferencia el país cuya actividad emprendedora mostraba una mayor orientación a la exportación.

Gráfico 3.17. Evolución del carácter internacional de los negocios existentes en la CAPV que tienen un 25% o más de sus clientes en el exterior

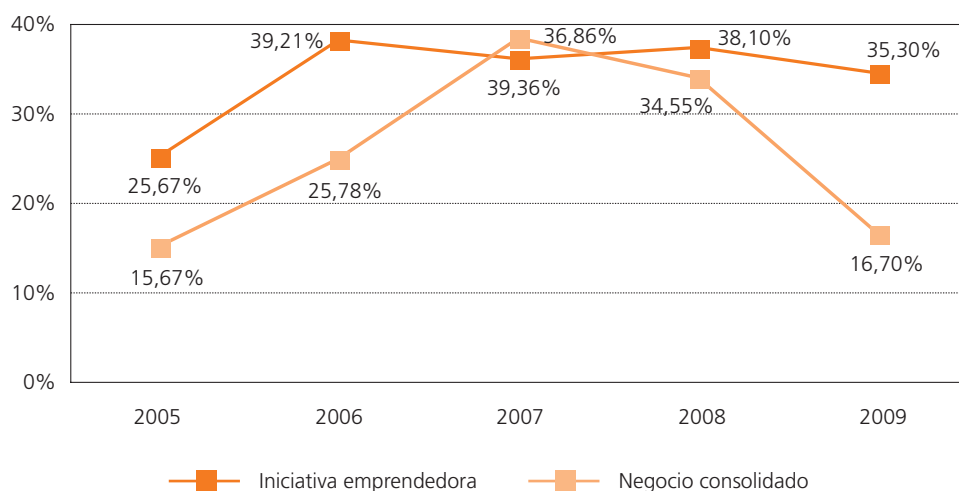
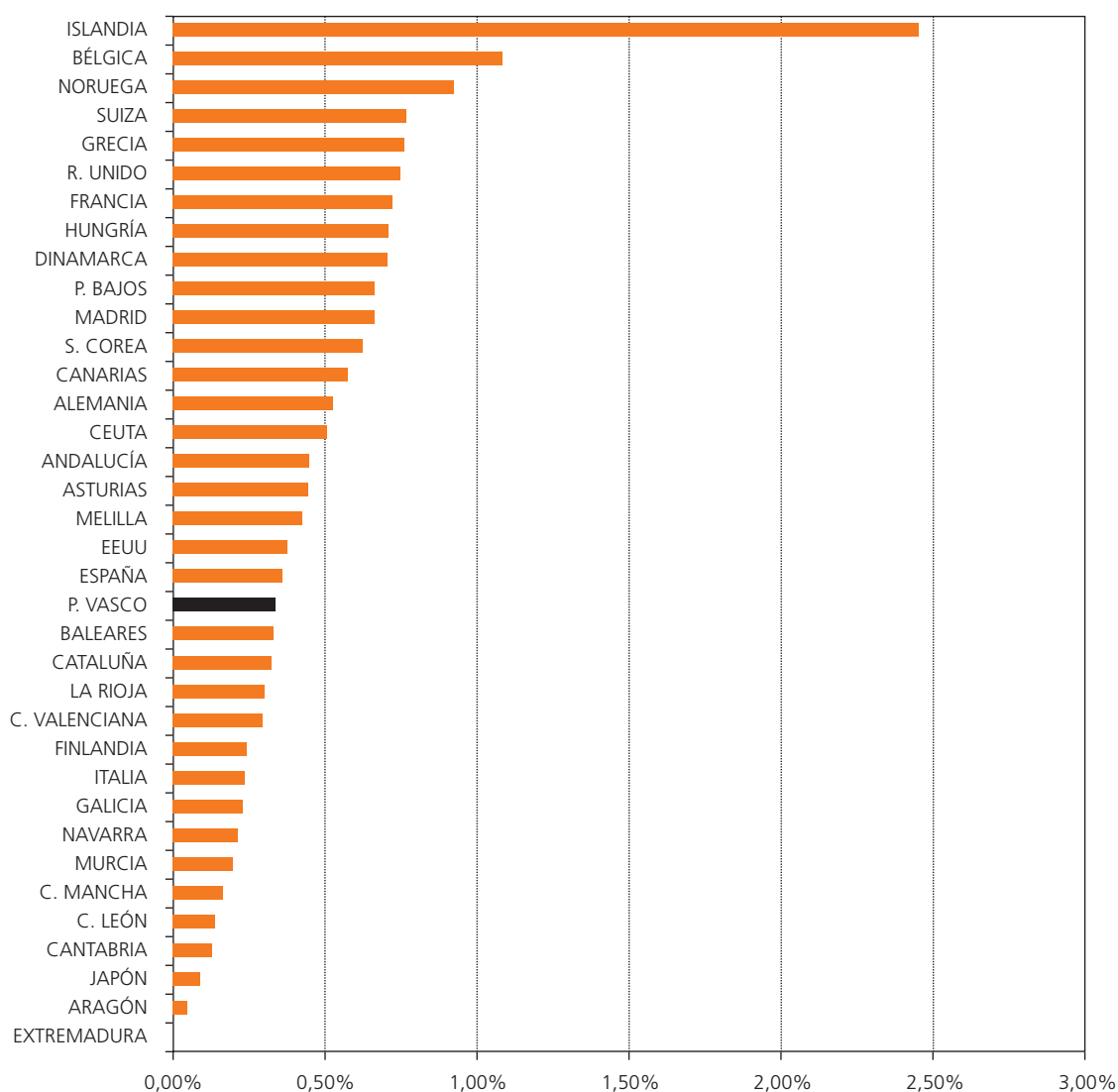


Gráfico 3.18. Clasificación de los países GEM 2009 pertenecientes a la OCDE en función del porcentaje de la población implicada en el desarrollo de iniciativas emprendedoras (desde 0 hasta 42 meses) altamente exportadoras que tienen más del 50% de sus clientes en el exterior



3.5. Diferencias del perfil del negocio por género del emprendedor

Las características de los negocios que han sido descritas en los apartados anteriores presentan ciertas diferencias en función del género del emprendedor que está al frente. En este apartado describimos las principales diferencias encontradas al respecto para el caso de las iniciativas emprendedoras de hasta 42 meses de actividad. Tales diferencias están recogidas en el Cuadro 3.12.

En cuanto a la dimensión organizacional, las iniciativas emprendedoras llevadas a cabo por hombres parecen tener un tamaño ligeramente superior al de las iniciativas llevadas a cabo por mujeres. Así, en el 2009, mientras las iniciativas de emprendedores masculinos se caracterizaron por ser puestas en marcha por un equipo medio de 2,1 personas, así como también, por tener un promedio de empleo actual de 2,3 puestos de trabajo y unas expectativas de llegar a alcanzar 3 empleos en 5 años; las iniciativas de mujeres emprendedoras se caracterizaron por tener como media 1,7 socios emprendedores, 1,8 empleos actuales y 2,6 empleos futuros, respectivamente.

En lo que respecta a la actividad económica desarrollada, las iniciativas emprendedoras llevadas a cabo por hombres tenían un carácter más manufacturero que las iniciativas emprendedoras llevadas a cabo por mujeres (32,2% de los casos frente al 10%, respectivamente), mientras que aquellas iniciativas lideradas por mujeres emprendedoras se encontraban en el sector servicios con mayor intensidad que las de los emprendedores masculinos (90% de los casos frente al 67,8%, respectivamente).

Cuadro 3.12. Perfil característico de las iniciativas emprendedoras (de 0 a 42 meses) en la CAPV en el 2009, según el género del emprendedor

	<i>Iniciativas emprendedoras (de 0 a 42 meses)</i>	
	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>
<i>Dimensión del negocio</i>		
N.º socios emprendedores	2,1	1,7
N.º empleados actual	2,3	1,8
N.º empleados esperado a 5 años	3,0	2,6
<i>Actividad económica desarrollada</i>		
Industria	32,2%	10,0%
Servicios	67,8%	90%
<i>Contenido innovador</i>		
Producto único	17,6%	9,5%
Ausencia de competidores en el mercado	23,5%	9,5%
Uso de nuevas tecnologías con menos de 1 año	5,9%	9,5%
<i>Carácter internacional</i>		
Ningún cliente en el exterior	63,3%	66,7%
Hasta el 25% de clientes en el exterior	16,7%	9,5%
Entre el 26% y 75% de clientes en el exterior	13,3%	14,3%
Más del 75% de clientes en el exterior	6,7%	9,5%

Según el contenido innovador los datos del 2009 reflejaron que los emprendedores masculinos se caracterizaron por tener iniciativas con un producto nuevo para todos sus clientes y ausencia de competidores en mayor proporción que las mujeres emprendedoras (17,6% de los casos frente al 9,5% y 23,5% frente al 9,5%, respectivamente). En cambio, las mujeres emprendedoras se caracterizaron por tener iniciativas que hacían uso de tecnologías nuevas en mayor proporción que los emprendedores masculinos (9,5% de los casos frente al 5,9%, respectivamente)

Finalmente, en el carácter internacional también se apreciaron en el 2009 algunas diferencias entre las iniciativas emprendedoras puestas en marcha por mujeres y aquellas puestas en marcha por

hombres. Por un lado, la proporción de iniciativas lideradas por mujeres emprendedoras que no tenían clientes en el exterior fue ligeramente mayor que en el caso de las iniciativas lideradas emprendedores masculinos (66,7% de los casos frente al 63,3%, respectivamente). Por otro lado, mientras los emprendedores masculinos se distinguieron de las mujeres emprendedoras por tener una mayor proporción de iniciativas con hasta un 25% de clientes extranjeros (16,7% de los casos frente al 9,5%, respectivamente), las mujeres emprendedoras se caracterizaron por tener iniciativas con más del 25% de clientes en el exterior en mayor proporción que los emprendedores masculinos (23,8% de los casos frente al 20%, respectivamente).

4. Financiación del proceso emprendedor

4.1. Introducción

El desarrollo del denominado ecosistema del emprendizaje implica articular una serie de infraestructuras, políticas públicas y un nuevo marco educacional y cultural que fomente e incentive el espíritu emprendedor. De todas las dimensiones a analizar, uno de los obstáculos que con mayor frecuencia está presente en la creación de nuevas empresas, está estrechamente relacionado con la dificultad para poder disponer del capital requerido para la puesta en marcha de una nueva iniciativa de negocio. En esta edición, los datos referidos a la financiación del proceso emprendedor son de especial interés ya que nos permiten conocer en qué medida y de qué forma la crisis económica y financiera actual ha afectado a variables tales como el capital semilla (*seed capital*) necesario para la puesta en marcha de una iniciativa empresarial o el porcentaje que sobre dicho capital aporta el propio emprendedor. De igual forma, prestaremos especial atención a la evolución en el número de inversores informales en el territorio de la CAPV, tratando a su vez de aportar nueva información respecto al conjunto de características o rasgos que determinan su perfil.

Al igual que en otras ediciones, es preciso señalar que en este capítulo sólo la financiación de las iniciativas nacientes o *start-ups* (hasta 3 meses funcionando en el mercado) es objeto de estudio y que se deja al margen la correspondiente a los emprendedores nuevos y consolidados.

4.2. Capital semilla medio necesario en la fase *start up*

Según datos recogidos en el Cuadro 4.1, el capital medio necesario en 2009 para la puesta en marcha de una iniciativa naciente en la CAPV ascendió a 137.295 euros, la mayor cifra desde que se publican datos GEM en este territorio (véase Gráfico 4.1), y que supone un espectacular incremento del 117% respecto al año 2008 (63.206 euros). En el caso de España (véase Cuadro 4.1), la tendencia ha sido similar, si bien el incremento no ha sido tan acusado como en el caso de la CAPV, pasando de un capital medio requerido en 2008 de 86.351 euros a un montante medio en 2009 que alcanzó los 116.584 euros (incremento del 35%).

La evolución que ha experimentado esta variable a lo largo del año 2009 merece ser analizada con atención. Para poder hacerlo, no podemos obviar el descenso que ha experimentado el índice TEA y el porcentaje de emprendedores nacientes. De esta forma, una posible lectura que explicaría el espectacular aumento del capital medio requerido por iniciativa, estaría basada en la posibilidad de que a lo largo de un año caracterizado por una coyuntura económica particularmente adversa, únicamente hayan fraguado aquellas iniciativas emprendedoras de mayor envergadura, de mayor calidad y con mayor potencial de crecimiento, las cuales necesitan para su puesta en marcha de una dotación económica sensiblemente mayor y donde las subvenciones o ayudas canalizadas desde las instituciones públicas tienen probablemente una mayor presencia como consecuencia de su alto potencial para el desarrollo económico y social de un territorio.

Tal y como hemos señalado en otras ediciones de este informe, la interpretación de estos datos exige cautela ya que el valor de la media es una medida muy sensible a los datos extremos⁵ y la elevada dispersión de los datos puede desaconsejar su uso como variable para la extrapolación de resultados. En cualquier caso, si atendemos a los valores de medidas más adecuadas como la mediana y la moda (véa-

⁵ El rango de inversión inicial en proyectos emprendedores es especialmente amplio en 2009, oscilando entre los 600 euros (valor mínimo) y 1.000.000 euros (valor máximo).

se Cuadro 4.1), los resultados que obtenemos refuerzan el razonamiento anteriormente planteado. Así, el capital semilla medio aportado por la mitad de los emprendedores nacientes de la muestra alcanza los 75.000 euros, lo que supone su mayor cota desde la recogida de datos GEM en la CAPV, y se sitúa muy por encima de los 30.000 euros que registra España en esta edición. De igual forma, 100.000 euros se ha fijado como el capital semilla medio que con mayor frecuencia han requerido los emprendedores nacientes de la CAPV en 2009 (moda), muy por encima de los datos que refleja España (30.000 euros) y de los que registró la CAPV la pasada edición (30.000 euros).

Cuadro 4.1. Características y distribución del capital semilla en la CAPV. Año 2009

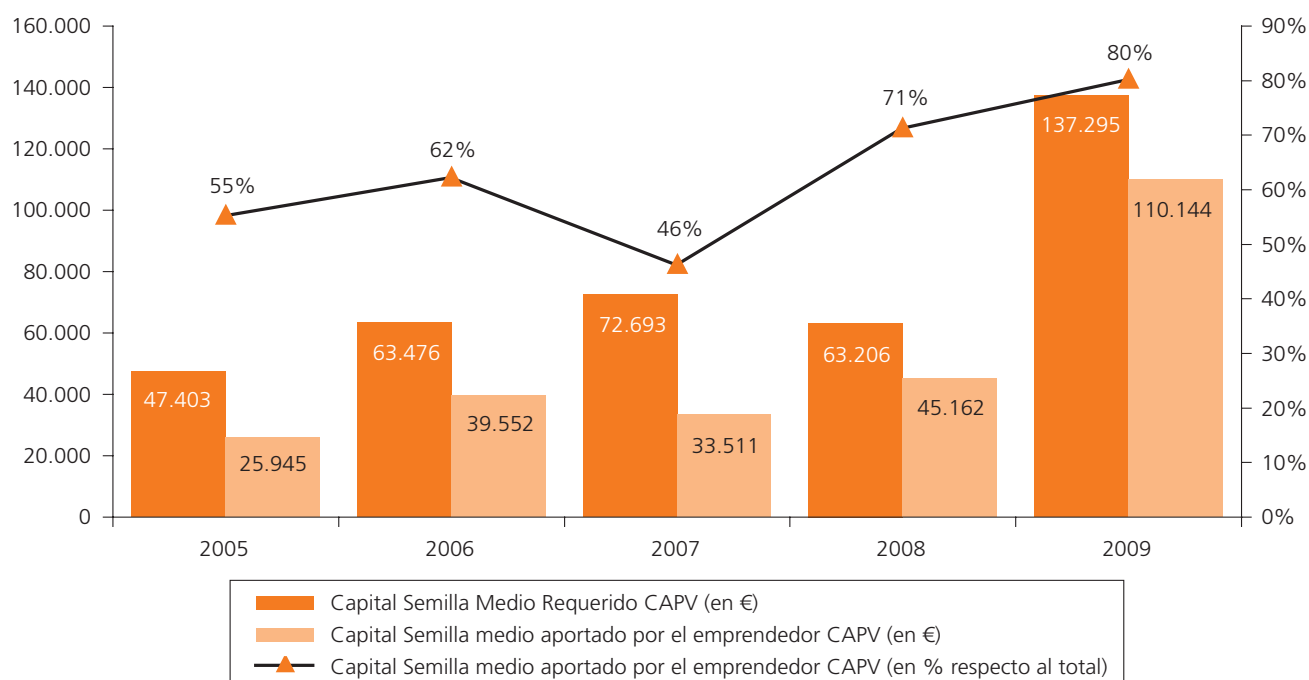
	<i>Capital semilla por start up (euros)</i>	<i>Capital semilla aportado por el emprendedor (euros)</i>
Media España 2009	116.584	114.368
Media CAPV 2009	137.295	110.144
<i>CAPV 2009</i>		
Media	137.295	110.144
Mediana	75.000	27.500
Moda	100.000	20.000
Desv. Estándar	239.686	204.829
Mínimo	600	600
Máximo	1.000.000	680.000
Percentil 10	3.000	2,760
Percentil 20	5.000	5,600
Percentil 30	10.000	15,600
Percentil 40	30.000	20,000
Percentil 50	75.000	27,500
Percentil 60	100.000	32,400
Percentil 70	100,000	53,000
Percentil 80	150,000	132,000
Percentil 90	500,000	608,000

Por otro lado, el capital medio aportado por el emprendedor se situó en 2009 en 110.144 euros, cifra que supone casi un 80% del capital semilla medio requerido. No obstante, conviene de nuevo matizar estas cifras ya que la media no permite conocer adecuadamente la situación más frecuente. De esta forma, si atendemos nuevamente al valor que toma la mediana, obtenemos que la mitad de los emprendedores nacientes han aportado una media del 37% del capital inicial (27.500 euros de un total 75.000 euros), lo que indica que el empleo de fuentes de financiación externas por parte del emprendedor no fue en 2009 tan restringida de lo que cabía esperar atendiendo a los valores de la media. De igual forma, sabemos que tan sólo un 21% de los emprendedores sufragaron íntegramente a través de sus propias aportaciones la totalidad del capital semilla medio requerido (véase Gráfico 4.3), lo cual supone un importante descenso respecto a ediciones anteriores de este informe⁶, en los que casi uno de cada dos emprendedores aportaba el 100% del capital inicial (40,8% en 2008; 48,2% en 2007).

