



---

## El *backstage* de las aceleradoras de *startups*

---

Mónica Cubel Micó

[al314024@uji.es](mailto:al314024@uji.es)

Andrea Muñoz Moreno

[al314033@uji.es](mailto:al314033@uji.es)

María de las Nieves Prieto Sánchez

[al318395@uji.es](mailto:al318395@uji.es)

## I. Resumen

---

La transparencia es un valor que contribuye a mantener la reputación empresarial y así su sostenibilidad. Con este artículo se busca conocer si las aceleradoras de *startups* de la Comunidad Valenciana son transparentes en la comunicación de sus datos económico-financieros en sus páginas web, y si el hecho de que lo sean o no influye en el número de participantes que tienen y en la cantidad de proyectos de aceleración que ofertan.

Se escogió una muestra de las cinco aceleradoras mejor valoradas de esta comunidad, las que más casos de éxito reúnen, según el Blog Sprita *Startups*. De estas, se obtuvo información del número de participantes que tienen en todas sus ediciones y de los proyectos con los que cuentan, desde que se constituyó hasta el presente año 2017. Como indicador de transparencia, se emplearon los diez principios de transparencia para empresas de la organización Transparency International España porque resulta una herramienta muy simple para realizar la comparación deseada. Estos diez principios son los siguientes:

1. Cumplimiento de los principios de buen gobierno corporativo (Código Unificado de buen gobierno corporativo).
2. Implementación en la empresa de un código ético.
3. Implementación de programas de cumplimiento normativo (*Compliance Programmes*).
4. Implementación de canales de denuncias para comunicar posibles incumplimientos de las normas internas de la empresa o de las normas legales.
5. Información pública de las retribuciones de los directivos y administradores.
6. Información pública de las contrataciones con el sector público e información de las actividades subvencionadas con ayudas públicas.
7. Información pública de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa.
8. Evitación de prácticas de favorecimiento y corrupción en el sector privado.
9. Evitación de prácticas de corrupción de funcionarios extranjeros en las transacciones internacionales.
10. Cumplimiento de las obligaciones fiscales.

**Palabras clave:** aceleradora, *startup*, comunicación, página web, estado financiero, económico, transparencia, participantes, inversión.

## II. Introducción

---

Somos tres estudiantes del grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universitat Jaume I. Escogimos las aceleradoras de *startups* a raíz de una experiencia cercana: el contacto con el evento *Reset Weekend*, un acto en forma de concurso que inspira el emprendedurismo y la creatividad en la ciudad de Castellón de la Plana. Nos surgieron ciertas inquietudes e intereses referentes a aquellas empresas que se dedican a impulsar *startups*, es decir, las aceleradoras. De ello surge nuestro interés por el tema que planteamos. Cómo se plantea el escenario de este sector en la Comunidad Valenciana y el grado de transparencia que muestran las aceleradoras son algunas de las preguntas que nos surgen y a las que intentaremos dar respuesta.

Además, encontramos una noticia en el periódico Levante-EMV en la que afirma que las aceleradoras de la ciudad de Valencia han impulsado a más de 200 *startups* en los últimos siete años; esta noticia del año 2015 incrementó nuestra curiosidad por el tema.

Una aceleradora de *startups* es una institución cuyo objetivo principal es el de impulsar las primeras fases de una *startup*. Ayudan a estas nuevas empresas de base tecnológica – principalmente– a encontrar su espacio de trabajo, además de aportar un capital semilla inicial que les permita ver la viabilidad de la idea y su modelo de negocio en un breve período de tiempo. (IEBS, 2015).

La situación española de las *startups* de ámbito nacional indica que estas son una de las principales causantes de la creación de empleo en nuestro país –sobre todo, empleo joven. La Comunidad Valenciana, por su parte, se posiciona en cabeza de la lista de ciudades con más creación de *startups*. «Valencia es una de las ciudades mejor valoradas para impulsar negocios innovadores porque ofrece el acceso a infraestructura física, el apoyo a los negocios de alto potencial, las normas sociales y culturales, y las barreras del mercado interno» (CEGEA, 2015), de ahí el interés por esta ciudad.

