

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2007-2008 MELILLA



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Informe Ejecutivo Melilla 2007-2008

Depósito Legal:

ISBN: En tramitación

© Los autores

Editor: Fundación Escuela de Negocios de Andalucía.

C/Reyes Católicos, 51, 4ª planta, 18001 – Granada. España.

<http://www.fesna.es>

Teléfono: (0034) 958 226488

Los datos utilizados para la confección de este Informe son recogidos por el Consorcio Internacional GEM. Su análisis e interpretación es responsabilidad exclusiva de los autores.

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de esta publicación puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento de información y sistema de recuperación, sin permiso escrito de los autores.

Impresión: SanPrint

**GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
INFORME EJECUTIVO 2007-2008 MELILLA**

FUNDACIÓN ESCUELA DE NEGOCIOS DE ANDALUCÍA

Directores:

Lázaro Rodríguez Ariza
María del Mar Fuentes Fuentes

Investigadores:

Carlos A. Albacete Sáez
Ana María Bojica
Marta Guerrero Werner
Rocío Llamas Sánchez
José María López Bueno
Isabel Maza Pérez
Sara Rodríguez Gómez
Mabel Romero Imbroda
Matilde Ruiz Arroyo

Patrocina:



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

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores
Nacional	IE Business School	<ul style="list-style-type: none"> - Ignacio de la Vega García-Pastor (Director del Proyecto GEM España) - Alicia Coduras Martínez (Directora técnica GEM-España) - Cristina Cruz Serrano - Rachida Justo - Isabel González Moya (Administradora GEM-España) 	<ul style="list-style-type: none"> - Fundación Instituto de Empresa - Dirección General de Política de la Pyme, Ministerio de Industria y Comercio - Fundación Cultural Banesto
Andalucía	Universidad de Cádiz	<ul style="list-style-type: none"> - José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) - José Daniel Lorenzo - José Aurelio Medina - Antonio Rafael Ramos - David Urbano 	<ul style="list-style-type: none"> - Consejería de Innovación Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía - Centro de Estudios Andaluces - Unicaja
Aragón	Universidad de Zaragoza	<ul style="list-style-type: none"> - Luzio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) - Cristina Bernad Morcate - Elisabet Garrido Martínez - Jaime Gómez Villascuerna - Raquel Ortega Lapiedra - Juan Pablo Maicas López - Sergio Palomas Doña - Juan Pablo Maicas López - Sergio Palomas Doña 	<ul style="list-style-type: none"> - Gobierno de Aragón - Departamento de Industria, Comercio y Turismo. - Fundación Emprender en Aragón - Instituto Aragonés de Fomento - Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio - Universidad de Zaragoza
Asturias	Universidad de Oviedo	<ul style="list-style-type: none"> - Juan Ventura Victoria (Director GEM-Asturias) - Montserrat Entrialgo Suárez - Enrique Loredó Fernández 	<ul style="list-style-type: none"> - Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno del Principado de Asturias
Canarias	Universidad de las Palmas de Gran Canaria Universidad de la Laguna	<ul style="list-style-type: none"> - Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) - Alicia Bolívar Cruz - Alicia Correa Rodríguez - Desiderio García Almeida - Ana L. González Pérez - Esther Hormiga Pérez - Pino Medina Brito - Agustín Sánchez Medina - Silvia Sosa Cabrera - Domingo Verano Tacoronte 	<ul style="list-style-type: none"> - La Caja de Canarias - Caja Canarias - Gobierno de Canarias - Promoción Económica - Gobierno de Canarias-Servicio Canario de Empleo - Fondo social Europeo - Cámara de Comercio, Industria y Navegación de las Palmas - Cabildo de Gran Canaria
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyyme de la Universidad de Cantabria	<ul style="list-style-type: none"> - Francisco Javier Martínez García (Director de GEM-Cantabria) - Ana Fernández Laviada - José Manuel Fernández Polanco - Gemma Hernando Moliner - María Concepción López Fernández - Ana María Serrano Bedía - Francisco M. Somohano Rodríguez 	<ul style="list-style-type: none"> - Santander - Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda - Grupo SODERCAN - Fundación UCEIF

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

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores
Castilla la Mancha	Universidad de Castilla y La Mancha	<ul style="list-style-type: none"> - Miguel Ángel Galindo Martín (Director GEM- Castilla La Mancha) - José Luis Alfaro Navarro - Inmaculada Carrasco Monteagudo - María Soledad Castaño Martínez - Carmen Córcoles Fuentes - Francisco Escribano Sotos - Juan Carlos López Garrido - María Teresa Méndez Picazo - Isabel Pardo García - Agustín Pablo Álvarez Herranz 	<ul style="list-style-type: none"> - Fundación Rayet - Parque Científico y Tecnológico de Albacete - Caja de Castilla y La Mancha - Ayuntamiento de Ciudad Real (Impefe) - Ayuntamiento de Castilla y La Mancha - Universidad de Castilla y La Mancha - Diputación Provincial de Albacete - Fondo Social Europeo Supercam - UGT (Fundación iniciativas de Futuro)
Castilla y León	Universidad de Castillas y León	<ul style="list-style-type: none"> - Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) - Nuria González Álvarez - Constantino García Ramos - Vanesa Solís Rodríguez - José Luis de Godos Díez - Noemí Huerga Pérez 	<ul style="list-style-type: none"> - Junta de Castilla y León ADE Inversiones y Servicios - Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León - Universidad de León
Cataluña	Univarsidad Autónoma de Barcelona	<ul style="list-style-type: none"> - Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) - Yancy Vaillant (Coordinador) - Teresa Obis - Josep María Surís - Alex Rialp - Anaís Tarragó 	<ul style="list-style-type: none"> - Diputació de Barcelona. Xarxa de municipis - Departament de Treball - Generalitat de Catalunya
Ceuta	Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	<ul style="list-style-type: none"> - Lázaro Rodríguez Ariza (Director de GEM-Ceuta) - María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Ceuta) - Carlos A. Albacete Sáez - Ana María Bojica - Gabriel García-Parada Arias - Manuel Hernández Peinado - Sara Rodríguez Gómez - Matilde Ruíz Arroyo 	<ul style="list-style-type: none"> - PROCESA, Sociedad de Fomento - Fundación Escuela de Negocios de Andalucía
C.Valenciana	Universidad Miguel Hernández	<ul style="list-style-type: none"> - José María Gómez Gras (Director GEM-Comunidad Valenciana) - Ignacio Mira Solves (Dirección Técnica) - Jesús Martínez Mateo - Antonio J. Verdú Jover - M^a José Alarcón García - Noelia López del Castillo - M^a Cinta Gisbert López - Javier Sancho Azuar - M^a Antonia Vaquero Sánchez - Domingo Galiana Lopera 	<ul style="list-style-type: none"> - Air Nostrum - Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (MPIVA)

