

**DISEÑO DE UNA COMPETICIÓN PARA
EMPRENDEDORES: UN ELEMENTO CLAVE
PARA LA CREACIÓN DE EMPRESA Y EMPLEO**



2004

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
1. DEFINICIÓN DE LA PYME.....	6
2. LA IMPORTANCIA DE LA PYME EN EUROPA.....	14
3. LAS PYMES EN ESPAÑA.....	21
3.1. Ubicación de las empresas españolas	28
4. DIFICULTADES DE LA PYME	32
4.1. Algunas soluciones a las limitaciones de la Pyme.....	34
5. FINANCIACIÓN DE LAS PYMES	38
6. LAS PYMES Y LA TECNOLOGÍA	47
7. CREACIÓN DE UN ECOSISTEMA PARA LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA.....	55
7.1. Análisis del Entrepreneurship Network del MIT	56
7.1.1. Características de la competición 50 K.....	57
7.2. Aplicación del 50 K a Europa: 50 K en Munich.....	62
8. PROPUESTA PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UNA COMPETICIÓN SIMILAR EN ESPAÑA	70
8.1. Estructura del ecosistema.....	71
8.2. Calendario de puesta en marcha y marco general.....	72
8.3. Actividades a realizar por el Centro EOI	73
8.4. Centro EOI para la Creación de Empresas.....	74
8.5. Presupuesto anual del Centro EOI.....	77
8.6. Análisis de la Competición de Creación de Empresas.....	77
8.7. Club de alumnos.....	80
8.8. Laboratorio de prácticas empresariales	82

9. PRESUPUESTO Y PLAN DE IMPLANTACIÓN	83
BIBLIOGRAFÍA	85

INTRODUCCIÓN

Las actividades que realiza EOI en el marco del Programa CRECE, tienen un importante impacto en el proceso de creación y consolidación de pequeñas y medianas empresas y, por tanto, en el empleo.

En otros países esta actividad de formación y asesoramiento se complementa con la puesta en marcha de competiciones dirigidas a premiar a los mejores proyectos empresariales, que se constituye en un elemento dinamizador de la actividad emprendedora y en un marco en el que poner en contacto estos proyectos con potenciales inversores.

En concreto, una de las más exitosas experiencias en este campo se lleva a cabo por el Massachussets Institute of Technology (M.I.T.), que organiza una competición denominada **50 K** y cuyos objetivos son:

- Fomentar la creación de empresas de base tecnológica.
- Ayudar a la formación de equipos equilibrados en tecnología y gestión.
- Facilitar los medios necesarios para apoyar a los emprendedores en todas las etapas de creación de una empresa.

Esta competición MIT 50K ofrece:

- 60.000 \$ en premios.
- Conferencias, seminarios y cursos de formación.

Tras 14 ediciones, sus cifras más significativas son:

- Participación de alrededor de 2.000 equipos.
- Creación de 75 empresas con un valor estimado de 10.500 millones de dólares y la generación de unos 2.000 empleos.
- Inversión de 175 millones \$ de entidades de capital riesgo.

Este proyecto norteamericano se ha adaptado a las características económicas locales e implantado con éxito en Munich con una competición denominada MBPW, y cuyos objetivos son:

- Fomentar la creación de empresas de base tecnológica y alto potencial de crecimiento.
- Generar un entorno en el que se conjunten ideas y capital de inversión.
- Promover actos de apoyo en las diferentes fases de la competición.

MBPW ofrece:

- 82.000 € en premios.
- Conferencias, seminarios y cursos de formación.

Tras 7 ediciones, sus cifras más significativas son:

- Participación de 114 equipos en 2003.
- Creación de 327 empresas con la generación de unos 2.700 empleos.
- Inversión de 280 millones de euros de entidades de capital riesgo.

El programa completo se denomina **Munich Business Plan Competition**, e incluye la realización de los siguientes subprogramas:

Munich Business Plan Competition

- Munich Entrepreneur Academy (700 estudiantes al año).
- Munich Network Conferences (4 conferencias anuales coordinadas con el resto de eventos).
- Munich Network Communication (Impresión en 2 ediciones anuales de una publicación).
- Munich Network On-Line (Interconexión de redes internacionales de información).
- European Entrepreneurship Network (Red de competiciones a nivel mundial).
- Munich Business Angels AG (9M € invertidos en 19 Start-ups desde 1999).

Además, este programa cuenta con la colaboración del periódico Frankfurter Allgemeine, y los programas de formación se realizan en colaboración con la empresa especializada Munich Networks.

El objeto del proyecto realizado es el diseño detallado de una competición dirigida a emprendedores con la colaboración del M.I.T. y la involucración de las administraciones públicas, empresas y sociedades de capital riesgo. El fin de esta competición es animar la creación de empresas, garantizando su viabilidad y contribuyendo, de esa manera, a la creación de empleo consolidado.

Este objeto principal se desarrolla en los siguientes objetivos parciales:

- Análisis de la organización y enfoque de programas similares en el M.I.T. y sus aplicaciones internacionales.
- Benchmark de iniciativas de éxito.
- Desarrollo de una propuesta detallada de implantación en España y en el entorno EOI.

1. DEFINICIÓN DE LA PYME

Aunque a efectos de este estudio utilizaremos la categorización de Pymes que establece la Unión Europea, debe tenerse en cuenta que bajo estos conceptos de número de empleados y facturación subyacen realidades muy diferentes. Hay sectores económicos muy diferentes en los que los criterios que determinaran lo que es una gran empresa deberían ser otros (especialmente servicios a empresas), y en otros, las subcontrataciones distorsionan ambas cifras de forma notable, por ejemplo el de la construcción.

Probablemente, uno de los aspectos económicos que más literatura ha concentrado en torno a sí, sea el concerniente a la definición del tamaño de una empresa, y producto de la poca unanimidad en los estudios realizados, no ha sido posible delimitar en forma perfecta lo que se entiende por pequeña, mediana o gran empresa. Esta situación produce ciertas dificultades que afectan directa o indirectamente a la Pyme.

Una explicación a la existencia de tantas acepciones para la clasificación de las pequeñas y medianas unidades económicas puede ser:

- a. Los diversos objetivos que tienen las regulaciones o estudios, dependiendo de los países o áreas económicas de que se trate en cada caso.
- b. El carácter heterogéneo de los negocios incluidos en el grupo a delimitar. No es lo mismo una empresa industrial que una de servicios, por ejemplo, aunque ambas tengan el mismo tamaño.
- c. La ausencia de discriminación entre empresa o establecimiento.

Un grado de uniformidad en el tema de la definición de Pyme, ha sido la implantación por parte de la Comunidad Europea de un criterio único común para todos sus Estados Miembros.

■ Tipos de criterios utilizados

Las diversas definiciones existentes para delimitar a las unidades económicas según su tamaño, se basan en dos tipos de criterios: cualitativos y cuantitativos.

• Criterios de carácter cualitativo

Responden a características que poseen las entidades a ser clasificadas. Estas cualidades son difíciles de valorar numéricamente, pero podemos mencionar las siguientes:

- **Grado de identificación o independencia entre la propiedad y los gestores.** En el caso de la Pyme, existe una estrecha relación entre los propietarios y los dirigentes; es muy común encontrar situaciones donde los mismos dirigentes son a su vez los propietarios. Esta situación conlleva a una relación muy directa entre la empresa y sus dueños.
- **Cuota de participación de mercado.** Para la Pyme en forma individual esta participación es insignificante, es decir, no posee gran presencia en mercados específicos.
- **Control organizativo,** este tipo de cualidad se presenta poco desarrollada, en especial en las entidades de menor tamaño.
- **Sistema de información interno y externo.** En este sentido, la Pyme suele poseer rudimentarios sistemas de información; es por esto, que sus decisiones se basan más en la intuición que en fundamentos formales. Además proporcionan información externa muy simple.

Una detallada lista de los criterios cualitativos, defendidos por algunos autores e Instituciones, se puede observar en el siguiente cuadro:

Criterios cualitativos empleados en las principales definiciones de Pyme

Definiciones	Criterios cualitativos
F. Knight (1916)	• Responsabilidad ilimitada • Coinciden gerencia y propiedad
A. Kaplan (1948)	• Coinciden gerencia y propiedad • Relación próxima con empleados y clientes • Vinculada a la comunidad local
E. Hollander (1967)	• Dirección de pocas personas • Gerencia personalizada
E. Shumacher (1973)	• Reducida importancia en el sector que opera • Negocio personal y de ámbito local • Trabajo creativo • Cumple una función social
Canadian Federation of Independent Business	• Coinciden gerencia y propiedad • Independiente • No domina en su campo de actividad
M. Rojo y otros (1983)	• Métodos de gestión rudimentarios • Estructura financiera inadecuada • Costes de financiación elevados • Dirección personalizada
R. Sarmiento (1984)	• Unidad económica en período de evolución hacia su madurez
Libro Blanco de la UE	• No existen normas burocráticas • Papel dominante del jefe o del director de la entidad

Fuente: J.Moneva (1993)

- Criterios de carácter cuantitativo

La particularidad de estos criterios es la capacidad que poseen para ser medidos. Existen dos grupos: uno relativo a personas y otro relativo a factores monetarios. De los primeros podemos indicar, entre otros los siguientes:

- Número de empleados.
- Número de accionistas o socios.
- Número de clientes.

Referente a los factores monetarios podemos indicar:

- Cifra de ventas o negocio.
- Total de inversión.
- Beneficio obtenido.
- Valor añadido.

En el cuadro siguiente se recoge una lista de las principales definiciones de Pyme que se basan en criterios cuantitativos. Como se puede apreciar en dicho cuadro el tamaño de la plantilla y la cifra de negocios son los dos criterios generalmente más admitidos para establecer una delimitación de la dimensión además de prevalecer por sus características de claridad, adaptabilidad y fácil aplicación.

Criterios cuantitativos empleados en las principales definiciones de Pyme

Definiciones	Criterios cuantitativos
IV Directiva de Derecho de Sociedades de la CEE (1978)	• Activo total • Cifra de negocios • N° medio de empleados
SSAP n° 15 de la CEE (1975)	• Cifra de negocios
Ley de la Reforma Mercantil (1989)	• Activo total • Cifra de negocios • N° medio de empleados
APD (1977)	• Recursos propios • Cifra de ventas • N° medio de empleados
IMPI (1983)	• N° de empleados
Banco Europeo de Inversiones	• N° empleados • Inmovilizado neto • Porcentaje del capital controlado por un solo accionista
Programa de acción para una política comunitaria de las Pymes	• N° de empleados

Fuente: J.Moneva (1993)

Por hablar del más comúnmente utilizado criterio cuantitativo (N° de empleados), podemos ver en el siguiente cuadro algunas de las diferencias actuales existentes entre las principales economías.

Valores de los parámetros definitorios de Pyme

Bloque/país	Unidad de computo	Nº empleados
Unión europea	Empresa	Hasta 250
EE.UU.	Grupo empresas	Hasta 500
Canadá	Empresa	Hasta 250
Japón	Establecimiento	Hasta 300 (*)

Fuente: Eurostat

(*) Con excepciones sectoriales:

- Comercio al por menor: menos de 100 personas
- Comercio minorista, servicios personales y a las empresas: menos de 50 personas.

Hasta ahora hemos analizado los criterios definitorios en forma separada, es decir, definiciones que sólo consideran criterios cualitativos o cuantitativos. Existe una tercera corriente de términos que clasifican a las entidades económicas según su tamaño, atendiendo a criterios mixtos, esto es, tanto cualitativos como cuantitativos. El cuadro siguiente presenta las principales definiciones que utilizan como base criterios mixtos. Se puede apreciar, en dicho cuadro, que las características cuantitativas más recurrentes corresponden al número de trabajadores y a la cifra de negocio; por otro lado, en las características cualitativas de mayor presencia encontramos la relación entre propiedad y dirección y la participación reducida en el mercado.

Criterios mixtos utilizados en las principales definiciones de Pyme

Definiciones	Cuantitativos	Cualitativos
Informe Bolton CSIF (1971)	• N° empleados • Cifra de negocios • N° de vehículos • N° de sucursales	• Propiedad y dirección independientes de otras entidades • Coincidencia gerencia y propiedad • Participación reducida en el mercado
Selective Service Act (1948)	• N° de empleados	• No domina ni el sector ni en el subsector en el que opera • Propiedad y dirección independientes de otras entidades
Small business Act (1953)	• N° empleados	• No domina ni el sector ni en el subsector en el que opera • Propiedad y dirección independientes de otras entidades
Propuesta de Directiva CEE (1988)	• Activo total • Cifra de negocio • N° medio de empleados	• Propiedad y dirección independientes de otras entidades
ASC (1988)	• Activo total • Cifra de negocio • N° medio de empleados	• No cotizan en Bolsa • Las subsidiarias no cotizan
OCDE	• N° empleados	• Coinciden gerencia y propiedad • Tienen un peso ínfimo en la economía

Fuente: J.Moneva (1993)

■ **Ventajas y desventajas de los criterios utilizados en la delimitación de la Pyme.**

Si se realiza un análisis de las ventajas e inconvenientes que presentan los criterios utilizados para delimitar el tamaño de una empresa, observaremos, tal como lo muestra el cuadro siguiente, que existen más desventajas para los criterios cuantitativos que para los cualitativos. Es por esto que creemos que una combinación de ambos permitirá obtener una definición más justa y cercana a la realidad.

Ventajas e inconvenientes de los criterios utilizados en la delimitación de la Pyme

	Cuantitativos	Cualitativos
Ventajas	• Aplicación práctica y sencilla • Claridad de contenido • Adaptabilidad	• Estabilidad • Fundamentados teóricamente
Desventajas	• Inestabilidad • Ausencia de comparabilidad • Arbitrariedad • Incertidumbre • Limitaciones externas • Inconsistencia de las cifras	• Subjetivismo en la aplicación • Poco utilizados en la práctica

Fuente: J.Moneva (1993)

2. LA IMPORTANCIA DE LA PYME EN EUROPA

Con el fin de poder establecer unas bases de reflexión, utilizaremos la definición muy cualitativa de la UE.

La estructura socioeconómica europea está conformada básicamente por pequeñas empresas ya que éstas suponen el 99% de las actividades empresariales existentes (y el 93% tienen menos de 10 empleados), constituyendo un factor clave de estabilidad y competitividad. Su importante papel en materia de creación de riqueza y generación de empleo, su flexibilidad de adaptación a los cambios producidos por los ciclos económicos y su gran sensibilidad a los procesos de relanzamiento de la inversión, contrastan con las desventajas comparativas inherentes a su pequeña dimensión. Veamos algunos datos a nivel europeo.

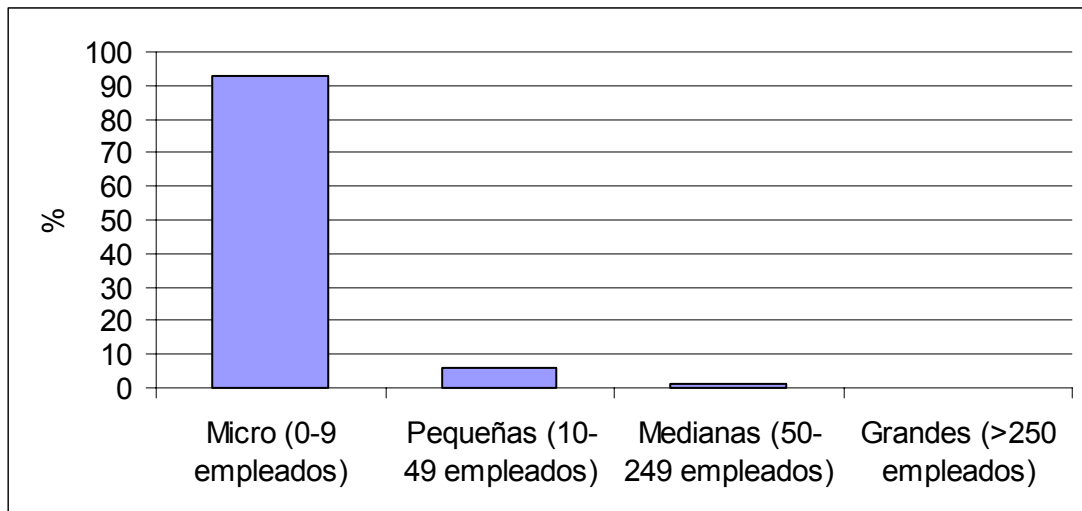
Datos básicos de las Pymes y las grandes empresas, Europa 19 (Área Económica Europea y Suiza) 2000

Concepto	Unidad de medida	Pyme	Grande	Total
Número de empresas	1.000	20.415	40	20.455
Empleo	1.000	80.790	40.960	121.750
Personas ocupadas por empresa		4	1.020	6
Facturación por empresa	Millón €	0,6	255,0	1,1
Porcentaje de las exportaciones sobre la facturación	%	13	21	17
Valor añadido por persona ocupada	1.000	65	115	80
Porcentaje de los costes laborales sobre el valor añadido	%	63	49	56

Fuente: Observatorio de las Pymes europeas 2002

Existen 20,5 millones de empresas en el Área Económica Europea y Suiza, de las que cerca de 20 millones se encuentran radicadas dentro de la Unión Europea, que dan empleo a 122 millones de personas. La distribución por tamaño de estas empresas europeas es la siguiente:

Distribución por tamaño de las empresas europeas



Fuente: Observatorio de las Pymes europeas 2002

Únicamente el 0,2% del total de empresas europeas son grandes, según la clasificación de la Unión Europea. Dos tercios del empleo existente en el sector privado no primario se genera entre las Pymes, estando muy repartido entre las microempresas por un lado y las pequeñas y medianas empresas por el otro.

La distribución del empleo difiere, sin embargo, entre países. Por ejemplo, el peso de las microempresas en el empleo total es del 48% en Italia y no inferior al 57% en el caso de Grecia. Por el contrario, el peso de las grandes empresas en el empleo total es superior al 45% en Islandia y Reino Unido.

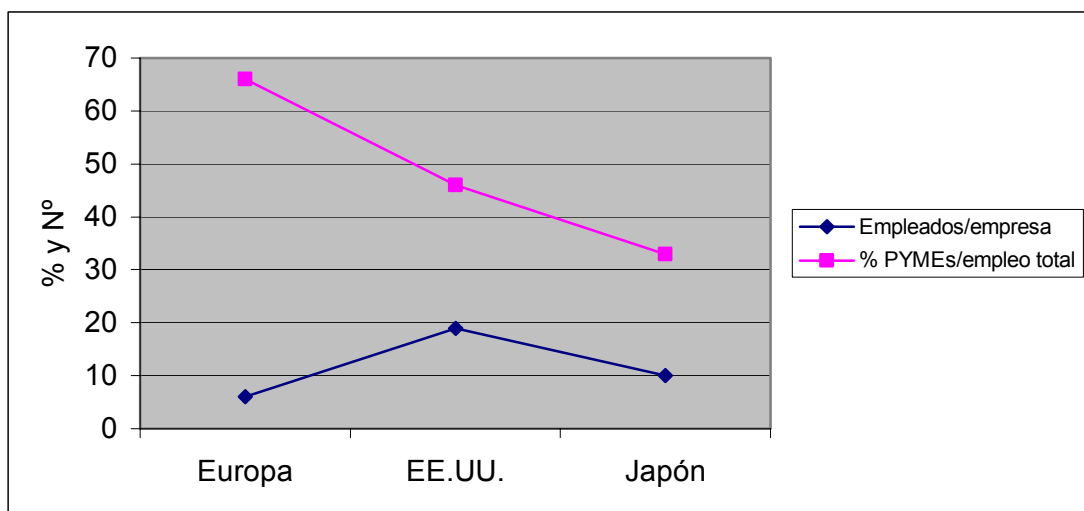
Como vemos en el gráfico anterior, como promedio la empresa europea proporciona empleo a 6 personas, aunque en el caso de la Pyme sea sólo de 4 y en el caso específico de la micropyme, de 2. Entre países existen grandes diferencias, desde los 2 ocupados

de promedio en las empresas griegas y 3 en Italia y Liechtenstein, frente a 10 en Irlanda, Luxemburgo y Holanda.