De nuevo, la explicación que subyace tras observar la evolución de estos datos puede venir dada como consecuencia de que el descenso del índice TEA, particularmente en su fase naciente o *start-up*, ha provocado el que únicamente hayan despegado aquellas iniciativas de mayor envergadura (mayor capital inicial) y que, por regla general, requieren de fuentes de financiación externas para complementar la autofinanciación por parte del equipo promotor.

⁶ No obstante, hay que subrayar que el número de observaciones categorizadas como «no sabe/ no contesta» en esta pregunta ha sido particularmente elevado en esta edición (21%), cifra absolutamente inusual si la comparamos con la de años anteriores.

Gráfico 4.1. Evolución del capital semilla medio (requerido y aportado por el emprendedor) 2005-2009



De manera más detallada, si segmentamos la muestra y consideramos tan sólo aquellos emprendedores nacientes que no aportaron el 100% del capital semilla en 2009 (58%), obtenemos que el desembolso medio efectuado por el emprendedor se situó en los 41.375 euros, esto es, un 29% del capital total requerido (141.250 euros) —muy por debajo del 42% de la pasada edición— (véase Gráfico 4.2). Estos datos apuntan en la línea de las conclusiones anteriormente planteadas, es decir, parece existir una mayor necesidad de financiación a través de canales externos frente a la autofinanciación del propio emprendedor como única vía para la obtención de fondos a lo largo de la fase *start-up*.

Gráfico 4.2. Evolución del capital semilla medio necesario en emprendedores que no aportaron el 100% del capital semilla inicial. CAPV 2007-2009

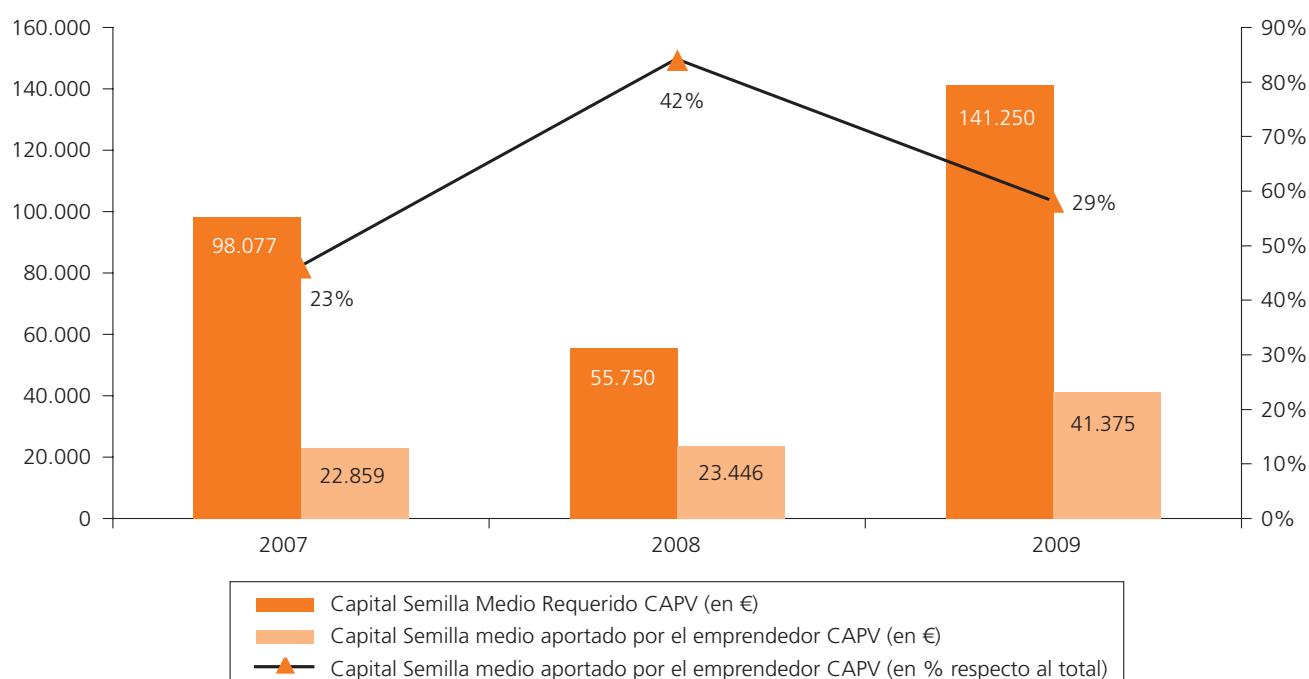
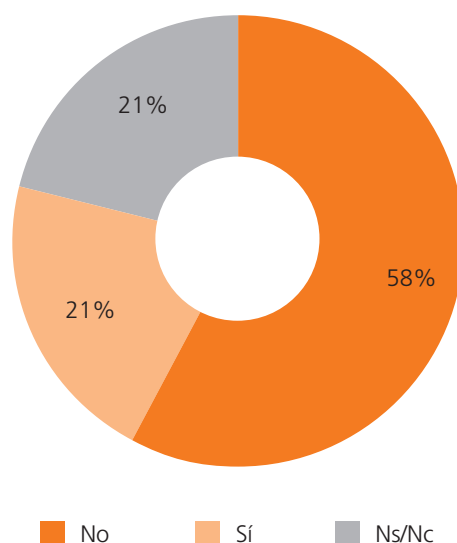


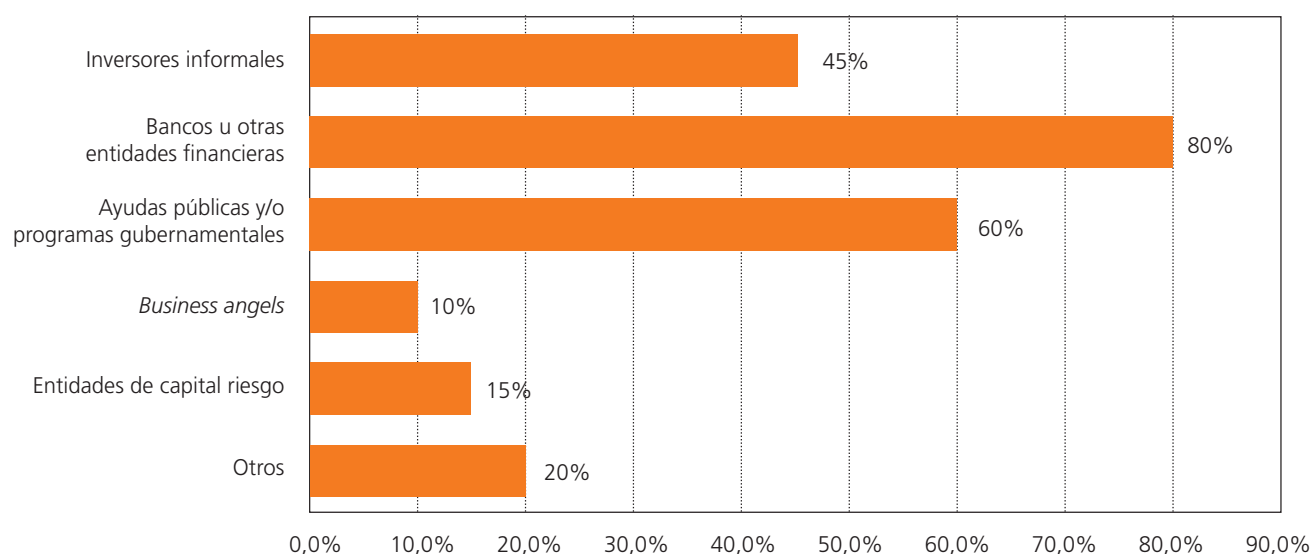
Gráfico 4.3. Porcentaje de emprendedores nacientes que aportaron el 100% del capital semilla inicial. CAPV 2009



Se torna relevante por lo tanto conocer el papel que en este sentido desempeñará el sistema financiero para normalizar la fluidez del crédito y apoyar el despegue de nuevas fórmulas de financiación (fondos de capital semilla, préstamos participativos o *business angels*) que se adecuan mejor a las necesidades de los proyectos en fase emprendedora. En este sentido, es interesante conocer las expectativas que posee el emprendedor respecto a la obtención de fondos externos que permitan financiar el capital semilla necesario.

De las diversas opciones planteadas (véase Gráfico 4.4), un 45% de los emprendedores nacientes en la CAPV confían en recibir financiación proveniente de su círculo más cercano (familiares, compañeros de trabajo, amigos o vecinos). Ocho de cada diez estiman que recurrirán a bancos u otras instituciones financieras como alternativa de financiación, algo que parece disipar las dudas que la crisis financiera evidenció respecto a la restricción al crédito por parte de bancos y cajas. De igual forma, casi seis de cada diez emprendedores estiman que tendrán la posibilidad de recibir ayudas públicas a través de programas de las instituciones, lo cual pone nuevamente de manifiesto la tesis mantenida en este capítulo según

Gráfico 4.4. Porcentaje de emprendedores nacientes que espera recurrir a las distintas fuentes de financiación externas. CAPV 2009



la cual las escasas iniciativas nacientes que fraguaron en la CAPV en 2009 fueron de mayor envergadura y, por consiguiente, contaron y/o contarán en el futuro con un mayor apoyo por parte de la Administración (por ejemplo, proyectos de base tecnológica o con potencial innovador). Por último, cabe destacar que son muchos menos los emprendedores que confían en recurrir en el futuro a fórmulas de financiación más sofisticadas y con menor tradición en nuestro territorio como son los *business angels* o inversores profesionalizados (10%) o las entidades de capital riesgo (15%).

4.3. Presencia y perfil de los inversores informales en la CAPV

La inversión informal se ha convertido en una fuente de financiación clave para cubrir un vacío de capital que suele estar presente en las primeras fases del ciclo de vida de una nueva iniciativa de negocio donde resulta muy complicado acceder con normalidad a otras fuentes de financiación tradicionales (préstamos bancarios, capital riesgo, etc.) como consecuencia de la elevada incertidumbre o las asimetrías de información entre el emprendedor y los oferentes de financiación. Es importante subrayar que dentro de la figura del inversor informal incluimos tanto las aportaciones procedentes de amigos, familiares u otras personas que pertenecen al círculo más cercano al emprendedor (las conocidas como las *3Fs*) así como la figura de los *business angels* profesionales, es decir, personas con experiencia profesional y bagaje emprendedor que desean invertir capital y su propia experiencia profesional (asesoramiento, conocimiento, red de relaciones, etc.) en iniciativas nuevas y en vías de desarrollo.

Por consiguiente, en este informe nos interesa examinar no sólo la situación que presenta la CAPV en cuanto a la evolución en el número de inversores informales, sino determinar también el perfil que subyace tras este colectivo. Este análisis permitirá conocer si la figura del *business angel* profesional, de escasa tradición aun frente a otros países del área anglosajona, va ganando presencia en nuestro territorio.

El proyecto GEM clasifica como inversor informal a todas aquellas personas adultas (entre 18 y 64 años) que han invertido dinero propio en un negocio ajeno en los últimos tres años. En el caso de la CAPV, en el año 2009, un 4,1% de la población adulta actuó como inversor informal, superando por primera vez la barrera del 4%. Este dato representa una importante consolidación en la evolución positiva de esta variable, que inició su senda ascendente en 2005 con un dato del 2%, y que superaba ampliamente y por primera vez la cota del 3% en la pasada edición (3,7%). Se trata además de un dato especialmente positivo en el marco de una coyuntura económico-financiera especialmente adversa, lo cual demuestra que la crisis no ha afectado negativamente en las expectativas de este colectivo. Este incremento puede también deberse a que la restricción al crédito por parte de los agentes clásicos del sistema financiero (bancos, cajas de ahorro y entidades de capital riesgo) ha forzado al emprendedor a dirigirse a su entorno más cercano e inmediato (familiares, amigos, conocidos, etc.) en la búsqueda de la financiación requerida.

Con estos buenos datos, la CAPV logra mantener la tercera posición en el ranking de Comunidades Autónomas con mayor presencia de inversores informales en 2009 (véase Gráfico 4.5), siendo superada tan sólo por Andalucía (5,1%) y Murcia (4,9%). Le siguen de lejos Madrid y Castilla-La Mancha con porcentajes del 3,6% y 3% respectivamente. Es interesante destacar además que la CAPV es la única región española que se mantiene respecto al año pasado en el ranking de los primeros puestos, lo cual indica que el incremento experimentado por esta variable es consistente y no fruto de un incremento coyuntural sin capacidad de sostenibilidad en el tiempo.

En anteriores ediciones, de acuerdo con la serie de datos que se venía observando en la CAPV a lo largo de los años (véase Gráfico 4.6), se detectaba cierto comportamiento correlacionado entre el índice de actividad emprendedora (TEA) y el porcentaje de inversores informales que apoyaban con su capital el nacimiento de nuevos proyectos de emprendizaje. Sin embargo, en esta edición y contra pronóstico, dicha relación se incumple. De hecho, frente a un descenso considerable en el índice TEA, la presencia de inversores informales se ha intensificado en nuestro territorio. Ello demuestra que, pese a haberse producido una rebaja sustancial de la actividad emprendedora, las iniciativas de negocio creadas han encontrado un amplio respaldo en el colectivo de inversores informales. Futuras ediciones del informe deberán confirmar o rechazar la validez de este comportamiento ya que la serie de datos que disponemos en estos momentos no es aún lo suficientemente larga como para extraer resultados concluyentes.

Gráfico 4.5. Inversor Informal en la CAPV: Posicionamiento por Comunidades Autónomas, Año 2009

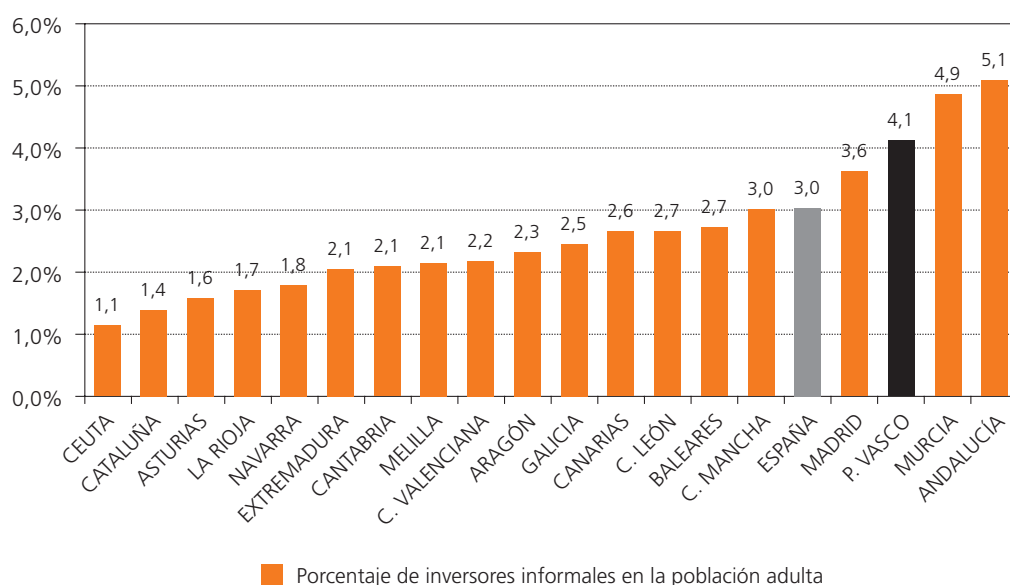
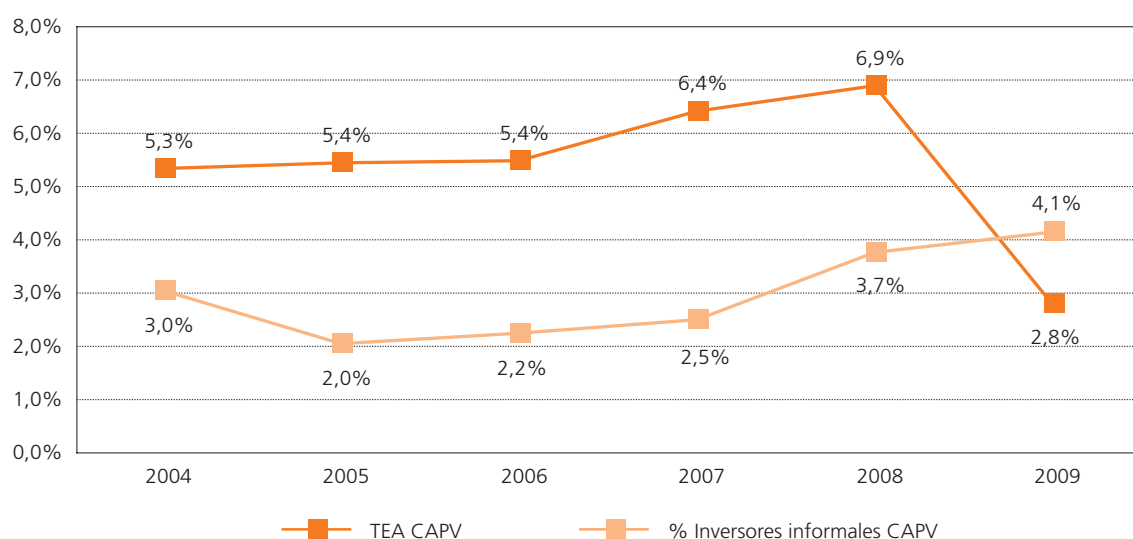