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

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores
Extremadura	Fundación Xavier de Salas-Universidad de Extremadura	<ul style="list-style-type: none"> - Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura y Coordinador Regional) - J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) - M^a de la Cruz Sánchez Escobedo - M^a Victoria Postigo Jiménez 	<ul style="list-style-type: none"> - Junta de Extremadura - Universidad de Extremadura - Central Nuclear de Almaraz - Federación Empresarial - Cacereña, Sodiex, Sofiez - Arram Consultores, CCOO U.R. Extremadura, Urvicasa Caja - Rural de Extremadura, Palicrisa - Fundación Academia Europea de Yuste - Grupo Alfonso Gallardo - Infostock Europa de Extremadura S.A - Cámara de Comercio de Badajoz, Cámara de Comercio de Cáceres - UGT Extremadura, El Periódico de Extremadura, Hoy Diario de Extremadura - García Plata y Asociados - Quesería Pérez Andrada - Fomento de Emprendedores
Galicia	<p>Confederación De Empresarios de Galicia (CEG)</p> <p>Ceei Galicia SA (BIC Galicia)</p> <p>Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Araceli de Lucas Sanz (Directora GEM-Galicia) - Fausto Santamarina Fernández - Marta Amate López - José Antonio Neira Cortés - María José Garrido Herrera - Enrique Vila Sánchez - Enrique Gómez Fernández - Mariela Pérez-Rasilla Bayo - José Añberto Díez de Castro - Guillermo Sánchez Vilariño - Emilio Ruza Santamarín - Begoña Barreiro Fernández - Fernando Losada Pérez - María Gómez Barreiro 	<ul style="list-style-type: none"> - Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) - CEEI Galicia SA (BIC Galicia) - Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela
Madrid	<p>Universidad Autónoma de Madrid</p> <p>Instituto Madrileño de Desarrollo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Eduardo Bueno Campos (Director GEM-Madrid) - Julio Acosta - Carlos Merino Moreno - Miguel Palacios - Javier Tafur 	<ul style="list-style-type: none"> - Gobierno de Aragón - Departamento de Industria, Comercio y Turismo. - Fundación Emprender en Aragón - Instituto Aragonés de Fomento - Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio - Universidad de Zaragoza
Melilla	<p>Fundación Escuela de Negocios de Andalucía</p> <p>Consejería de Economía, Empleo y Turismo</p> <p>Promesa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lázaro Rodríguez Ariza (Director de GEM-Ceuta) - María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Ceuta) - Carlos A. Albacete Sáez - Ana María Bojica - Sara Rodríguez Gómez - Matilde Ruíz Arroyo - Isabel Maza Pérez - Mabel Romero Imbroda - Marta Guerrero Werner - José María López Buena 	<ul style="list-style-type: none"> - Consejería de Economía Empleo y Turismo de Melilla - Fundación Escuela de Negocios de Andalucía

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

Unidad	Institución	Miembros	Patrocinadores
Murcia	Universidad de Murcia	<ul style="list-style-type: none"> - Antonio Aragón Sánchez (Director GEM-Murcia) - Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) - Nuria Nevers Esteban Albert - José Andrés López Yepes - María Feliz Madrid Garre - Mercedes Palacios Manzano - Gregorio Sánchez Marín 	<ul style="list-style-type: none"> - Fundación CajaMurcia - Consejería de Economía, Empresa e Innovación - Instituto de Fomento de la Región de Murcia - Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia - Universidad de Murcia
Navarra	<p>Servicio Navarro de Empleo</p> <p>Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra</p> <p>Universidad Pública de Navarra</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cristina Arcaya - Iñaki Lavilla - Fermín Erro - Miren Sanz (Directora de GEM-Navarra) - Ignacio Contín - Martín Larraza 	<ul style="list-style-type: none"> - Gobierno de Navarra-Servicio Navarro de Empleo
País Vasco	<p>Orkestra, Instituto Vasco de Competividad</p> <p>Universidad de Deusto</p> <p>Universidad del País Vasco</p> <p>Universidad de Mondragón</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Juan José Gibaja - José Luis González-Pernía - Aloña Martiarena - Iñaki Peña (Director del proyecto GEM País Vasco) - María Saíz - Jon Hoyos - Andrés Araujo - Saloa Arando - Iosu Lizarralde 	<ul style="list-style-type: none"> - Eusko Ikaskuntza - SPRI, Gobierno Vasco - Diputación Foral de Álava - Diputación Foral de Bizcaia - Diputación Foral de Gipuzkoa - Fundación Emilio Soldevilla

Realización del trabajo de campo GEM para todo el territorio español
 INSTITUTO OPINÓMETRE S.L.

www.opinometre.com

Global Entrepreneurship Monitor 08

Informe Ejecutivo GEM España dos mil



Patrocinadores e Instituciones

Nacional



Andalucía



Aragón



Asturias



Canarias



Cantabria



Castilla - La Mancha



Castilla y León



Cataluña



Ceuta



Comunidad Valenciana



Extremadura



Galicia



Madrid



Melilla



Murcia



Navarra



País Vasco



ÍNDICE (Contenidos)

Presentación de los directores del proyecto GEM en Melilla	15
INTRODUCCIÓN	17
I. INTRODUCCIÓN	18
II. EL PROYECTO GEM: CONCEPCIÓN Y MODELO TEÓRICO	19
III. SCORE CARDS O CUADROS SINTÉTICOS DE RESULTADOS E INDICADORES	20
IV. RESUMEN EJECUTIVO.....	22
Capítulo 1:	
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN MELILLA	27
1.1. Introducción.....	28
1.2. Actividad emprendedora registrada en la población de Melilla.....	28
1.3. Dinámica empresarial en la población activa de Melilla	28
1.4. Actividad emprendedora de Melilla en el contexto regional e internacional	29
1.5. Dinámica empresarial de Melilla en el contexto regional e internacional GEM	31
1.6. Potencial emprendedor en Melilla en el contexto regional e internacional.....	33
Capítulo 2:	
TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR	35
2.1. Introducción.....	36
2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor.....	36
2.3. Análisis de otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en Melilla	37
Capítulo 3:	
PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR	39
3.1. Introducción.....	40
3.2. Perfil del emprendedor naciente (hasta 3 meses de actividad).....	40
3.3. Perfil del emprendedor nuevo (entre 3 y 42 meses de actividad)	41
3.4. Perfil del emprendedor consolidado (más de 42 meses de actividad)	41
3.5. Perfil del emprendedor que ha abandonado una actividad.....	42
3.6. Perfil del emprendedor potencial	43
3.7. Perfil del emprendedor en general de Melilla	44
Capítulo 4:	
CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN MELILLA	47
4.1. Introducción.....	48
4.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras de Melilla en 2007	48
4.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras de Melilla de 2007	49
4.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras de Melilla medida a través del número de empleados.....	49
4.5. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor	50
4.6. Actividad emprendedora de las empresas nuevas y consolidadas	52
4.7. Innovación en las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	52
4.8. Grado de competencia que afrontan las iniciativas emprendedoras y las consolidadas	52
4.9. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	53
4.10. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	53
4.11. Expansión esperada en el mercado de las iniciativas emprendedoras y consolidadas.....	53
Capítulo 5:	
FINANCIACIÓN DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN MELILLA	55
5.1. Introducción.....	56
5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha una start up en 2008 en Melilla.....	56
5.3. El retorno de la inversión esperada por el emprendedor	56
5.4. El papel del inversor informal tipo <i>business angel</i> en Melilla y en el entorno GEM	57
5.5. El perfil del inversor informal en Melilla	57

Capítulo 6:	
LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN MELILLA EN FUNCIÓN DEL GÉNERO	59
6.1. Introducción.....	60
6.2. La actividad emprendedora masculina y femenina en Melilla desde una perspectiva internacional.....	60
6.3. Características de la actividad emprendedora femenina comparadas con la masculina	60
6.4. Perfil socio-demográfico de la mujer emprendedora española y su comparación con el hombre emprendedor	61
6.5. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora	63
6.6. Alternativas a la participación femenina en la actividad emprendedora: la mujer inversora.....	65
Capítulo 7: MOTIVACIÓN Y CAPACIDAD PARA EMPRENDER EN MELILLA	67
7.1. Introducción.....	68
7.2. La percepción de buenas oportunidades para emprender	68
7.3. El estado del entorno social del emprendedor como factor de motivación y capacitación para emprender.....	69
7.4. Posicionamiento de Melilla en el plano internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la motivación y capacitación para emprender.....	70
Capítulo 8: ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO EN QUE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN MELILLA	73
8.1.Introducción.....	74
8.2.Estado medio general de las condiciones del entorno para emprender.....	74
8.3. Algunas opiniones facilitadas: hablan los expertos.....	76
8.3.1. Algunos obstáculos que han sido citados	76
8.3.2. Algunos impulsos que han sido citados	76
8.3.3. Algunas medidas de mejora que han sido citadas	77
8.4. Información detallada relativa a las condiciones de entorno	77
8.5. Posición de Melilla en el ámbito regional español del GEM 2008 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos	81
ANEXOS	87
ANEXO I	
Educación y formación específica para emprender en Melilla	88
ANEXO II	
Actitudes de la población melillense ante la innovación.....	90
ANEXO III	
Ficha técnica del Informe GEM Melilla 2007-2008.....	90