En general, las grandes empresas perdieron empleo entre 1988 y 2001, mientras que el empleo creció en las Pymes, sobre todo en las microempresas, aunque todo este proceso de crecimiento se haya ralentizado a partir del año 2001 debido a la crisis económica que afecta a esta área económica.

Las empresas europeas son algo más pequeñas que las norteamericanas o japonesas, como se puede ver en el siguiente cuadro.

Comparación tamaño de empresas e importancia de Pymes



Fuente: Observatorio de las Pymes europeas 2002

Las empresas estadounidenses tienen un tamaño superior al triple de las europeas, quedando las japonesas en un nivel intermedio, aunque en dicho país es en donde menor peso tienen las Pymes sobre el empleo total, apenas un tercio del total.

Dentro de Europa, las diferencias en el tamaño de empresa pueden deberse a condiciones estructurales, institucionales e históricas. Además, en los países con mayor PIB per cápita como Alemania, Luxemburgo y Holanda, el tamaño medio de las

empresas tiende a ser mayor mientras que, por el contrario, los países con un PIB per cápita inferior (por ejemplo, Grecia, Portugal y España) tienden a tener un bajo tamaño medio empresarial. En cualquier caso, las diferencias en el PIB no explican totalmente las disparidades existentes entre la Unión Europea, Japón y EE.UU., que pueden venir dadas por la existencia de un mercado interior grande en el caso americano, donde además la diversidad cultural y social es mucho menor que en Europa. Por su parte, en Europa existen muchas más barreras a las fusiones y adquisiciones empresariales, de manera que en muchos países europeos las empresas tienen diversas maneras para protegerse frente a adquisiciones hostiles por parte de otras empresas.

El proceso de ampliación va a ser un elemento político y económico muy importante en los próximos años en Europa. En los nuevos países incorporados, nos encontramos con una situación similar, aunque la empresa en estos países es, en promedio, aún más pequeña (alrededor de 5 ocupados), y la Pyme supone más porcentaje del empleo total (cerca del 72%), aunque la situación es claramente mejor en las repúblicas bálticas que en el resto de nuevos entrantes.

Existe un consenso generalizado a nivel europeo en cuanto a la elaboración de políticas específicas de actuación dirigidas a lograr la creación, expansión y competitividad de las Pymes, con el objetivo último de mantener el crecimiento del empleo e incrementar los niveles de producción y riqueza en cada país.

La indiscutible relevancia que presentan este tipo de unidades económicas puede ser explicada por varias características, las más relevantes de las cuales son las que mencionamos a continuación:

- Receptor de gran volumen de empleo.
- Mínimas barreras de entrada.
- Aproximación de la producción al consumo.
- Vinculación con la Gran Empresa.
- Adaptación rápida a la coyuntura económica.

Veamos en detalle cada uno de estos aspectos:

■ **Receptor de gran volumen de empleo**

La importancia de las unidades económicas de tamaño reducido en este aspecto, se debe tanto a factores cuantitativos como cualitativos:

- Cuantitativos
 - Representan el 66% del empleo total
 - Representan el 55% de la cifra de negocios
 - Representan el 99,8% del conjunto de empresas no agrícolas
- Cualitativos
 - Su importante papel en la creación de empleo. Cada año se crean en Europa alrededor de 3 millones de empresas, la inmensa mayoría de las cuales son Pymes.

Respecto de estas cifras globales, España tiene una dependencia aún mayor, tanto por el número que suponen, como, especialmente, por el empleo que absorben (alrededor del 90% del total nacional).

El gran porcentaje de empleo que absorbe la Pyme no es, principalmente, producto de su escasa automatización y por ende su necesidad de abundante mano de obra, sino por un factor relacionado al gran número de empresas de pequeña dimensión que existen, como hemos contemplado. Es en este tipo de empresas donde realmente se consigue la movilidad de la mano de obra.

Sin embargo, si la creación de una nueva Pyme se basa en un proceso desverticalizador de la gran empresa, el empleo sólo se transfiere, en ningún caso se crean puestos de trabajo.

Políticamente la importancia de la Pyme se basa en el aspecto social que cumple, es por ello que las medidas destinadas a fomentar el desarrollo de las pequeñas y medianas unidades económicas se encuentren en casi todos los planes para atacar el desempleo.

■ **Mínimas barreras de entrada**

En general las Pymes presentan barreras de entrada con niveles muy bajos. Es muy común encontrar empresas que nacen tan sólo de la experiencia de sus propietarios en determinados oficios; el capital no cumple una gran importancia a la hora de crear una Pyme, aún cuando será un importante factor de crecimiento. Gracias a esta situación, muchos individuos pueden experimentar el reto de hacer empresa. Tanto en España como en el resto de Europa los factores que incentivan al nuevo empresario son la autorrealización y la esperanza de obtener unos mayores ingresos.

Por esto las entidades de pequeña dimensión son las puertas al desarrollo individual de muchas personas, que sólo necesitan un pequeño empujón.

■ **Aproximación de la producción al consumo**

Las grandes empresas no están presentes en todas las actividades económicas en forma predominante, debido a que existen mercados reducidos para productos muy especiales que no llaman la atención de las grandes organizaciones, ya que o no le son rentables o no le son interesantes a largo plazo. Por ejemplo, existen sectores de la economía española donde predomina la Pyme por esta razón: alimentación; calzado; piel; madera y muebles; maquinaria mecánica, por citar algunos.

Además otra característica que posee la Pyme, en este sentido, es la adaptabilidad de su sistema de producción para la elaboración de productos que sólo ella es capaz de realizar.

■ **Vinculación con la gran empresa**

La gran empresa no podría cumplir sus objetivos sin la ayuda de las pequeñas y medianas; ambas son complementarias y unas no pueden subsistir sin las otras. Este vínculo estrecho lo podemos definir por las siguientes circunstancias:

- Una gran cantidad de la producción de las pequeñas unidades económicas va dirigida a las grandes empresas como componente en sus respectivos procesos productivos.
- Cada vez se estrecha más la relación entre gran empresa y pequeña; un aporte a este fenómeno lo representa la utilización de subcontratación por parte de las grandes entidades.

■ **Adaptación rápida a la coyuntura económica**

Otra característica que hace importante a la Pyme es su adaptabilidad. Gracias a su estructura flexible, estas entidades pueden mutar según sean las condiciones económicas imperantes en su entorno. Son las pequeñas empresas quienes inyectan al sistema económico la flexibilidad, la astucia, la facultad de adaptabilidad y la maniobrabilidad de sus estructuras. Sin embargo, estas ventajas exclusivas de estas unidades económicas de menor tamaño, son a la vez un gran inconveniente para las mismas, principalmente, por la vulnerabilidad de sus frágiles estructuras.

3. LAS PYMES EN ESPAÑA

Aunque existe una percepción generalizada sobre la importancia de la Pyme en el tejido empresarial español (y europeo, en general), algunos datos pueden ayudar a comprender su magnitud real.

Según el Directorio Central de Empresas (DIRCE), a 1 de enero del año 2003 había en España 2.809.385 empresas que podemos considerar Pyme (comprendidas entre 0 y 249 asalariados), lo que representa el 99,87 por ciento del censo total de empresas, que se eleva a 2.813.120 (excluida la agricultura y la pesca, que representan un porcentaje muy pequeño del total, y cuya inclusión en el análisis podría desvirtuar las conclusiones que se obtengan).

Se puede apreciar de forma más clara en el siguiente cuadro

Empresas españolas según estrato de asalariados (2003)

Tipo de empresa	Sin asalariados	Microemp 0-9	Pequeñas 10-49	Medianas 50-249	Pyme 0-249	Grandes >250	TOTAL
Nº	1.459.936	2.642.775	145.418	21.192	2.809.385	3.735	2.813.120
% del total	51,90	93,94	5,17	0,75	99,87	0,13	100

Fuente: INE y DIRCE 2003

En el siguiente cuadro se recogen algunos indicadores de referencia que nos ayuden a situar la importancia de las Pyme y su peso según diferentes variables de referencia.

Pyme: indicadores de referencia (2003)

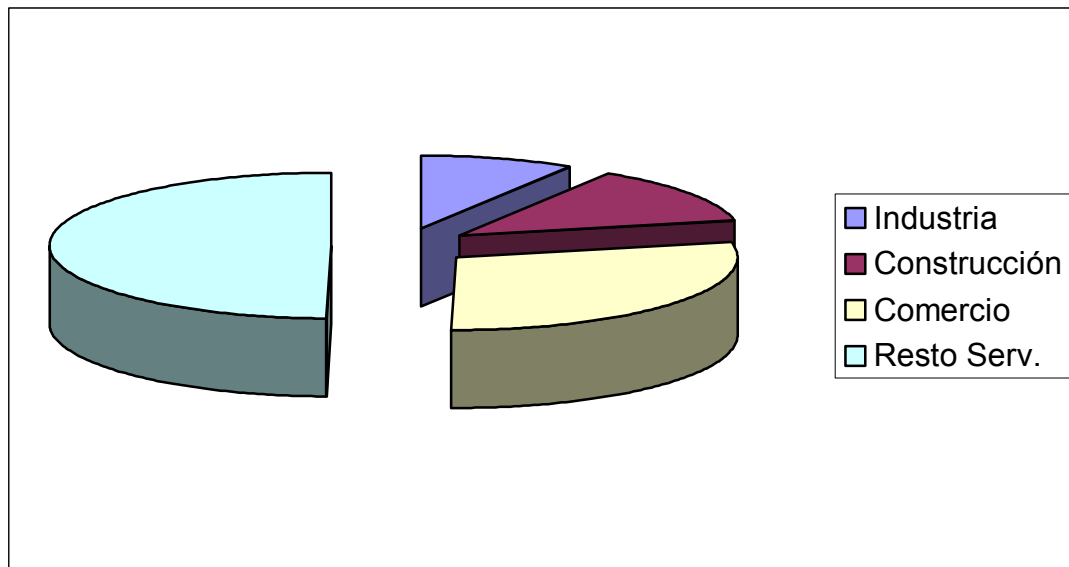
Pyme per cápita (por 100 hab)	Pyme por activo (por 100 activos)	Pyme por ocupado (por 100 ocupados)	Pyme en relación con PIB (por 100.000 €)	Pyme por Km ²
6,71	14,84	16,70	0,40	5,55

Fuente: INE, DIRCE, Padrón Municipal, EPA

Es especialmente significativo que existan más de 16 Pymes por cada 100 ocupados, lo que da idea del impacto tan enorme que tienen en el empleo.

Al analizar la tipología de las Pymes españolas, lo que significa en realidad de la empresa española en su conjunto, se observa que participan en todos los sectores económicos, aunque el sector terciario tiene un peso especialmente notable.

Distribución de las Pymes españolas por sector económico (1/1/03)

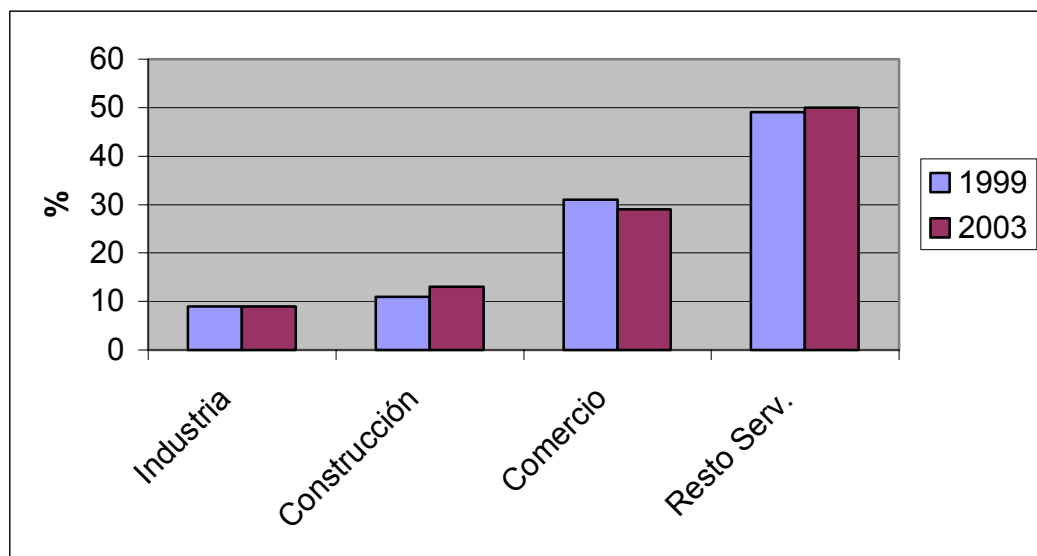


Fuente: INE 2003

Casi el 80% de las empresas españolas se dedican al Comercio (29%) o al Resto de Servicios, en general (50%). Esta agrupación de Resto de Servicios incluye, entre otras, las siguientes actividades: hostelería, transportes, comunicaciones, actividades inmobiliarias y de alquiler, servicios empresariales, actividades educativas, sanitarias y de asistencia social, y otro tipo de actividades sociales, incluidos los servicios personales. En cuanto al sector industrial, el número total de empresas incluidas en él es muy bajo (menos del 9%), aunque como analizaremos más adelante, su importancia porcentual crece con el tamaño de la empresa, lo que tiene una clara lógica.

Si comparamos la situación actual con la que teníamos el 1 de enero de 1999, vemos una evolución muy escasa.

Evolución de empresas por sectores

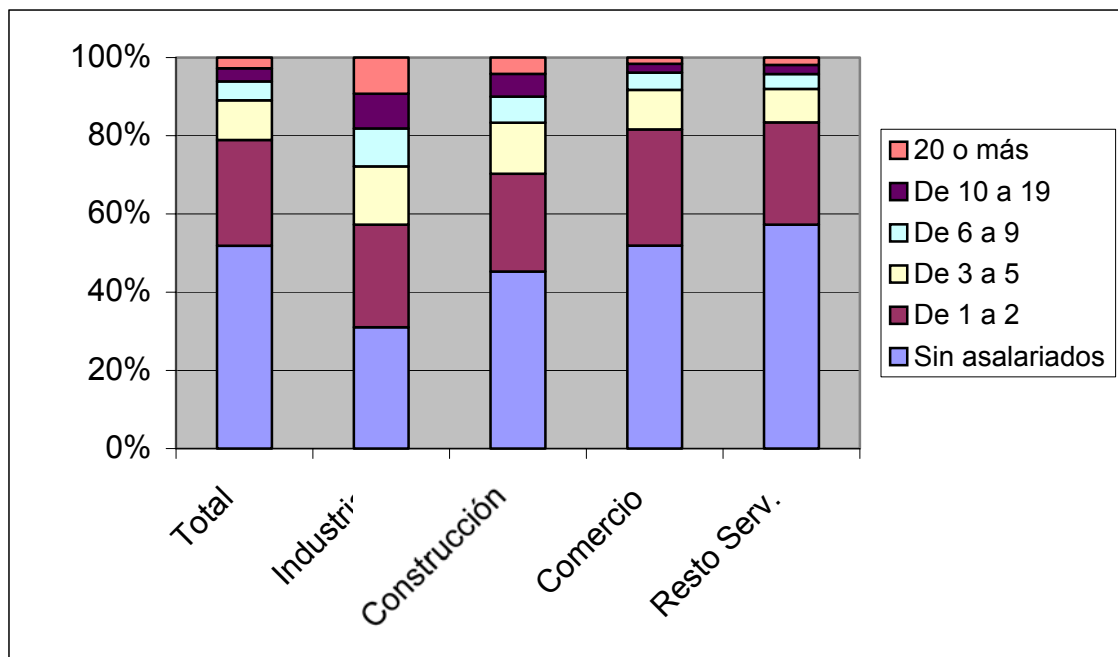


Fuente: INE 1999 y 2003

Apenas han variado los porcentajes que suponen los diferentes sectores en el total durante los últimos años, aunque crezca algo el sector Resto de Servicios a costa del sector Comercio. El elevado crecimiento de la Construcción tiene su reflejo en el total de empresas que se han creado en los últimos años en dicho sector.

También es interesante analizar de forma más pormenorizada el tamaño de la Pyme española, partiendo de que, como veíamos antes y según datos del DIRCE, más de la mitad de empresas españolas no emplean a ningún asalariado, lo que indica que se trata principalmente de autónomos o que existe un cierto empleo sumergido en alguno de los casos.

Reparto de empresas por tamaño (2003)

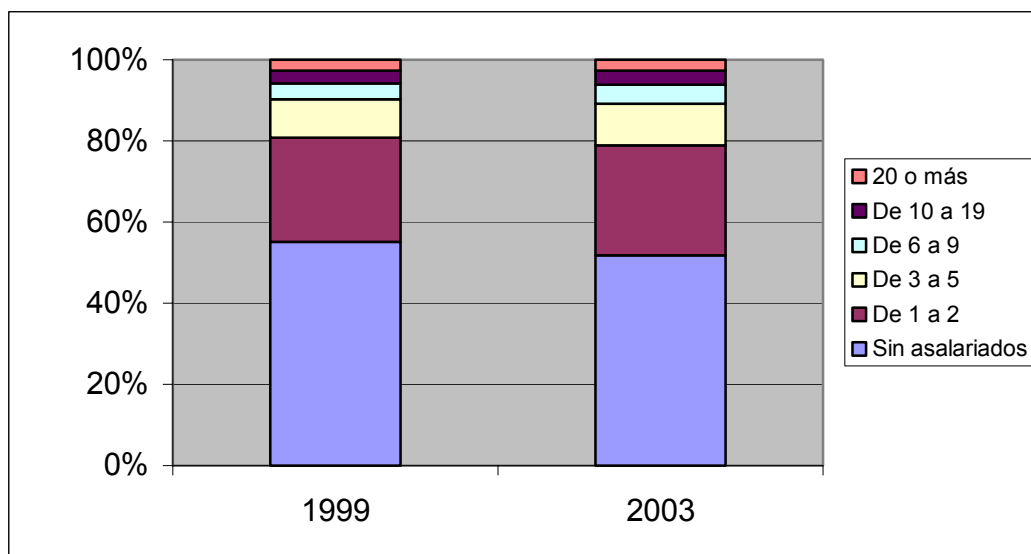


Fuente: INE 2003

Casi el 80% del total de las empresas tienen 2 o menos asalariados, aunque la situación varía mucho entre los diferentes sectores. En el sector Industria menos del 60% tendría un tamaño tan pequeño, frente a cerca del 85% en el sector de Resto de Servicios. Siguiendo la misma tónica, el 17% de las empresas del sector Industria tiene más de 10 asalariados, frente a un 6% total y un 4% en el caso de Comercio o en el caso de Resto de Servicios.

No se observan cambios significativos en cuanto al reparto por tamaño en los últimos años.