Tras un análisis de las cinco *startups* más importantes de la Comunidad Valenciana, descubrimos que la forma jurídica de todas ellas es Sociedad Limitada. Este tema es importante en nuestra investigación, puesto que estas sociedades no están obligadas por ley a presentar sus datos económico-financieros en sus páginas web; desde diferentes materias en la titulación, hemos confirmado que las empresas que comunican estos datos de forma transparente contribuyen a mejorar la confianza para con todos sus grupos de interés, y de esta forma también su reputación. Por ese motivo, incluimos los principios de buen gobierno corporativo para empresas

no cotizadas del Instituto de Consejeros Administradores (ICA) del año 2005 y la Ley de Transparencia del año 2003.

Entendemos *reputación* como el prestigio consolidado que una marca logra ante todos sus *stakeholders* por las acciones que lleva a cabo a lo largo del tiempo.<sup>1</sup> Según lo comentado anteriormente, basándonos en las exigencias crecientes de la sociedad de acuerdo con el comportamiento de las empresas, una empresa que se comporte adecuadamente, que facilite la información financiera y sea transparente, creará un vínculo más sólido de confianza que las que no actúen del mismo modo. Cuantas más pruebas ofrezca una empresa de que actúa correctamente con sus finanzas y de que es estable económicamente, más confianza recibirá de parte de sus públicos y, por tanto, obtendrá una reputación óptima. Sus públicos creerán en ella y eso se reflejará en su reputación, en mayor medida si dicha empresa realiza otro tipo de acciones más responsables con la sociedad, puesto que, además de ser una empresa estable, se percibirá como comprometida, lo que afectará positivamente a la opinión que los distintos públicos tengan de esta.



### III. Objetivos

---

- ∞ Obtener información sobre las aceleradoras de *startups* de la Comunidad Valenciana.
- ∞ Conocer el nivel de transparencia que presentan en sus páginas web estas plataformas, según los criterios de transparencia de la Transparency International España.
- ∞ Ver los participantes que consiguen a lo largo de sus ediciones.

### IV. Material y método

---

Analizamos las página web de la muestra seleccionada, en concreto analizamos los contenidos sobre:

- ∞ Ayudas económicas provenientes de la Comunidad Valenciana hacia las aceleradoras.
- ∞ Financiación para los festivales y las aceleradoras de *startups*.
- ∞ Normativa cumplida o incumplida de estas empresas emergentes.
- ∞ Comunicación financiera y transparencia de las aceleradoras en sus páginas web.

---

<sup>1</sup>. Definición de Carlos Pursals, extraída de su libro *La reputación de marca. 100 ejemplos de construcción, destrucción y reconstrucción*.

Dicho análisis ha presentado una duración determinada, en la que nos hemos visto involucradas los meses de septiembre, octubre, noviembre y parte de diciembre.

En primer lugar, realizamos un análisis exhaustivo de la situación en España de las *startups* y de las aceleradoras, con el fin de encontrar unas premisas que nos lleven al centro de todo este estudio y así poder continuar con la investigación.

En segundo lugar, una vez obtenidos los datos del contexto socioeconómico que presentaban, nos dispusimos a seleccionar una muestra, en la que indagamos en los *top ten* o *rankings* que establecían las mejores aceleradoras de la Comunidad Valenciana; esta información fue posible gracias al Blog Sprita *Startups*. Con ello conseguimos establecer cinco aceleradoras (A, B, C, D y E ) como punto de mira de nuestra investigación.

En tercer lugar, se analizaron según los requisitos de transparencia de la organización Transparency International España los ítems que cumplían las aceleradoras analizadas.

## V. Resultados

---

Presentamos un cuadro resumen de los resultados obtenidos en cuanto al porcentaje en transparencia con el que cuenta cada aceleradora que hemos cogido como muestra de la Comunidad Valenciana, así como el incremento de los participantes en sus proyectos; sin embargo, no está disponible el porcentaje de variación de la inversión que gestionan de financiación desde la creación de las aceleradoras.