Gráfico 4.6. Evolución conjunta del índice de actividad emprendedora y el número de inversores informales. CAPV 2004-2009



En lo que respecta al perfil socioeconómico que caracteriza a tales inversores (véase Cuadro 4.2), a partir de la información proporcionada por la encuesta GEM, podríamos decir que no se ha visto modificado sustancialmente respecto a años anteriores: hombre, de mediana edad, con estudios universitarios y con formación específica en el ámbito de la creación de empresas. En cualquier caso, conviene poner de manifiesto y matizar la evolución de alguno de sus rasgos:

- Aumenta ligeramente la participación femenina dentro del colectivo (32,5% de mujeres en 2009 frente a 29,7% en 2008), si bien España sigue mostrando un equilibrio más acentuado entre grupos (37,8% de mujeres en 2009). Por otro lado, se ha incrementado moderadamente la edad media del inversor informal en la CAPV hasta situarse prácticamente en los 46 años, frente a los 41 años de media que se registraron en 2008.
- Un 73% de los inversores informales se encuentra en situación laboral activa, el porcentaje más bajo de los registrados desde 2004 (93,2% en 2008; 79,6% en 2007; 79,2% en 2006). Por el contrario, aumenta considerablemente el porcentaje de inversores que se encuentran en situación

Cuadro 4.2. Perfil del inversor en la CAPV. Año 2009

Características del Inversor en la CAPV		2009 CAPV
<i>Género del inversor informal</i>	Hombres	67,5
	Mujeres	32,5
<i>Edad media inversor informal</i>		45,8
<i>Nivel de estudios</i>	No tienen	3,6
	Primarios	21,7
	Secundarios	4,8
	Medios-FP	26,51
	Universitarios	39,8
	NS/NC	3,6
<i>Tamaño del hogar</i>		3,2
<i>Situación laboral</i>	Empleado activo	73,2
	Parado	14,6
	Trabaja en su domicilio	3,7
	Jubilado	8,5
<i>Nivel de renta</i>	Hasta 10.000€	8,4
	10.001-20.000€	8,4
	20.001-30.000€	10,8
	30.001-40.000€	15,7
	40.001-60.000€	7,2
	60.001-100.000€	4,8
	NS/NC	44,6
<i>¿Son emprendedores?</i>	Nacientes (< 3 meses)	4,8
	Nuevos (3-42 meses)	3,6
	Consolidados (> 42 meses)	22,9
<i>Piensa crear una empresa en los próximos 3 años</i>	No	91,6
	Sí	7,2
	No sabe	1,2
<i>Cierre de negocio en los últimos 12 meses</i>	No	88,0
	Sí	12,0
<i>Expectativas de buenas oportunidades para emprender (en los próx. 6 meses)</i>	Sí	25,3
	No	69,9
	No sabe	4,8
<i>Dispone de las habilidades y conocimientos adecuados para crear una empresa</i>	Sí	78,3
	No	20,5
	No sabe	1,2
<i>Miedo al fracaso impide la creación de empresas</i>	Sí	49,4
	No	50,6
<i>Inversión realizada</i>	Media	52.845,6
	Mediana	13.500
	Desv. Típica	139.727,2

de desempleo (14,6%) o jubilación (8,5%). Este dato es consistente si atendemos a la disminución de la renta media anual que perciben estos inversores. De esta manera, si bien en 2008 tres de cada diez inversores se posicionaban en los tramos superiores de renta (más de 40.000 euros anuales), en 2009 únicamente un 12% afirmaba encontrarse en ese nivel.

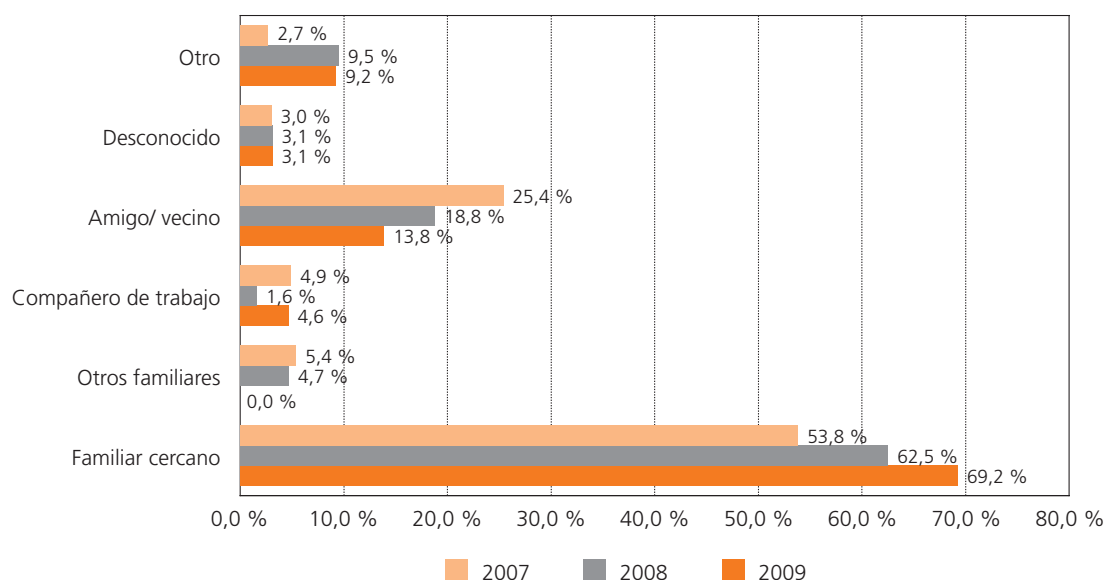
- En consonancia con los datos de actividad emprendedora en esta edición, se detecta un acusado descenso en el porcentaje de inversores informales que están a su vez involucrados en iniciativas de negocio tanto en fase emprendedora como en fase de consolidación. Así, si bien en el año 2008 casi cuatro de cada diez inversores eran también empresarios (12,2% en iniciativas nacientes y nuevas y 28,4% en empresas ya consolidadas), en el año 2009 únicamente tres de cada diez (31,3%) aseguraban ser a su vez emprendedores (nacientes, nuevos o consolidados).
- Disminuye también drásticamente (en más de un 70%) el porcentaje de inversores informales que tiene la intención de crear una empresa en los próximos tres años. Así, únicamente un 7,2% de los inversores informales en la CAPV son a su vez emprendedores potenciales (frente al 28,4% que se obtuvo en 2008). De hecho, casi la mitad de este colectivo (49,4%) afirma tener miedo al fracaso y los consideran como un obstáculo relevante a la hora de emprender.
- El descenso de la actividad emprendedora en el seno de este colectivo es coherente también si atendemos a la evolución en el porcentaje de inversores involucrados en el cierre de un negocio en los últimos 12 meses previos a la encuesta GEM. Concretamente, se ha duplicado⁷ la presencia de inversores informales en esta situación (de un 5,4% en 2008 a un 12% en 2009), alcanzando la mayor tasa en la serie histórica de datos GEM en esta región.
- La fuerte crisis de confianza que acecha nuestra economía se deja notar también en las expectativas de los inversores informales respecto a buenas oportunidades de negocio. Sólo un 25,3% se muestra optimista en el muy corto plazo (próximos 6 meses). Este dato ha empeorado ligeramente respecto al año anterior (28,4%) y de manera notable respecto al periodo previo al estallido de la crisis económico-financiera (año 2007), donde casi la mitad de los inversores informales (48,9%) eran optimistas en este sentido.
- A pesar de que se detecta una menor actividad emprendedora en el inversor informal, observamos que se mantiene el número de inversores informales que dispone de habilidades y conocimientos adecuados para crear una empresa (78,3% frente al 78,4% en 2008). En este sentido, podemos confirmar que el perfil de inversor informal en la CAPV responde al de un individuo formado (cuatro de cada diez son universitarios) y que además se siente con las capacidades y habilidades necesarias para emprender una iniciativa empresarial. Este dato es además muy superior al registrado en el conjunto de España, donde únicamente un 56% afirma contar con formación específica para poder emprender en el futuro.
- La inversión promedio realizada por los inversores informales en la CAPV ascendió en 2009 a 52.845 euros, lo cual implica un incremento espectacular respecto al montante medio que aportaban en 2008 (16.478 euros). De igual forma, la CAPV se sitúa muy por encima de la media en España (34.574 euros) en lo que a esta variable se refiere. No obstante, el empleo de la inversión media puede inducirnos a una errónea interpretación como consecuencia de la elevada dispersión de los datos y el amplio rango de inversión existente⁸. En este sentido, si tomamos la mediana como unidad de análisis, comprobamos que el notable incremento anteriormente presentado no lo es tanto, ya que el valor de la mediana (13.500 euros) apenas ha experimentado un aumento en esta edición con respecto a años anteriores (12.000 euros en 2008 y 15.528 euros en 2007).

Una variable relevante que nos aproxima al grado de profesionalización del inversor informal en la CAPV, es la que se refiere al vínculo existente entre el inversor y la unidad beneficiaria de esos fondos (véase Gráfico 4.7). De nuevo, la práctica mayoría de estos inversores informales (70%) financiaron en 2009 proyectos empresariales desarrollados por personas pertenecientes a su núcleo familiar más cercano. Desaparece en esta ocasión el número de inversores que aportaron fondos a iniciativas lideradas por *otros familiares* (frente al 4,7% en 2008) o bien por *amigos o vecinos* (un 13,8% frente a un 18,8% y un 25,4% en 2008 y 2007 respectivamente).

⁷ Es necesario contextualizar este dato sabiendo la tasa de cierre en la CAPV (porcentaje de población adulta que cerró o clausuró un negocio durante 2009) ha pasado del 0,7% en 2008 al 1,35% en 2009 (véase capítulo 1).

⁸ El rango de inversión informal en la CAPV osciló en 2009 desde los 110 euros hasta 1.000.000 de euros.

Gráfico 4.7. Relación del inversor informal con el beneficiario de la inversión.
CAPV 2007-2009



En cualquier caso, parece consolidarse un 10% aproximadamente de inversores informales que aportan capital a proyectos ajenos al círculo personal o más próximo al inversor. Este dato es muy positivo por cuanto puede indicar que comienza a consolidarse en el territorio una red de inversores informales cuyo perfil se asemejaría al de un *business angel* profesional. Otro dato que apuntaría en esta dirección es la existencia de un 15% de inversores que aportaron un capital medio en un rango entre los 60.000 y 1.000.000 de euros. En cualquier caso, el desarrollo y consolidación de esta figura será relevante de cara al futuro como consecuencia de su elevada capacidad para traccionar proyectos empresariales en su fase más temprana. Esto es así por cuanto permiten cubrir un vacío de financiación (*equity gap*) al que se enfrentan muchos emprendedores en las etapas *early-stage*, y porque, además de aportar capital, supervisan, apoyan la gestión y contribuyen con su experiencia a la evolución y consolidación del proyecto.

Para ello, será necesario articular puntos de encuentro entre *business angels* y emprendedores, donde se identifiquen las necesidades y se mejore la comunicación y puesta en contacto entre las partes. En ese sentido, la consolidación de redes así como la organización de foros o clubes de inversión, podrán ayudar a visibilizar los proyectos, a disminuir las asimetrías de información entre las partes y, en definitiva, a ajustar la oferta (inversores) y demanda de capital (emprendedores).

Por último, procedemos a presentar los datos de inversión informal en la CAPV desde la perspectiva de género. Ya hemos comentado anteriormente que en esta edición se había producido un ligero incremento de la participación femenina en este colectivo. Sin embargo, los datos siguen mostrando que las mujeres son más reacias a invertir en empresas de reciente creación. De cada 100 hombres casi 6 actuaron como inversores informales en la CAPV, mientras que en el caso de las mujeres sólo lo hicieron 3 de cada 100 (véase Cuadro 4.3). A pesar de ello, cabe reseñar que el capital medio invertido por las mujeres superó ampliamente al aportado por los hombres (63.016,5 euros frente a 47.890,6 euros) lo cual implica que las mujeres, cuando invierten finalmente, aportan más capital por término medio que los hombres.

Cuadro 4.3. Perfil del inversor informal en función del género. CAPV 2009

		Población total		
		Hombre	Mujer	Total
¿Es inversor informal?	Sí	5,7%	2,7%	4,2%
	No	94,3%	97,3%	95,8%
	Total	100%	100%	100%
Importe medio invertido (en Euros)		47.890,6 €	63.016,5 €	52.845,6 €

5. Condiciones del entorno específico del *entrepreneurship* en la CAPV

El marco conceptual GEM y la literatura sobre *entrepreneurship* otorgan al entorno un papel indiscutible en la actividad emprendedora de un territorio. Un modelo avanzado de emprendizaje implica articular un sistema en el que tengan cabida no sólo las personas que deciden emprender por vocación sino aquellas otras que lo hagan también porque el entorno social evidencia esta opción como una alternativa deseable y atractiva. En este sentido, resulta de suma relevancia poder conocer en qué medida el entorno en sus múltiples dimensiones está actuando como un elemento facilitador o inhibidor de la cultura emprendedora de una región.

Concretamente, el modelo desarrollado por GEM conceptualiza el análisis del entorno a través de nueve categorías cuya evaluación será ampliamente detallada a lo largo de este capítulo: (1) apoyo financiero, (2) políticas gubernamentales, (3) programas gubernamentales, (4) educación y formación, (5) transferencia tecnológica y de I+D, (6) infraestructura comercial y profesional, (7) apertura de mercado interno, (8) infraestructuras físicas y (9) normas sociales y culturales.

Para ello, cada año se llevan a cabo 4 entrevistas a expertos reconocidos de la CAPV en cada una de las 9 áreas anteriormente especificadas. En total, se han efectuado 36 encuestas en profundidad: 18 en Bizkaia, 9 en Araba y 9 en Gipuzkoa. Por medio de un cuestionario semiestructurado, los expertos seleccionados emiten su opinión respecto a un conjunto de cuestiones previamente definidas —de acuerdo con una escala Likert de 1 (*completamente falso*) a 5 (*completamente cierto*)—, y por otro, se les pregunta de manera abierta (sin una lista de opciones previamente definida) por su opinión acerca de los principales obstáculos y apoyos que consideran que inciden en la CAPV tanto en la creación de empresas como en los resultados de la actividad emprendedora. Por último, proponen medidas o sugerencias para tratar de superar esos obstáculos.

A pesar de que el número de expertos consultados pueda parecer reducido, la experiencia del proyecto GEM demuestra que existe una gran consistencia y estabilidad en los resultados obtenidos, con el añadido de que cada año el conjunto de expertos seleccionados es diferente al del anterior. También es relevante para valorar la consistencia del análisis el hecho de que en todos los países y regiones englobados en GEM se use la misma metodología. Esto nos permite establecer valiosas comparaciones internacionales y regionales en relación con la valoración de los expertos de la CAPV.

El objetivo de este capítulo es el de proporcionar información relevante y complementaria para el diseño o reorientación de las políticas públicas encaminadas a favorecer la creación de nuevas empresas y el fortalecimiento del espíritu emprendedor. Sin duda, la crisis económica actual debe ser aprovechada como un punto de partida excelente sobre el que reforzar un nuevo entorno económico, social y gubernamental que revalorice la figura del emprendedor y que sea capaz incluso de convertir la actividad emprendedora en una solución efectiva como alternativa a la falta de empleo. Ahora bien, desde el punto de vista económico y social, no sólo será necesario aumentar el número de emprendedores sino que se torna imprescindible apostar por la calidad de las nuevas iniciativas, evitando que los nuevos proyectos que se emprendan en un futuro próximo por motivos de subsistencia acaben resultando finalmente fallidos por falta de formación, asesoramiento, infraestructuras inadecuadas, etc.