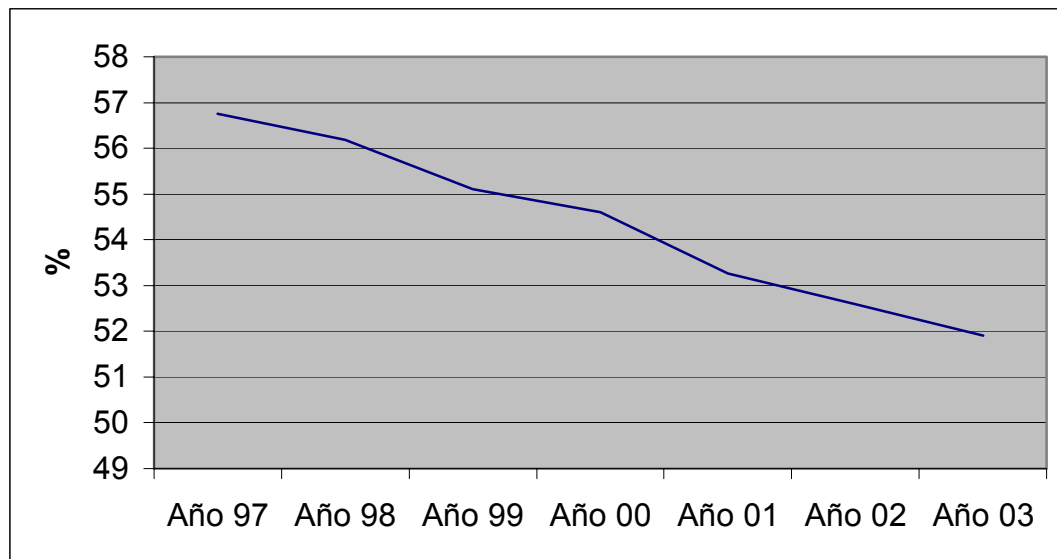
Evolución del reparto por tamaño de empresas



Fuente: INE 1999 y 2003

En estos últimos años se observa un cierto crecimiento del tamaño de las empresas españolas, aunque muy poco pronunciado. Analizando una secuencia mayor de años, se observa que las empresas sin asalariados, el grueso del total, van perdiendo peso.

***Evolución del porcentaje de empresas sin asalariados respecto del total de empresas
(1995-2003)***



Fuente: DIRCE 1995-2003

A partir del año 2000 se observa una disminución más acelerada de la importancia de las empresas sin asalariados, aunque sigan suponiendo más de la mitad del total.

La condición jurídica más habitual en la Pyme española es de Persona Física, como era de esperar, aunque la Sociedad Limitada tiene un peso significativo, según se aprecia en el siguiente cuadro:

Distribución de las Pymes españolas según la condición jurídica (2003)

Tipo	Persona física	S.A.	S.L.	Comunidad de bienes	Sdad cooperativa	Otras formas *
Nº	1.694.550	122.143	772.317	79.237	25.544	115.594
% sobre el total	60,32	4,35	27,49	2,82	0.91	4,11

Fuente: INE y DIRCE 2003

* Incluye las siguientes formas: Sociedad comanditaria, Sociedad colectiva, Asociaciones y similares, Organismos Autónomos y otros.

Un elemento significativo de la vitalidad empresarial española, especialmente en el caso de Pyme, es el análisis de la tasa de natalidad y mortalidad, y su comparación con la situación general en la Unión Europea.

Tasas de natalidad y mortalidad de las empresas en España y en la UE (1995-2000)

Zona	Tasa de natalidad (%)	Tasa de mortalidad (%)	Tasa neta (%)
España	13,3	11,4	1,9
Unión Europea	11,1	8,1	3,0

Fuente: Observatorio Europeo de las Pymes 2002

Aunque nuestro país ofrece un gran vigor en la creación de empresas, y los programas y actuaciones dirigidos a fomentar el emprendizaje parece que tienen éxito, es realmente preocupante la elevada tasa de mortalidad de las Pymes españolas, que llevan a que la tasa neta de creación de empresas sea claramente inferior a la europea. Estos datos refuerzan la necesidad de poner en marcha actuaciones que, sin dejar de animar la creación de empresas, se centren en la consolidación de este tipo de empresas.

En cualquier caso, se puede tener un cierto optimismo, dado que en el año 2002, último año con datos fiables, el número de altas de empresas fue del 11,2% y el número de bajas del 8,3%, con lo que el saldo neto se aproxima al 3%, que es la media comunitaria en el período analizado, aunque también es cierto que dicha media a mejorado algo, aunque no tanto como la española.

3.1. Ubicación de las empresas españolas

Casi el 60% la mitad de las empresas españolas tienen su sede central en cuatro Comunidades Autónomas:

- Cataluña el 18,7% del total
- Andalucía el 14,8% del total
- Madrid el 14,5% del total
- C. Valenciana el 10,64% del total

En el siguiente cuadro se recoge el reparto de empresas por CC.AA. y por sector económico en el año 2003.

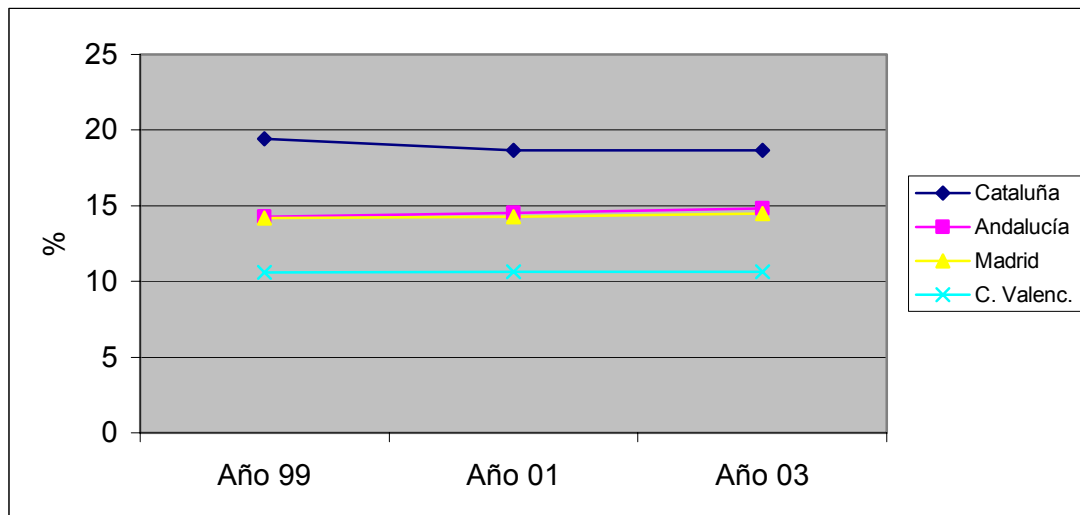
Empresas activas según sector económico por comunidad autónoma (2003)

Comunidad Autónoma	Sector económico					Peso relativo (% del total)
	Total	Industria	Construcción	Comercio	Resto Servicios	
TOTAL	2.813.159	248.038	360.047	808.529	1.396.545	100,00
Cataluña	525.557	54.625	68.218	140.291	262.423	18,68
Andalucía	417.006	32.175	41.263	138.915	204.653	14,82
Madrid	407.655	27.260	47.513	97.347	235.535	14,49
C. Valenc.	299.452	31.508	37.343	89.402	141.199	10,64
Galicia	174.077	14.997	23.895	53.732	81.363	6,19
País Vasco	154.703	15.336	22.318	40.285	76.764	5,50
Cast. y León	151.448	12.977	23.262	45.161	70.048	5,38
Canarias	117.871	6.332	13.218	35.531	62.790	4,19
Cast-L. M.	107.294	12.891	17.816	33.444	43.143	3,81
Aragón	82.750	8.273	12.187	22.791	39.499	2,94
Murcia	75.973	7.402	10.304	24.148	34.119	2,70
Baleares	75.951	5.392	12.838	18.959	38.762	2,70
Asturias	65.062	4.417	8.200	19.289	33.156	2,31
Extremadura	58.306	5.016	7.596	20.257	25.437	2,07
Navarra	38.936	3.967	5.902	10.375	18.692	1,38
Cantabria	34.017	2.378	4.797	9.477	17.365	1,21
La Rioja	20.094	2.914	2.793	5.876	8.511	0,71
Ceuta y Melilla	7.007	178	494	3.249	3.086	0,25

Fuente: INE 2003999

La evolución en el tiempo del peso de estas cuatro CC.AA. sobre el total nacional se refleja en el siguiente gráfico:

Evolución peso de las CC.AA. con mayor número de empresas (1999-2003)

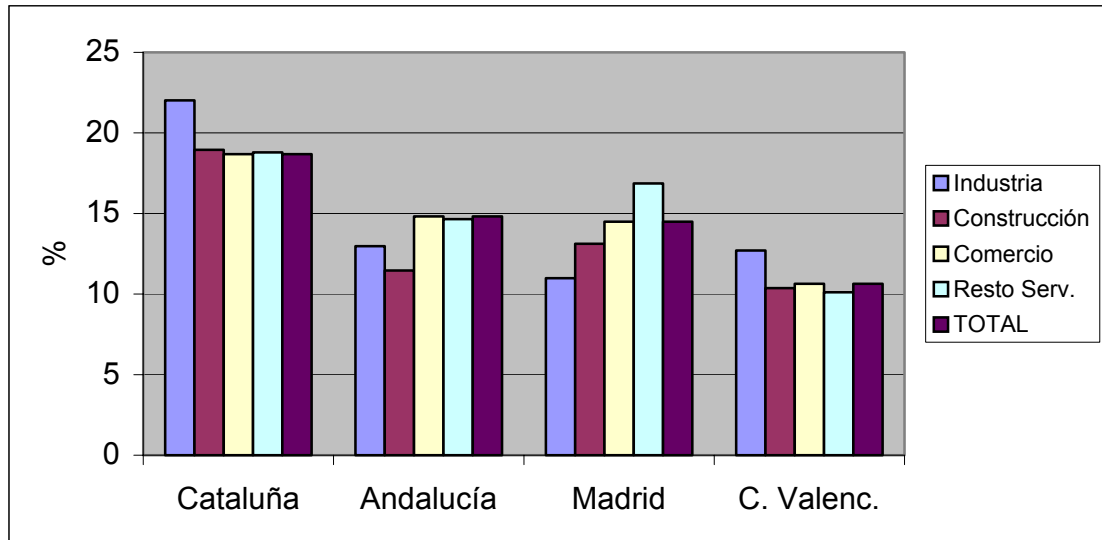


Fuente: DIRCE 99, 01 y 03

El peso global de estas cuatro CC.AA. se mantiene constante a lo largo de estos años (pasa del 58,51 al 58,65), aunque se observa un ligero descenso del peso de Cataluña y un aumento muy paulatino del peso de Andalucía y la Comunidad de Madrid, manteniéndose bastante estable la Comunidad Valenciana.

Sin embargo, si analizamos la situación por sectores económicos, este ranking varía, aunque las cuatro principales sigan siendo las mismas, tal como se analiza en el siguiente cuadro:

***Peso en el total nacional de los diferentes sectores económicos de
las principales CC.AA. (año 2003)***



Fuente: DIRCE 03

Se observa con claridad que el peso del sector industrial catalán sobre el total nacional es claramente superior al que tiene en el resto de sectores, aunque esto afecta bastante poco al total de su peso, dada la poca importancia global que tiene el sector industrial en cuanto a número de empresas. En el mismo sentido se comporta el sector industrial en la Comunidad Valenciana, reflejo lógico de la importancia industrial de ambas comunidades, y en el País Vasco (un peso de 6,18% frente a una media de 5,5%).

También es de destacar el importante peso que tiene la Comunidad de Madrid en el sector de Resto de Servicios.

Examinando el conjunto de las cuatro principales Comunidades Autónomas, el peso integrado menor se da en el sector de la Construcción (53,9% frente a una media de 58,65%) y el mayor en el sector de Resto de Servicios, en donde alcanza el 60,42% del total nacional.

4. DIFICULTADES DE LA PYME

A la Pyme le afectan ciertas dificultades que son inherentes a su dimensión. Estas desventajas, principalmente frente a la gran empresa, hace de este tipo de entidades un centro de vulnerabilidad que se materializa en una elevada tasa de mortalidad (cerca del 50% de las Pymes no superan los cinco años de vida, y cerca del 70% no llega a los diez años, según un estudio realizado por Van Der Host, referido a una comparación entre Holanda y el resto de países industrializados).

Podemos diferenciar dos tipos de dificultades que afecta a las Pymes: las de tipo Institucional y las de origen Estructural.

■ Limitaciones de carácter institucional

Estas limitaciones vienen impuestas por agentes externos a la empresa. Podemos clasificar en dos categorías a los organismos externos: uno de carácter público y otro de carácter privado, haciendo hincapié que la legislación proveniente del primero es la de mayor influencia negativa sobre la Pyme, debido principalmente a su obligatoriedad y a la amplia gama de temas que puede abarcar.

Entre las medidas Institucionales que pueden afectar a las pequeñas y medianas unidades económicas, se encuentran a modo de ejemplo:

- Regulación fiscal.
- Políticas de mercado.
- Contratación pública.
- Normas sobre requisitos administrativos.
- Otras políticas: laborales, sanitarias, etc.

■ **Limitaciones de carácter estructural**

Estas restricciones al desarrollo de la Pyme vienen dadas en función de su dimensión, es decir, a menor tamaño más agudizadas se encuentran. En este sentido y en comparación con las Pymes europeas, las españolas son en promedio más pequeñas, con mayor predominio de la microempresa, lo cual agrava los factores de debilidad internos.

Estas limitaciones estructurales, muy ligadas a los aspectos cualitativos definitorios de la dimensión de las entidades de menor tamaño, responden a las siguientes características:

- Escasa formación empresarial.
- Mínima base tecnológica.
- Falta de financiación.

● **Escasa formación empresarial**

En este sentido, la universidad española ha desempeñado un papel claramente insatisfactorio. La universidad forma preferentemente aspirantes a funcionarios del Estado, profesionales liberales independientes y colaboradores de grandes empresas; lo que no forma la universidad son promotores de empresas, y ello es la razón de la inadecuada formación de los hombres que dirigen pequeñas y medianas empresas. La falta de preparación gerencial de los propietarios de pequeñas y medianas unidades económicas es un factor que propicia muchas veces su inoportuna desaparición.

● **Mínima base tecnológica**

Una de las características predominante en la Pyme, que sirve además como criterio de clasificación, es su bajo nivel en el uso de tecnologías punta. Esta situación se ve empeorada aún más en las entidades que presentan serios problemas de financiación, debido a la nula o escasa disponibilidad para invertir

en tecnología o realizar actividades de investigación y desarrollo, ya sea de forma propia o con contratados a terceros. Algunos estudios señalan que casi el 50% de las empresas con menos de 100 empleados no realiza actividad alguna de investigación y desarrollo.^{3w}

- **Falta de financiación**

Quizás el problema estructural más relevante sea, sin lugar a dudas, la falta de acceso a recursos externos. Algunos estudios indican que la Pyme debe financiarse en promedio cerca del 60% con recursos ajenos, mientras que las grandes entidades lo hacen en un 84%. Esto demuestra la gran dependencia que poseen las empresas de menor dimensión sobre sus recursos propios, en muchos casos debida a que el acceso de a la financiación le esta vetado.

También debemos hacer presente que las cargas financieras son mucho más elevadas en las unidades económicas de pequeño tamaño, situación que afecta negativamente a las cuentas de resultados de dichas organizaciones.

4.1. Algunas soluciones a las limitaciones de la Pyme

Como la Pyme cumple una importante labor social, no es difícil encontrar diversas opiniones en relación al tratamiento político que a veces se le da al tema, planteando diversas soluciones o medidas de desarrollo dirigidas principalmente a este tipo de unidades económicas.

El papel del Estado es primordial en la superación de las restricciones que afectan a las Pymes, y debe tener en cuenta la opinión de las pequeñas unidades económicas en la elaboración de leyes que regulan el actuar de las organizaciones. Lamentablemente existe una gran influencia en el entorno económico y político de las grandes entidades, que a veces obtienen leyes casi hechas a la medida, que no sólo afectan su propio entorno, sino que también, a otras entidades de menor dimensión.

Algunas propuestas dirigidas a solucionar las restricciones al desarrollo de las entidades de menor tamaño las podemos encontrar orientadas en las siguientes direcciones:

- Promover sistemas de información.
- Incentivar la cooperación y el asociacionismo.
- Diseñar políticas y programas específicos de ayuda a las Pymes.

■ **Promover sistemas de información**

Uno de los factores que puede llevar al desarrollo de la Pyme es la capacidad de utilizar la información como una ventaja competitiva. Es evidente que mientras mayor sea la información a la que puedan acceder las empresas de pequeña dimensión, más amplio será el escenario de actuación. Basta con observar como han proliferado las bases de datos comerciales entre las Instituciones de fomento a la Pyme, para comprender la importancia que se le ha dado a este tema, aún cuando de nada sirve poseer gran cantidad de datos en instituciones públicas o privadas, sino se hace alcanzable para las pequeñas unidades económicas.

■ **Incentivar la cooperación y el asociacionismo**

La cooperación entre empresas es una estrategia que puede dar como resultado la obtención de ventajas competitivas para las entidades participantes. Las empresas se pueden agrupar para fines específicos, como puede ser el desarrollo de nuevas tecnologías o realizar actividades de investigación y desarrollo; además, existen muchas áreas donde es factible trabajar en forma unida. A modo de ejemplo podemos citar las labores de comercialización en mercados externos, abarcando en forma conjunta, tanto la etapa de introducción a nuevos mercados como la comercialización de los productos. Este modelo trae consigo, entre otras ventajas, las siguientes: abaratar costes; compartir experiencias; desarrollar nuevos conocimientos; ampliar las relaciones interempresas, en fin, una variada gama de ventajas tanto cuantitativas como cualitativas.

■ **Diseñar políticas y programas específicos de ayuda a las Pymes.**

Cada país desarrolla sus propias políticas de apoyo a las empresas de pequeña envergadura, aunque exista un marco comunitario de apoyo a la Pyme. Entre las medidas que aparecen con más frecuencia se encuentran las siguientes: facilitar la exportación; reducir las trabas administrativas; educación; desarrollar actividades de investigación y desarrollo. Curiosamente las políticas fiscales no se utilizan con tanta frecuencia.

En España existen diversas Instituciones dedicadas a fomentar el desarrollo de las empresas de pequeña y mediana dimensión. En el cuadro siguiente se presentan las principales entidades de apoyo a la Pyme, clasificadas por Comunidad Autónoma.

Entidades especializadas en Pequeña y Mediana Empresa por CC.AA.

Comunidad	Entidad
Andalucía	Instituto de Fomento de Andalucía (IFA)
Aragón	Instituto Aragonés de Fomento (IAF)
Asturias	Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias
Cataluña	CIDEM
Galicia	Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE)
Madrid	IMADE
Murcia	Instituto de Fomento de la Región de Murcia (IFRM)
Navarra	SODENA
País Vasco	SPRI
Comunidad Valenciana	IMPIVA

Fuente: elaboración propia

Debemos tener presente, que una política indiscriminada de ayuda a la inversión en pequeñas y medianas empresas, puede interpretarse como la contribución pública a la financiación del proceso desverticalizador de la gran empresa. Es aquí, donde el papel regulador del Estado o de los entes públicos pertinentes juegan una labor crucial, al identificar realmente cuáles son las necesidades reales de las empresas y cómo fomentar su desarrollo sin favorecer a grupos específicos.