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. El Modelo Conceptual GEM	19
Figura 2. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM	20
Figura 1.1. Tasa de actividad emprendedora en Melilla	28
Figura 1.2. Abandono de iniciativas y tasa real de cierres en Melilla en las 12 últimos meses	29
Figura 1.3. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de Melilla y demás países integrantes del Proyecto GEM	30
Figura 1.4. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) de Melilla y los países de la UE participantes del GEM 2008	31
Figura 1.5. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) de Melilla y los países de la OCDE participantes GEM 2008.....	31
Figura 1.6. Iniciativas consolidadas en Melilla y los países participantes en GEM 2008	32
Figura 1.7. Iniciativas consolidadas de Melilla y los países de la UE participantes del GEM 2008	33
Figura 1.8. Iniciativas consolidadas de Melilla y los países de la OCDE participantes GEM 2008.....	34
Figura 1.9. Porcentaje de cierres reales de iniciativas de Melilla y los países que participan en GEM 2008	34
Figura 1.10. Porcentaje de emprendedores potenciales de Melilla y los países GEM 2008.....	34
Figura 2.1. Motivación principal para poner en marcha una iniciativa que da lugar a diferentes comportamientos emprendedores	36
Figura 2.2. Distribución de la actividad emprendedora total en Melilla en 2008 en función del principal motivo de su creación	36
Figura 2.3. Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en Melilla y en los países que han participado en GEM 2008 de la UE.....	37
Figura 2.4. Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en las diferentes regiones de España que han participado en GEM 2008.....	37
Figura 2.5. Análisis de otros motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad	37
Figura 4.1. Distribución de las actividad emprendedora (0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores	48
Figura 4.2. Distribución de las actividad emprendedora consolidada (en más de 42 meses) en cuatro grandes sectores	49
Figura 4.3. Distribución del número actual de empleados en 4 categorías de las iniciativas emprendedoras (TEA) en su conjunto (desde 0 a 42 meses de actividad)	50
Figura 4.4. Distribución del número actual de empleados en 4 categorías de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad).....	50
Figura 4.5. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas emprendedoras (desde 0 a 42 meses de actividad)	50
Figura 4.6. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad).....	51
Figura 4.7. Clasificación de los países GEM 2008 en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras con potencial de rápido crecimiento en el empleo (más de 19 puestos en 5 años)	51
Figura 5.1. Recuperación de la inversión inicial esperada por el emprendedor	57
Figura 5.2. Porcentaje de población adulta que ha actuado como business angel en los tres últimos años	57
Figura 6.1. Actividad emprendedora incipiente (naciente más nueva o joven) en función del sexo en los países GEM 2008.....	60
Figura 6.2. Ratio de actividad femenina sobre masculina	61
Figura 6.3. Edad media del emprendedor masculino y femenino	61
Figura 7.1. Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país.....	68
Figura 7.2. Valoración media del bloque de oportunidades para emprender manifestada por los expertos de Melilla y los países del GEM 2008, clasificados en función del principal elemento que impulsa su productividad y competitividad	70
Figura 7.3. Valoración media del bloque de posesión de conocimientos y habilidades para emprender en la población según los expertos de Melilla y de los países GEM 2008	71
Figura 7.4. Valoración media acerca del apoyo social del emprendedor manifestada por los expertos de Melilla y los países GEM 2008	71
Figura 8.1. Valoración media general de las condiciones de entorno para emprender llevada a cabo por los expertos entrevistados en el 2008	74
Figura 8.2. Acceso a la financiación. Comparativa regional	81
Figura 8.3. Políticas gubernamentales. Apoyos y medidas. Comparación regional.....	81
Figura 8.4. Políticas gubernamentales. Trámites y leyes. Comparación regional	81
Figura 8.5. Políticas gubernamentales. Global. Comparación regional.....	82
Figura 8.6. Educación primario/secundaria. Comparativa regional	82
Figura 8.7. Educación Superior / Postgrado. Comparativa regional.....	82
Figura 8.8. Necesidad de asesoría externa. Comparativa regional	82
Figura 8.9. Formación emprendedora al margen del sistema educacional oficial. Comparativa regional	83
Figura 8.10. Transferencia de I+D. Comparativa regional.....	83
Figura 8.11. Infraestructuras comercial y de servicios. Comparativa regional.....	83
Figura 8.12. Apertura mercado interno: capacidad de reacción. Comparativa regional.....	83

Figura 8.13. Acceso a infraestructuras físicas. Comparativa regional	84
Figura 8.14. Normas sociales y culturales. Comparativa regional	84
Figura 8.15. Protección Dº, Intelectual. Comparativa regional	84
Figura 8.16. Apoyo a la mujer. Comparativa regional.....	85
Figura 8.17. Apoyo a la creación y desarrollo de empresas. Comparativa regional	85
Figura 8.18. Interés por la innovación: empresas. Comparativa regional.....	85
Figura 8.29. Interés por la innovación: consumidores. Comparativa regional.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

TEA SCORE CARD GEM I (Indicadores porcentuales sobre la población de 18-64 años)	21
TEA SCORE CARD GEM II	22
OTROS INDICADORES GEM	22
Tabla 1.1. Estimación del número de iniciativas emprendedoras en Ceuta	28
Tabla 1.2. Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Ceuta	29
Tabla 1.3. Motivación del abandono de las iniciativas	29
Tabla 1.4. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) desagregada en las Regiones y Ciudades Autónomas españolas.....	30
Tabla 1.5. Porcentaje de las iniciativas consolidadas, las abandonadas y los cierres reales en las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas.	32
Tabla 1.6. Porcentaje de emprendedores potenciales en las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas.....	33
Tabla 2.1. Distribución de iniciativas emprendedoras en función de su fase y motivación principal para su puesta en marcha	36
Tabla 2.2. Motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad	38
Tabla 3.1. Perfil del emprendedor naciente (hasta 3 meses de actividad)	40
Tabla 3.2. Perfil del emprendedor nuevo (entre 3 y 42 meses de actividad)	41
Tabla 3.3. Perfil del emprendedor consolidado (más de 42 meses de actividad)	42
Tabla 3.4. Perfil del emprendedor que ha abandonado una actividad	42
Tabla 3.5. Perfil del emprendedor potencial	43
Tabla 3.6. Perfil del emprendedor en general	44
Tabla 4.1. Distribución del número de propietarios de las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas	49
Tabla 4.2. Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas emprendedoras y consolidadas para dentro de cinco años.....	51
Tabla 4.3. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan	52
Tabla 4.4. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado.....	52
Tabla 4.5. Porcentaje de iniciativas innovadoras en las fases emprendedora y consolidada en función del producto o servicio ofrecido	52
Tabla 4.6. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la intensidad de la exportación	53
Tabla 4.7. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de su potencial estimado de expansión en el mercado	53
Tabla 5.1. Características y distribución del capital semilla	56
Tabla 5.2. Perfil del inversor informal tipo business angel en Ceuta.....	58
Tabla 5.3. Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión	58
Tabla 6.1. Índices de actividad emprendedora total (TEA) dentro de las poblaciones de hombres y mujeres de 18-64 años	60
Tabla 6.2. Nivel educativo en emprendedores y emprendedoras.....	61
Tabla 6.3. Nivel de ingresos (renta) en emprendedores y emprendedoras.....	61
Tabla 6.4. Etapa en la que se hallaban las iniciativas en fase emprendedora puestas en marcha en función del género.....	62
Tabla 6.5. Número de empleados de las actividades emprendedoras en función del género	62
Tabla 6.6. Número de empleos esperados en los próximos 5 años en las actividades emprendedoras en función del género.....	62
Tabla 6.7. Distribución sectorial de las actividades emprendedoras en función del género.....	62
Tabla 6.8. Grado de innovación de las iniciativas emprendedoras en función del género	62
Tabla 6.9. Uso de nuevas tecnologías en las actividades emprendedoras en función del género.....	63
Tabla 6.10. Nivel tecnológico del sector en el que se emprende en función del género	63
Tabla 6.11. Grado de competencia de las actividades en función del género	63
Tabla 6.12. Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población ceutí de 18-64 años en función del género.....	63
Tabla 6.13. Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población de emprendedores de Ceuta en función de género	64
Tabla 6.14. Opinión media de los expertos de Ceuta acerca del apoyo prestado a la mujer emprendedora	64
Tabla 6.15. Sexo del inversor informal e importe invertido.....	65
Tabla 7.1. Distribución de los tipos de expertos entrevistados en Ceuta	68
Tabla 7.2. Valoración media de los expertos sobre la existencia de oportunidades para emprender	68