5.1. Análisis del entorno específico basado en las respuestas cerradas de los expertos

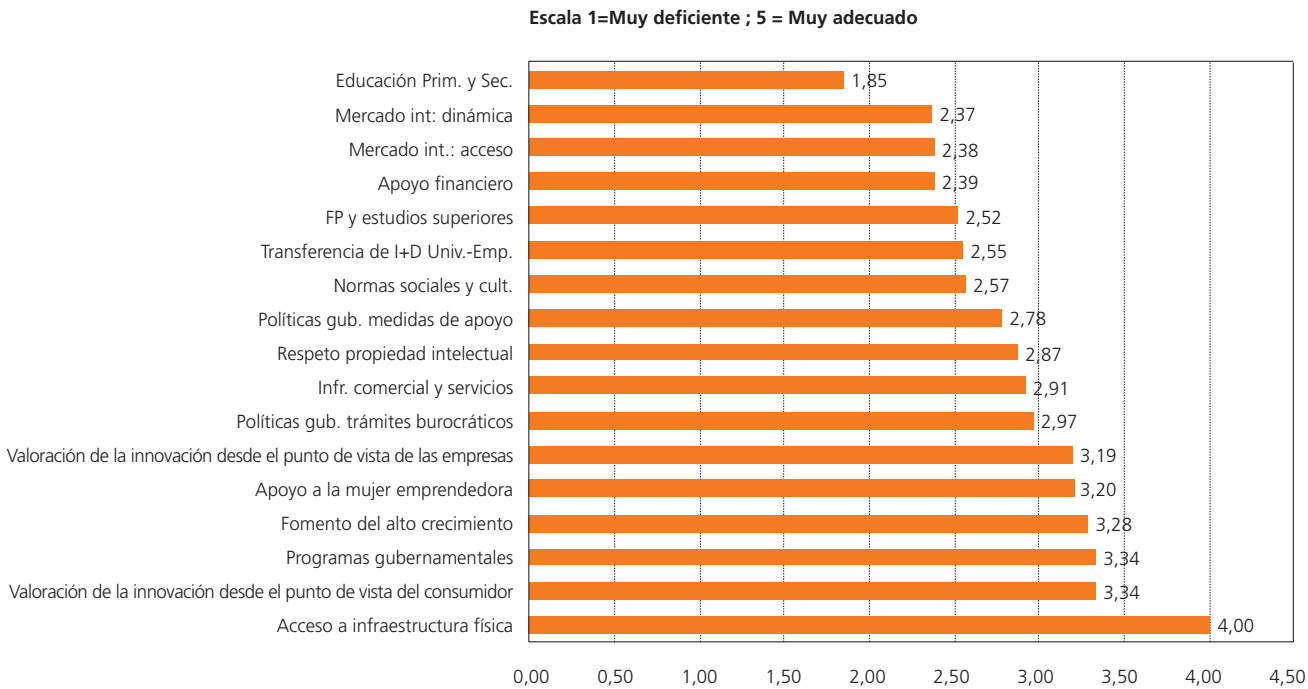
5.1.1. Valoración de las condiciones del entorno en la CAPV y España

A lo largo de este apartado, recogemos las valoraciones que los expertos de la CAPV (a través de una escala Likert de 1-5) otorgaron a los diversos condicionantes del entorno específico en 2009. Como en otras ediciones, resulta de interés conocer la posición relativa de la CAPV con respecto a España así como la evolución que desde 2004 presentan los diversos aspectos objeto de análisis. Todo ello nos permitirá realizar un diagnóstico acerca de las fortalezas y debilidades que brinda el entorno al tejido emprendedor en la CAPV.

Tal y como se aprecia en el Gráfico 5.1, los expertos de la CAPV suspenden 4 factores de los 17 identificados (considerando en este caso una valoración media inferior a 2,5): la educación primaria y secundaria (1,85), la dinámica del mercado interno (2,37), el acceso al mercado (2,38) y el apoyo financiero (2,39).

Por el contrario, los expertos entrevistados posicionan una vez más el acceso a la infraestructura física como el elemento mejor valorado (único ítem con una valoración que alcanza un 4). Le sigue en segundo lugar la valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor (3,34), ítem incorporado en 2008 en la encuesta GEM y que alude a la proclividad de los consumidores para experimentar con nuevas tecnologías y probar nuevos productos, servicios o formas innovadoras de hacer las cosas. El tercer lugar en el ranking de los aspectos más valorados (en puntuación empatada con el segundo) recae sobre los programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas nuevas y en fase de desarrollo o consolidación (3,34).

Gráfico 5.1. Valoración media de las condiciones del entorno. CAPV 2009



En cualquier caso, no pretendemos sólo ofrecer una descripción estática de la valoración media de los diversos condicionantes del entorno en el año 2009, es necesario realizar un análisis dinámico que aporte luz sobre la evolución experimentada por algunos de los factores anteriormente identificados. En términos generales, cabe destacar que la evolución 2008-2009 no ha sido positiva ya que, de los 17 apartados clasificados en el Cuadro 5.1, únicamente el acceso a infraestructura física⁹ ha experimentado una trayectoria favorable (de 3,89 a 4). Del resto de factores, la mitad ha empeorado su valoración media respecto a la pasada edición mientras que la otra mitad mantiene estable su

⁹ Se entiende por acceso a infraestructura física, la disponibilidad y coste económico a soportar por el emprendedor para el acceso y la utilización de redes viarias, servicios de telecomunicaciones, electricidad, agua, etc.

*Cuadro 5.1. Evolución de las valoraciones medias de las condiciones del entorno.
España 2009 y CAPV 2004-2009*

	<i>Media 2009</i>	<i>Media 2008</i>	<i>Media 2007</i>	<i>Media 2006</i>	<i>Media 2005</i>	<i>Media 2004</i>	<i>Conclusión</i>	<i>Media España</i>
Acceso a infraestructura física	4,00	3,89	3,97	4,02	4,15	4,3	Mejora	3,67
Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor	3,34	3,35		No se preguntaba			Estable	3,25
Programas gubernamentales	3,34	3,37	3,28	3,49	3,25	3,3	Estable	3,06
Fomento del alto crecimiento	3,28	3,42	3,24	3,45	3,50	—	Empeora	3,15
Apoyo a la mujer emprendedora	3,20	3,24	3,06	2,92	3,37	—	Estable	3,31
Valoración de la innovación desde el punto de vista de las empresas	3,19	3,38		No se preguntaba			Empeora	2,90
Políticas gub. trámites burocráticos	2,97	2,97	3,15	2,69	3,21	3,2	Estable	2,34
Infraestructura comercial y servicios	2,91	3,00	3,38	3,27	3,72	3,5	Estable	3,06
Respeto propiedad intelectual	2,87	3,00	3,06	2,63	3,03	2,7	Empeora	2,81
Políticas gub. medidas de apoyo	2,78	3,05	2,76	3,08	3,11	3,3	Empeora	2,69
Normas sociales y culturales	2,57	2,56	2,77	2,90	3,05	2,9	Estable	2,45
Transferencia de I+D Univ.-Empresa	2,55	2,70	2,53	2,54	2,73	2,6	Empeora	2,42
FP y estudios superiores	2,52	2,61	2,50	2,83	2,90	2,6	Estable	2,65
Apoyo financiero	2,39	3,06	2,76	2,97	2,79	2,9	Empeora	2,20
Mercado interior: acceso	2,38	2,52	2,81	2,80	2,81	2,7	Empeora	2,68
Mercado interior: Dinámica	2,37	2,52	1,89	2,28	2,25	1,9	Empeora	2,50
Educación Primaria y Secundaria	1,85	1,87	1,76	2,04	1,84	1,7	Estable	1,73

puntuación. De manera más detallada y centrándonos en la información que nos aporta el Cuadro 5.1, algunas de las principales conclusiones que extraemos son las siguientes:

- Se observa un importante retroceso respecto al año anterior en la valoración que los expertos hacen del apoyo financiero al emprendedor (pasa de 3,06 a 2,39) hasta el punto de registrar la peor puntuación nunca antes otorgada por el panel de expertos a esta variable. Además, en términos relativos ha pasado de ser en 2008 el séptimo elemento mejor valorado a situarse en el furgón de cola de los condicionantes del entorno (posición 14). Esta variación parece lógica si tenemos en cuenta la restricción al crédito generalizada que empresas y particulares están padeciendo como consecuencia de la crisis financiera.
- La valoración de los expertos respecto a las políticas gubernamentales relacionadas con la ausencia de trabas administrativas, burocráticas o legales se mantiene estable, pero empeora ligeramente (pasa de 3,05 a 2,78) en lo que respecta a medidas de apoyo (incentivos fiscales, prioridad en las políticas nacionales o autonómicas y locales, etc.). No obstante, cabe reseñar que ambos ítems reciben en la CAPV una valoración de los expertos que supera a la que registra España en esta ocasión (2,34 y 2,69 respectivamente).
- Otro elemento cuya valoración se mantiene en un nivel positivo desde el inicio (año 2004) es el referido a la labor desempeñada por los distintos programas que las administraciones públicas han desplegado para apoyar el fomento de la creación de nuevas empresas. Su valoración se mantiene estable en 3,3 y se asegura la tercera posición en el ranking de aspectos mejor valorados.
- Las características del mercado parecen no favorecer la dinámica emprendedora a juicio de los expertos consultados. De hecho, tanto en lo que se refiere al acceso (barreras o costes de entrada para el emprendedor) como a su propia dinámica de funcionamiento (estabilidad de productos o servicios), lo cierto es que siguen siendo dos de los aspectos que cuentan con la valoración media más baja (2,38 y 2,37 respectivamente). Además, siguen posicionadas en el segundo y tercer puesto de los aspectos peor valorados en el ranking (misma posición que en 2008).

— En lo que respecta a la educación y su valoración como vehículo para dotar a la sociedad de habilidades y competencias que aseguren el desarrollo de la actividad emprendedora, las puntuaciones se mantienen estables respecto a 2008. La educación primaria y secundaria no mejora sus datos y la valoración que asignan los expertos a esta variable se sitúa en 1,8, situándose en la última posición del ranking de valoraciones. En cuanto a la formación superior, las valoraciones son mejores (2,52), si bien disminuye ligeramente respecto al año 2008 (2,61).

5.2. Análisis del entorno específico basado en las respuestas abiertas de los expertos

Tal y como hemos mencionado en la introducción, los expertos entrevistados tienen la oportunidad de emitir su opinión de manera abierta (sin opciones de respuesta previamente definidas) respecto a los condicionantes del entorno específico para el emprendedor. En concreto, se les plantea que emitan su opinión acerca de los tres principales obstáculos que a su juicio frenan la creación de nuevas empresas, los tres apoyos que más favorecen la actividad emprendedora en la CAPV y, por último, las tres recomendaciones o medidas concretas que sugerirían para mejorar esta dinámica. Los principales resultados de este análisis se presentan a continuación.

5.2.1. Los obstáculos del entorno a la actividad emprendedora

Los mayores obstáculos a la actividad emprendedora citados por los expertos entrevistados en la CAPV son coherentes con el análisis de las respuestas cerradas que hemos presentado en el apartado anterior. Así, por primera vez desde 2004, el apoyo financiero emerge como la principal traba que existe en la creación de una nueva iniciativa de negocio. De hecho, 6 de cada 10 expertos (también en España) lo han incluido como uno de los tres principales obstáculos. Al igual que ocurre en la CAPV, en España representa también el factor que más preocupa (véase Cuadro 5.2), algo que evidencia una consecuencia *a priori* esperada, esto es, que la crisis financiera ha afectado de manera muy adversa a la financiación del proceso emprendedor.

Cuadro 5.2. Obstáculos de la actividad emprendedora en 2009, según la opinión de 36 expertos en la CAPV y 476 en España. Ranking CAPV 2004-2009

<i>Clasificación de los factores citados por los expertos como obstáculos a la creación de empresas, por orden de gravedad en el 2009</i>	<i>% de la tabla</i>	<i>España</i>	<i>Ranking 2009</i>	<i>Ranking 2008</i>	<i>Ranking 2007</i>	<i>Ranking 2006</i>	<i>Ranking 2005</i>	<i>Ranking 2004</i>
Apoyo financiero	62,9%	62,0%	1	4	2	4	2	2
Normas sociales y culturales	51,4%	32,0%	2	1	1	1	1	1
Clima económico	28,6%	26,0%	3	7	8	10	7	5
Programas gubernamentales	25,7%	16,0%	4	5	10	2	3	6
Educación, formación	22,9%	28,0%	5	2	7	3	4	3
Políticas gubernamentales	22,9%	40,0%	5	3	4	5	5	4
Capacidad emprendedora	20,0%	16,0%	6	6	3	11	8	9
Estado del mercado laboral	8,6%	2,0%	7	8	6	6	11	10
Contexto político, social e intelectual	5,7%	6,0%	8	9	5	9	10	7
Transferencia de I+D	5,7%	6,0%	8	10	9	12	6	8
Apertura de mercado, barreras	0,0%	6,0%	9	11	13	8	12	12
Composición percibida de la población	0,0%	2,0%	9	12	14	14	14	14
Acceso a infraestructura física	0,0%	0,0%	9	13	12	7	9	11
Infraestructura comercial y profesional	0,0%	12,0%	9	14	11	13	13	13

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

En segundo lugar, las normas sociales y culturales, posicionadas en el primer lugar del ranking de obstáculos desde el año 2004 (véase Cuadro 5.2), aparecen como el segundo de los principales impedimentos que inhiben la dinámica emprendedora. Más de la mitad de los expertos consultados en la CAPV consideran que esto es así, por lo que una vez más evidencian una carencia de valores sociales y culturales compartidos (autonomía personal, iniciativa, creatividad, asunción de riesgos, tolerancia al fracaso, etc.) que actúen como sustrato animador de personas con aptitudes y actitudes emprendedoras.

Fruto de la crisis de confianza actual, cabe destacar que el clima económico sea considerado por casi un 30% de los expertos participantes como una de las tres principales barreras. Así, frente a años anteriores en los que ocupaba posiciones bajas en el ranking (véase Cuadro 5.2), en esta ocasión se sitúa en el tercer obstáculo más citado por los expertos consultados.

La educación y la formación ha sido un factor tradicionalmente destacado por una mayoría de expertos como uno de los frenos más relevantes, que se muestra más presente en sociedades poco emprendedoras. En esta ocasión, parece que su posición relativa ha mejorado respecto al año 2008 si bien, como luego comprobaremos, los expertos siguen recomendando de manera masiva propuestas de actuación que giran en torno a aspectos directamente relacionados con la educación y la formación (nuevas capacidades, aptitudes y actitudes necesarias para el emprendizaje).

5.2.2. Los apoyos del entorno a la actividad emprendedora

El ranking de los tres principales apoyos en 2009 permanece invariable respecto a la pasada edición (véase Cuadro 5.3). Según los expertos consultados, los programas y políticas gubernamentales encabezan los dos mayores apoyos que atesora la CAPV para fomentar la actividad emprendedora. En este sentido, parece claro que los expertos valoran los esfuerzos que las diversas instituciones públicas están realizando para implementar nuevas normativas, políticas o instrumentos (viveros, programas de Ventanilla Única, parques científicos, etc.) que contribuyen a mejorar la dinámica emprendedora dentro del territorio.

Cuadro 5.3. Apoyos a la actividad emprendedora en 2009, según la opinión de 36 expertos en la CAPV y 476 en España. Ranking CAPV 2004-2009

<i>Clasificación de las fuentes citadas por los expertos como generadoras de apoyos a la actividad emprendedora, por orden de importancia en el 2009</i>	<i>% de la tabla</i>	<i>España</i>	<i>Ranking 2009</i>	<i>Ranking 2008</i>	<i>Ranking 2007</i>	<i>Ranking 2006</i>	<i>Ranking 2005</i>	<i>Ranking 2004</i>
Programas gubernamentales	48,5%	41,3%	1	1	2	1	1	1
Políticas gubernamentales	39,4%	39,1%	2	2	1	6	2	2
Apoyo financiero	30,3%	8,7%	3	3	6	8	6	4
Clima económico	24,2%	23,9%	4	9	8	10	7	5
Capacidad emprendedora	21,2%	15,2%	5	5	3	2	4	8
Educación, formación	18,2%	26,1%	6	4	9	5	5	6
Transferencia de I+D	18,2%	6,5%	6	6	5	7	11	7
Acceso a infraestructura física	18,2%	8,7%	6	7	7	4	8	14
Normas sociales y culturales	15,2%	19,6%	7	8	4	3	3	3
Apertura de mercado, barreras	15,2%	17,4%	7	14	11	12	13	10
Estado del mercado laboral	12,1%	8,7%	8	10	12	9	12	11
Contexto político, social e intelectual	12,1%	6,5%	8	12	10	11	10	12
Infraestructura comercial y profesional	0,0%	13,0%	9	11	13	14	9	9
Composición percibida de la población	0,0%	4,3%	9	13	14	13	14	13

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

En cierta forma, en contradicción con lo expuesto en el apartado anterior, el apoyo financiero al emprendedor se sitúa en el tercer puesto del ranking de los principales apoyos (un 30,3 % de los expertos así lo consideraron). Entendemos que los expertos están valorando otras herramientas financieras al margen del sector bancario. En este sentido, y a pesar de haberse evidenciado anteriormente la necesidad de hacer esfuerzos en este ámbito, existe un número considerable de expertos (muy por encima de España) que opina que la CAPV dispone de instrumentos financieros sólidos de apoyo al emprendedor (ayudas públicas, *business angels*, fondos de capital semilla, etc.). En cualquier caso, será necesario afinar las propuestas de actuación en este área y tratar de potenciar las fortalezas y mejorar o introducir nuevas figuras o instrumentos financieros que se ajusten mejor a las necesidades de cada emprendedor.

Lo mismo sucede con el factor que valora la coyuntura económica adversa actual (clima económico). Mientras un porcentaje notable de expertos (28,6%) lo ha considerado como uno de los principales obstáculos (véase Cuadro 5.3), un porcentaje similar (24,2%) opina lo contrario, es decir, que se trata de un elemento favorecedor de la actividad emprendedora. Estos expertos conciben la crisis actual como fuente de nuevas ideas y oportunidades con las que poder materializar nuevas iniciativas de negocio a medio plazo. En línea con este argumento, la situación del mercado laboral (octava posición en el ranking de apoyos) también es considerada por un mayor número de expertos (frente a 2008) como un elemento que contribuirá a dinamizar la actividad emprendedora (en este caso, por necesidad o persiguiendo mejoras laborales en un momento adverso para el avance profesional). De hecho, la situación expansiva del mercado laboral en los años previos a la crisis ha sido uno de los enemigos de la puesta en marcha de ideas de negocio rentables pero abandonadas en muchas ocasiones por la comodidad y las oportunidades en la carrera laboral por cuenta ajena de profesionales valiosos.