Se puntúa el cumplimiento de cada principio de 0 a 100, en lo que el 0 significa que no cumplen ninguno y el 100 que los cumplen todos, es decir, los diez principios. Por su parte, la evolución del número de participantes desde la creación de las sociedades se ha medido por medio de un índice de aumento o disminución de estos participantes desde el año de creación de cada aceleradora hasta el año 2017.

	TRANSPARENCIA %	EVOLUCIÓN DE N° DE PARTICIPANTES DESDE SU CREACIÓN
A	10	Se ha reducido un 17% del número de participantes, aunque en su segunda edición aumentaron un 6,52%
B	10	Es difícil concretar un % ya que ellos son quienes controlan el máximo de participantes en base a la edición.
C	30	Aumento del 100% desde su primera edición hasta su última
D	0	Aumento del 166% desde su primera edición hasta su última
E	30	Aumento del 110,53% desde su primera edición hasta su última

Figura 1. Cuadro resumen de resultados. Elaboración propia

## VI. Discusión y conclusiones

Podemos establecer como primera conclusión que las aceleradoras seleccionadas no cumplen los principios de transparencia de los métodos de investigación que hemos utilizado.

La segunda conclusión es que, a pesar de no comunicar esta información, el número de inscripciones a sus proyectos ha ido aumentando progresivamente desde que se crearon hasta 2017, por lo que, aunque no son transparentes, los emprendedores confían en ellas para lanzar sus *startups*.

A raíz de ello, vemos que, la comunicación de la transparencia económica de las aceleradoras parece no ser un factor determinante para su éxito.

El posible motivo de la falta de transparencia de estas aceleradoras podría ser que todavía no son conscientes de la importancia, en términos de reputación, que una buena comunicación financiera, a través de la web o de otros canales, puede suponerles.

Sería interesante, entre otras futuras líneas de investigación y de continuidad de este trabajo, conocer qué nivel de comunicación externa y en redes sociales tienen las aceleradoras de *startups* valencianas y comprobar si la comunicación que emiten en prensa es una forma de comunicación intencionada por las mismas aceleradoras o simplemente son artículos de investigación en prensa.

## VII. Bibliografía

Canal, Paula. 2015. «Aceleradoras de startups: ¿qué son y cómo trabajan?». Madrid: Publicaciones de Innovation &

Entrepreneurship Business School (IEBS).  
<https://www.iebschool.com/blog/aceleradoras-de-startups-lean-startup/>.

Grant Thornton. 2016. Recomendaciones de Buen Gobierno Corporativo para empresas no cotizadas. Madrid: Centro de Buen Gobierno. <https://centrobuengobierno.ie.edu/wp-content/uploads/sites/87/2013/11/Recomendaciones-Buen-Gobierno-Empresas-No-Cotizadas.pdf>

Ley 26/2003, de 17 de julio, por la que se modifican la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, y el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1564/1989, de 22 de diciembre, con el fin de reforzar la transparencia de las sociedades anónimas cotizadas. BOE 171: 28046-28052. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2003-14405>.

Pastor, Estefanía. 2015. «Estas son las 27 mejores aceleradoras de 'startups' en España». *Valencia Plaza*. <https://valenciaplaza.com/estas-son-las-27-mejores-aceleradoras-de-startups-en-espana>.

Pursals, Carlos. 2017. «¿Qué es la reputación de marca?» *Reputación de marca*. <http://www.reputaciondemarca.com/que-es-la-reputacion-de-marca>.

Seguí, Elies, y Faustino Sarrión. 2015. *Publicación del estudio «Análisis del emprendimiento innovador en la ciudad de Valencia: el caso de las startups que han participado en aceleradoras»*. València: Centro de Investigación de Gestión de Empresas (CEGEA).

Transparencia Internacional (TI). 2012. *Principios de transparencia y prevención de la corrupción para las empresas*. Madrid: Publicaciones de Transparencia Internacional España. <http://transparencia.org.es/principios-de-transparencia-para-empresas/>.