PRESENTACIÓN DE LOS DIRECTORES DEL PROYECTO GEM MELILLA

Como puede leerse en el Comunicación de la Comisión Europea sobre el Plan de acción sobre el Programa europeo en favor del espíritu empresarial, “el **espíritu empresarial** es un motor principal de la innovación, la competitividad y el crecimiento. Debido a su intensa presencia en sectores clave como los servicios y las actividades basadas en el conocimiento, las empresas más pequeñas y los empresarios desempeñan hoy en día un papel fundamental en la economía de la UE. Se ha observado una correlación positiva y sólida entre espíritu empresarial y resultados económicos en términos de crecimiento, supervivencia de empresas, innovación, creación de empleo, cambio tecnológico, incremento de la productividad y exportaciones. Pero el espíritu empresarial aporta mucho más que eso a nuestras sociedades, puesto que representa un vehículo de desarrollo personal y, cuando se ofrece a todos la oportunidad de crear una empresa propia, independientemente del entorno o ubicación, puede favorecer la cohesión social”. Y es que la cultura emprendedora se ha convertido en un tema dominante en el contexto de la creciente competitividad en la economía global.

En consecuencia con la relevancia del fenómeno, en 1999 nace el **Proyecto GEM** (Global Entrepreneurship Monitor), como una iniciativa de la **London Business School** y del **Babson College** para crear una red internacional de investigación en el entorno de la Creación de Empresas. España, a través del Instituto de Empresa, se incorporó al Proyecto GEM en su segunda edición (2000).

En la actualidad, el Proyecto GEM es sin duda el más riguroso y extenso trabajo de investigación que sobre la materia de Creación de Empresas (*Entrepreneurship*, en su acepción anglosajona) se desarrolla en todo el mundo. Una media de 45 países cubren anualmente todo el proceso de investigación, con entrevistas a más de 105.000 personas, y el desarrollo del informe que se publica de manera puntual, analizando la TEA (Tasa de Actividad Emprendedora), la situación de la actividad emprendedora en cada sociedad y, en definitiva, proporcionando recomendaciones a gobiernos y agentes sociales para su mejora.

La información que se ofrece permite observar que no sólo es posible aprender a ser empresario sino que es necesario tener más y mejores personas empresarias y **fomentar el interés de crear empresas**. Este proceso es vital para la supervivencia y desarrollo de una sociedad cuyo activo más importante es el conocimiento y la capacidad creadora de las personas. Conocer mejor el fenómeno emprendedor permite no sólo corregir posibles deficiencias en su pilotaje por los agentes sociales, mejorando su gobierno, sino que contribuye a desmitificar la figura del empresario, a reducir el miedo a lo desconocido que lleva implícita la acción emprendedora y a impulsar el capital social de la zona.

En España, desde su edición del 2003, en el caso español, el GEM incluye además una **perspectiva regional** con la progresiva incorporación al proyecto de equipos

investigadores de diferentes Comunidades Autónomas que elaboran, paralelamente al informe nacional, distintos informes regionales que analizan el fenómeno emprendedor de forma particular en cada una de las regiones participantes. La obtención de resultados comparativos e internos de cada región constituyen sin duda una valiosa herramienta a disposición de los distintos organismos, a la hora de diseñar y canalizar las iniciativas empresariales y los programas de ayuda al desarrollo de las distintas Comunidades Autónomas. En estos ocho años de actividad del GEM España, el estudio ha evolucionado, ha crecido, se ha consolidado, ha comenzado a formar parte de la estadística oficial, y ha conseguido atraer el interés del sector público, de la academia y del mundo corporativo. Detrás de este importante esfuerzo se hallan muchas de las principales universidades y centros de investigación españoles, con sus expertos al frente, un amplísimo número de patrocinadores del mundo corporativo y también instituciones y organismos públicos que hacen posible la existencia del proyecto REM.

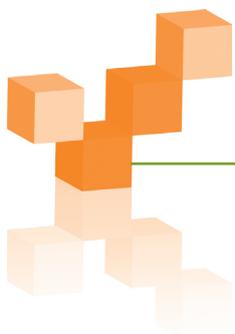
Por primera vez, en 2007, la **Escuela de Negocios de Andalucía**, en colaboración con la Consejería de Economía, Empleo y Turismo de la Ciudad Autónoma de Melilla, presentó el Informe GEM Melilla, completándose así el panorama nacional. En definitiva, la incorporación de la Ciudad Autónoma de Melilla la sitúa dentro de un equipo internacional y nacional que lidera una de las iniciativas más rigurosas e importantes del estudio de la actividad emprendedora. Asimismo, la investigación y la elaboración del informe para la Ciudad Autónoma contribuyen a obtener una valiosa información sobre la creación de empresas y la generación de riqueza en su ámbito. Por otro lado, permite compararse con cualquier Comunidad Autónoma de España en la que se elabore el informe, y con cualquier país del mundo que participe en el Proyecto GEM. Esperamos poder contribuir con este trabajo al **desarrollo económico de la ciudad**.

La labor de este equipo internacional es posible gracias al patrocinio que recibe de numerosas e importantes empresas e instituciones de todo el mundo. En Melilla, la labor del equipo de la Escuela de Negocios de Andalucía ha sido posible gracias al valioso patrocinio de la **Consejería de Economía, Empleo y Turismo de la Ciudad Autónoma**. Esta institución, con su Consejero al frente, ha creído en la importancia del proyecto y muestra su compromiso con el reto de impulsar el capital emprendedor en la región. Como responsables del equipo, expresamos nuestro agradecimiento por el apoyo recibido. Asimismo, el equipo investigador del proyecto GEM Melilla manifiesta su gratitud a los **treinta y seis expertos** que han colaborado desinteresadamente, con sus valiosos conocimientos, al contenido del informe.

Esperamos que el GEM Melilla 2007 – 2008, que aquí se presenta, sirva para la emocionante tarea de crear más empresas innovadoras y creativas, contribuyendo a **mejorar el capital emprendedor de Melilla**.