5. FINANCIACIÓN DE LAS PYMES

En anteriores apartados hemos visto la importancia que tiene la financiación en la supervivencia y consolidación de la Pyme, y en este campo se imponen soluciones imaginativas y eficientes.

Uno de los problemas tradicionales y al mismo tiempo “llave” para alcanzar los objetivos perseguidos es la dificultad, en primer lugar, de acceso por parte de las Pymes a la financiación, y en segundo lugar, de obtención de buenas condiciones, por la problemática adicional que históricamente las Pymes han comportado para las fuentes de financiación debido a la elevada morosidad, y a los mayores costes de intermediación, en términos comparativos, que generan.

En la mayor parte de Europa, con el fin de que las Pyme puedan obtener financiación en buenas condiciones de coste y plazo, en base a la viabilidad de sus proyectos y no a la existencia de garantías propias suficientes, se regularon los Sistemas de Garantía, especializados en la obtención de financiación para las Pyme y en el tratamiento del riesgo de éstas.

De hecho, Comisiones específicas constituidas en el seno de la Unión Europea, en continuadas comunicaciones emitidas, reconocen explícitamente los obstáculos financieros de orden estructural que padecen las Pyme, limitando la creación de nuevas empresas así como el desarrollo de las existentes, y el papel que desempeñan las Sistemas de Garantía en la financiación de las Pyme, comprometiéndose a beneficiar a éstos con programas de apoyo comunitarios.

Sin el ánimo de ser exhaustivos resultan clarificadoras, por su objetividad, las siguientes citas de diversos organismos.

“La Pyme tienen una función decisiva en la creación de empleo, en la estabilidad social y en el dinamismo económico, pero también tiene dificultades de acceso a la financiación y a la información relativa a los mercados y a las tecnologías.”

“Las Pyme siguen experimentando dificultades tanto para obtener financiación como con los costes de la misma.”

“Se ha determinado que una de las formas más efectivas de ayudar a las Pyme a superar tales dificultades es a través de los Sistemas de Garantía que constituyen una respuesta del propio mercado para sus problemas.”

“La problemática financiera de la Pyme se sitúa básicamente en los mayores costes de crédito bancario, las garantías solicitadas, la escasez de fuentes de financiación a largo plazo, la reticencia de las entidades de crédito a financiar proyectos de pequeña dimensión así como en la inadecuada formación, información y gestión financiera de las Pyme.”

De lo anteriormente expuesto se deduce que la Pyme tiene una clara problemática financiera que limita, entre otros factores, su creación, así como su capacidad de crecimiento y expansión. Asimismo, parece fuera de toda duda que los Sistemas de Garantía pueden colaborar activamente en la resolución de la citada problemática, actuando como intermediarios especializados en la financiación de las Pyme y prestando a las mismas servicios de asistencia y asesoramiento.

Un Sistema de Garantía bien concebido, eficiente y con adecuada credibilidad, puede resolver la problemática financiera de las Pyme.

Aunque con menor peso, también comienza a tener peso lo que podríamos denominar sector financiero “alternativo”.

El sector alternativo lo podemos definir como todas aquellas estructuras que pretenden ofrecer servicios financieros adaptados a las necesidades de quienes no tienen acceso a los servicios bancarios comerciales, a pesar de desempeñar un papel importante en términos de desarrollo local.

Dentro de este sector alternativo se pueden diferenciar tres tipos de iniciativas:

1. *Las que surgen de la sociedad civil y que tienen como objetivo apoyar proyectos sociales.*

Este tipo de iniciativas se compone generalmente por un grupo de ciudadanos interesados en el desarrollo económico de su territorio que adquieren forma asociativa o cooperativa.

En términos generales, las iniciativas surgidas de la sociedad civil se caracterizan por sus objetivos de solidaridad, por el apoyo económico que brindan para el surgimiento de proyectos, y por ofrecer en ciertas ocasiones un apoyo adicional para la gestión y planificación financiera.

Estas iniciativas alternativas se plasman en la creación de organizaciones de derecho privado (cooperativas, asociaciones, sociedades de responsabilidad limitada) que tienen un radio de acción territorial limitado y que obtienen sus recursos financieros del ahorro local de particulares y empresas, aunque a menudo reciben apoyo de organismos públicos. Podemos definirlos como instrumentos de proximidad que desempeñan un papel pedagógico y que a menudo sirven de enlace para acciones de desarrollo local.

Como consecuencia de estas iniciativas surgen entre otras las siguientes estructuras y productos financieros:

- *Las sociedades de capital riesgo de proximidad y capital riesgo solidario.*

Estas sociedades pueden crearse bien por el sentimiento de pertenencia a una región cuyo potencial económico se desea defender o bien, en términos más solidarios, el objetivo que persiguen es invertir en la creación de empleo. En todo caso, los particulares, incluidas las empresas, en el marco de sociedades de capital riesgo, invierten en la creación o desarrollo de empresas conjugando ahorro de proximidad con la solidaridad.

También se puede hablar de iniciativas de apoyo financiero a proyectos creados en el ámbito local a nivel individual lo que se ha dado a conocer como la figura del "business angel" que juega un papel parecido a las entidades de capital riesgo de proximidad. Se trata de inversores que apuestan por un proyecto empresarial, sin involucrarse en el día a día pero aportando un valor añadido. Algunas de las características de este tipo de inversores son las siguientes:

- Invierten sólo en zonas próximas a su lugar de residencia.
- Sus decisiones de inversión se ven afectadas por motivaciones no estrictamente financieras, como por ejemplo el desarrollo económico de su zona de residencia, satisfacción profesional, vinculación familiar, etc.
- Aunque exista una preocupación por la desinversión, están dispuestos a entrar en etapas iniciales de la vida de una empresa, suelen ser más pacientes que otro tipo de inversores en relación con los objetivos que persiguen, y aceptan rentabilidades esperadas inferiores.

- *Las cooperativas financieras o mutuas de autogestión.*

Este tipo de actividades se ha desarrollado generalmente en el norte de Italia. Esta iniciativa tuvo su origen en el comercio justo al que se añadieron asociaciones de tipo cultural, cooperativas de crédito y las Mutuas de Auto Gestión (MAG).

El apoyo financiero de estas entidades está condicionado a la calidad social de los proyectos, las relaciones de confianza entre asociados (evaluación ética) y la solvencia financiera de los proyectos presentados (evaluación técnico-económica). Con el paso del tiempo, se ha desarrollado una política para alentar a los asociados a participar en la definición de los sectores de intervención y en la autogestión del ahorro.

- *Las inversiones compartidas.*

Son formas de valorización financiera de los ahorros en el mercado comercial normal. Una parte de los ingresos obtenidos se rembolsan en forma de donativos, a asociaciones que operan en países en vías de desarrollo, en proyectos locales, de inserción social etc.

2. Los bancos éticos.

Una de las primeras iniciativas en relación con los créditos solidarios lo encontramos en el fenómeno de los "bancos de los pobres" que surgen en los países del Sur. La principal creencia de este tipo de bancos es que un crédito financiero por modesto que sea, puede ser el impulso decisivo para sacar a una familia de la indigencia mediante el autoempleo. El microcrédito se basa en dar soporte financiero, a pequeñas iniciativas empresariales por parte de colectivos que por sus condiciones socioeconómicas, no tienen acceso a las vías tradicionales de crédito. El referente básico de este tipo de bancos es el Grameen Bank, fundado en Bangladesh en 1974 por el profesor universitario de economía Muhammad Yunus.

Del mismo modo es interesante estudiar el comportamiento de la Banca Islámica, que se caracteriza por operar sin intereses ya que la ley islámica prohíbe remunerar el capital por ser una posible fuente de concentración de la riqueza y alejar a las personas de la posibilidad de considerarse y tratarse mutuamente como semejantes. La no existencia de intereses no implica que su coste sea nulo. El uso del capital puede generar beneficios, una parte de los cuales irá a la persona o institución que esta cediendo el uso del capital.

Existen también sistemas organizados de trueque, llamados LETS (Local Exchange and Trading System). Se constituye por primera vez en Counterbay, Canadá, en 1983 cuando, en medio de una fuerte crisis económica en la región, deciden crear un sistema de intercambio local que hiciera posible un comercio sin dinero.

Existen experiencias en varios países de Europa en torno al marco de los bancos o establecimientos financieros cooperativos que ofrecen exclusivamente productos éticos dirigidos a la lucha contra la exclusión y a la creación de empresas como, por ejemplo, las siguientes:

- **Italia: la Banca Ética**

Para superar las limitaciones territoriales impuestas por la legislación a las cooperativas financieras, las seis MAG operativas en el norte de Italia apoyaron la creación de la "Banca Ética", con el objetivo de constituir una oferta ética de productos financieros.

El lanzamiento de la Banca Ética (enero de 1999) ha permitido a las MAG dedicarse menos a la concesión de servicios financieros para concentrarse en la promoción de proyectos de desarrollo como son el apoyo a las nuevas iniciativas empresariales promovidas por los colectivos más desfavorecidos; el desarrollo de un sistema de microcréditos locales, etc.

En definitiva, la Banca Ética es un instrumento de crédito que contribuye a aumentar la competitividad y la capacidad de gestión de organismos sin ánimo de lucro, y por tanto mejora la calidad de sus productos y servicios.

- **Reino Unido: Cooperative Bank**

Al Cooperative Bank se le conoce sobre todo por haber sido el primer banco en elaborar y hacer pública una "política ética", según la cual se compromete a no invertir en actividades moralmente reprobables es un banco comercial y funciona como cualquier otro banco, pero no trabaja con fondos de inversión, no ofrece servicios de brokerage, ni de seguros, ni gestiona planes de pensiones. Su principal objetivo es lograr que el sistema bancario sea más ético.

La adopción de estos principios éticos no se debe a razones puramente altruistas, sino a la voluntad de respetar y hacer realidad las preferencias de sus clientes. Cabe detallar como aspecto negativo que al operar con criterios de

confidencialidad, no publica la lista de las empresas en las que invierte. En definitiva el cliente debe confiar en una declaración de principios excesivamente ambigua.

▪ **Países Bajos y Bélgica: Triodos Bank**

Se crea en Holanda en 1980 y con posterioridad también se instaló en Bélgica. La misión de esta institución es el promover proyectos y empresas con un valor social o ecológico que beneficien a la comunidad. Se define a sí mismo como "diferente", porque su principio fundamental es la transparencia en la utilización de la financiación y se considera como un banco para el desarrollo local. Sólo presta dinero a empresas, generalmente Pymes y organizaciones que trabajan en la economía social, medio ambiente, actividades sin ánimo de lucro, cooperación norte-sur, etc.

En cuestión de riesgos, también ha demostrado un carácter innovador. Todos sus préstamos son garantizados, pero las garantías no son exclusivamente patrimoniales, sino que tiene en cuenta las cualidades personales del promotor y el apoyo que recibe en su entorno social. Así también acepta garantías personales por parte de las personas que conocen al solicitante. Se constituyen círculos de garantía, un grupo de personas, cada una de las cuales es responsable de una pequeña parte de la cantidad a devolver.

3. *Productos éticos que ofrecen las instituciones financieras tradicionales.*

Dentro del sector tradicional se opera en términos éticos a través de dos principales vías; la participación de capital en empresas que han sido evaluadas con criterios éticos y el apoyo a asociaciones con fines sociales a través de los ingresos logrados en las inversiones realizadas en los mercados de valores. Por lo tanto podemos distinguir:

- Fondos de inversiones éticas

Al igual que los fondos de inversión convencionales, gestionan los capitales depositados por sus clientes convertidos en participaciones de la cartera de inversiones financieras realizadas por el Fondo en empresas seleccionadas en base a su comportamiento ético, sostenible y socialmente responsable.

Se trata de inversiones realizadas a través de sociedades financieras en empresas previamente seleccionadas que cumplan una serie de criterios éticos, como puede ser el respeto al medio ambiente, la creación de empleo, etc. Se materializa, por lo tanto, en la compra de acciones en este tipo de empresas éticas.

- Productos bancarios de solidaridad y de seguros de vida:

Surgen a iniciativa de bancos cooperativos y de las sociedades mutuas de crédito. Tratan de ofrecer apoyo financiero a través de concesión de préstamos a creadores de empresas. Por ejemplo al abrir una cuenta solidaria, los titulares dan autorización al banco o a la institución de crédito cooperativo que ofrece dicho servicio a poner el 70 por ciento de las cantidades en depósito a disposición de las asociaciones de apoyo a los parados, a los creadores de empresas, etc.

El sector financiero tradicional dista mucho de ser impulsor de las actividades de creación de empresas, y debido a la competencia surgida ante un escenario cada vez más globalizado, lo será cada vez menos.

El objetivo principal del sector tradicional es conseguir la mayor rentabilidad financiera en el menor tiempo posible y en la mayoría de los casos suele mostrarse reticente a apoyar pequeños proyectos locales cuyo potencial de crecimiento no llega al mínimo exigido. La principal razón es el miedo a que el dinero que han prestado no sea devuelto. Pero, en este sentido, cabe destacar la baja morosidad que soportan las instituciones financieras que operan en el sector alternativo, lo que confirma que el

problema de este tipo de proyectos no es su incapacidad para devolver el dinero prestado sino la negativa de la banca tradicional a financiarlas.

Por lo tanto, si el sector tradicional cada vez se aleja más de las necesidades específicas que tienen los emprendedores locales, se observa la necesidad de potenciar las estructuras intermediarias que enlacen la oferta con la demanda de financiación y como consecuencia el sector financiero alternativo, que pese a todo sigue siendo bastante débil.

En este sector alternativo al que nos referimos es esencial introducir el concepto de financiación/inversión social/ética. Cuando hablamos de introducir aspectos sociales en la actividad financiera, no nos referimos a una actividad que persiga el beneficio por el beneficio, sino que busca el bienestar social, la integración de personas desempleadas o en situaciones adversas para poder así alcanzar el desarrollo real de la actividad económica. En este aspecto se puede afirmar que los instrumentos de la financiación/inversión social aportan ese "valor añadido social" que no se logra a través de los instrumentos financieros tradicionales.

Cuando hablamos de introducir criterios éticos en la actividad financiera, podemos señalar que en un inicio estos criterios se dirigían más bien a evitar inversiones en actividades socialmente reprobables (empresas armamentísticas, que no respetan el medio ambiente, etc.), es importante pasar de una opción que evita lo negativo a otra que intenta construir lo positivo, es decir, hay que apoyar iniciativas que intentan conciliar el rendimiento estrictamente económico con el servicio social.

Pero no queríamos terminar este análisis sin hacer referencia a un hecho que hemos observado, y es que cada vez hay más productos en el mercado que se auto denominan "éticos". Esto a simple vista puede parecer positivo, pero no siempre lo es, ya que hay instituciones financieras del sector tradicional que se han dado cuenta de que la ética vende y tratan de aprovechar el filón, utilizándolo como argumento publicitario, para lograr nueva clientela y de paso intentar limpiar su imagen.

6. LAS PYMES Y LA TECNOLOGÍA

La tecnología y la innovación debe ser un factor clave para el crecimiento y consolidación de las Pymes en general, sea cual sea el sector de actividad en que este operando.

Específicamente, las Pymes de alta tecnología crean e implementan innovaciones tecnológicas, contribuyendo de esta manera a incrementar el nivel de vida, el empleo, la productividad y la competitividad. Las Pymes de alta tecnología tienen un gran potencial para contribuir a la creación de empleo y riqueza. Sin embargo, la presencia de este tipo de empresas es escasa en nuestro país, comparándonos con el resto de Europa, y extremadamente escasa si nos comparamos con EE.UU.

Aunque estas empresas no tengan un gran peso en términos de número de empresas, suponen un efecto muy importante sobre el resto de la economía. Según diversas fuentes, aproximadamente 750.000 Pymes europeas trabajaron en sectores típicos de alta tecnología durante el año 2000, empleando aproximadamente a 5 millones de personas, es decir, el 4% del empleo total. La mayor parte de estas empresas (45%) desarrollan sus actividades en un sector concreto, esto es, informática y actividades relacionadas.

Los centros intensivos de conocimientos, incluidas las universidades, suponen una gran reserva de conocimiento. Sin embargo, su importancia como fuente de know-how para las empresas más pequeñas de alta tecnología es muy limitada. La razón de esta pobre interacción universidad-empresa se basa en las incompatibilidades existentes entre las estructuras de ambas partes, tales como diferentes objetivos, culturas, etc. Además, las empresas más pequeñas a menudo carecen de los recursos financieros y técnicos requeridos para llevar a puerto proyectos de cooperación con universidades.

Pero no sólo es importante la cooperación con los centros intensivos en conocimiento y las universidades. Así, la conexión y colaboración entre empresas, en un sentido más amplio, es casi una necesidad entre las Pymes de alta tecnología para poner en marcha

proyectos de innovación y conseguir la información requerida y el know-how. Las redes de empresa hacen posible compartir el conocimiento, los costes y el riesgo, y ello contribuye al éxito del negocio. Las redes interempresariales son un fenómeno bastante común entre las empresas de alta tecnología en Europa, especialmente entre clientes y proveedores. En cualquier caso, las empresas innovadoras más pequeñas no son muy entusiastas en lo que concierne a la cooperación por las pérdidas de autonomía que se puedan derivar de las mismas.

Las siguientes barreras, específicas para las empresas de alta tecnología más pequeñas, pueden ser identificadas para la creación de redes interempresariales:

- Las pequeñas empresas, en contraste con las grandes, a menudo tienen una perspectiva a corto plazo, por lo que esperan resultados rápidos. Sin embargo, la creación de redes de empresas en general, requiere un largo período de tiempo, por lo que los resultados no son inmediatamente visibles. Para reducir esfuerzos, la cooperación debe ser sencilla y debe crearse entre unos pocos miembros.
- Es difícil encontrar un equilibrio entre la confidencialidad (ocultar información) y la difusión del conocimiento y la información, lo cual es esencial para establecer una red empresarial exitosa.
- Los gobiernos tratan de estimular la cooperación y la creación de redes entre Pymes y grandes empresas, así como con centros intensivos de conocimientos. Una de las vías utilizadas es el uso de cluster regionales.

Para las empresas de alta tecnología no es tan fácil conseguir financiación exterior. Estas empresas están caracterizadas por unos rasgos específicos que dificultan el acceso a financiación exterior:

- Proyectos de alto riesgo
- Largos períodos de desarrollo de productos y servicios
- Mayor disponibilidad de activos intangibles que de activos tangibles.

Las siguientes categorías de Pymes de alta tecnología afrontan la mayor parte de los problemas ligados al acceso a la información exterior:

- Pymes en países con una cultura de crédito bancario.
- Pymes con proyectos que combinan nuevas tecnologías y nuevos mercados al mismo tiempo.
- Pymes con proyectos muy complejos e innovadores.

Como es lógico, los problemas de financiación son mucho más frecuentes en el comienzo de la actividad y en las primeras etapas de la empresa.

Teniendo en cuenta estas características de las empresas de alta tecnología, es obvio que la financiación bancaria resulta menos apropiada para las mismas, mientras que las opciones de financiación a través de capital privado y de entidades de capital riesgo son más relevantes. Sin embargo, después de incrementos estables en el tiempo de la inversión realizada por parte de entidades de capital riesgo, en el 2001 se produjo una marcada reducción, especialmente en el sector de alta tecnología, que sólo recientemente está empezando a remontar. Además, parece que las entidades de capital riesgo son reacias a invertir en las primeras etapas, dado que la cantidad de capital requerida por las empresas pequeñas de alta tecnología es muchas veces demasiado escasa para las propias compañías de capital riesgo. Por lo tanto, estas entidades son una opción de financiación solamente para una “élite” entre las empresas más pequeñas.