5.2.3. Recomendaciones de los expertos para la mejora del entorno

Las recomendaciones para favorecer la creación empresarial (Cuadro 5.4) proporcionadas por los expertos de la CAPV coinciden en términos generales con las de los expertos del resto del país y apuntan a realizar un mayor esfuerzo en educación y formación (64,7%), programas gubernamentales (47,1%) y apoyo financiero (38,2%).

Concretamente, los factores educación y formación lideran por segundo año consecutivo el ranking de las recomendaciones en las que se centran los expertos (en España ocupa la segunda posición). El hecho de que casi siete de cada diez seleccionen medidas en torno a este área, no es sino una muestra más de la importancia que el sistema educativo (formal e informal) tiene para despertar comportamientos emprendedores en la sociedad. La promoción del espíritu emprendedor y la incorporación de materias afines en los currículos oficiales será una cuestión clave a abordar en el futuro.

Sin embargo, los expertos dejan también claro que las personas emprendedoras necesitan mucho más que una buena aptitud para crear una empresa, siendo necesario desarrollar otras competencias personales (creatividad, perseverancia, capacidad de autocrítica, autosuficiencia) y un nuevo ecosistema social que favorezca y cultive el espíritu emprendedor. Esto se demuestra tras comprobar que las medidas que aportan los expertos en torno a las normas sociales y culturales se han intensificado notablemente este año, hasta el punto de ocupar, junto con el apoyo financiero, la tercera posición en el ranking de medidas (frente a la 5.ª posición que ocupa en España).

De nuevo, el hecho de que tanto los programas como las políticas gubernamentales sean mayoritariamente citados por los expertos consultados, cuando se les pregunta por los obstáculos (Cuadro 5.2), los apoyos (Cuadro 5.3) o las medidas que propondrían para incentivar la actividad emprendedora (Cuadro 5.4), demuestra la importancia que tiene la Administración Pública en los procesos de creación de nuevas empresas.

Destaca también que hayan aumentado respecto a 2008 las medidas relacionadas con la mejora de los mecanismos de transferencia de I+D a las empresas. En este sentido, se evidencia la necesidad de establecer metodologías que fortalezcan la relación universidad-empresa y la transferencia de conocimiento y tecnología a la sociedad (OTRIs; fortalecimiento de áreas universidad-empresa; programas de creación de empresas de origen académico; actividad emprendedora de centros tecnológicos, etc.).

El área referido a infraestructuras, bien sean físicas o de carácter profesional y comercial, apenas reciben sugerencias de mejora por parte de los expertos participantes en 2009, algo lógico si tenemos en cuenta que ninguno de ellos había considerado estos factores previamente como obstáculos a la activi-

dad emprendedora. En este sentido, se considera adecuada la disponibilidad de recursos físicos (servicios de telecomunicaciones, electricidad, etc.) y de servicios empresariales de apoyo al emprendedor (asesores, expertos en el área jurídica, contable, financiera, etc.).

Cuadro 5.4. Medidas y recomendaciones para el apoyo de la actividad emprendedora en 2009, según la opinión de 36 expertos en la CAPV y 476 en España. Ranking CAPV 2004-2009

<i>Clasificación de los temas citados por los expertos al hacer recomendaciones que pueden favorecer la actividad emprendedora en la CAPV, por orden de importancia en el 2009</i>	<i>% de la tabla</i>	<i>España</i>	<i>Ranking 2009</i>	<i>Ranking 2008</i>	<i>Ranking 2007</i>	<i>Ranking 2006</i>	<i>Ranking 2005</i>	<i>Ranking 2004</i>
Educación, formación	64,7%	61,5%	1	1	2	2	5	1
Programas gubernamentales	47,1%	34,6%	2	4	1	1	1	5
Apoyo financiero	38,2%	36,5%	3	3	4	4	6	3
Normas sociales y culturales	38,2%	19,2%	3	5	5	5	3	4
Políticas gubernamentales	32,4%	65,4%	4	2	3	3	2	2
Transferencia de I+D	23,5%	19,2%	5	7	6	11	11	6
Contexto político, social e intelectual	14,7%	5,8%	6	6	11	8	10	7
Capacidad emprendedora	8,8%	9,6%	7	9	7	6	4	11
Apertura de mercado, barreras	5,9%	17,4%	8	12	10	14	13	9
Clima económico	5,9%	0,0%	8	14	14	13	7	12
Acceso a infraestructura física	2,9%	0,0%	9	11	9	7	8	10
Estado del mercado laboral	0,0%	0,0%	10	8	12	9	12	13
Infraestructura comercial y profesional	0,0%	7,7%	10	10	8	10	9	8
Composición percibida de la población	0,0%	0,0%	10	13	13	12	14	14

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

5.2.4. Valoración media en cada ítem del entorno en la CAPV y en España

A modo de información complementaria y con el objeto de concretar las valoraciones asignadas por los expertos a los factores anteriormente definidos, en este epígrafe presentamos las valoraciones medias para cada una de las preguntas cerradas que forman parte del cuestionario (véase Cuadro 5.5). Esto nos permitirá afinar nuestro análisis y detectar qué razones concretas se esconden tras la mejora o empeoramiento en cada uno de los condicionantes del entorno previamente definidos.

Dentro del *apoyo financiero*, cuya valoración media global (2,39) ha descendido notablemente en esta edición (véase Cuadro 5.2), destacamos los siguientes aspectos:

- La existencia de subvenciones públicas para empresas nuevas o en crecimiento sigue siendo el elemento mejor valorado (3,4) si bien su valoración se ralentiza ligeramente respecto al año 2008 (3,63).
- El mayor descenso lo ostenta la valoración asignada a la disponibilidad de fuentes de financiación ajena para el emprendedor (pasa de 3,5 a 2,62). Por consiguiente, la contracción del crédito por parte de las entidades financieras y su influencia en el proceso emprendedor, ha sido muy tenida en cuenta por los expertos consultados.
- Los expertos siguen sin dar el aprobado cuando se les pregunta por la existencia de otras fuentes de capital (capital riesgo o inversores privados) que complementen suficientemente las necesidades de financiación de las empresas nuevas o en fase de crecimiento (2,45 y 2,06). No obstante, en el caso de los inversores privados, el descenso en su valoración contrasta con la notable mejora que ha experimentado en el 2009 el dato referido al porcentaje de inversores informales en la CAPV.

- El aspecto peor valorado (1,65) sigue estando centrado en la dificultad para obtener financiación a través de la salida a Bolsa por parte de empresas nuevas o en fase de crecimiento o consolidación. Será interesante analizar a medio plazo la capacidad que tengan medidas como el *Mercado Alternativo Bursátil* (MAB¹⁰), cuyo nacimiento se produjo en 2008, y que permite la salida a Bolsa a pequeñas empresas gracias a una regulación a medida, diseñada específicamente para ellas y con unos costes y unos procesos adaptados a sus características.

De la valoración media dada por los expertos en las *políticas gubernamentales* (2,78), destacamos los siguientes aspectos:

- La prioridad de las instituciones de la CAPV hacia la creación de empresas sigue siendo un elemento valorado positivamente por los expertos consultados (3,38). Lo cierto es que, según Innobasque (*Agencia Vasca de Innovación*), existen más de 200 agentes públicos o privados cuya actividad se centra en promocionar la cultura emprendedora y facilitar la creación de nuevas empresas¹¹.
- La simplificación de los trámites administrativos (licencias y permisos) para la creación de nuevas empresas sigue siendo una asignatura pendiente de las administraciones. De hecho, la valoración de estos ítems (2,79 y 2,09) ha vuelto a descender lo cual demuestra que es necesario continuar haciendo esfuerzos para agilizar los procesos (administración electrónica, coordinación interinstitucional, reducción de burocracia y carga administrativa, servicios de información y asesoramiento *on-line*, etc.).
- De nuevo, los expertos siguen valorando mejor la apuesta en favor del emprendizaje por parte de la administración autonómica (3,38) frente a la Administración estatal (2,73). Además, los expertos siguen puntuando muy bajo (2,39) cuando se les pregunta si las políticas gubernamentales favorecen las empresas de nueva creación a través de licitaciones o aprovisionamientos públicos. Hay que puntualizar al respecto que, en muchas ocasiones, son las propias limitaciones de la propia normativa pública de contratación las que están impidiendo la concertación de servicios con firmas de nueva creación.

En cuanto a los *programas gubernamentales* (valoración media de 3,34), conviene realizar las siguientes precisiones:

- A pesar de que las valoraciones medias descienden, lo cierto es que siguen siendo aspectos valorados positivamente por el panel de expertos (valoraciones superiores a 3 puntos en todos los ítems a excepción de uno de ellos).
- Mejora por segundo año consecutivo la opinión respecto al conjunto de programas específicos que las instituciones (autonómicas, forales, locales) han diseñado para fomentar e incentivar la dinámica emprendedora (3,63). Hay que puntualizar que esta mejora en la valoración no tiene que ver con un incremento en el número de programas sino, más bien al contrario, los expertos lo que están valorando es una adecuación o reordenación en la oferta de tales programas. Además, parece que empeora ligeramente la capacidad de esos programas para adecuarse a las necesidades específicas de cada emprendedor. En este sentido, existe un reto para la extensa red de programas que existen en la CAPV en favor del emprendizaje y debe ser el de evitar que los recursos se solapen y sean demasiado generalistas, es decir, que no atiendan la especificidad de cada persona o proyecto emprendedor (intraemprendizaje, emprendedores sociales, emprendizaje avanzado, proyectos de base tecnológica, etc.).
- El excesivo número de programas dificulta a veces la agilidad a la hora de informar adecuadamente al emprendedor acerca de sus diversas opciones. Por ello, la Ventanilla Única Empresarial es un reto de gran importancia en la CAPV en la medida en que ofrece un servicio integral que incluye información, atención y la tramitación administrativa necesaria para la constitución de una empresa. La valoración que hacen los expertos es algo más positiva respecto al año pasado si bien sigue mostrando una baja puntuación (2,61). El avance que se está realizando en este sentido, como por ejemplo la constitución en 2009 de la ventanilla empresarial de la Cámara de Comercio tras

¹⁰ Más información en: <http://www.bolsasymercados.es/mab/esp/marcos.htm>

¹¹ Según datos de la Agencia Vasca de Innovación (*Innobasque*), los seis principales agentes (Gobierno Vasco, Diputaciones y las dos agencias de desarrollo más importantes) dedicaron en el año 2008 un conjunto de 238 millones de euros al fomento del emprendizaje.

un convenio de colaboración con el Ministerio de Administraciones Públicas, Gobierno Vasco y Diputación de Bizkaia, es un buen ejemplo de asesoramiento integral desde un solo organismo respecto a las ayudas disponibles, financiación, tramitación, ubicación, formación, documentación y sobre todas aquellas materias necesarias para la puesta en marcha de nuevas empresas.

De la valoración dada por los expertos al factor del entorno *apertura del mercado*, destacamos los siguientes aspectos:

- Las barreras de entrada para las empresas de nueva creación siguen considerándose elevadas. No en vano se trata de uno de los factores con menor puntuación media (menor a 2,5) desapareciendo la ligera mejoría que se apreció en la pasada edición. La dificultad de acceso, los costes de entrada y la falta de dinamismo en los mercados de bienes y servicios, son una realidad para muchos emprendedores según los expertos participantes. Además, los factores financieros (por ejemplo, un capital semilla mínimo de entrada elevado) pueden ser considerados también una barrera de entrada importante para muchos emprendedores.

En cuanto a la *infraestructura física* (estado y condiciones de acceso), destacamos en esta edición las siguientes cuestiones:

- Se trata del factor del entorno mejor valorado (Gráfico 5.1) y además el que mejor mantiene su puntuación media en un año en el que las valoraciones de las condiciones del entorno han sufrido un descenso generalizado.
- En términos generales, se mantiene estable la buena valoración otorgada (más de 3,8 en todos los ítems) a las condiciones de acceso y el coste de las infraestructuras físicas básicas (agua, gas, telecomunicaciones, red viaria, etc.).

De la valoración dada por los expertos a las *normas sociales y culturales* destacan los siguientes aspectos:

- En términos generales, la valoración media del factor se ha mantenido estable (2,57) si bien la evolución de las preguntas que configuran el mismo ha sido dispar.
- Por un lado, la capacidad del entorno social y cultural para incentivar la asunción de riesgos, la creatividad y la innovación, disminuye por tercer año consecutivo hasta situarse en la peor puntuación (2,25 y 2,08) desde la recogida de datos GEM en la CAPV. Por el contrario, se detecta una mejoría en los estímulos sociales hacia los valores clave para la emergencia de comportamientos emprendedores como serían la autosuficiencia, la autonomía, la iniciativa y el esfuerzo personal.

De la valoración dada por los expertos respecto a la *legislación sobre derechos de propiedad intelectual y estado de registro de patentes*, destacan los siguientes aspectos:

- Los expertos consultados siguen dejando claro que la legislación sobre los derechos de propiedad intelectual es adecuada (3,3). Sin embargo, parecen confiar menos en la capacidad para hacer cumplir de manera eficaz dicha ley (2,83 y 2,5).
- A pesar de los intentos por parte de las administraciones por educar a la población en el respeto a la propiedad intelectual, la venta ilegal de copias piratas de software, CDs y productos registrados, está a juicio de los expertos consultados cada vez más extendida.

Respecto a la valoración dada por los expertos al *apoyo a la mujer emprendedora* destacamos también que:

- Se cree que es más bien cierto que las mujeres están en igualdad de condiciones para crear una empresa (3,31) y que el autoempleo es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer (3,29).
- Queda fuera de toda duda que no se cuestiona la valía de la mujer para crear empresas (4,66), aunque se siguen evidenciando los esfuerzos necesarios para poder conciliar la vida familiar con la profesional.

En lo que se refiere a la *creación de empresas de alto potencial y crecimiento*, se destaca lo siguiente:

- En general, se sigue detectando un alto interés por parte de las administraciones para fomentar proyectos de alto potencial y crecimiento (*emprendizaje avanzado*). Esto se refleja a la hora de diseñar las políticas públicas y la prioridad de los programas para financiar proyectos de estas características.

Cuadro 5.5. Valoración media de los expertos vascos a las preguntas cerradas. 2008-2009

<i>Afirmaciones valoradas por los expertos</i>	<i>Media 2009</i>	<i>Conclusión</i>	<i>Media 2008</i>	<i>Evolución</i>
<i>Financiación</i>				
Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,40	Más bien cierto	3,63	Empeora
Hay suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,62	Más bien falso	3,50	Empeora
Hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,45	Más bien falso	2,89	Empeora
Hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.	2,26	Más bien falso	2,83	Empeora
Hay suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distintos de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,06	Más bien falso	2,59	Empeora
Hay suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento.	1,65	Falso	1,81	Empeora
<i>Políticas gubernamentales</i>				
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración autonómica.	3,38	Más bien cierto	3,58	Empeora
Los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.	2,79	Más bien falso	3,43	Empeora
Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.	3,36	Más bien cierto	3,30	Estable
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal.	2,73	Más bien falso	2,91	Empeora
Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento no representa una especial dificultad	2,79	Más bien falso	2,86	Estable
Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo licitaciones o aprovisionamiento públicos).	2,39	Más bien falso	2,71	Empeora
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana.	2,09	Más bien falso	2,21	Empeora
<i>Programas gubernamentales</i>				
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	3,83	Más bien cierto	4,03	Empeora
Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.	3,36	Más bien cierto	3,65	Empeora
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.	3,63	Más bien cierto	3,40	Mejora
Casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.	3,17	Más bien cierto	3,29	Empeora
Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.	3,21	Más bien cierto	3,23	Estable
Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público. (Ventanilla única).	2,61	Más bien falso	2,53	Estable

Cuadro 5.5 (cont.)

<i>Afirmaciones valoradas por los expertos</i>	<i>Media 2009</i>	<i>Conclusión</i>	<i>Media 2008</i>	<i>Evolución</i>
<i>Apertura de mercado interno</i>				
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas.	2,45	Más bien falso	2,20	Mejora
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.	2,63	Más bien falso	2,86	Empeora
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado.	2,09	Más bien falso	2,29	Empeora
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.	2,35	Más bien falso	2,79	Empeora
Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	2,42	Más bien falso	2,45	Estable
Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	2,34	Más bien falso	2,58	Empeora
<i>Infraestructura física, estado y acceso</i>				
Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.	4,18	Cierto	4,15	Estable
Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.).	4,03	Cierto	4,14	Empeora
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,83	Más bien cierto	3,86	Estable
No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.).	3,88	Más bien cierto	3,83	Estable
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).	3,91	Más bien cierto	3,44	Mejora
<i>Normas sociales y culturales</i>				
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	3,19	Más bien cierto	2,97	Mejora
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	2,72	Más bien falso	2,72	Estable
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2,67	Más bien falso	2,56	Mejora
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2,25	Más bien falso	2,39	Empeora
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial.	2,08	Más bien falso	2,19	Empeora
<i>Legislación y estado de registro, patentes y similares</i>				
Se acepta en general que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados.	3,68	Más bien cierto	3,41	Mejora
La legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa.	3,30	Más bien cierto	3,38	Estable
Una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas.	2,83	Más bien falso	2,93	Empeora
La legislación sobre derechos de propiedad intelectual se hace cumplir de manera eficaz.	2,50	Más bien falso	2,67	Empeora
La venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs y productos registrados no está muy extendida.	1,79	Falso	2,03	Empeora

Cuadro 5.5 (cont.)