Los directores del GEM Melilla
Lázaro Rodríguez Ariza
María del Mar Fuentes Fuentes





Introducción

INFORME EJECUTIVO 2007- 2008 MELILLA

I. INTRODUCCIÓN

La Escuela de Negocios de Andalucía, en colaboración con la Consejería de Economía, Empleo y Turismo de la Ciudad Autónoma de Melilla, se complace en presentar el informe sobre el estudio y análisis de la actividad emprendedora en Melilla, en su edición 2007-2008, derivado de los datos proporcionados por el Observatorio anual Global Entrepreneurship, más conocido como Proyecto GEM.

Aunque se elabora en Melilla por segundo año consecutivo y, en consecuencia, se carece de una serie temporal consistente que permita un análisis en profundidad de la tendencia del fenómeno emprendedor en esta ciudad, la experiencia acumulada a lo largo de los nueve años de investigación que este Proyecto ha alcanzado en España, de la mano del Instituto de Empresa, convierte a este informe en un clásico y en una herramienta consolidada entre todos aquellos agentes que intervienen de alguna forma en el impulso y apoyo de los emprendedores y de la clase empresarial en general.

Esta herramienta está siendo ampliamente utilizada para mejorar el conocimiento del emprendedor y del papel fundamental que juega en la economía de los países, regiones y localidades de todo el mundo. Asimismo, no hay duda de que ha actuado como asesora en el diseño de políticas públicas, programas gubernamentales, concepción de nuevos productos financieros, remodelación de planes y sistemas educativos y en otros aspectos, mostrando los puntos fuertes y débiles del entorno inmediato que enfrentan todas aquellas personas que tienen una idea o una ilusión empresarial para poner en marcha.

Por otro lado, su continuidad está permitiendo la observación de la evolución de los principales parámetros relacionados con la creación empresarial, así como el benchmarking entre todo tipo de territorios, lo que facilita el aprendizaje en esta materia concreta, y al mismo tiempo tan llena de matices, entre todos los participantes y usuarios de la misma.

La comprensión de la metodología empleada en GEM ha sido uno de los aspectos en que más se ha profundizado en los informes nacionales y regionales que preceden a éste. Por ello, ante la veteranía del producto, y convencidos los investigadores que elaboramos anualmente esta información de que sus seguidores y usuarios están ya plenamente familiarizados con los conceptos que proporciona, el formato escogido supone una transformación encaminada al logro de la síntesis y la concreción de la presentación de los resultados.

Es de destacar dos cuestiones a tener presente a la hora de interpretar los resultados que aquí se presentan. Por un lado, el hecho de que los investigadores hayan optado por presentar los datos agregados correspondientes a los años 2007 y 2008; esto es, a tenor de la metodología

de obtención de datos del Proyecto GEM, en julio de 2007 y julio de 2008. La razón básica ha sido acumular el número de casos de los que se posee información (44 iniciativas emprendedoras detectadas en las mil encuestas efectuadas), en el entendimiento de que, por un lado, la muestra se hace más representativa, permitiendo, por ejemplo, que por primera vez se haya podido elaborar el capítulo correspondiente a la actividad emprendedora en función del género. Por otro lado, al ser únicamente dos los años de que se dispone información, la aplicación de esta metodología suaviza los cambios puramente coyunturales, ofreciendo una visión carente de sesgos temporales que, lejos de dar una explicación de tendencias, podría llevar a interpretaciones erróneas, aunque ello conlleve renunciar al análisis temporal, en cualquier caso poco representativo por la escasa longitud temporal de los datos. En los casos de las cifras que se ofrecen a modo de referencia, tanto nacionales como internacionales, y de las encuestas realizadas a los expertos, al tratarse de opiniones cualificadas que versan sobre la percepción del entorno más inmediato, el informe presenta la información más actualizada disponible, es decir, la referida al 2008.

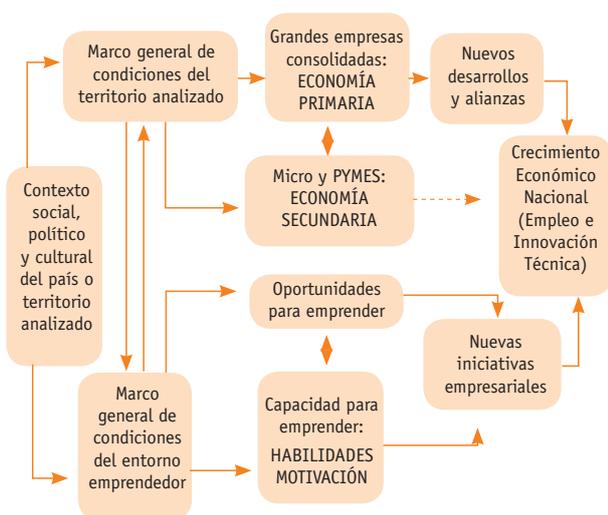
La segunda de las cuestiones es el posible efecto de la crisis económica que venimos padeciendo sobre los resultados obtenidos. Al efecto hay que decir que, si bien es cierto que la crisis financiera comenzó a manifestarse en 2007, sus mayores efectos no se hicieron patentes hasta después del verano de 2008, momento en cual ya se había realizado la obtención de datos para la realización de este Informe, lo que conlleva que el análisis de resultados que se ofrecen no sean lo especialmente negativos que se podría esperar.

A nivel nacional, en cuanto a tendencias para el 2009, se advierte que pueden darse distintos escenarios. Así, la tasa de actividad emprendedora podría disminuir debido a las dificultades para hallar financiación en medio de una crisis, pero también podría incrementarse notablemente debido al apoyo gubernamental a la actividad emprendedora como una de las soluciones a la falta de empleo. Los subsidios de paro se emplearán como herramienta para fomentar el autoempleo y ello tendrá su repercusión. Lo que resulta una incógnita es si tendrá mayor impacto la falta de financiación privada o si prevalecerán y serán más efectivas las medidas de impulso para emprender. Desde la Comisión Europea también se alienta al seguimiento de este último camino, de manera que el emprendedor se constituye en una figura más clave, si cabe, que en los años precedentes para ayudar a la solución de la crisis como agente generador de empleo, riqueza e innovación. Asistimos a una etapa llena de cambios, con lo cual, la edición 2009 dobla su interés por cuanto desvelará muchas incógnitas que los analistas tienen planteadas y acerca de las cuales pueden darse diversas soluciones. Habrá que esperar unos meses para despejarlas.

II. El proyecto gem: CONCEPCIÓN Y MODELO TEÓRICO

Desde su inicio en 1999, el Proyecto GEM se sustenta en un modelo teórico, cuyo formato básico es el siguiente:

Figura 1. El Modelo Conceptual GEM



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

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

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

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

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

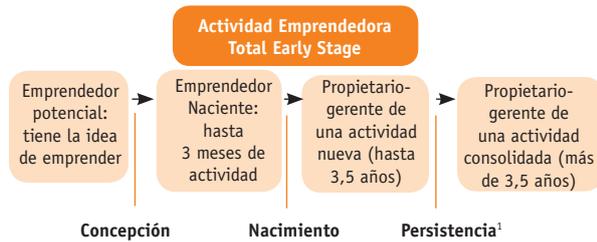
FUENTE	CONCEPTO	OBJETIVO PRINCIPAL
Variables secundarias	Contexto social, cultural, político	Relacionar este contexto con el entorno general y con el que enfrentan los emprendedores
Variables secundarias	Entorno general nacional	Relacionar el estado actual de la economía, las políticas públicas y otros aspectos generales con la actividad emprendedora
Variables secundarias encuesta expertos	Entorno general para emprender	Establecer el diagnóstico actual sobre el estado de las condiciones de entorno que influyen en el desarrollo de la actividad emprendedora, financiación políticas y programas públicos, educación, acceso al mercado y otros
Variables secundarias	Economía primaria Economía secundaria Nuevos desarrollos	Estudiar los indicadores referentes a estos apartados en el territorio analizado y disponer de información complementaria que ayude en la explicación de los resultados proporcionados por gem.
Encuesta GEM a la población de 18-64 años Encuesta a expertos	Oportunidades para emprender capacidad y habilidad para emprender	Medir directamente en la población su percepción de oportunidades para emprender y su grado de disposición de capacidad y habilidades naturales en esta materia Recabar la opinión de los expertos sobre el mismo tema y comparar con la anterior.
Encuesta GEM a la población de 18-64 años	Nuevas iniciativas empresariales	Medir y caracterizar la actividad emprendedora del territorio
Variables secundarias	Crecimiento económico	Relacionar los resultados sobre actividad emprendedora con el desarrollo