En el actual escenario económico se habla de una Nueva Economía también conocida como sociedad de la información o economía digital, en la cual se le atribuye a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), ser la fuente de los retos y oportunidades futuras. Aún teniendo en consideración la importancia de las TIC, es necesario introducir al menos dos parámetros más para poder obtener una visión completa de la realidad, estos dos ingredientes a los que nos referimos son el fenómeno de la globalización, y las nuevas formas de organización social o asociacionismo que intentan hacer frente a los retos y oportunidades de las TIC y la globalización.

La innovación, en este nuevo escenario, se puede presentar a través de diferentes vías, aprovechando cómo está cambiando la realidad en la que se desenvuelve la empresa en la actualidad y, especialmente, en el futuro. Se presentan unas importantes oportunidades para las Pyme basadas en estas diferencias entre el antiguo y el nuevo marco empresarial.

Diferencias entre nueva y antigua economía

Tema	Antigua economía	Nueva economía
Características económicas generales:		
Mercados	Estable	Dinámico
Ámbito de competencia	Nacional	Mundial
Estructura organizativa	Jerárquica, burocrática	Interconectada
Movilidad geográfica potencial de las empresas	Baja	Alta
Competencia entre regiones	Baja	Alta
Industria:		
Organización de la producción	Producción a gran escala	Producción flexible
Claves del crecimiento	Capital / Trabajo	Innovación / conocimiento
Clave tecnológica	Mecanización	Digitalización
Fuente de ventaja competitiva	Reducción de costes mediante economías de escala	Innovación, calidad, adaptación al mercado y costes
Importancia de la investigación/innovación	Moderada	Elevada
Relaciones con otras empresas	Aislamiento	Alianzas y cooperación
Mano de obra:		
Objetivo político	Pleno empleo	Mayores salarios e ingresos reales
Cualificación	Cualificación concreta para un puesto	Cualificación amplia y formación cruzada
Educación requerida	Una capacidad o un título	Aprendizaje durante toda la vida
Relaciones entre trabajadores y dirección	De enfrentamiento	De colaboración
Naturaleza del empleo	Estable	Caracterizado por el riesgo y la oportunidad
Gobierno:		
Relaciones entre el mundo empresarial y el gobierno	Imposición de requisitos	Fomento de oportunidades de innovación y crecimiento
Regulaciones	Mando y control	Reglas de mercado, flexibilidad

Fuente: PPI (Progressive Policy Institute), Technology Project. The State New Economy Index.

Las Pymes de hoy buscan herramientas que les ayuden a hacer crecer sus negocios y que puedan reportarles beneficios tangibles. Necesitan **respuestas concretas** a problemas como la mejora de su gestión empresarial, cómo aprovechar sin complejidades las posibilidades de Internet y las nuevas Tecnologías de la Información, soluciones online que les ayuden de una forma muy simple a cubrir sus necesidades, mejorar su eficacia y su competitividad.

Aunque las cifras aún no son satisfactorias, la situación de las Pyme europeas en relación con las TIC, ha mejorado sustancialmente en los últimos años. Según el Observatorio de Pymes del año 2002, estas empresas utilizaban las siguientes TIC:

- Teléfonos móviles: 83%
- Internet: 74%
- E-mail/EDI (intercambio electrónico de datos): 71%
- Ordenadores individuales: 69%
- Ordenadores en red: 52%
- Página web propia: 43%
- Card swipe: 34%

La situación de la empresa española es claramente inferior a esta media, con una penetración de Internet que apenas sobrepasa el 40% del total de las Pyme.

Si se les preguntara a las Pymes españolas qué pedirían a Internet probablemente nos responderían ayuda para buscar proveedores, acceder a nuevos mercados, encontrar oportunidades de negocio, conseguir nuevos clientes, ayudar a gestionar sus recursos humanos, etc.

Sin embargo, **no existen** en el mercado demasiadas iniciativas web que den una respuesta eficaz a estas demandas, o bien, no ofrecen una solución totalmente satisfactoria a las necesidades de las Pymes. Quizás este sea uno de los motivos que provocan que **sólo el 6%** de las Pymes españolas utilicen herramientas online para mejorar su gestión u organización.

Siempre acusamos a nuestras empresas de que no acaban de realizar una apuesta decidida por Internet. Pero quizás el motivo de esta falta es que todavía **no se les ofrecen** servicios online realmente **útiles y sencillos de manejar**. Analizando las distintas iniciativas web encontramos que ofrecen un sinfín de servicios similares en casi todos los portales, pero existe poca imaginación e innovación hacia las demandas de las Pymes.

Y es que, a diferencia de otros países (sobre todo EEUU), **tampoco los grupos de inversión** parecen respaldar iniciativas innovadoras que busquen posicionarse en este mercado, y que aprovechen las características que han hecho que empresas online, - como eBay, Amazon, Match o Travelocity, por citar algunos ejemplos-, hayan triunfado gracias a la oferta de servicios concretos y fáciles de usar, teniendo muy en cuenta factores clave en Internet, como:

1. Desarrollar plataformas web **que se adapten a las necesidades** del perfil de sus usuarios, que faciliten un alto grado de personalización e interacción. En la mayor parte de los casos han desarrollado software propio, de forma que se adaptara a las necesidades detectadas en el mercado.
2. Apoyarse en el **efecto red**, estableciendo contactos con otras comunidades y portales que integren sus servicios en sus webs, o les ayuden enviando tráfico, beneficiando ambos la web y sus afiliados, con lo que poco a poco, y cuidando la calidad de sus servicios (sin olvidar la seguridad), se han ido posicionando de tal manera que un nuevo jugador, aunque disponga de grandes recursos financieros, difícilmente conseguirá poner en marcha una comunidad de calidad como las que han conseguido las empresas citadas anteriormente.
3. Crear algo **difícil de conseguir en el mundo offline**: no limitarse a reproducir lo que ya funciona en el mundo físico, sino ofrecer algo distinto; por ejemplo, un lugar donde miles de usuarios con un perfil específico puedan relacionarse, participar en la comunidad, etc., con lo que lograremos que se beneficien los usuarios y a la vez la web, simplemente fijando un pequeño pago por su intermediación, con lo que se logrará un pequeño ingreso que se multiplica de forma exponencial paralelamente al crecimiento de usuarios.

4. En el caso que nos ocupa, el mundo de las Pymes, se ha intentado ayudarlas con la puesta en marcha de complejos marketplaces que en su mayoría no han conseguido rentabilizar sus proyectos. Más que beneficios, generaban a las empresas carga de trabajo (además de pagar la correspondiente tarifa por forma parte de ellos), teniendo que digitalizar catálogos, cumplimentar engorrosos formularios de alta o actualizar periódicamente las características de los productos y servicios. El camino correcto es el contrario: posibilitar a las empresas que dispongan de **más tiempo** y **disminuir sus costes**. Un ejemplo lo tenemos en un [nuevo portal](#) que acaba de lanzar una pequeña empresa gallega y que de una forma simple facilita las relaciones entre Pymes con una innovadora plataforma web.

Necesitamos por tanto **más imaginación** e innovación para ayudar a las Pymes en la Red, de forma que poco a poco vayan apostando por servicios y productos online. Es preciso ofrecerles el camino más rápido, fácil y simple de cubrir sus necesidades.

7. CREACIÓN DE UN ECOSISTEMA PARA LA CREACIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA

Hemos analizado en los apartados anteriores la situación de las Pymes, tanto a nivel europeo como español, y la problemática que tienen las empresas de menor tamaño en relación con la formación de los emprendedores, sus problemas de financiación y la complicación de su acceso a las nuevas tecnologías.

EOI desarrolla una actividad impagable en el apoyo para la creación y consolidación de Pymes dentro del Programa CRECE, financiado por el Fondo Social Europeo, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y multitud de socios con fuerte implantación local.

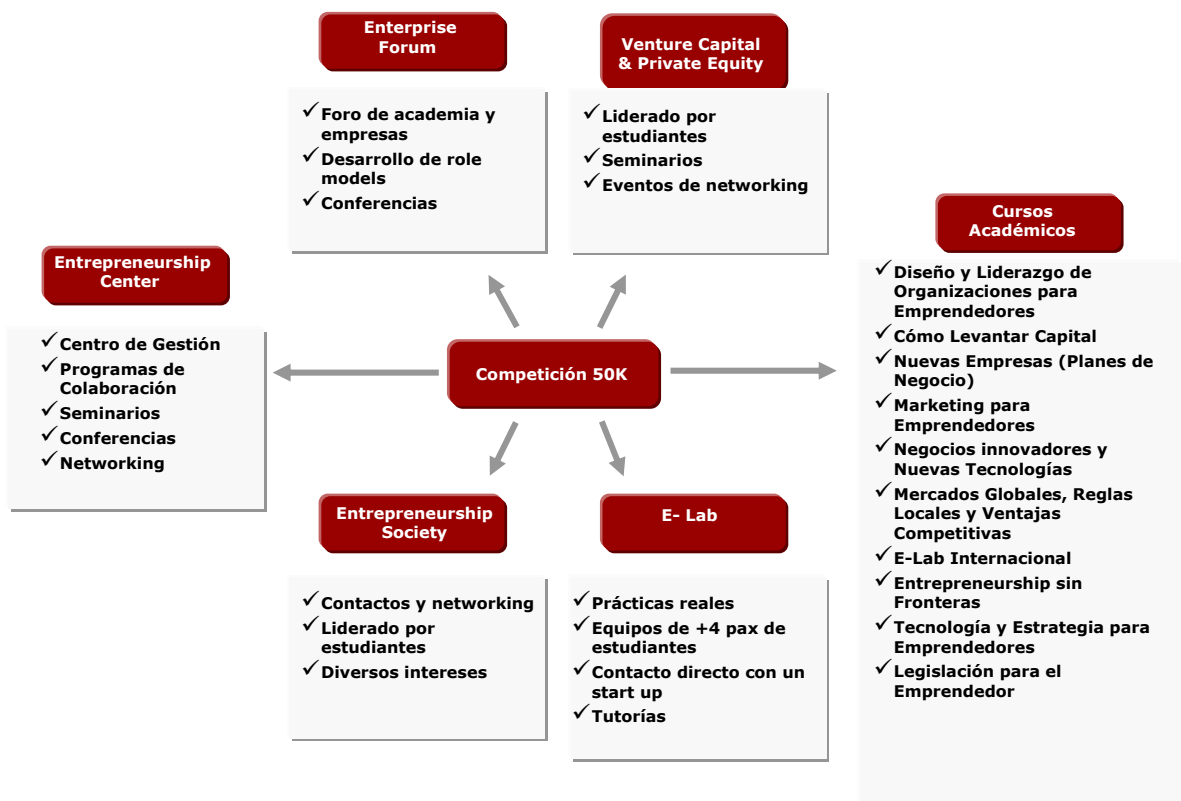
Sin embargo, las empresas de base tecnológica, de gran importancia y objetivo prioritario de las políticas de la Unión Europea, tienen unas características y problemáticas muy específicas, como hemos analizado.

La situación de Europa en general y de España en particular, es mucho menos brillante que la situación que podemos encontrar en EE.UU., por lo que conviene fijarse en dicho país y en las actividades de éxito que se han puesto en marcha, con vistas a ver su aplicabilidad a la realidad española.

Uno de los mayores ejemplos el Entrepreneurship Network puesto en marcha por el Massachusetts Institute of Technology (MIT), y articulado alrededor de una competición de empresas denominada 50 K, que analizamos en el apartado siguiente.

7.1. Análisis del Entrepreneurship Network del MIT

La operativa del MIT en creación de empresas se puede reflejar de forma resumida en el siguiente cuadro:



Fuente: elaboración propia

Como vemos, las actividades de este tipo, cubren muchos de los aspectos críticos en el desarrollo y consolidación de Pymes de base tecnológica que hemos ido analizando a lo largo de este estudio:

- Formación de emprendedores, a través de los cursos académicos
- Conexión con el mundo universitario y con centros de conocimiento, a través del E-lab.
- Asociacionismo y establecimiento de redes, a través de Entrepreneurship Society.
- Información sobre temas de interés y actualidad, a través del Enterprise Forum.

- Conexión con empresas de capital riesgo para la financiación de los proyectos empresariales que se presenten, a través del Venture Capital & Private Equity.
- Coordinación general de todas las actividades a través del Entrepreneurship Center.

El nexo de unión y el motor de avance de todo el proceso es una competición de creación de empresas que se denomina 50 K.

7.1.1. Características de la competición 50 K

La competición es un proceso motivador y formativo de varios meses de duración, estructurado en fases y que se pone en marcha con carácter anual. Sus objetivos son la creación de empresas de alto valor añadido y elevado potencial de crecimiento a través de un proceso sencillo y atractivo que sirva para motivar y formar a los futuros emprendedores.

La competición 50 K ofrece:

- Premios a las mejores ideas de negocio y a los mejores proyectos empresariales.
- Programas de formación empresarial en temas de gestión general y específica de empresas: marketing, finanzas, marco jurídico, etc.
- Organización de redes de apoyo, involucrando a los diferentes agentes que participan: emprendedores, formadores e inversores
- En definitiva, ayuda al emprendedor desde la generación de la idea hasta la creación del proyecto empresarial.

Esta competición nace con el objetivo de fomentar la creación de empresas de alto crecimiento y la transferencia de tecnología desde la universidad hacia la empresa.

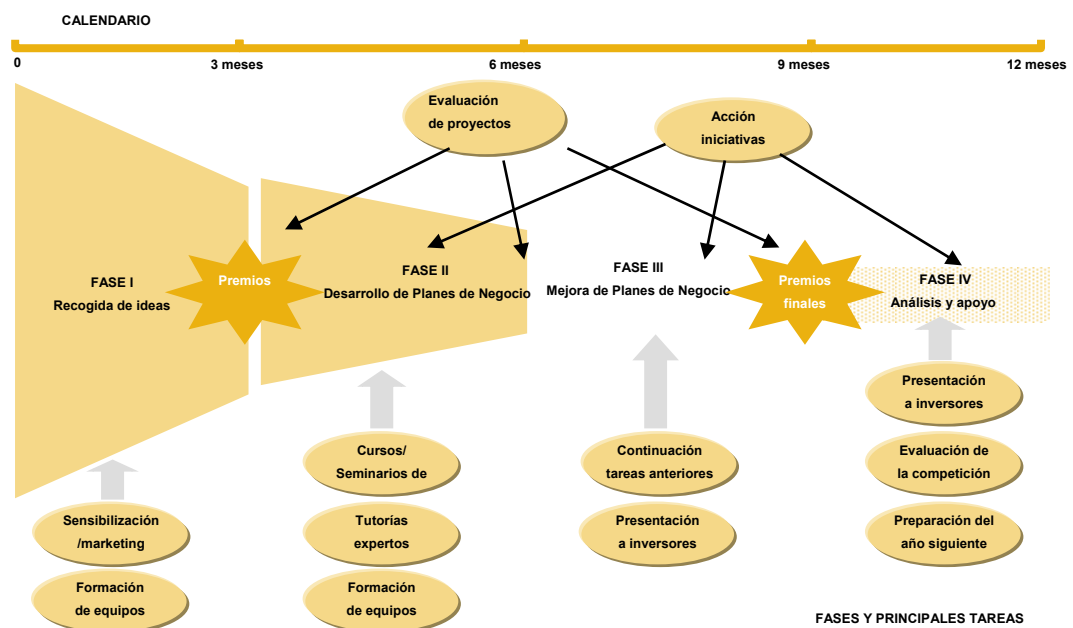
Parte de los fundamentos para la creación de una empresa:

- Una idea de negocio
- Un equipo equilibrado entre gestión y generación de ideas

- Un plan de negocio desarrollado
- Asesoramiento experto y financiación

La competición se desarrolla a través de un proceso de cuatro fases con el fin de actuar sobre cada uno de estos aspectos, teniendo cada fase una duración de tres meses, aproximadamente, según se puede ver en el siguiente gráfico:

Desarrollo de la competición: calendario tipo



Fuente: elaboración propia

Veamos cada una de estas fases:

Fase 1.

Recogida de ideas. El objetivo de esta fase es la captación de emprendedores para este tipo de proyectos, por lo que incluye todas aquellas tareas de promoción y marketing que promuevan un proyecto atractivo en el que interese participar. Incluye:

- Campaña de sensibilización y difusión a través de un plan de promoción y comunicación, que contempla:

- Diseño y desarrollo de una imagen de marca
- Diseño y desarrollo de una página web
- Diseño e impresión de material promocional
- Organización de actos promocionales de lanzamiento
- Contactos con medios de comunicación
- Organización de seminarios sobre formación de equipos
- Recepción de las ideas, incluyendo el apoyo y soporte a los candidatos, para lo que se cuenta con herramientas de soporte al emprendedor
- Selección de las mejores ideas mediante un proceso de filtrado y entrega de premios iniciales a los 5 ó 10 mejores (entre 500 y 1000 € cada premio)

Fase II.

Desarrollo de Planes de Negocio. Esta fase se centra en actividades de formación en cuestiones empresariales y en la ayuda al complemento de equipos. Contempla habitualmente:

- Organización de un programa de formación:
 - Cursos de creación de empresas o
 - Seminarios de formación
- Organización de foros presenciales y virtuales:
 - De participantes (complemento de equipos)
 - De formadores
 - De inversores
- Diseño y desarrollo de una plataforma de interacción entre los distintos agentes. Asignación de un tutor por equipo de su área de especialidad.

- Ayuda al desarrollo del plan de negocio y selección de los mejores proyectos para su acceso a la tercera fase, a través de un proceso de filtrado.
- Potencial entrega de premios a los mejores en esta fase

Fase III.

Mejora de Planes de Negocio. Esta fase es continuación de la anterior y se centra en la mejora de los proyectos y en el filtrado de los planes de negocio finalistas. Incluye:

- Selección de finalistas y ganadores
- Entrega de premios a los mejores proyectos empresariales, según criterios de:
 - Viabilidad
 - Potencial de crecimiento
 - Estado de avance del proyecto empresarial
 - Se presupuesta un total de 50.000 € en premios para esta fase.
- Organización de foros de inversores y redes de financiación.
 - Creación de plataforma de inversores
 - Organización de foros de encuentro y presentación de los mejores proyectos, es decir, los que han quedado finalistas.

Fase IV.