<i>Afirmaciones valoradas por los expertos</i>	<i>Media 2009</i>	<i>Conclusión</i>	<i>Media 2008</i>	<i>Evolución</i>
<i>Apoyo a la mujer emprendedora</i>				
Las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres.	4,66	Cierto	4,53	Mejora
Las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres.	3,31	Más bien cierto	3,31	Estable
Crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer.	3,29	Más bien cierto	2,97	Mejora
Se fomenta entre las mujeres el auto-empleo o la creación de empresas.	3,03	Más bien cierto	2,94	Estable
Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia.	2,50	Más bien falso	2,64	Empeora
<i>Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo</i>				
Los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3,59	Más bien cierto	3,65	Estable
El potencial de rápido crecimiento y desarrollo de las empresas se usa a menudo como criterio de selección de las entidades que son susceptibles de recibir apoyos a la creación empresarial.	3,63	Más bien cierto	3,65	Estable
El apoyo a las empresas de rápido crecimiento es un tema prioritario de la política pública de creación de empresas.	3,40	Más bien cierto	3,52	Empeora
Los profesionales que trabajan en temas de apoyo a la creación de empresas tienen suficientes habilidades y competencias para proporcionar apoyo a nuevas empresas con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3,03	Más bien cierto	3,17	Empeora
Existen muchas iniciativas que son especialmente diseñadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3,12	Más bien cierto	3,09	Estable
<i>Interés por la innovación</i>				
A los consumidores les atrae probar nuevos productos y servicios.	3,51	Más bien cierto	3,46	Estable
La innovación es muy valorada por los consumidores.	3,45	Más bien cierto	3,49	Estable
La innovación es altamente valorada por las empresas.	3,29	Más bien cierto	3,66	Empeora
Los consumidores están muy abiertos a la compra de productos y servicios que proceden de nuevas firmas emprendedoras.	3,44	Más bien cierto	3,09	Mejora
A las empresas les gusta experimentar con nuevas tecnologías y nuevas formas de hacer las cosas.	3,61	Más bien cierto	3,61	Estable
Las empresas consolidadas están abiertas a utilizar nuevos proveedores y firmas emprendedoras.	2,64	Más bien falso	2,91	Empeora

— Sin embargo, empeora ligeramente la valoración que hacen de la capacidad por parte de los técnicos de los programas para apoyar las empresas con alto potencial de crecimiento y desarrollo (3,03). La peculiaridad de estas empresas, especialmente aquellas de alto nivel tecnológico, exige de la disposición de una amplia red de expertos sectoriales ofrecer un servicio de asesoramiento de calidad y personalizado. Es necesario por tanto que los recursos se vayan ajustando específicamente a cada perfil de emprendedor y a cada tipo de proyecto, en este caso, nuevas empresas con alto potencial de crecimiento.

Por último, por segundo año consecutivo se recogen las valoraciones que los expertos hacen en torno al *interés por la innovación* en la CAPV. La evolución respecto al año 2008 es la siguiente:

- Se mantiene estable la consideración de que los consumidores (el mercado) valoran la innovación (3,45) y se sienten atraídos por experimentar con nuevos productos y servicios (3,61). De igual forma, las empresas también muestran una clara predisposición a probar nuevas tecnologías o formas de hacer las cosas (3,61), si bien empeora respecto a 2008 la valoración que otorgan las empresas a la innovación (pasa de 3,66 a 3,29) así como la predisposición por parte de las empresas consolidadas para utilizar nuevos proveedores y firmas emprendedoras (pasa de 2,91 a 2,64).
- Sin embargo, los expertos opinan que las empresas ya establecidas tienden a presentar reticencias para utilizar o entablar relación con nuevos proveedores o firmas de nueva creación.

5.3. **Condicionantes del entorno: posicionamiento de la CAPV en el ámbito internacional GEM**

Para finalizar la evaluación de los condicionantes del entorno para el emprendedor, a lo largo de este apartado recogemos la posición relativa que ocupa la CAPV dentro del marco global de regiones españolas y países de la UE participantes en el proyecto GEM. Los resultados de cada categoría se han estandarizado utilizando la media de los 55 países GEM (sin incluir las comunidades autónomas).

Concretamente, comprobamos que las fortalezas y debilidades de esta comunidad en el contexto nacional y Unión Europea (UE) son bastante similares a las reflejadas en la pasada edición. Del conjunto de los 17 factores identificados (véase Gráfico 5.2), en diez de ellos la CAPV presenta valoraciones por encima de la media: acceso a la financiación, políticas (medidas de apoyo y trámites burocráticos) y programas gubernamentales, educación primaria y secundaria, transferencia tecnológica e I+D, infraestructura física, apoyo al crecimiento empresarial e interés por la innovación en el tejido empresarial. En cualquier caso, conviene realizar algunas apreciaciones al respecto:

- En el acceso a la financiación, la CAPV ha dejado de ser el territorio con mejor situación percibida en esta variable y se sitúa en una peor posición relativa frente al año 2008. Le superan regiones españolas como Navarra, Extremadura o Madrid al igual que países europeos como Bélgica, Finlandia o Alemania. No obstante, la CAPV está muy por encima de España (con una posición por debajo de la media).
- En cuanto a las políticas gubernamentales, se observa un claro avance de la CAPV en lo que se refiere a la reducción y simplificación de los trámites burocráticos, hasta el punto de ocupar el primer puesto del ranking de países y regiones GEM. Este excelente dato viene a confirmar los esfuerzos que las distintas administraciones vascas están haciendo por minimizar las cargas administrativas necesarias para crear una empresa. Dichos esfuerzos comienzan a ser reconocidos ampliamente por expertos y emprendedores del territorio hasta el punto de superar en valoración percibida a países que tradicionalmente han ocupado los primeros puestos en esta variable como son Dinamarca o Finlandia.
- La situación percibida sobre los programas públicos específicos de asistencia y apoyo a la creación empresarial en la CAPV (viveros, ventanilla única, parques científicos, etc.) sigue siendo buena. Tan sólo es superada por Navarra y en el contexto de la UE por países como Alemania, Dinamarca o Bélgica.
- Conviene subrayar que por primera vez en la CAPV, la valoración percibida respecto a la educación emprendedora en la etapa primaria y secundaria se encuentra por encima de la media (aunque muy levemente). Futuras ediciones del informe tendrán que aseverar si se inicia una trayectoria ascendente en la situación percibida de esta variable.
- En el acceso a infraestructuras físicas, la CAPV lidera el conjunto de regiones y países GEM (alcanza el 1.º puesto en esta edición), dejando patente la fortaleza que demuestra tener este territorio en cuanto a la posibilidad por parte del emprendedor de disponer y acceder a redes viarias, servicios de telecomunicaciones, suministros básicos, etc.
- Por último, destacar que la CAPV ocupa también el primer lugar en la situación percibida respecto al interés de las empresas por la innovación. Es importante subrayar que estamos midiendo la percepción del interés por innovar y no los datos reales de innovación, donde evidentemente hay países que superan a la CAPV en este sentido. No obstante, su posición relativa en este ranking es muy positiva por cuanto reflejan el interés por considerar la innovación como un asunto clave y de capital importancia para su futuro.

Gráfico 5.2. Situación internacional respecto a las condiciones del entorno

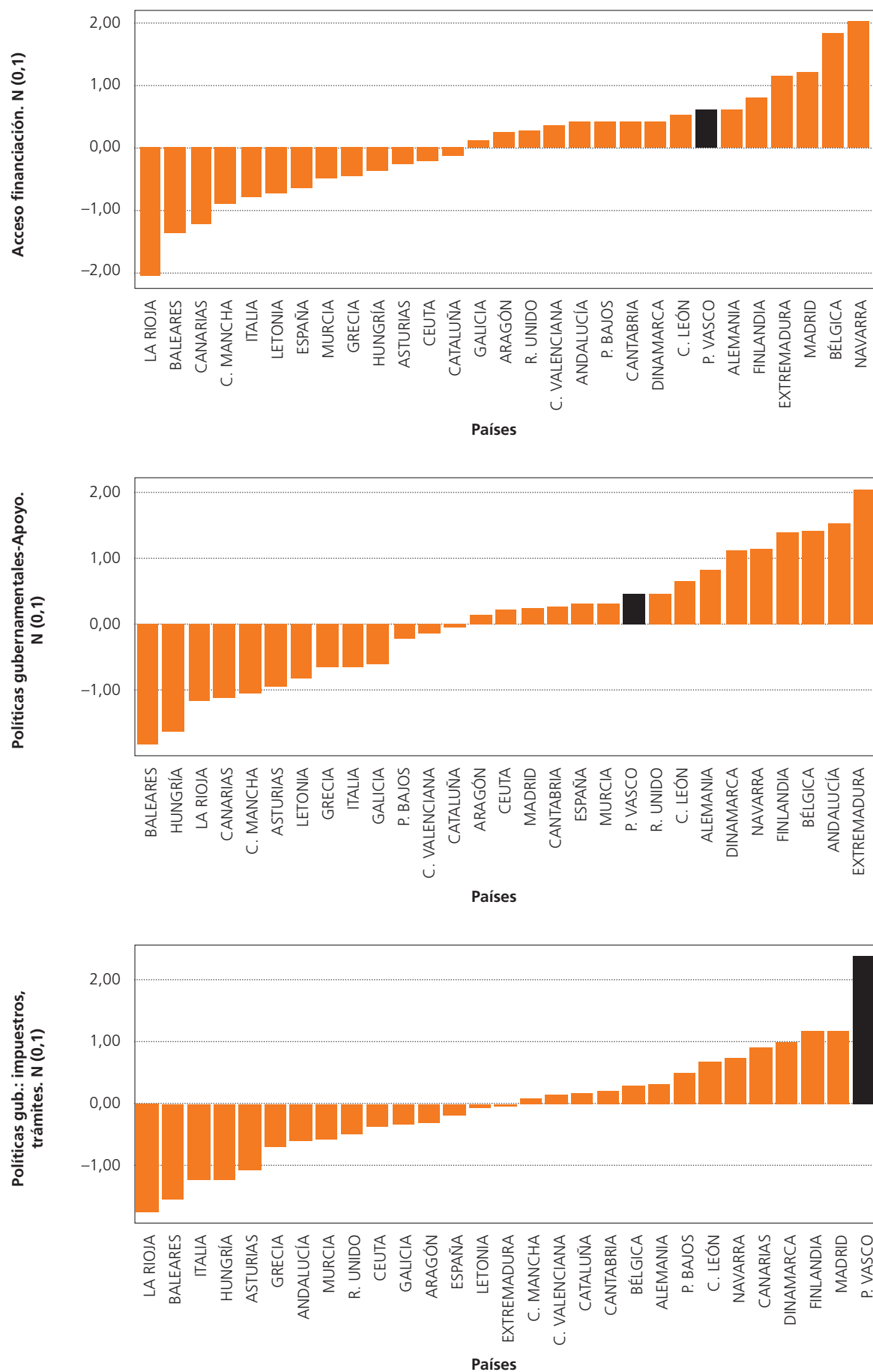


Gráfico 5.2 (cont.)

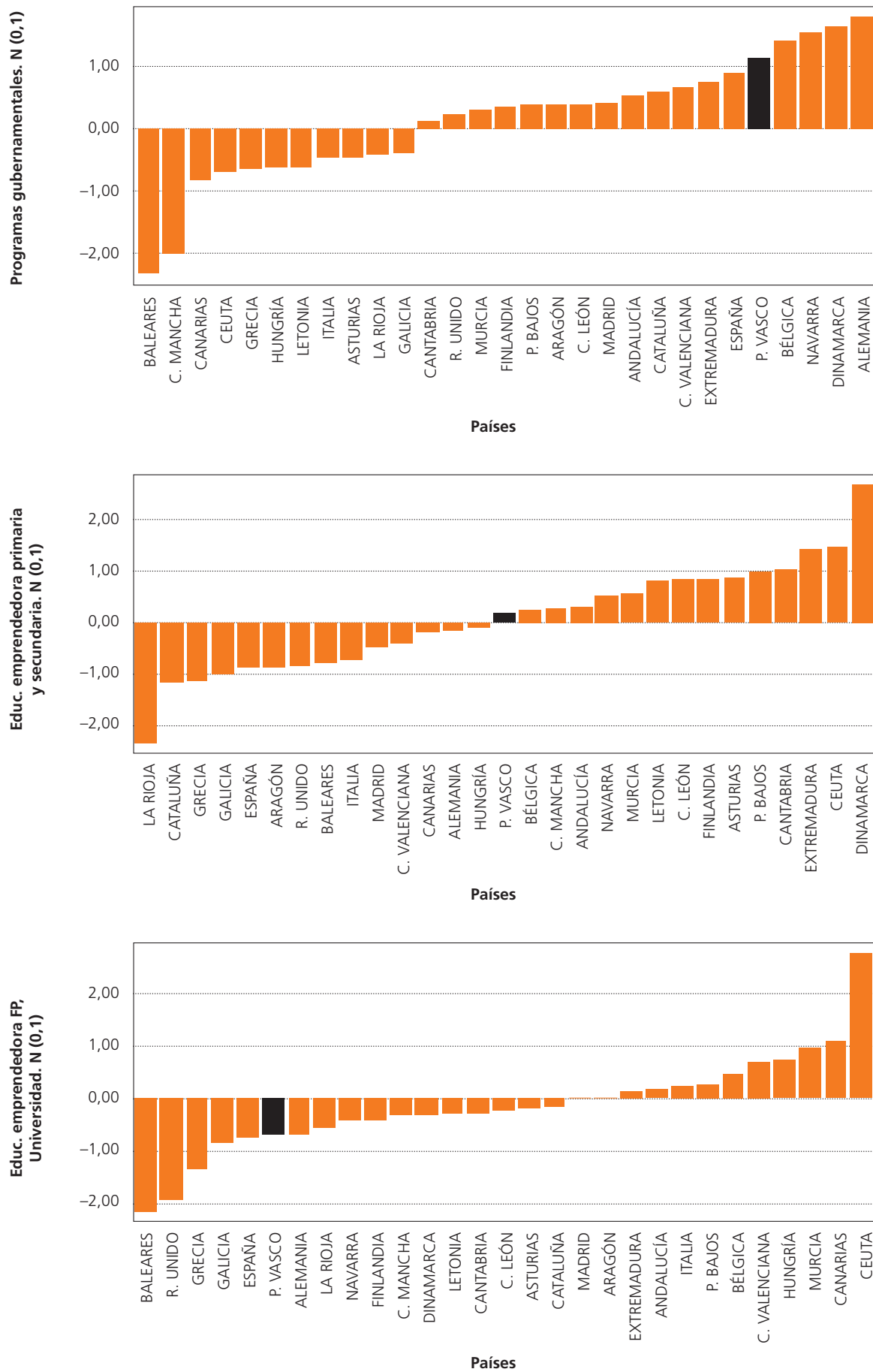


Gráfico 5.2 (cont.)