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

Resultaría sencillo el cambiar en el modelo el apartado "nuevas iniciativas empresariales" por "iniciativas emprendedoras", entendiéndose por tales aquellas que no superan los 42 meses de actividad, pero el hecho de que GEM sea un Consorcio Investigador Internacional, complica a veces la terminología y, desde que España se asoció al Proyecto en el año 2000, siempre se ha respetado la terminología original y se han asumido sus cambios cuando los ha habido.

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

Figura 2. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



Los porcentajes que obtiene GEM en cada apartado, elevados a la población de referencia¹ proporcionan estimaciones del número de iniciativas emprendedoras potenciales, nacientes, nuevas y consolidadas que hay en cualquier país o región participante. Los Informes GEM siguen un camino complementario pero diferente al del registro oficial (DIRCE en el caso de España) Los resultados GEM muestran el grado de actividad emprendedora y su evolución, comparándola entre los países, regiones y ciudades participantes gracias al uso de una metodología común, y en ello reside uno de los factores de mayor relevancia de este observatorio anual.

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

El tener una tasa de actividad emprendedora total alta o baja depende de múltiples factores y siempre debe valorarse en función de las características de los territorios en que se mide. Desde que GEM comenzó su andadura, se ha podido observar que las tasas de actividad emprendedora más elevadas corresponden a países y territorios en vías de desarrollo en los cuales, una buena parte de la población tiene que emprender por falta de otras alternativas de trabajo, es decir, por necesidad (Uganda, Perú, Venezuela, Ecuador, Brasil y otras naciones). Otros territorios tienen tasas notables de actividad emprendedora debidas a la propia tradición empresarial de su población (Estados Unidos, Nueva Zelanda, Cataluña y otros). También se observan tasas notables allí donde las políticas públicas han proporcionado un amplio impulso a los emprendedores o donde la propia población ha comprendido que era necesario evitar la despoblación, cambiar la mentalidad laboral y avanzar en el propio desarrollo (Irlanda, Madrid, Extremadura). En cambio, en los países y

territorios desarrollados se aprecian tasas de actividad emprendedora moderada porque la mayor parte del empleo está todavía en manos de los organismos públicos o de grandes empresas que ofertan mucho empleo (Japón es el caso más extremo, con una de las tasas más bajas de actividad emprendedora). La inmigración también constituye un fenómeno que hace fluctuar la tasa de actividad emprendedora, incrementándola notablemente (el caso de Canarias en el 2007, es un buen ejemplo)

En definitiva, la tasa de actividad emprendedora es un indicador sensible que puede tener pequeñas oscilaciones si la situación de un territorio es estable y no se ve excesivamente afectada por acontecimientos económicos, políticos y sociales de gran envergadura, o notables oscilaciones si dichas circunstancias afectan ostensiblemente al mismo.

GEM aporta la información necesaria para efectuar anualmente un diagnóstico de lo que está sucediendo en el conjunto de naciones, regiones y ciudades participantes y su análisis, tanto a nivel particular como comparativo, es el que proporciona las pautas de actuación en el diseño de medidas correctoras, si son necesarias, o en el mantenimiento de las actuales si se las considera adecuadas, etc.

En conclusión, más que la persecución de elevadas tasas de actividad emprendedora, lo que se debe lograr en cada territorio es un equilibrio entre el estado del mercado laboral, la economía primaria, el sector público, el desarrollo tecnológico y el apoyo a la creación de proyectos sostenibles que generen riqueza y empleo en la medida en que vaya siendo necesario.

III. SCORE CARDS O CUADROS SINTÉTICOS DE RESULTADOS E INDICADORES

El Score Card correspondiente a la Ciudad Autónoma de Melilla, comparado con los valores nacionales, se presenta en las tablas que siguen a continuación. Hemos optado por la simplificación de los datos recogidos con el objeto de centrar el interés en los aspectos más relevantes. En los diferentes capítulos se muestran como mayor detalle éstos y otros resultados.

¹ Paul Reynolds, Niels Bosma, Erko Autio, Steve Hunt, Natalie de Bono, Isabel Servais, Paloma López-García y Nancy Chin. *Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. Small Business Economics, Volumen 24, Nº 3, Abril de 2005. ISSN 0921-898X CODEN SBCEX.*

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

TEA SCORE CARD GEM I (Indicadores porcentuales sobre la población de 18-64 años)

Tasa total de actividad emprendedora o TEA: composición	MELILLA	ESPAÑA
% de iniciativas nacientes de entre 0 y 3 meses de actividad (nacientes)	1,9%	3,3%
% de iniciativas nuevas de entre 3 y 42 meses de actividad (nuevas)	2,5%	3,7%
TEA o % de iniciativas emprendedoras de entre 0 y 42 meses	4,4%	7,0%
Tasa total de actividad emprendedora o TEA: diversos desgloses		
% TEA masculino	3,0%	4,0%
% TEA femenino	1,4%	3,0%
Total	4,4%	7,0%
% TEA por oportunidad	3,6%	5,6%
% TEA por necesidad	0,6%	1,0%
% TEA por otro motivo	0,2%	0,4%
Total	4,4%	7,0%
% TEA por oportunidad, para aumentar ingresos	1,8%	1,8%
% TEA por oportunidad, por independencia	0,8%	1,9%
% TEA en que se mezclan motivos de necesidad y oportunidad	1,0%	1,9%
Total TEA predominantemente por oportunidad	3,6%	5,6%
% TEA sector extractivo	0,1%	0,6%
% TEA sector transformador	0,9%	1,8%
% TEA sector servicios a empresas	1,3%	1,6%
% TEA sector orientado al consumo	2,1%	3,0%
% TEA sector no clasificado	0,0%	0,0%
Total	4,4%	7,0%
% TEA sin empleados (autónomos, en solitario)	1,2%	1,5%
% TEA con 1-5 empleados	1,0%	1,6%
% TEA con 6-19 empleados	0,2%	0,5%
% TEA con 20+ empleados	0,0%	0,1%
% TEA que no indica nº de empleados	2,0%	3,3%
Total	4,4%	7,0%
% TEA que no espera emplear a nadie en 5 años	1,0%	1,4%
% TEA que espera emplear 1-5 empleados en 5 años	2,1%	3,5%
% TEA que espera emplear 6-19 empleados en 5 años	0,9%	1,3%
% TEA que espera emplear 20+ empleados en 5 años	0,2%	0,4%
% TEA que no indica nº de empleados esperados en 5 años	0,2%	0,4%
Total	4,4%	7,6%
% TEA que usa tecnología más antigua (> 5 años)	4,84%	5,5%
Total	5,8%	7,6%
% TEA que no exporta	3,8%	4,1%
% TEA que exporta 1-25%	0,8%	1,5%
% TEA que exporta 25-75%	0,6%	1,0%
% TEA que exporta 75-100%	1,2%	0,6%
% TEA que no informa sobre exportación	0,0%	0,4%
Total	5,8%	7,6%
% TEA en que todos los clientes consideran el producto o servicio nuevo o desconocido (innovadoras)	1,0%	1,4%
% TEA en que algunos de los clientes consideran parte del producto o servicio como nuevo o desconocido (algo innovadoras)	1,6%	2,2%