Análisis y Apoyo. Esta fase se centra en el seguimiento y apoyo a los proyectos finalistas, así como en el análisis de resultados y en la detección de oportunidades de mejora. Consta de:

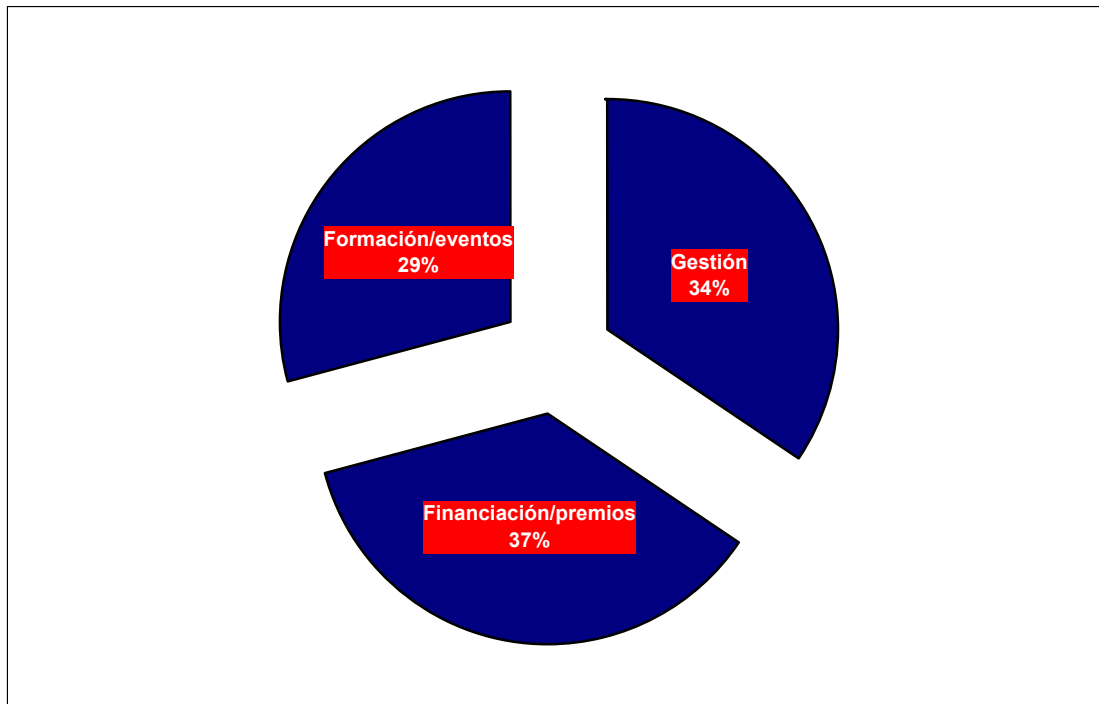
- Soporte y ayuda a las empresas creadas:
 - Seguimiento de los proyectos finalistas

- Localización y desarrollo de procedimientos de soporte a las empresas nacientes
- Creación de redes de financiación con el fin de movilizar el capital privado de las empresas y de los inversores particulares.
 - Creación de redes de capital semilla
 - Creación de redes de capital riesgo
- Difusión de resultados y preparación de la edición siguiente.
 - Organización de foros de difusión de resultados
 - Contactos con medios de comunicación
 - Detección de oportunidades de mejora

El MIT 50 K ofrece al año cerca de 60.000\$ en premios, y en sus 14 ediciones han participado alrededor de 2.000 equipos, habiéndose creado 75 empresas con un valor estimado de 10.500 millones de dólares con una generación de empleos superior a 2000. Además, las empresas de capital riesgo han invertido en estas empresas creadas más de 175 millones de dólares.

El presupuesto global de esta iniciativa es de 200.000 €, según el siguiente desglose:

Presupuesto MIT 50 K (Total 200KE)



Fuente: elaboración propia

A este presupuesto habría que añadirle toda la gestión llevada a cabo por alumnos y los 16 cursos de formación impartidos por el MIT.

7.2. Aplicación del 50 K a Europa: 50 K en Munich

Un ejemplo de adaptación a Europa de iniciativas para la Creación de Empresas según el modelo MIT se produce desde hace años en Munich, a través del Munich Network. El origen de este network es el Förderkreis Neue Technologien (FNT) creado en 1984 y cuya misión era el fortalecimiento de la Transferencia Tecnológica desde las Universidades. Este FNT se orientó en 1996 hacia el apoyo a la creación de Start-ups innovadores y el Munich Network nace como su continuación, estableciéndose como un integrador entre los agentes innovadores de la región de Munich, así como enlace entre otras regiones con alto nivel tecnológico.

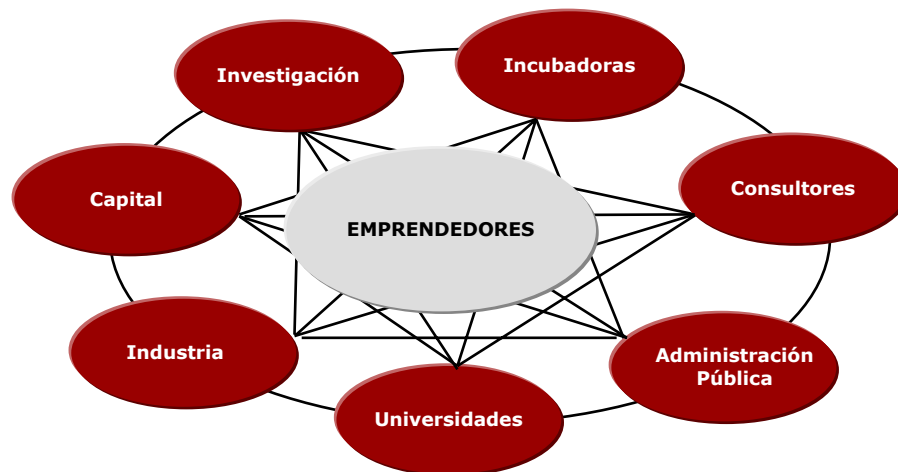
Con estos precedentes, Munich Network persigue, como misión principal, la interacción entre jóvenes emprendedores y expertos de diferentes colectivos profesionales que abarquen todos los ámbitos de actuación en la creación de empresas.

Munich Network:

- Provee de soporte activo para la financiación, crecimiento y consolidación de spin-offs de base tecnológica
- Enlaza a los emprendedores con el resto de las entidades responsables del sistema de innovación regional
- Proporciona una plataforma de interacción con los más importantes clusters tecnológicos a nivel mundial.

Se constituye en un ecosistema basado en crear comunidades alrededor del emprendedor, según el siguiente esquema:

Esquema de red de comunidades del Munich Network



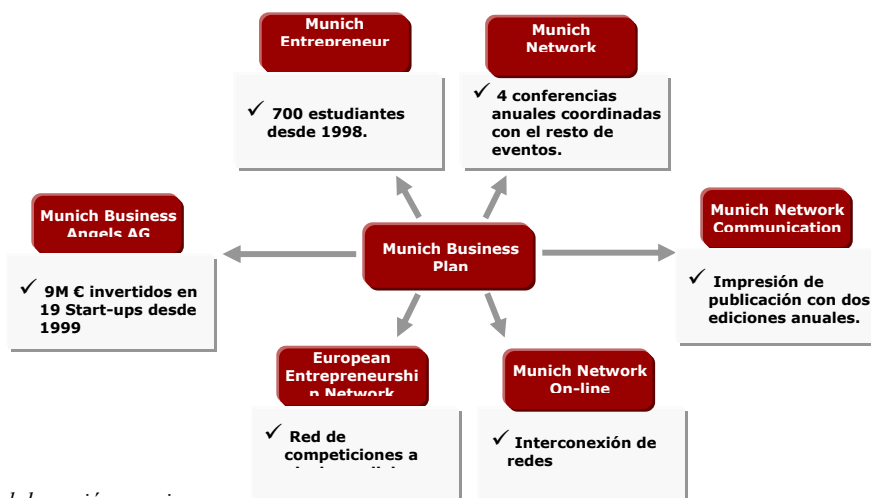
Fuente: elaboración propia

Los resultados de su actuación han sido realmente espectaculares:

- Ha reavivado el interés por invertir en Start ups con alto potencial de crecimiento, consiguiendo sumar más de 280 M€ en inversiones.
- Ha elevado el atractivo del área regional de Munich por parte de investigadores nacionales e internacionales
- Proporciona la mejor infraestructura para start ups con alto potencial de crecimiento en el área de Munich
- Incorpora muchas historias de éxito y algunos líderes mundiales:
 - Willex AG: compañía biofarmacéutica dedicada al desarrollo de terapias contra el cáncer. Nacida en MBPW en 1957, en 2002 disponía de más de 27 millones de € en caja y valores comerciales.
 - NXN Software AG: líder en Soluciones de Gestión de la Producción digital. Nacida en MBPW en 1997, cuenta con oficinas en Los Ángeles, Londres, París y Munich y con una cartera de clientes entre los que destacan SONY Online Entertainment, Infogrames y Electronic Arts.

Munich Networks ha puesto en marcha una competición de Planes de Negocio en colaboración con el MIT, y con el mismo fin de constituirse en un integrador de iniciativas.

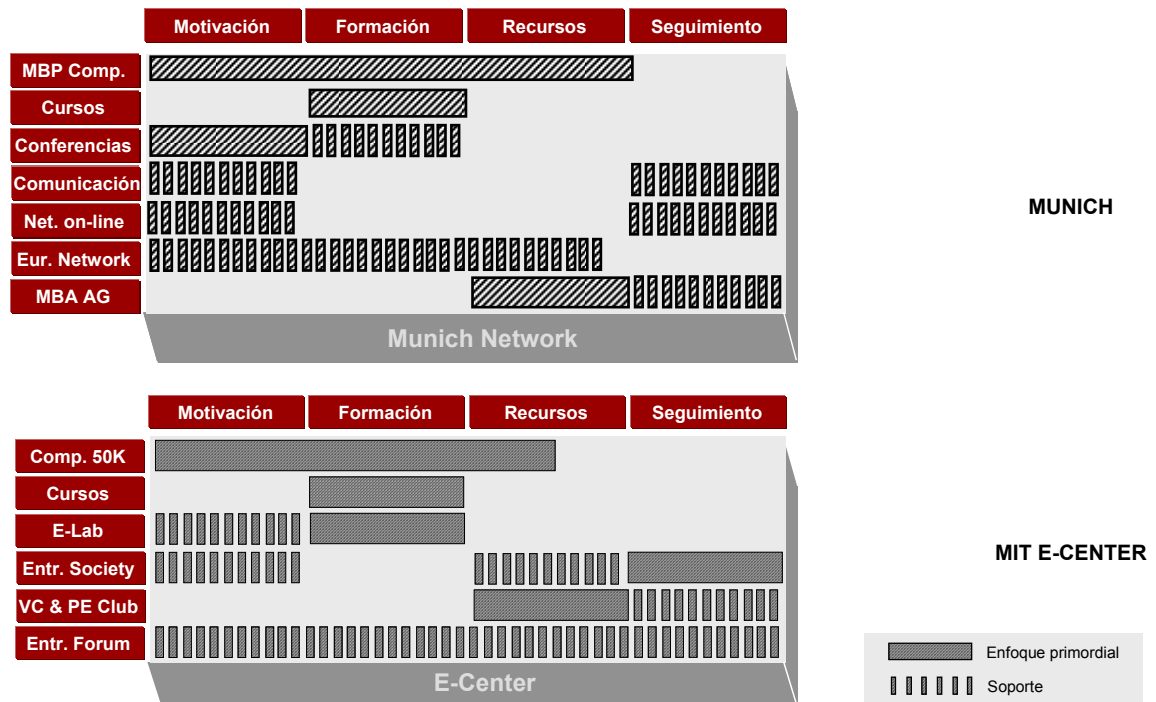
Esquema de organización del Munich Business Plan Competition



Fuente: elaboración propia

Comparándolo con la estructura del Entrepreneurship Network, podemos observar algunas diferencias, que se muestran en el siguiente gráfico:

Diferencias de organización Munich Network y MIT E-Center



Fuente: elaboración propia

Algunos aspectos a destacar del Munich Network son los siguientes:

El **Munich Business Plan Competition** ha conseguido en el período desde 1997 a 2003:

- Fundar 327 start ups, de las que cerca del 87% continúan activos
- Crear 2.791 empleos
- Recaudar 280 millones de euros en capital para estas empresas, 243 de los cuales proceden de empresas de Capital Riesgo.

El **Munich Entrepreneur Academy** ha dado formación a más de 700 emprendedores desde 1998, en temas como:

- Derecho sobre propiedad intelectual
- Internacionalización: el mercado de EE.UU.
- B”B: teoría y práctica
- Dirección Comercial: riesgos y responsabilidades
- Tecnologías de la Información
- “High Tech Sales & Sales Force Management”, curso impartido en colaboración con profesores del MIT
- Conferencias, seminarios y workshops interactivos con capacidad para 150, 40 y 25 asistentes respectivamente, entre miembros del Munich Network e invitados por la organización, como plataforma de contacto entre diferentes agentes y colectivos de interés: inversores, emprendedores, formadores, etc.

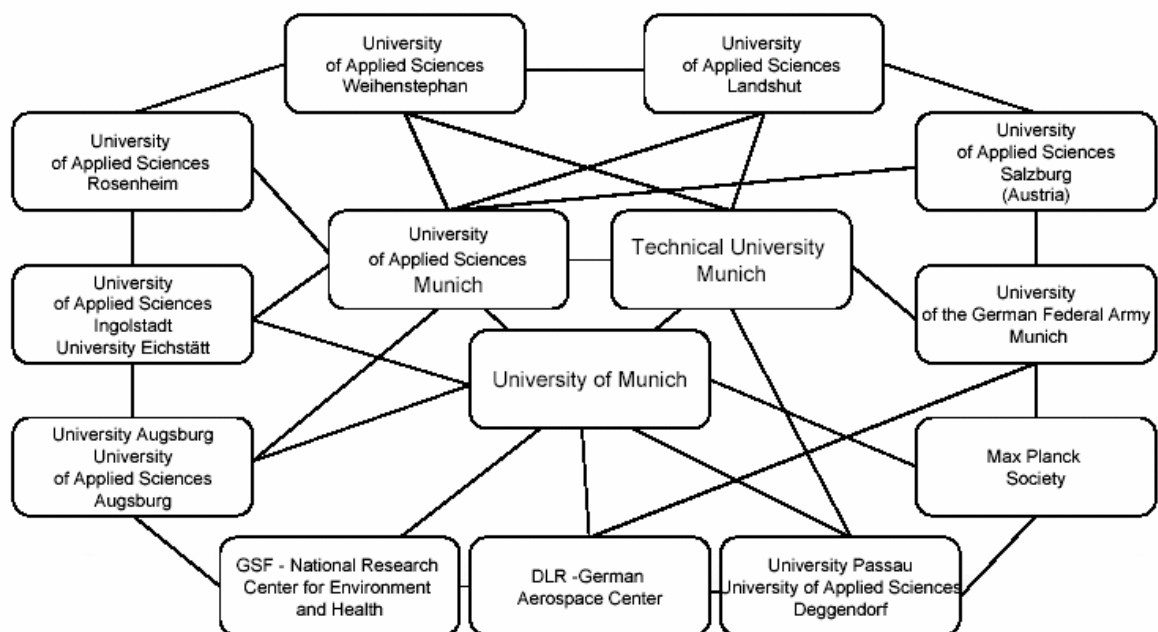
El **Munich Business Angel Network** ha invertido más de 9 millones de euros en 10 start ups desde 1999. Es una organización profesional constituida en plataforma regional de Business Angels y emprendedores. Organiza reuniones mensuales (Screening Comité y Munich Business Angel Network) entre emprendedores y Business Angels, donde se presentan una serie de proyectos previamente seleccionados a través de una exposición no superior a 30 minutos y de un turno de preguntas. Sus objetivos son:

- Fomentar y apoyar a empresas innovadoras de alto potencial de crecimiento
- Aumentar las posibilidades de éxito de los proyectos nacientes
- Movilizar la inversión privada

El referente principal de los eventos organizados por el Munich Network es el Munich Network Forum, que se celebra cuatro veces al año y que es un foro de intercambio de mejores prácticas y de casos de éxito de empresas nacidas en el programa. Igualmente se organizan reuniones informales o cóctels entre los distintos colectivos para fomentar el establecimiento de contactos y el intercambio de experiencias, fundamentalmente entre emprendedores nóveles y expertos.

El gran éxito del programa procede de la integración de un gran número de prestigiosas universidades y centros de investigación, como se recoge en el siguiente gráfico:

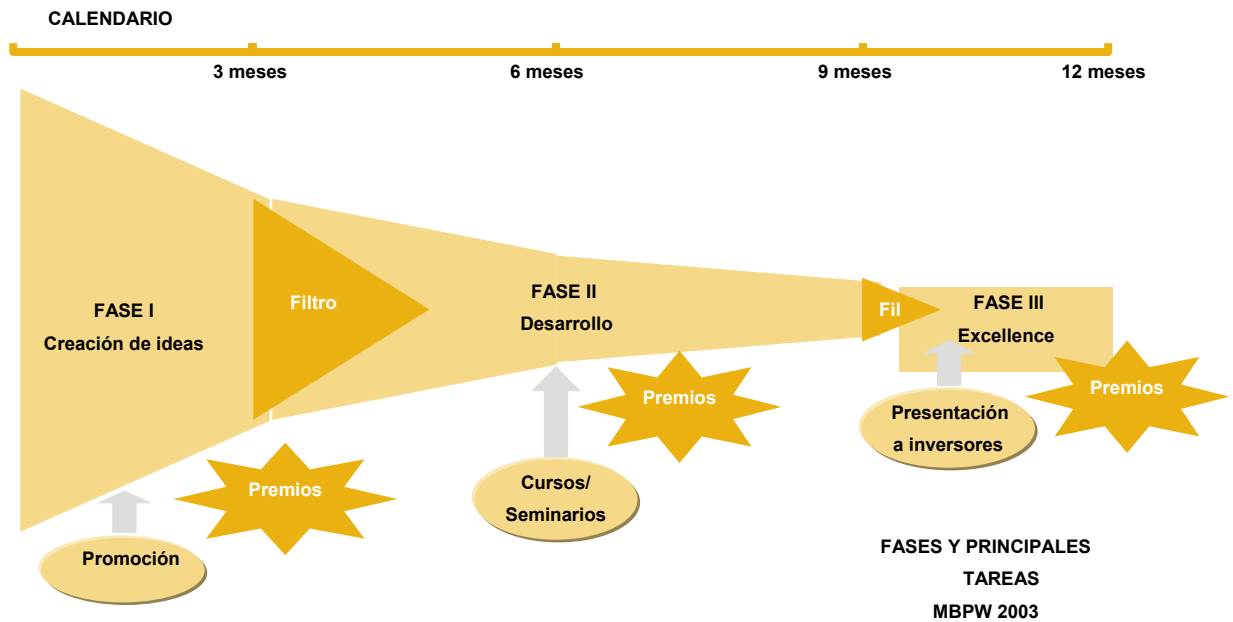
Universidades y Centros de Investigación involucrados



Fuente: elaboración propia

El esquema de funcionamiento del Munich Business Plan Competition es el siguiente:

Funcionamiento Munich business Plan Competition



Fuente: elaboración propia

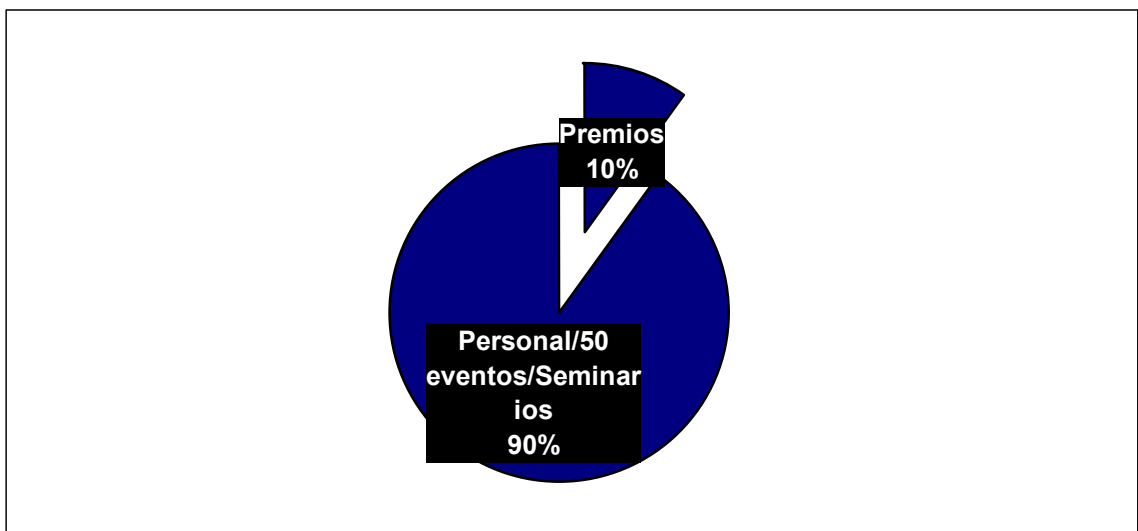
Las líneas de actividad de la competición son las siguientes:

- Formación. Cursos y seminarios sobre:
 - Capital semilla
 - Marketing y Ventas
 - Comunicación
 - Capital riesgo
 - Creación de equipos
- Conferencias
 - Eventos
 - Apertura
 - Eventos con colaboradores
 - Entrega de premios

- Foros
 - Inversores
 - Alumnos
 - Tutores
 - Capital
 - Start up
 - Emprendedores
- Información
 - Acerca de los participantes en las Universidades y Centros de Investigación
 - Informes sobre jueces y tutores
 -

El presupuesto del Munich MBPW es de 800.000 €, según el siguiente desglose:

Presupuesto MBPW



Fuente: elaboración propia

A este presupuesto habría que añadir la colaboración del periódico Frankfurter Allgemeine y los cursos de formación impartidos en el Munich Networks.