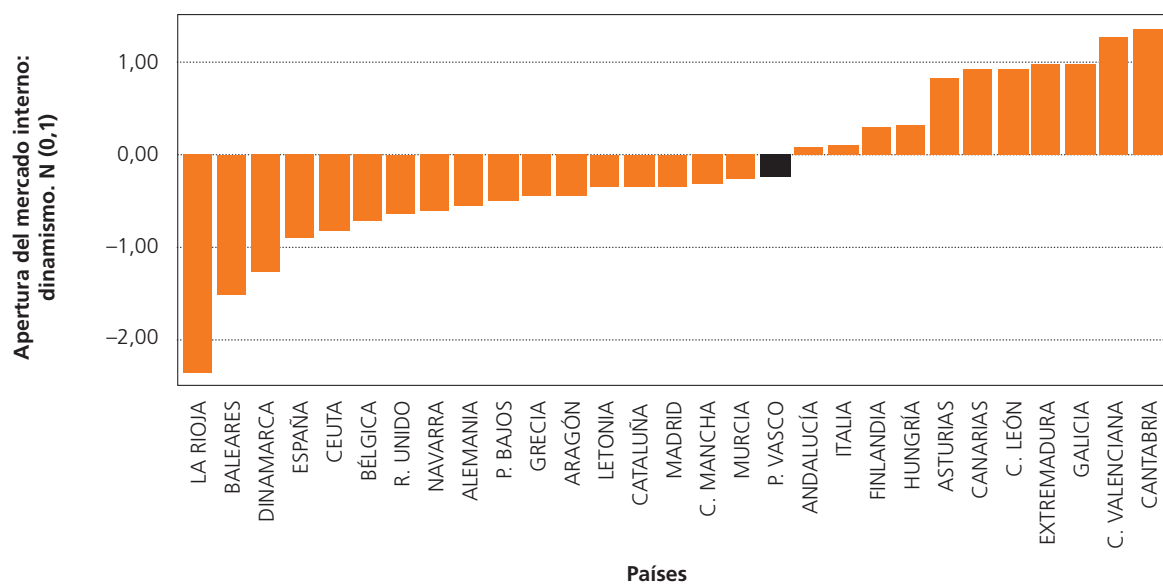
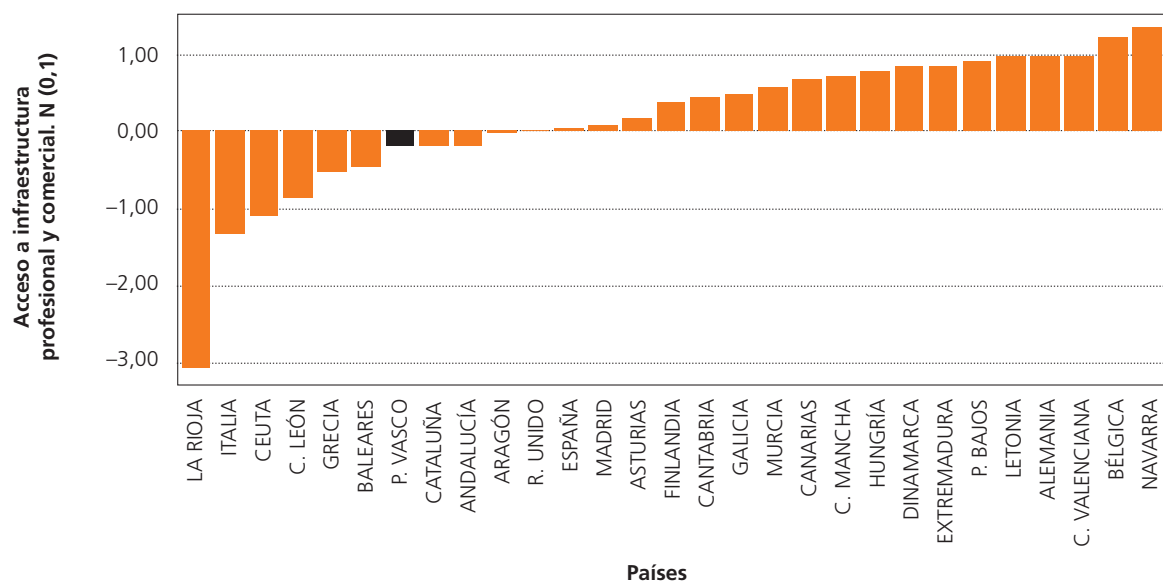
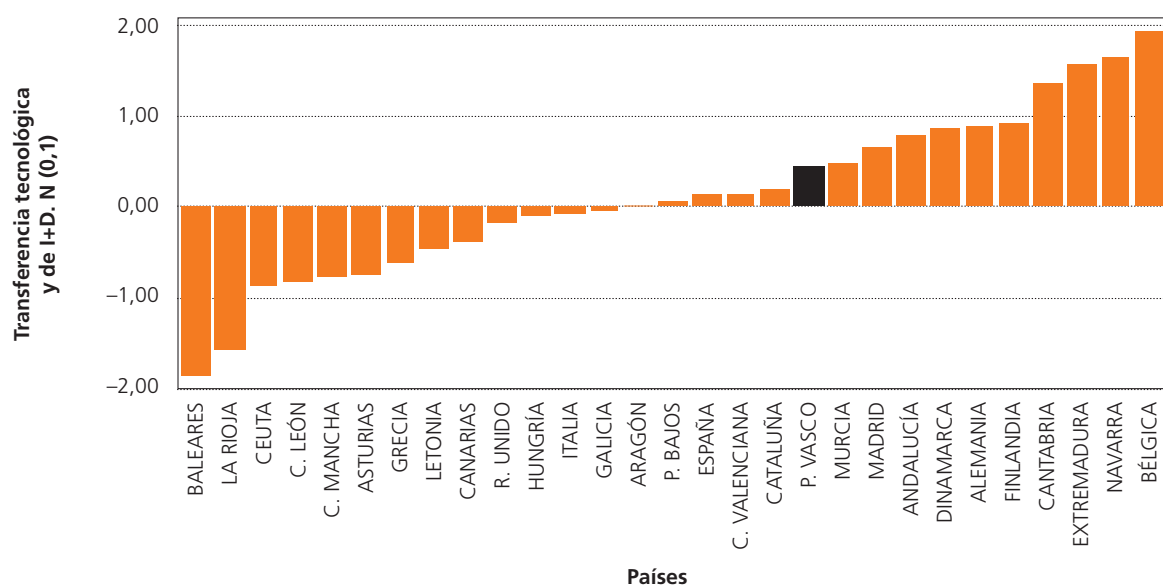


Gráfico 5.2 (cont.)

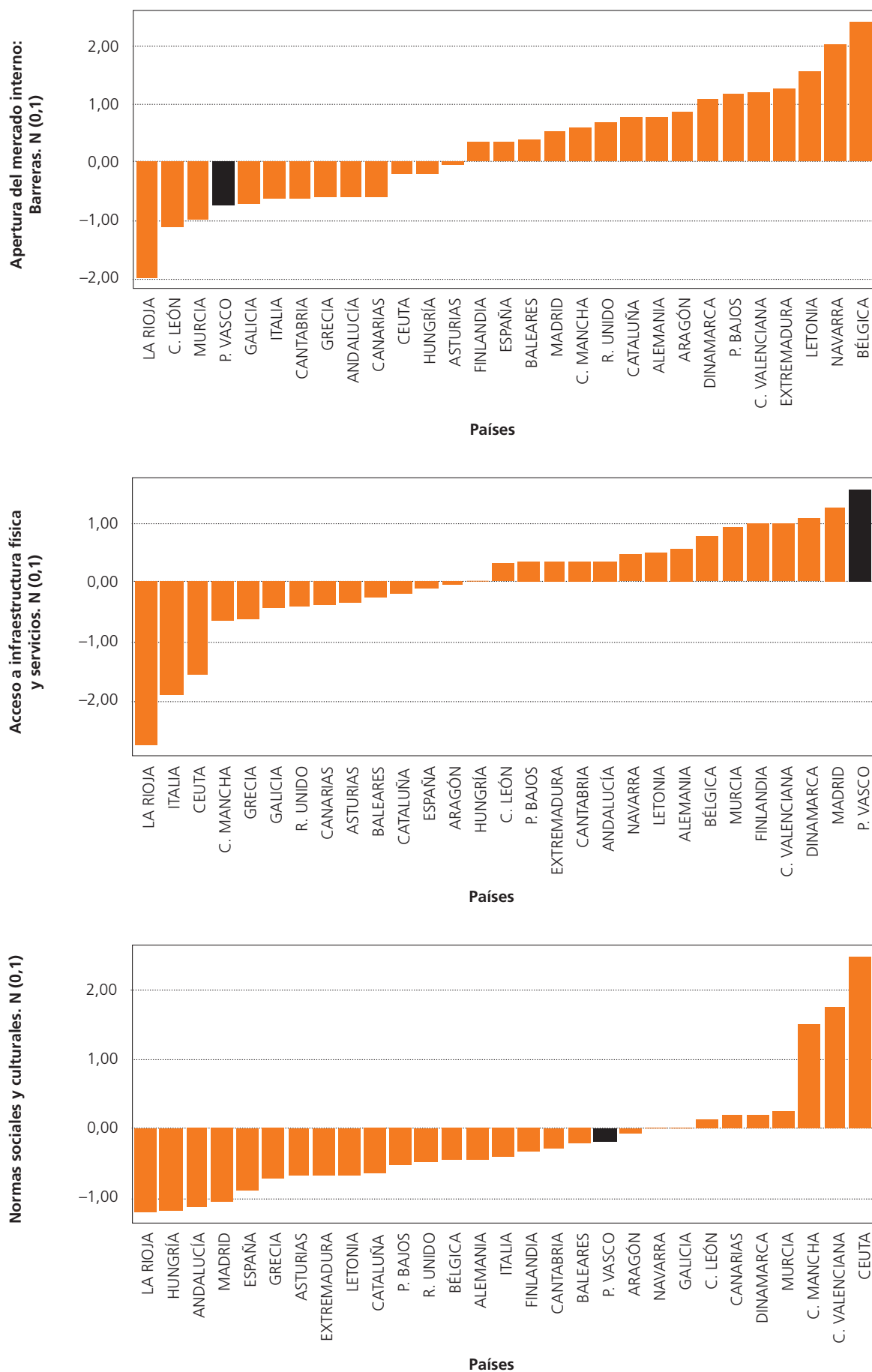


Gráfico 5.2 (cont.)

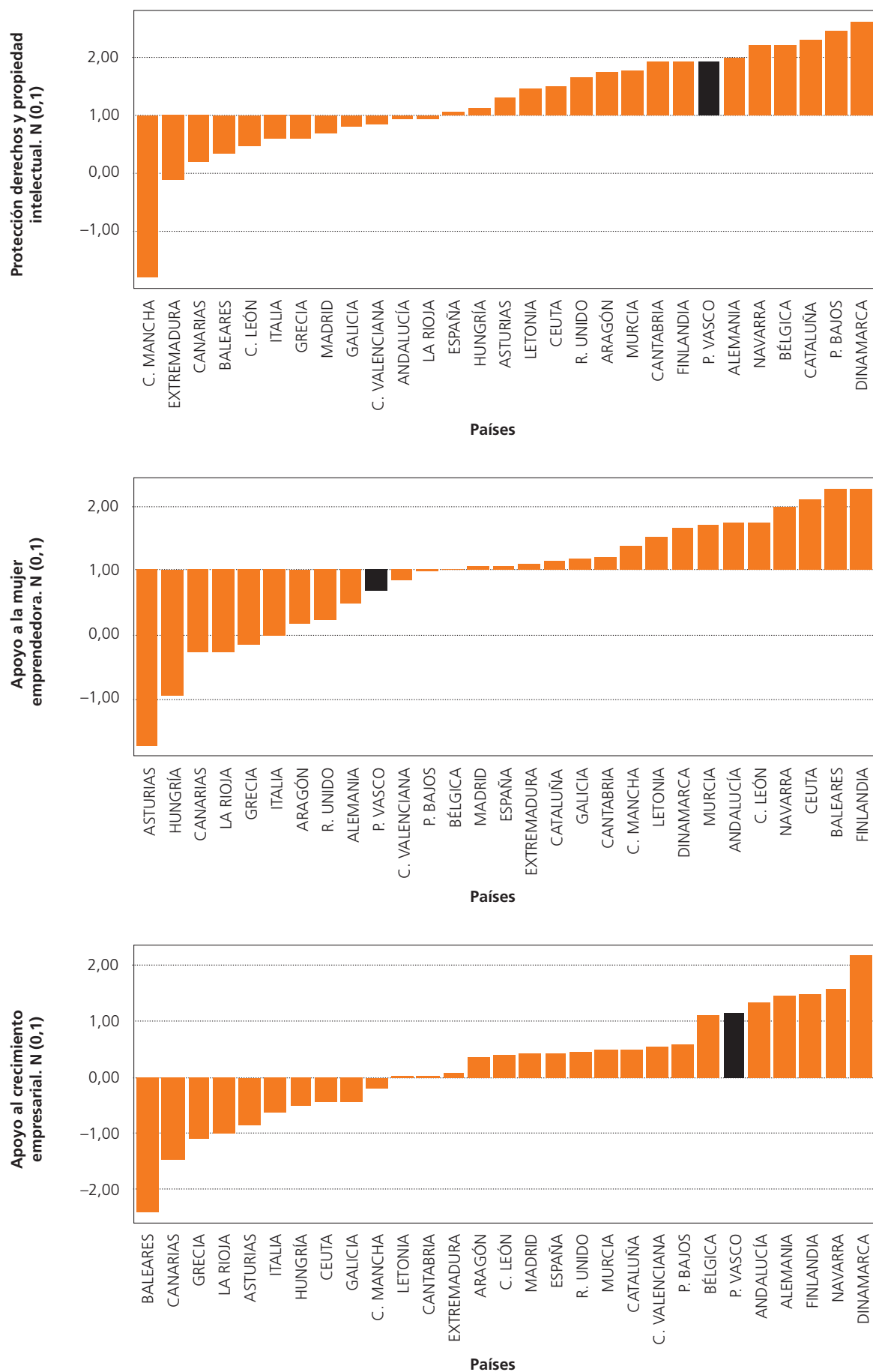
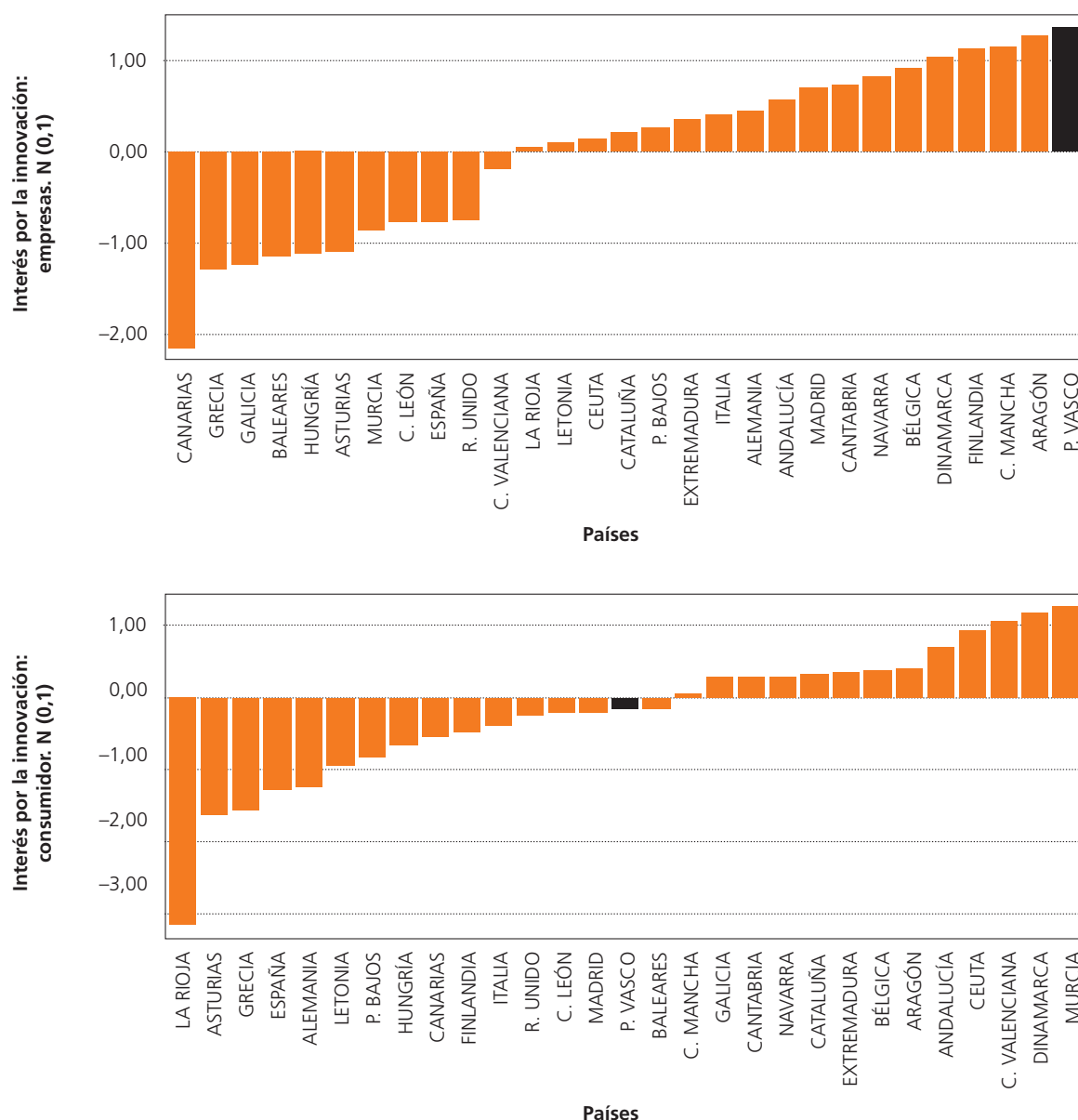


Gráfico 5.2 (cont.)



En contraste, la CAPV se encuentra por debajo de la media en siete elementos del entorno: educación emprendedora (FP y estudios superiores), infraestructura comercial, apertura del mercado interno (acceso y dinámica), normas sociales y culturales, apoyo a la mujer emprendedora, e interés de los consumidores por la innovación.

Como ya hemos podido comprobar, la importancia relativa que se le da a algunos ítems parece contradictoria cuando se compara la posición de la CAPV con las valoraciones medias que presentan otras regiones españolas y países de la UE. Un ejemplo claro lo encontramos en la variable educación y formación. Así, mientras la educación primaria y secundaria es el factor con peor puntuación en el ranking (1,85), en términos comparativos con otros países UE nos posicionamos por encima de la media, algo que nos permite relativizar nuestra posición. Por el contrario, en la educación en FP y nivel superior, pese a ser un ítem mejor valorado (2,52), la CAPV se posiciona frente a otros países UE por debajo de la media.

6. Conclusiones

El retroceso experimentado en la **actividad emprendedora y dinámica empresarial de la CAPV** no es un fenómeno excepcional, sino más bien trasluce la tendencia que la actividad emprendedora ha reflejado en los últimos años en el contexto internacional. Si bien es cierto que el nivel emprendedor se ha reducido de una manera muy importante en esta última edición, no es menos cierto que tenemos indicios para pensar que la dimensión de los negocios creados es superior a la de años anteriores. Por lo menos, así lo es si comparamos la actividad emprendedora más reciente de la CAPV con la del entorno estatal. En la CAPV se emprende menos, pero con empresas de mayor dimensión, mayor impulso financiero: hemos visto multiplicado por 2,5 el capital inicial de arranque de los nuevos negocios y se ha incrementado mucho la aportación personal del emprendedor (tal vez debido a la sequía del crédito). El informe también revela que el nivel innovador, de nivel de empleo generado y esfuerzo exportador de los nuevos negocios generados en la CAPV es mayor que en España, factores que probablemente están directamente relacionados con un nivel de madurez, formación y nivel de renta superior a su vez del emprendedor vasco. Asimismo, conviene destacar la solidez de las empresas vascas consolidadas. Quizás lo más preocupante sea la desconfianza y desánimo social que parece revelar el indicador de potencial emprendedor futuro. El descenso puede no sólo estar reflejando una disminución de las oportunidades de negocio que se perciben actualmente, sino también una especie de parálisis económica general, con implicaciones quizás más negativas que la provocada propiamente por una escasez coyuntural de oportunidades.