% TEA en que ningún cliente considera el producto o servicio como nuevo o desconocido (no innovadoras)	1,8%	3,4%
Total	4,4%	7,0%
% TEA con muchos competidores	2,1%	4,0%
% TEA con pocos competidores	1,1%	2,3%
% TEA sin competidores	1,2%	0,7%
Total	4,4%	7,0%
% TEA que usa tecnología nueva (menos de 1 año)	1,0%	0,7%
% TEA que usa tecnología reciente (1-5 años)	0,7%	1,2%
% TEA que usa tecnología más antigua (> 5 años)	2,7%	5,1%
Total	4,4%	7,0%
% TEA que no exporta	1,9%	3,7%
% TEA que exporta 1-25%	0,9%	1,5%
% TEA que exporta 25-75%	1,0%	0,8%
% TEA que exporta 75-100%	0,3%	0,5%
% TEA que no informa sobre exportación	0,3%	0,4%
Total	4,4%	7,0%
% TEA sin expectativas de expansión en el mercado	1,8%	3,9%
% TEA con algunas expectativas de expansión en el mercado (sin uso de nuevas tecnologías)	1,7%	2,5%
% TEA algunas expectativas de expansión en el mercado (con uso de nuevas tecnologías)	0,6%	0,5%
% TEA con bastantes expectativas de expansión en el mercado	0,3%	0,1%
Total	4,4%	7,0%
% TEA en que el emprendedor ya había puesto en marcha otra iniciativa diferente en el pasado	1,0%	1,4%
% TEA en que el emprendedor nunca había puesto en marcha otra iniciativa diferente en el pasado	3,4%	5,6%
Total	4,4%	7,0%

TEA SCORE CARD II GEM MELILLA		
<i>(Indicadores porcentuales sobre la tasa total de actividad emprendedora TEA = 100%)</i>		
Tasa total de actividad emprendedora o TEA: composición	MELILLA	ESPAÑA
% de iniciativas nacientes de entre 0 y 3 meses de actividad (start up)	43,3%	46,4%
% de iniciativas nuevas de entre 3 y 42 meses de actividad (baby businesses)	56,7%	53,6%
Suma de las anteriores: TEA o % de iniciativas emprendedoras de entre 0 y 42 meses	100,0%	100,0%
Tasa total de actividad emprendedora o TEA: diversos desgloses		
% TEA masculino	68,7%	57,7%
% TEA femenino	31,3%	42,3%
Total	100,0%	100,0%
% TEA por oportunidad	82,0%	80,0%
% TEA por necesidad	13,6%	14,8%
% TEA por otro motivo	4,4%	5,2%
Total	100,0%	100,0%
% TEA por oportunidad, para aumentar ingresos	39,9%	23,6%
% TEA por oportunidad, por independencia	15,4%	24,9%
% TEA en que se mezclan motivos de necesidad y oportunidad	21,6%	25,7%
Total TEA predominantemente por oportunidad	76,9%	74,2%
% TEA sector extractivo	1,9%	8,3%
% TEA sector transformador	18,8%	25,1%
% TEA sector servicios a empresas	29,6%	23,0%

% TEA sector orientado al consumo	49,7%	43,3%
% TEA sector no clasificado	0,0%	0,3%
Total	100,0%	100,0%
% TEA sin empleados (autónomos, en solitario)	27,7%	20,9%
% TEA con 1-5 empleados	22,3%	22,6%
% TEA con 6-19 empleados	4,0%	7,3%
% TEA con 20+ empleados	0,0%	1,3%
% TEA que no indica nº de empleados	46,0%	47,7%
Total	100,0%	100,0%
% TEA que no espera emplear a nadie en 5 años	22,1%	23,8%
% TEA que espera emplear 1-5 empleados en 5 años	47,7%	50,5%
% TEA que espera emplear 6-19 empleados en 5 años	18,8%	18,5%
% TEA que espera emplear 20+ empleados en 5 años	5,0%	5,2%
% TEA que no indica nº de empleados esperados en 5 años	6,4%	6,2%
Total	100,0%	100,0%

TEA SCORE CARD II GEM MELILLA <i>(Indicadores porcentuales sobre la tasa total de actividad emprendedora TEA = 100%)</i>		
	MELILLA	ESPAÑA
% TEA en que todos los clientes consideran el producto o servicio nuevo o desconocido (innovadoras)	21,9%	20,6%
% TEA en que algunos de los clientes consideran parte del producto o servicio como nuevo o desconocido (algo innovadoras)	37,7%	30,6%
% TEA en que ningún cliente considera el producto o servicio como nuevo o desconocido (no innovadoras)	40,4%	48,8%
Total	100,0%	100,0%
% TEA con muchos competidores	49,0%	56,9%
% TEA con pocos competidores	24,5%	33,3%
% TEA sin competidores	26,5%	9,8%
Total	100,0%	100,0%
% TEA que usa tecnología nueva (menos de 1 año)	21,4%	9,5%
% TEA que usa tecnología reciente (1-5 años)	15,3%	17,7%
% TEA que usa tecnología más antigua (> 5 años)	63,3%	72,8%
Total	100,0%	100,0%
% TEA que no exporta	43,1%	52,9%
% TEA que exporta 1-25%	20,1%	22,0%
% TEA que exporta 25-75%	21,6%	11,9%
% TEA que exporta 75-100%	7,6%	7,0%
% TEA que no informa sobre exportación	7,6%	6,2%
Total	100,0%	100,0%
% TEA sin expectativas de expansión en el mercado	41,0%	55,2%
% TEA con algunas expectativas de expansión en el mercado (sin uso de nuevas tecnologías)	37,7%	35,3%
% TEA algunas expectativas de expansión en el mercado (con uso de nuevas tecnologías)	13,6%	7,5%
% TEA con bastantes expectativas de expansión en el mercado	7,7%	1,9%
Total	100,00%	100,0%

% TEA en que el emprendedor ya había puesto en marcha otra iniciativa diferente en el pasado	21,8%	19,9%
% TEA en que el emprendedor nunca había puesto en marcha otra iniciativa diferente en el pasado	78,2%	80,1%
Total	100,0%	100,0%
% de actividades emprendedoras de españoles	90,0%	87,4%
% de actividades emprendedoras de extranjeros	10,0%	12,6%
% de actividades emprendedoras en que no facilitan el origen del emprendedor	0,0%	0,0%
Total	100,0%	100,0%
% de actividades emprendedoras de españoles	90,0%	87,4%
% de actividades emprendedoras de inmigrantes por necesidad (no comunitarios)	10,0%	10,4%
% de actividades emprendedoras de inmigrantes por otro motivo (comunitarios)	0,0%	2,2%
% de actividades emprendedoras en que no facilitan el origen del emprendedor	0,0%	0,0%
Total	100,00%	100,0%
% de emprendedores que recibieron algún tipo de formación emprendedora en la escuela primaria o secundaria	14,1%	15,7%
% de emprendedores que no recibieron algún tipo de formación emprendedora en la escuela primaria o secundaria	85,9%	84,3%
Total	100,0%	100,0%
% de emprendedores que recibieron algún tipo de formación emprendedora en la escuela primaria o secundaria con carácter obligatorio	0,0%	20,2%
% de emprendedores que recibieron algún tipo de formación emprendedora en la escuela primaria o secundaria con carácter voluntario	100,0%	73,9%
% de emprendedores que recibieron algún tipo de formación emprendedora en la escuela primaria o secundaria con carácter voluntario y con carácter obligatorio	0,0%	5,2%
% de emprendedores que recibieron algún tipo de formación emprendedora en la escuela primaria o secundaria pero no recuerda su carácter	0,0%	0,6%
Total	100,0%	100,0%
% de emprendedores que recibió algún tipo de formación emprendedora una vez finalizada la enseñanza obligatoria	19,9%	19,9%
% de emprendedores que no recibió algún tipo de formación emprendedora una vez finalizada la enseñanza obligatoria	80,1%	79,7%
% de emprendedores que no recuerda o no está seguro de si recibió algún tipo de formación emprendedora una vez finalizada la enseñanza obligatoria	0,0%	0,3%
Total	100,0%	100,0%