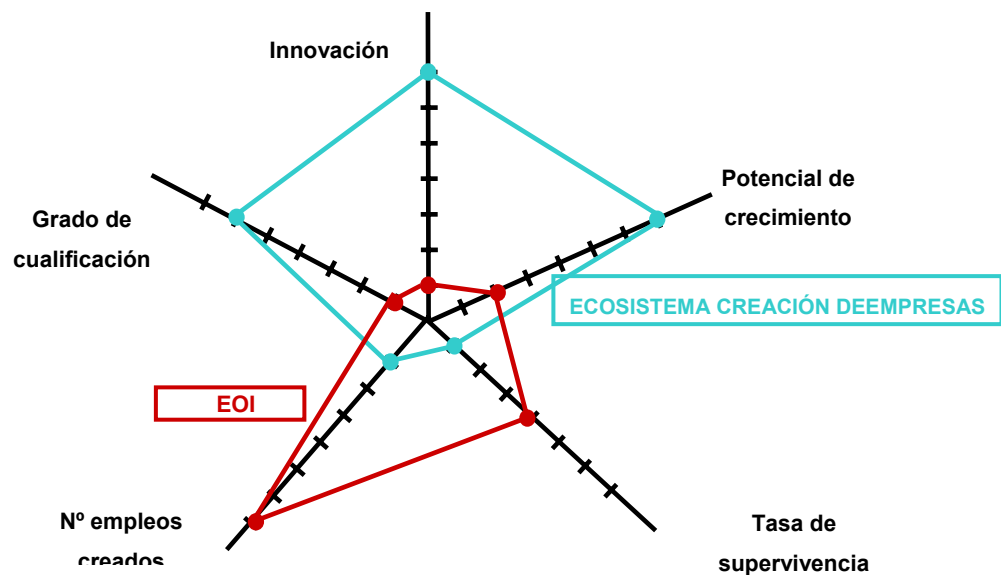
8. PROPUESTA PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UNA COMPETICIÓN SIMILAR EN ESPAÑA

El objetivo de esta propuesta es la puesta en marcha de una iniciativa de éxito en EE.UU. y Alemania, atendiendo a las características específicas españolas, de manera que sirva como complemento de la actividad que desarrolla EOI en el Programa CRECE en general y en las actividades de REDEPYME en particular.

Como en los casos anteriores, el nexo de unión de esta propuesta es la creación de un ecosistema para la creación de empresas de base tecnológico y amplias perspectivas de crecimiento.

La complementariedad de esta iniciativa con el programa actual de EOI se refleja en el siguiente cuadro:

Comparación Programa actual EOI con nuevo ecosistema

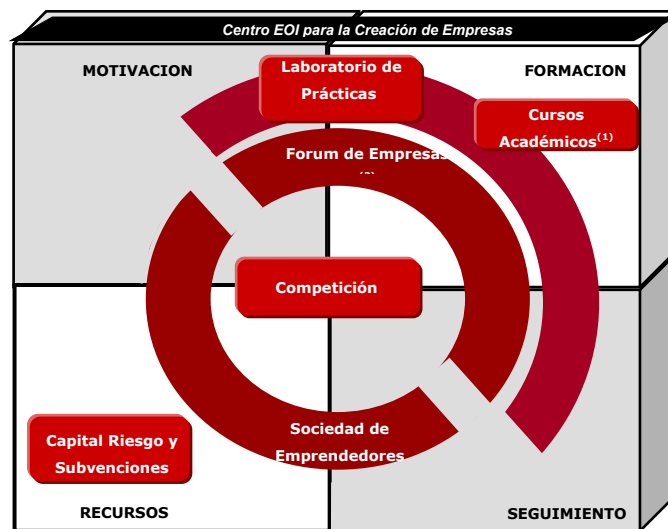


Fuente: elaboración propia

8.1. Estructura del ecosistema

Es necesario establecer un ecosistema de creación de empresas de base tecnológica que sea modulable y adaptable, a partir de la integración de las actividades que EOI ya desarrolla con probado éxito en este campo. La estructura propuesta se recoge en el siguiente gráfico:

Estructura del Centro EOI para la Creación de Empresas



⁽¹⁾ CRECE ampliado
⁽²⁾ Redepyme
ampliada

Fuente: elaboración propia

Este modelo tiene un amplio potencial de crecimiento, siendo escalable en tamaño y tiempo, en función del éxito de su aplicación y de las posibilidades de EOI. Este modelo se diferencia claramente de otras iniciativas que se llevan a cabo en España y que suponen iniciativas aisladas (Proyecto NETI, IMADE, Emprende, etc.).

Con su puesta en marcha se amplía significativamente el público al que se dirige el Programa CRECE y se modifican los interlocutores.

A quién va dirigido el ecosistema

Cliente	Cómo llegar al cliente
Emprendedores	Medios, boca a boca, iniciativa privada de apoyo a emprendedores
Alumnos y exalumnos EOI	EOI
Universitarios	Acuerdos con Universidades / Medios
Investigadores y Profesores	MITC, Acuerdos con Centros, Universidades y Empresas
Intrapeneurs	Acuerdos con Empresas / Medios
Mujeres	Ministerio de Asuntos Sociales / Instituto de la Mujer
Franquiciadores Master	Congresos / Medios especializados

Fuente: elaboración propia

8.2. Calendario de puesta en marcha y marco general

Proponemos la realización de las siguientes fases:

Fase 1. (< 8 meses)

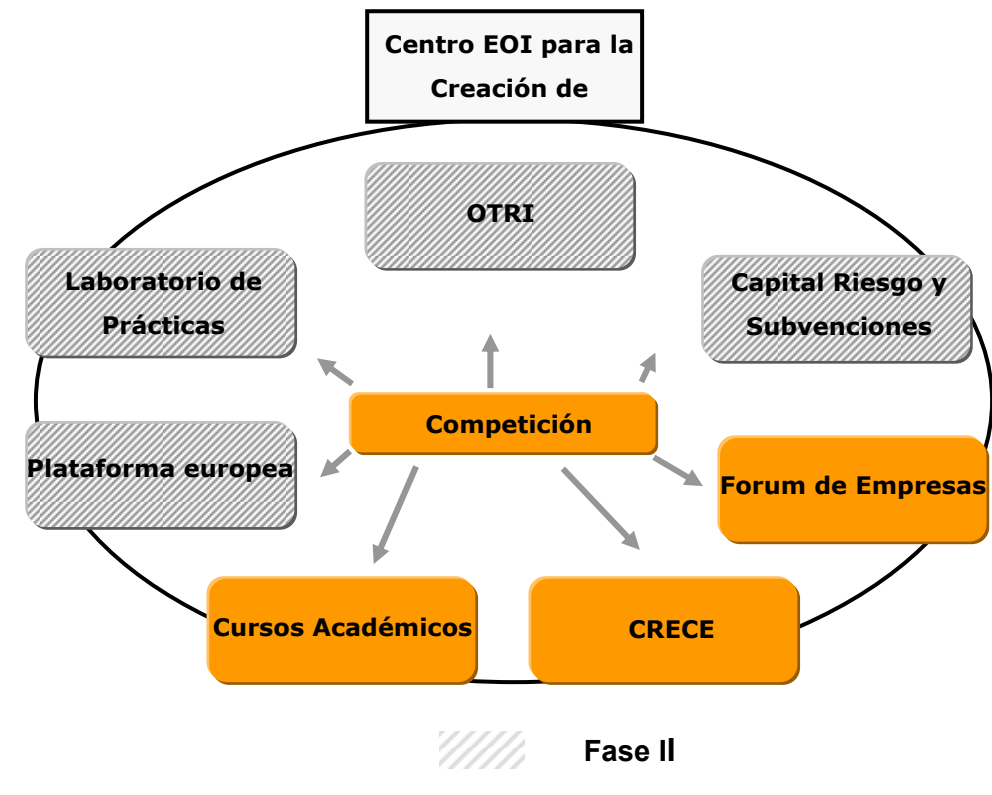
- Constitución del Centro EOI
- Lanzamiento de la Competición de Creación de Empresas
- Organización del Forum de Empresas (Redepyme)
- Ampliación de los Cursos Académicos (Programa CRECE)

Fase II. (>18 meses)

- Constitución de la iniciativa de Capital riesgo y Subvenciones
- Organización del Laboratorio de Prácticas Empresariales (Emprendedores y MBAs)
- Estructuración de una plataforma europea educativa
- Valoración de constituir una OTRI

El esquema general de las actividades y fases se puede ver en el siguiente gráfico:

Marco general: actividades por fase



Fuente: elaboración propia

8.3. Actividades a realizar por el Centro EOI

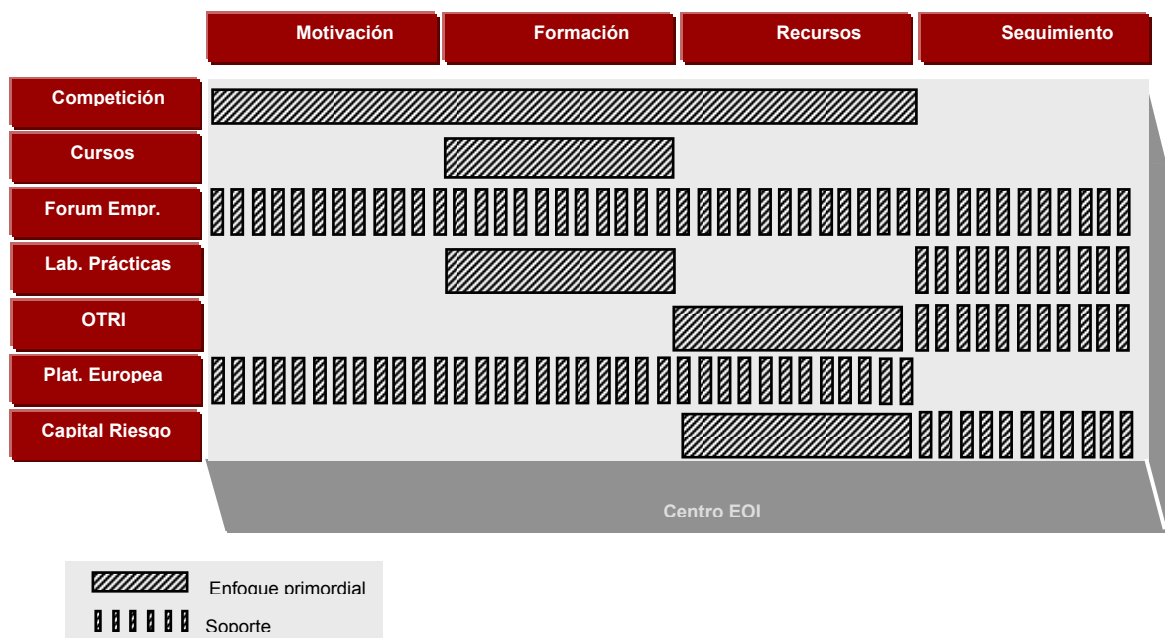
A imagen y semejanza del proyecto MIT en Boston y en Munich y partiendo también de las actividades que ya desarrolla EOI en el Programa CRECE, el Centro EOI debe realizar una serie de actividades o apoyos, que podemos agrupar en cuatro tipos:

- **Motivación.** El elemento fundamental en este campo será la propia competición, con el aliciente de los premios a entregar.
- **Formación.** Debería incluir tanto formación teórica como práctica (laboratorios, etc.) teniendo en cuenta la tipología de los proyectos objetivo del programa.

- **Recursos.** Tanto los que incorpora el concurso como los que procedan de las oficinas de transferencia y, especialmente, los provenientes de empresas de capital riesgo.
- **Seguimiento de los proyectos.** A través de Redepyme.

La participación de cada centro en cada una de estas actividades se ve de forma gráfica en el cuadro siguiente:

Marco general: soporte de las iniciativas



Fuente: elaboración propia

8.4. Centro EOI para la Creación de Empresas

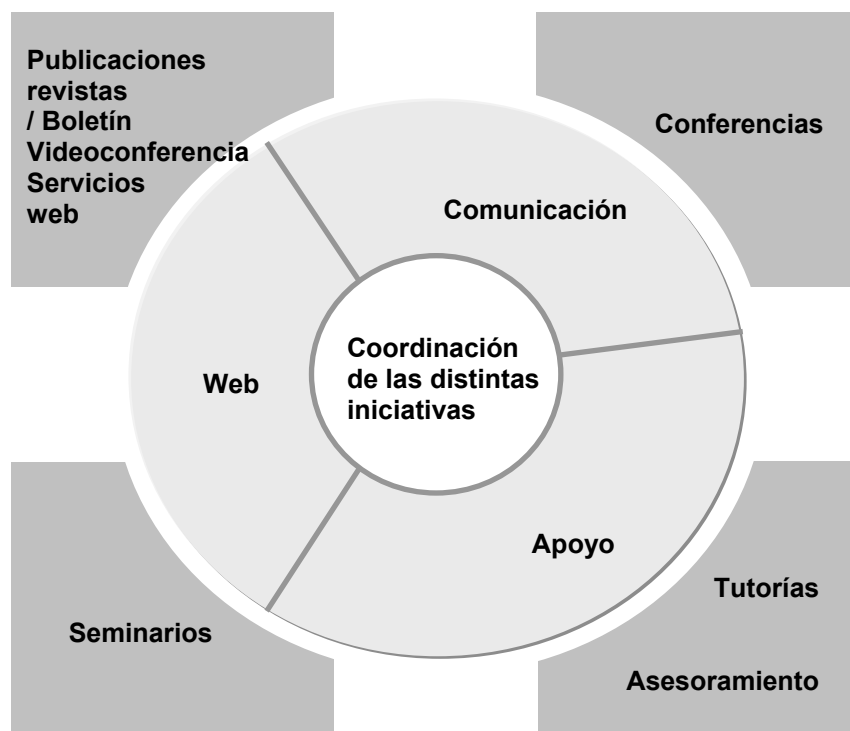
La misión del Centro para la Creación de Empresas EOI es desarrollar y entrenar a los líderes con potencial para crear empresas de alto crecimiento. Para ello, el Centro engloba todo un ecosistema pensado para inspirar y apoyar a la nueva generación de emprendedores formados por EOI.

La organización de apoyo a las iniciativas del ecosistema EOI, proponemos que sea la siguiente, siguiendo el orden jerárquico:

- Accionistas Fundacionales (Fase I sólo EOI y Fase II EOI y Patrocinadores)
- Consejo de Administración
 - Director
 - Responsable CRECE
 - Coordinador Programas
 - Gerente de Programas
 - Coordinador Académico
 - Profesores y Practicioners

Entendemos que el Centro EOI debe tener una sola sede que aporte soporte a todas las actividades que se realicen, bien a través de viajes de sus responsables, o bien con la utilización de videoconferencias.

Esquema de funcionamiento del Centro



Fuente: elaboración propia

Este Centro se debe convertir en el coordinador general de todas las actividades relativas a creación de empresas en el entorno EOI, y realizar:

- Difusión de las actividades del centro, elaborando un informe anual, publicando casos de éxito, realizando notas de prensa, boletines informativos, etc.
- Organización de 2 ó 3 conferencias a nivel nacional en áreas regionales seleccionadas y de 10 seminarios de formación en áreas específicas sobre tecnología y entrepreneurship, con el fin de complementar los programas formativos de EOI.
- Desarrollo de una página web integrando todas las iniciativas de EOI en el campo de creación de empresas.
- Valoración del desarrollo de publicaciones especializadas como medio para posicionar la marca EOI en el ámbito de la creación de empresas, tanto a nivel nacional como internacional.