A tenor de los resultados obtenidos en el presente informe y en las ediciones anteriores, se observa que el **perfil del emprendedor** en la CAPV no ha variado de forma importante desde la primera edición del informe GEM. El colectivo emprendedor se concentra fundamentalmente en un colectivo de personas varones y de mediana edad (35-45 años) y que declaran que la principal razón para crear su propia empresa ha sido la necesidad de obtener mayor independencia en el ámbito laboral. A pesar de la crisis económica, las características de la población emprendedora vasca no han variado. Es decir, no hemos observado un declive del capital humano del emprendedor.

Con el objetivo de ampliar el emprendizaje a un colectivo superior de la población, puede resultar interesante fomentar el espíritu emprendedor en segmentos más jóvenes o más adultos, especialmente si se dispone de una mayor experiencia, contactos, y ahorros para invertir en un proyecto emprendedor (que normalmente se suele acumular con la edad de una persona). También resultaría interesante fomentar el emprendizaje entre el colectivo femenino que todavía ofrece datos de actividad emprendedora inferiores con respecto a los obtenidos por el colectivo masculino. Igualmente, si progresa la Ley de Ciencia, el colectivo académico (universitario) podría mejorar su propensión a emprender al verse eventualmente mejorado el sistema de incentivos actualmente vigente.

Por otra parte, la complicada situación económica que está atravesando la economía vasca también puede atraer a otro tipo de individuos al emprendizaje. No obstante, en situaciones económicas adversas es conveniente tomar este tipo de decisiones con mucha cautela ya que las condiciones del entorno no suelen ser las más favorables. En una coyuntura de crisis, emerge el dilema de si debe prevalecer la urgencia de aumentar la masa de la población emprendedora abarcando a individuos de cualquier perfil (como medida para combatir el desempleo animando todo individuo interesado a que constituya un nuevo negocio), sobre la apuesta de fortalecer prioritariamente un segmento del tejido emprendedor con un perfil diferenciado (que si bien éste es más reducido, está mejor dotado para crear proyectos empresariales de mayor envergadura y mejor capacitado para la generación de empleo). Ambas estrategias son importantes. Es más, lo uno no debería excluir lo otro, aunque bien es cierto que el ecosistema em-

prendedor vasco está mejor preparado para acometer la primera opción consistente en el incremento de la población emprendedora. La opción del aumento de proyectos emprendedores de mayor calidad (que a su vez, en términos relativos, constituyen una mejor fuente generadora de riqueza y prosperidad) requiere el desarrollo de un ecosistema emprendedor de otras características donde la transferencia de nuevas tecnologías a las empresas (y especialmente al mercado) y la inyección de capital inteligente funcionen de manera fluida. La construcción eficaz de un potente microsistema emprendedor que favorezca la creación y desarrollo de un número mayor empresas de alto crecimiento continúa a día de hoy siendo un importante reto pendiente de la sociedad vasca.

Las **nuevas empresas** generadas por la actividad emprendedora en la CAPV se caracterizan por tener un tamaño reducido. Las políticas y programas públicos de apoyo constituyen un pilar fundamental para garantizar una dinámica emprendedora dentro la comunidad autónoma. Una recomendación que surge del análisis del perfil de los proyectos emprendedores existentes en el 2009 tiene que ver con facilitar el crecimiento de los mismos ya que, a pesar de estar caracterizados por un tamaño reducido, su potencial de generación de empleo parece ser mayor que el de los negocios consolidados. Asimismo, conviene fomentar la creación de nuevos proyectos emprendedores en sectores de servicios a empresas, sobre todo en el caso de las mujeres emprendedoras, las cuales, tal vez debido a las dificultades que atraviesan en el proceso, suelen crear principalmente empresas de servicios aunque no necesariamente de alto valor añadido. Las nuevas empresas tienen potencial para ofrecer productos y servicios intensivos en conocimiento y tecnología ya que han demostrado ser un mecanismo efectivo para la introducción de innovaciones en el mercado. De hecho, una vez más los proyectos emprendedores analizados en el informe GEM de la CAPV se han caracterizado por ofrecer productos y servicios únicos en mayor medida que los negocios consolidados. Por lo tanto, su papel en la transferencia tecnológica es clave y debe tomarse en cuenta en las políticas de innovación y emprendizaje.

Otro dato interesante es el relativo a la apertura de los negocios jóvenes vascos hacia mercados internacionales. Las nuevas empresas no se limitan exclusivamente al mercado doméstico, sino que una proporción importante de ellas tienen clientes en el exterior. Más aún, las mujeres emprendedoras orientadas a la exportación muestran un compromiso más fuerte hacia una mayor proporción de clientes extranjeros que los emprendedores masculinos. Los resultados de este informe apoyan la idea de que las ayudas públicas a la exportación no deben estar limitadas únicamente a empresas consolidadas, ya que de lo contrario se estaría desaprovechando el potencial de una parte de la sociedad que tiene capacidad para contribuir a la competitividad de manera global, especialmente cuando estas empresas están tratando de explotar una ventaja comparativa que radica en un producto o proceso innovador.

Obtener la **financiación** necesaria para el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales ha constituido siempre uno de los principales retos a los que se han tenido que enfrentar los emprendedores. De acuerdo con la literatura, los proyectos empresariales en sus primeras etapas de vida están sometidos a un vacío de financiación ya que tienen especiales dificultades para obtener crédito por parte de entidades financieras al carecer de garantías colaterales y al no poder ofrecer habitualmente una trayectoria pasada que avale la solvencia futura del proyecto y del propio emprendedor. En este sentido, es necesario que progresivamente se vayan consolidando nuevos instrumentos de financiación públicos y privados que asuman riesgos que las entidades financieras tradicionalmente no están habituados a asumir.

Concretamente en esta edición, resulta de especial interés examinar los datos que GEM nos aporta respecto a la financiación del proceso emprendedor y las expectativas de los inversores informales, en un momento en el que la asunción de riesgos y el acceso al crédito y otras fuentes de capital han estado sometidas a una importante restricción derivada de la crisis financiera. En contra de nuestras expectativas, los datos que nos proporciona GEM en 2009 muestran que el capital semilla medio por iniciativa (naciente) se ha visto incrementado notablemente en la península. Por otro lado, la evolución en el número de inversores informales en la CAPV ha sido muy positiva tras superar por primera vez la barrera del 4% y situarse en una posición de liderazgo respecto a otras Comunidades Autónomas y otros países del entorno con un grado de desarrollo similar a la CAPV. Además, calificamos de esperanzador el hecho de que uno de cada diez inversores informales no mantengan una relación de carácter familiar con el beneficiario de la inversión. Esto podría indicar que comienza a consolidarse una pequeña red de *business angels*. El desarrollo de esta figura será esencial para el desarrollo de la actividad emprendedora ya que mantienen una menor aversión al riesgo que las entidades de crédito tradicionales al invertir en etapas iniciales o en sectores innovadores (por ejemplo, alta tecnología o biotecnología) y porque no sólo aportan financiación, sino que se involucran en la marcha del negocio ofreciendo asesoramien-

to, redes, y experiencia acumulada que ayuda a los emprendedores a maximizar el potencial de su negocio. Aun así, la cultura financiera vasca que permita el fomento de proyectos emprendedores sólidos (especialmente los de alto potencial de crecimiento) debe continuar su propio desarrollo, auspiciando en mayor medida los valores de compartir recursos tangibles-intangibles en un proyecto emprendedor común (reconociendo que si se aspira a crecer, nadie es *autosuficiente* sino, más bien, uno necesita del apoyo del otro) y abogando por una mayor tolerancia al fracaso empresarial. Además de inculcar y desarrollar valores en la comunidad emprendedora y financiera, también se necesita reflexionar sobre la manera de dar salida a las inversiones realizadas por *business angels* e inversores de capital riesgo. La falta de mercados financieros (o mercados de bolsa alternativos cercanos y desarrollados) dificulta este proceso de desarrollo de una cultura financiera emprendedora cualificada de nuestra comunidad.

El espíritu y la iniciativa de las personas emprendedoras serán fundamentales para superar la crisis actual e iniciar una transición hacia un nuevo modelo de crecimiento más intensivo en conocimiento e innovación. Para poder lograrlo, es imprescindible articular un **entorno** que favorezca, incentive y respalde el interés de las personas por materializar sus ideas innovadoras en actividades generadoras de valor. Los datos del proyecto GEM en 2009 confirman que la CAPV cuenta con políticas y programas adecuados para el fomento de la actividad emprendedora y con capacidad para apoyar y asesorar proyectos de calidad, de alto crecimiento y en un entorno donde la innovación está muy presente en las agendas de instituciones y empresas. Sin embargo, no conviene relajarse en este sentido ya que, si bien el apoyo público en la CAPV a la creación de empresas (políticas y programas) es considerado mayoritariamente como uno de los principales elementos de apoyo al emprendedor, a su vez ha sido citado por otros muchos expertos como un freno u obstáculo. Este dato, *a priori* contradictorio, es interesante ya que puede estar indicando que, si bien existen recursos suficientes, éstos pueden solaparse, resultar poco visibles o incluso adolecer de una falta de capacidad para atender de forma individual las necesidades específicas de cada tipo de emprendedor (empresas de base tecnológica, emprendedores sociales, experiencias de intraemprendizaje, autoempleo, etc.). En este sentido, los servicios de orientación y las ventanillas únicas empresariales deben aspirar a ser capaces de guiar a cada persona emprendedora hacia los recursos que específicamente necesita. Además, los expertos siguen evidenciando la necesidad de seguir mejorando la cooperación interadministrativa (mejor coordinación entre administraciones públicas) y la simplificación burocrática.

De nuevo, las medidas y recomendaciones que aportan los expertos en la CAPV pivotan sobre tres ejes fundamentales: formación, normas sociales y culturales y apoyo financiero. Es necesario que el sistema educativo incorpore, a sus métodos y currículos oficiales, habilidades y conocimientos que fomenten el espíritu emprendedor del alumnado desde su fase más temprana. Esto implica incluir como eje transversal del proceso formativo un nuevo marco competencial donde se potencie la creatividad, la asunción de riesgos, la iniciativa personal, el esfuerzo o la curiosidad. La implantación de los nuevos planes de estudio en el EEES (Espacio Europeo de Educación Superior) puede ser una excusa formidable para poder trabajar nuevas habilidades y capacidades que fomenten una cultura emprendedora que se haga presente en todas las disciplinas del conocimiento, incluyendo las áreas tecnológicas y científicas.

Pero la educación formal no es suficiente. Es necesario revalorizar la imagen social del emprendedor y que la sociedad en su conjunto sea consciente del gran valor económico y social que supone contar con una red de personas proactivas y emprendedoras. La sociedad civil, los medios de comunicación y las instituciones deben esforzarse por transmitir los valores del emprendizaje ya que sólo así será posible implicar al conjunto de la sociedad y minimizar las múltiples dificultades a las que debe enfrentarse una persona que decide emprender un nuevo negocio (frustración ante el fracaso, oposición o falta de apoyo familiar, dificultades de conciliación, etc.).

7. Glosario de términos

La tasa de emprendedores con empresas **Nacientes** se calcula como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región, propietarios o copropietarios fundadores de empresas de nueva creación con una vida inferior a los 3 meses, es decir, cuyo periodo de pago de salarios no exceda los 3 meses

La tasa de emprendedores con empresas **Nuevas** representa el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región, propietarios o copropietarios fundadores de aquellas empresas cuya actividad emprendedora haya supuesto el pago de salarios por un periodo entre 3 y 42 meses.

El índice de Actividad Emprendedora Total, **TEA** (*Total Entrepreneurial Activity*) o **en fase de Gestación** se calcula como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 65 años) en cada país/región, propietarios o copropietarios fundadores de empresas de nueva creación que hayan persistido en el mercado por un periodo comprendido entre los 0 y 42 meses (3,5 años). Este indicador aglutina a los dos conceptos anteriores, por lo que para realizar su cálculo definitivo, se eliminan las duplicaciones que puedan producirse en cuanto a aquellas personas adultas que estén implicadas al mismo tiempo en las dos tipologías de empresa (Naciente y Nueva).

La tasa de propietarios o copropietarios de empresas **Consolidadas** representa el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región, fundadores de empresas cuya actividad haya supuesto el pago de salarios por un periodo superior a los 42 meses.

La variable denominada **Cierres** de empresa refleja el porcentaje de población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región que declararon haber cerrado una empresa o negocio durante el año en el que se celebra la encuesta.

Los emprendedores **por oportunidad** son aquellas personas que crean una empresa motivadas por la identificación, desarrollo y explotación de una oportunidad única de negocio.

Los emprendedores **por necesidad** son aquellas personas que crean una empresa motivadas por la ausencia de una alternativa mejor o falta de empleo.

Denominamos **intrapreneurship** a la creación de empresas por otras empresas existentes.

Denominamos **inversores informales** a aquellas personas que invierten en la creación de una empresa, siendo ajenas a este negocio y sin valerse de un mecanismo contractual o institucional (se excluyen las inversiones en bolsa, fondos de inversión...).

8. Ficha técnica. GEM CAPV 2009

Universo: Población residente en la Comunidad Autónoma de 18 a 64 años.

Muestra: 2.000 individuos

Margen de confianza: 95,5%

Error muestral: $\pm 2,25\%$ para el conjunto de la muestra.

Varianza: máxima indeterminación ($p=q=50\%$).

Periodo realización de encuestas: Abril-Julio de 2009.

Trabajo de campo: Instituto Opinòmetre.

Grabación y creación de bases de datos: Instituto Opinòmetre.

Distribución de la muestra por género y provincias

Provincia	Hombres	Mujeres	Total
Araba	163	126	289
Gipuzkoa	324	327	651
Bizkaia	503	557	1.060
Total	990	1.010	2.000

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe para el año 2009 provienen del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), en el que han participado las siguientes naciones:

Alemania, Arabia Saudí, Argelia, Angola, Argentina, Bélgica, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Colombia, Corea del Sur, Croacia, Chile, China, Dinamarca, Ecuador, Emiratos Árabes, Eslovenia, España, Estados Unidos de América, Finlandia, Francia, Gaza, Grecia, Guatemala, Hong Kong, Hungría, Irán, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Jordania, Letonia, Malasia, Noruega, Países Bajos, Panamá, Perú, Reino Unido, República Dominicana, Rumanía, Rusia, Serbia, (ShenZhen), Siria, Sudáfrica, Suiza, Tonga, Túnez, Uganda, Uruguay, Venezuela y Yemen.

Además han participado las siguientes regiones:

Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Ceuta, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Islas Canarias, La Rioja, Madrid, Melilla, Murcia, Navarra, y País Vasco.

Los nombres de los miembros de todos los equipos nacionales y regionales están publicados en el Informe Global Entrepreneurship Monitor, que puede obtenerse en www.gemconsortium.org.

GEM Global agradece a todos los investigadores del proyecto y a sus patrocinadores, su trabajo y apoyo, que son quienes hacen posible que esta investigación pueda llevarse a cabo cada año.

Bibliographic Section

Global Entrepreneurship Monitor
Region of the Basque Country. 2009 Executive Report

117 p., 2010
ISSN: 1889-5468

Peña Legazkue, Iñaki (dir.) (Orkestra-Instituto Vasco de Competitividad. Univ. de Deusto. Mundaiz, 50. 20012 Donostia-San Sebastián): **Global Entrepreneurship Monitor. Comunidad Autónoma del País Vasco. Informe Ejecutivo 2009** (Global Entrepreneurship Monitor. Region of the Basque Country. 2009 Executive Report) (Orig. es)

In: *Global Entrepreneurship Monitor. Comunidad Autónoma del País Vasco. Informe Ejecutivo 2009*. 1-117

Abstract: The 2009 ACBC Global Entrepreneurship Monitor study carries out a diagnosis of entrepreneur activity in the Autonomous Community of the Basque Country. On one hand, this report analyses entrepreneur activity of the región comparing it with that of other countries and other regions in Spain, and on the other hand, there is an internal comparison of the reality of entrepreneurs who live in the three historical territories of Araba, Bizkaia and Gipuzkoa.

Key Words: Entrepreneurship. Economic growth. Indicators of survival and growth. Company creation policies. Autonomous Community of the Basque Country.

El Estudio Global Entrepreneurship Monitor, GEM CAPV 2009, realiza un diagnóstico de la actividad emprendedora de la Comunidad Autónoma del País Vasco. Por un lado, este informe analiza la actividad emprendedora de dicha región comparándola con la de otros países y regiones estatales y, por otro lado, se contrasta internamente la realidad de los emprendedores que residen en los tres territorios históricos de Araba, Bizkaia y Gipuzkoa.

Global Entrepreneurship Monitor, GEM CAPV 2009 azterlanak Euskadiko Autonomia Erkidegoko jarduera ekintzailearen diagnostikoa egiten du. Alde batetik, txostenak eskualde horretako jarduera ekintzailea aztertzen du estatuko, beste herri eta eskualdeetakoekin konparatuz, eta bestalde, barnealdeari dagokionez, Araba, Bizkaia eta Gipuzkoa lurralde historikoetan bizi diren ekintzaileen errealitatea kontrastatzen da.

L'étude Global Entrepreneurship Monitor, GEM CAPV 2009, réalise un diagnostic de l'activité entreprenante de la Communauté Autonome du Pays Basque. D'un côté, ce rapport analyse l'activité entreprenante de cette région en la comparant avec celle d'autres pays et régions étatiques, et d'un autre côté, on compare intérieurement la réalité des entrepreneurs qui résident dans les trois territoires historiques d'Araba, Bizkaia et Gipuzkoa.