Con estas actividades, se prevé conseguir los siguientes resultados:

- Creación de un mínimo de 10 empresas/año de alta tecnología
- Participación del orden de 150 equipos emprendedores en la Competición de Creación de Empresas
- Aumento de la cobertura mediática en prensa y otros medios, para lo que es recomendable la firma de acuerdos de colaboración con grupos de medios
- Firma de contratos de patrocinio con al menos dos instituciones relevantes el primer año, con la idea de ir incrementando su número hasta un total de 15 en distintos niveles en un período de tres años.
- Identificación y promoción de un mínimo de tres casos de éxito al año
- Creación de un Informe Anual que detalle los resultados obtenidos
- Participar en cursos de formación para los administradores del Centro EOI
- Asignación de un mentor a cada líder en cada una de las iniciativas

8.5. Presupuesto anual del Centro EOI

El presupuesto anual del centro, prevemos que sea de 1,5 Millones de euros, según el siguiente desglose:

Salarios (35%): 400.000 €

- Salario personal de gestión
- Salario profesores externos
- Salario personal de apoyo

Costes Operativos (54%): 900.000 €

- Soporte a profesores
- Desarrollo web
- Eventos y conferencias
- Cursos y seminarios
- Viajes
- Equipamiento
- Publicaciones
-

Gastos generales (13%): 200.000 €

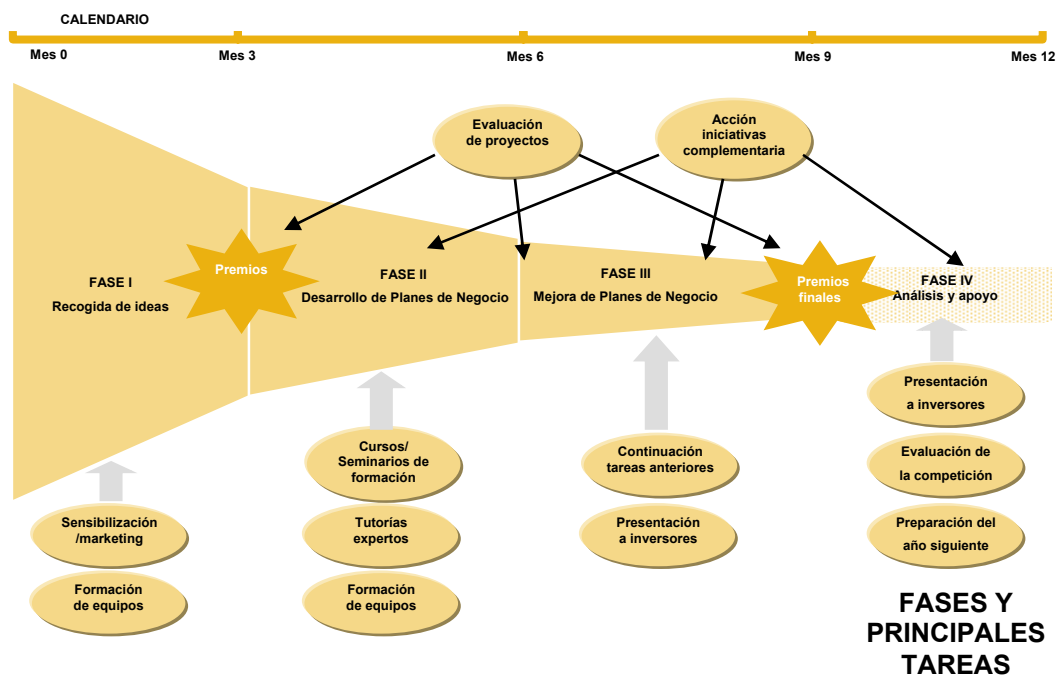
8.6. Análisis de la Competición de Creación de Empresas

La puesta en marcha de una competición de las características de la planteada, exigirá poner en marcha el siguiente tipo de actividades:

- Campañas de motivación y promoción de la competición para la formación de equipos de emprendedores
- Organización de seminarios de formación o integración en los programas ya existentes
- Propiciar creación de equipos multidisciplinares tecnólogos / gestores

- Organización de tutorías o aprovechamiento de los programas ya existentes
- Establecimiento de convocatorias de premios en metálico y/o en especie
- Organización de campañas de comunicación
- Apoyo y seguimiento de las empresas recién formadas
- Selección de jurado, mentores de equipos y Comité de Dirección

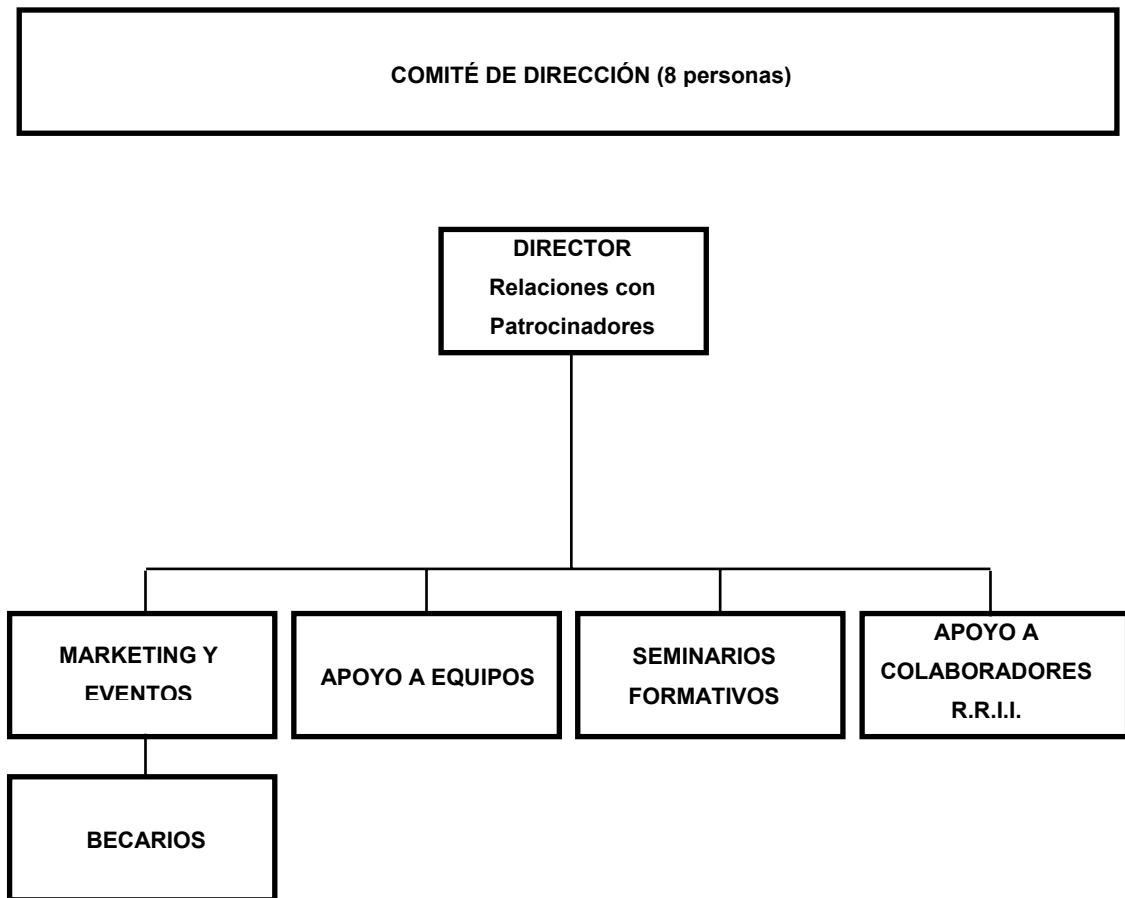
Funcionamiento de la Competición



Fuente: elaboración propia

Para que la competición pueda lanzarse y desarrollarse con éxito, es necesario dotarle de una adecuada estructura organizativa.

Estructura organizativa de la competición

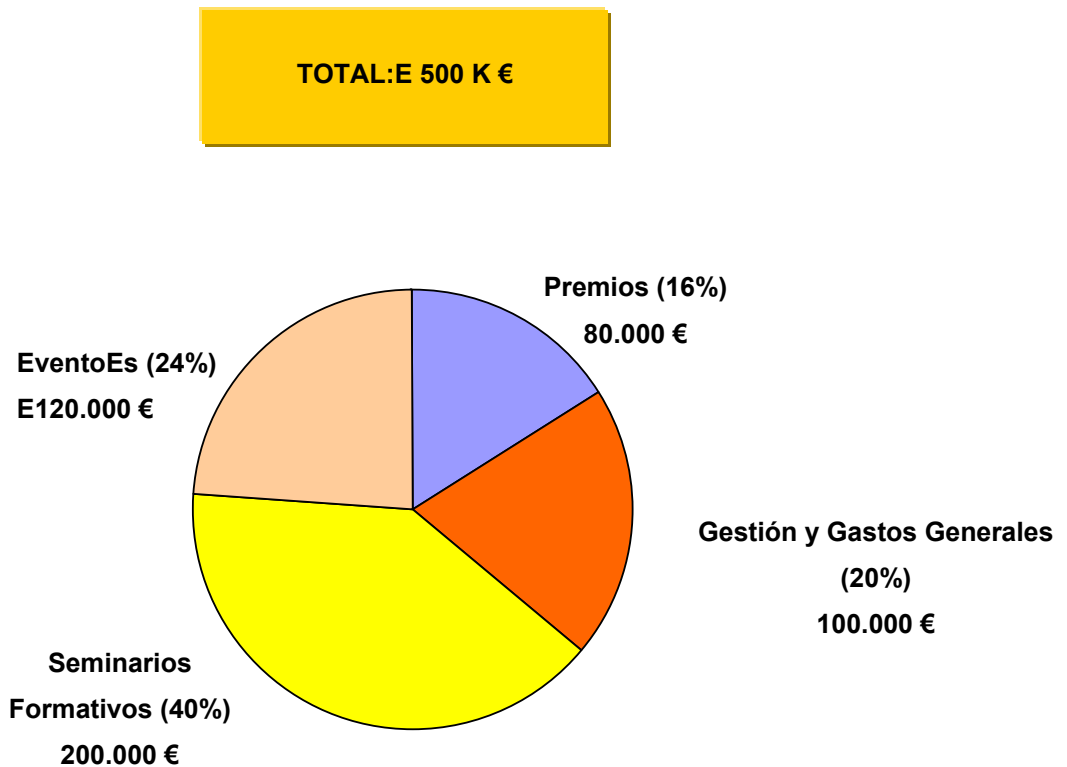


Fuente: elaboración propia

Evidentemente, parte de esta organización será propia de EOI, que como parte de su actividad contribuirá al desarrollo de la competición.

Aún así, la competición tendrá unos costes que hemos evaluado en 500.000 €/año, según el siguiente desglose:

Presupuesto de la Competición



Fuente: elaboración propia

8.7. Club de alumnos

Como hemos visto, el establecer redes de relaciones entre los alumnos, y de éstos con instituciones que funcionan en este campo, es crítico para la puesta en marcha de los proyectos empresariales y para la consolidación de los mismos.

Por esta razón, proponemos la puesta en marcha de los siguientes Clubs de alumnos:

- Forum de Empresas
- Club de emprendedores
- Capital Riesgo y Subvenciones

Son iniciativas de apoyo y complemento a las actividades principales, que dan cobertura a la motivación, formación, seguimiento y acceso a recursos para el

emprendedor, actuando como canal de distribución del resto de iniciativas en cada una de las comunidades autónomas en las que EOI tiene presencia. Deberían ser lideradas y gestionadas por Estudiantes y Antiguos Alumnos con el soporte y apoyo del Centro EOI.

Las actividades a desarrollar por cada uno de los Clubs son:

Forum de empresas

- Seminarios
- Emisión satélite o por web a las distintas delegaciones regionales
- Sesiones de diagnóstico a problemas de empresas en lanzamiento
- Presentaciones de casos de éxito y/o fracaso
- Seminarios sobre elaboración de planes de negocio
- Generación de oportunidades de networking y de establecimiento de contactos comerciales

Club de Emprendedores

- Organización de ciclos de Conferencias
- Exposición de casos de éxito y/o fracaso
- Eventos de networking
- Contactos entre antiguos alumnos
- Contactos con personalidades del mundo profesional

Capital Riesgo y Subvenciones

- Organización de un congreso anual
- Bolsa de empleo
- Serie de conferencias semanales o mensuales
- Eventos de networking
- Contactos con ángeles

- Oferta de subvenciones

Evidentemente, todas estas actividades tendrán un coste, que estimamos entre 20.000 y 50.000 € por club y año, aunque se podría contar con patrocinadores locales. De este presupuesto, alrededor del 60% debería corresponder a la realización efectiva de actividades.

8.8. Laboratorio de prácticas empresariales

Como hemos analizado a lo largo de este informe, es primordial para el éxito de este tipo de proyectos empresariales con fuerte implicación en el mundo de la alta tecnología, el poder desarrollar un programa de prácticas reales de consultoría de inmersión en proyectos marcados por el director de la empresa de reciente creación o en fase de fuerte crecimiento.

Esta actividad podría incluirse incluso en los programas Master de EOI, pero su utilidad principal estaría en la utilización y puesta en valor de las empresas de los programas Redepyme y CRECE y, por supuesto, de las empresas salidas de la propia competición de creación de empresas.

Debería partirse de la selección de un número reducido de empresas para la realización de las prácticas, incorporando nuevas empresas hasta llegar a 30 a 40 una vez el programa esté en marcha. Estas empresas deberían correr con los gastos de los equipos de estudiantes en prácticas y donar una cierta cantidad (¿1.000 \$?) al Centro EOI.

El presupuesto previsto del Laboratorio de prácticas empresariales es de 25.000 €/año, todo él dirigido a la realización de actividades, ya que la gestión puede realizarse por plantilla EOI ya existente, apoyada por estudiantes en activo.

9. PRESUPUESTO Y PLAN DE IMPLANTACIÓN

Integrando los diferentes presupuestos parciales ya analizados, obtendremos el presupuesto global:

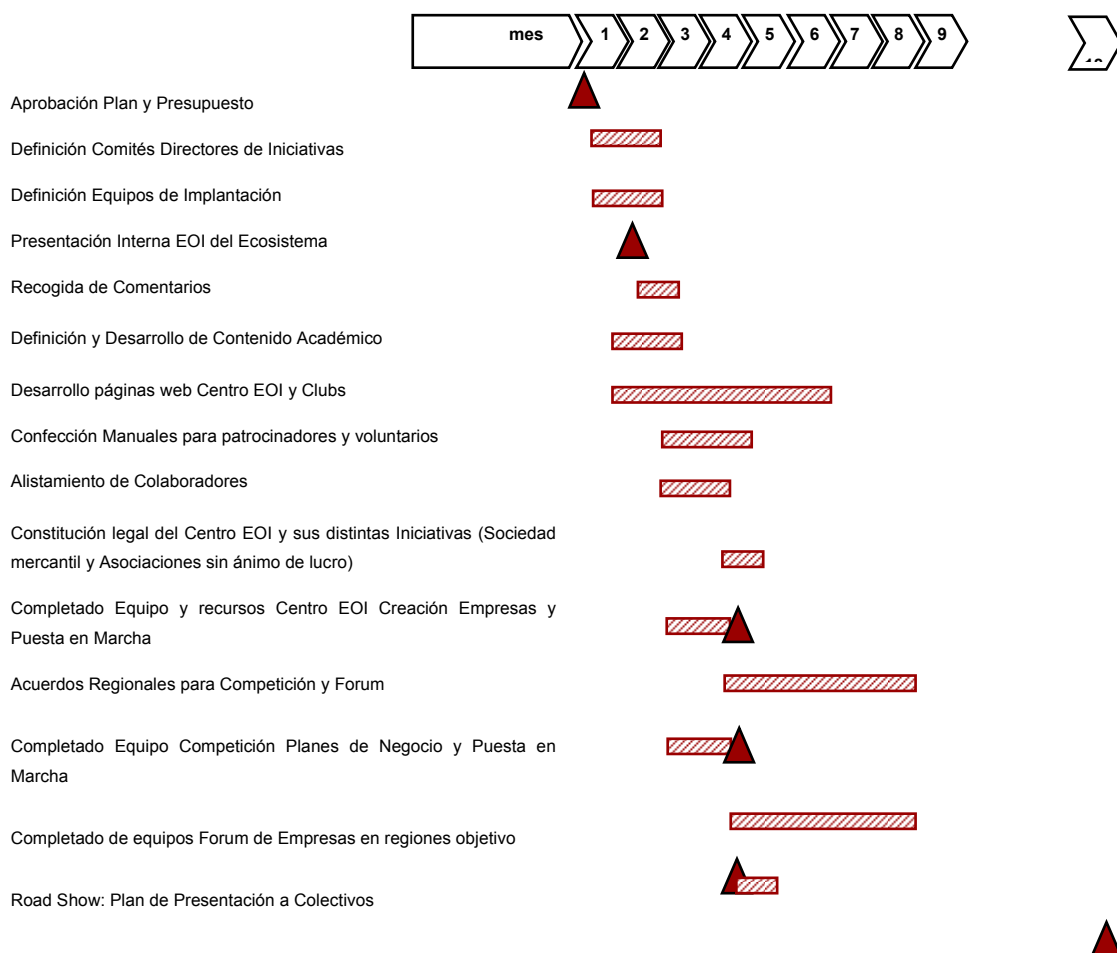
Presupuesto anual Centro EOI y concurso de creación (miles de €)

Actividad	Fase I	Fase II
Centro EOI para la creación de empresas	1.500	1.500
Competición	500	500
Cursos	A definir	A definir
Forum Emprendedor	50	150
Laboratorio de prácticas empresariales		25
Capital Riesgo		150
TOTAL	2.050	2.325

Fuente: elaboración propia

La puesta en marcha de todo el programa exigirá la realización de algunas actividades y el cumplimiento de determinados hitos, que reflejamos en el siguiente cronograma:

Cronograma de implantación



Fuente: elaboración propia

BIBLIOGRAFÍA

- “Cómo crear su propia empresa”.
Barros Puga, M. (2000)
Pirámide
- "Dirección estratégica de las Pymes ante la globalización económica".
Barrutia, J; Churruca, E; Landeta, J (1995) Barrutia, J; Churruca, E; Landeta, J (1995)
Harvard Deusto Business Review nº 66.
- “La mondialisation des marchés et la Technologie”.
Bernier, Y; Lapointe, B; Tessier, M.
Conseil de la science et de la Technologie, Pág 75. (1991).
- “Impacto de las tecnologías de la información en el desarrollo tecnológico industrial”.
Canalejo, M.A.
Dirección y Progreso, nº 143, pág. 26-27. (1995).
- “Ciencia, innovación y futuro”.
Castro Díaz-Balart, F.
Grijalbo. (2002).
- “El dilema de los innovadores”.
Christensen, C.
Granica. (1999).
- “Organization transition and Innovation Design”.
Clark, P; Starkey, K.
New York: Pinter Publishers. Pág 211. (1988).
- “Evaluation of strategic Investments in Information Tecnology”.
Clemons, E (1991).
Communications of the ACM (Vol 34 nº 1). Pág 22-36. (1991).
- “Guía para la creación de empresas”.
Cob Montes, Mª J.
Centro de Estudios Financieros. (1996).
- “Los recursos de información: ventaja competitiva de las empresas”.
Cornella, A
McGraw-Hill. (1994).

- “La empresa en la red”.
Escobar Espinar, M.
Fundación EOI. (2001).
- “Las empresas sociales en Europa”.
Estivill Pascual, J.
Hacer. (1997).
- “Manual de creación de empresas: cómo emprender y consolidar un proyecto empresarial”.
Fernández Aguado, J.
Edisofer. (2000).
- “Gestionando empresas en la sociedad de la información: pymes e internet”.
Ferrer Abelló, A.; Rey Tapia, J.
Fundación EOI. (2004).
- “Empresa y tecnología”.
Fundación COTEC.
Conferencia COTEC. (1994).
- “Curso básico de autoempleo: cómo crear su propio negocio”.
Garrido Buj, S.
UNED. (1999).
- “Una nueva cultura tecnológica para las Pymes Europeas”.
González, D.
Computerworld, nº 589. (1994).
- “Creación de empresas: guía para el desarrollo de iniciativas empresariales”.
González Domínguez, F.J.
Pirámide. (2000).
- “Nuevas técnicas y sistemas organizativos para las Pymes”.
Guinjoan, M; Pellicer, P.
Serie de estudios IMPI. (1987).
- “Competitividad y dinámica de creación y cierre de empresas en España”.
Lorenzo, M^a. J.
Economía Industrial, nº. 168, pag. 481-496. (1993).

- “Importancia de la Pyme en la economía nacional. Necesidad de una política de apoyo específica”.
Martínez, F.
Información Comercial Española, pág. 9-11. (1998).
- “El fenómeno de la creación de empresas”.
Melis, A.
Herramientas, nº. 16, pag. 24-29. (1991).
- “¿Internet?. Esto es lo que hay”.
Muñoz, P.A.
MK. Marketing y Ventas, nº 122, pág. 36-40. (1998).
- “Las pequeñas y medianas empresas: tecnología y competitividad”.
OCDE.
Mundi-Prensa. (1995).
- “Creación de empresas: políticas de apoyo y papel de la formación; informes nacionales de Francia, Italia, España y Gran Bretaña”.
Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. (1991).
- “A perspective on Entrepreneurship”.
Stevenson, H.
Harvard Business School, Working Paper nº 9 - 384-131. (1984).
- “Planificación en la pequeña empresa”.
Sanchez, G.
Alta Dirección nº 177. (1994).