TEA SCORE CARD III GEM MELILLA		
Otros datos de interés acerca de los emprendedores entrevistados y sus iniciativas	MELILLA	ESPAÑA
Edad media del emprendedor masculino (años)	34	38
Edad media del emprendedor femenino (años)	32	39
Edad media del emprendedor total (años)	33	39
Número medio de propietarios de iniciativas masculinas (personas)	2,1	1,9
Número medio de propietarios de iniciativas femeninas (personas)	1,5	1,9
Número medio de propietarios total (personas)	1,9	1,9

Capital medio semilla en iniciativas masculinas	116.312	77.870
Capital medio semilla en iniciativas femeninas	146.140	78.818
Capital medio semilla para desarrollar una iniciativa emprendedora	123.552	78.257
Capital medio semilla asumido por el propio emprendedor	110.000	27.089
Capital medio semilla por la propia emprendedora	132.867	31.350
Capital medio semilla asumido en general	116.396	28.742

IV. RESUMEN EJECUTIVO

Los aspectos más destacados del Informe GEM Melilla 2007–2008 sobre creación de empresas, elaborado por segundo año consecutivo por el equipo investigador de la Escuela de Negocios de Andalucía, la Consejería de Economía, Empleo y Turismo de la Ciudad Autónoma de Melilla y Promesa Melilla, S.A., se resumen a continuación.

Atendiendo al modelo GEM, los resultados se ofrecen agrupados en: actividad emprendedora y dinámica empresarial, comportamiento emprendedor, perfil de los emprendedores, características de la actividad emprendedora, financiación, potencial emprendedor y entorno.

Además, se presentan los resultados que aparecen en los anexos I y II realizados como novedad en 2008 a la población melillense sobre formación específica para emprender y actitudes ante la innovación.

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

La **tasa de actividad emprendedora (TEA)**, que mide el número de personas involucradas en procesos de creación de empresas, registrada por GEM en la población de Melilla de 18 a 64 años de edad, en 2007, **es del 4,4%**. Esta tasa es inferior a la presentada a nivel nacional que asciende al 7,0% en este mismo año. Esta tasa está constituida por un **1,9% de iniciativas nacientes más un 2,5% de iniciativas nuevas**. Ambos porcentajes son inferiores en relación a los datos nacionales que presentan un 3,3% de iniciativas nacientes y un 3,7% de iniciativas nuevas.

No obstante, **aunque Melilla no alcanza el valor medio de la actividad emprendedora de España, supera al de otros países europeos de su entorno**. Se trata de una posición intermedia, muy próxima a la media de España, y que representa una zona desarrollada, pero en la que hay mucho empleo funcional y por cuenta ajena. Melilla ocupa una la posición media en el contexto de la UE, algo por encima a la de Reino Unido, Dinamarca y Países Bajos.

El porcentaje de iniciativas consolidadas para Melilla es del 5,98%, también inferior al nacional que es del 9,1%. También **el indicador de abandono es del 1,47% en Melilla frente al 1,3% en España**.

Preocupante resulta que **el porcentaje de emprendedores potenciales de Melilla (6,13% se sitúa en un nivel por debajo de la media de España (7,69%)** y, en general, de la media internacional.

COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

Las iniciativas empresariales en Melilla se generan más por oportunidad que por necesidad. Si consideramos el porcentaje de iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses de vida o tasa de actividad emprendedora total (TEA), la gran mayoría (más de tres cuartas partes) se crea principalmente por aprovechamiento de una oportunidad. En concreto, un 82%. El resto se reparte entre un 13,6% cuyo motivo es la necesidad y un 4,4% cuya motivación es otra. Cabe destacar que aunque la TEA de Melilla esté por debajo de la de España, **en Melilla es algo mayor el porcentaje de actividades emprendedoras que se producen por oportunidad como motivo principal**.

El aumento de los ingresos es razón más importante para crear una empresa en Melilla. De la totalidad de emprendedores por oportunidad, el mayor porcentaje corresponde a la búsqueda de mayores ingresos (45,1%). El deseo de una mayor independencia también es un motivo señalado para emprender la actividad (23,75%), o mantener estos ingresos (18,34%). El resto, un 12,8%, corresponde a otros motivos. No destaca, en cambio, el hecho de que se trate de una empresa familiar, como motivo para emprender.

PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES

El emprendedor melillense es preferentemente **hombre**, con una edad media de **33,4 años**, con **estudios superiores**, **nivel de renta medio**, **trabaja habitualmente en la iniciativa que está desarrollando, no ha sido emprendedor con anterioridad** en una actividad distinta a la actual y es de origen **español**.

Haciendo un análisis más detallado de los datos, podemos matizar que, de los emprendedores, un 68,7% es hombre. En consecuencia, **el porcentaje de mujeres emprendedoras puede considerarse bajo**.

El 45,7% tiene una edad comprendida entre los 25 a los 34 años; por tanto, **joven**. Un 19,6% tiene entre 18 y 24

años, y un 16,8% entre 35 y 44 años. El 90% es **español** y el 9,9% extranjero.

Sobre su formación, un **32,1%, tiene estudios superiores**. Un 25,4% tiene estudios secundarios o bachillerato. Aunque hay que destacar que un 23,4% sólo tiene estudios de enseñanza obligatoria. Por tanto, la formación es un punto débil del emprendedor melillense.

Sobre la renta, **el 29% se encuentra en el tercio medio**, el 24,8% en el tercio inferior y el 24,3% en el superior.

CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA: EMPLEO, INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA, COMPETENCIA E INTERNACIONALIZACIÓN

Al igual que en el caso de la muestra nacional, **el sector orientado al consumo agrupa la más grande proporción de empresas** (un 49,7% de las iniciativas emprendedoras y un 48,2% de las iniciativas consolidadas). Las diferencias más importantes con respecto a las pautas de distribución encontradas a nivel nacional se manifiestan en el caso de las iniciativas consolidadas: el sector servicios a empresas en Melilla tiene una representación de un 10% mayor que en el caso de España y el sector orientado al consumo tiene una representación 9,6% mayor. No obstante, a grandes rasgos, las pautas de distribución sectorial del nivel nacional siguen manteniéndose en el tejido empresarial de Melilla.

Las empresas consolidadas, en su gran mayoría (un 80%), tienen únicamente un propietario. Por lo tanto, la media se ve incrementada sólo por un 20% de las empresas que tienen más de un propietario. Comparando los tres tipos de iniciativas entre ellas, observamos que la propiedad compartida es un punto de partida para la mayoría de las empresas nacientes, concretamente para un 70% de ellas, que pasa a sobrevivir sólo en un 50% en las iniciativas nuevas y un 20% en las consolidadas. Esto nos sugiere que, en general, la puesta en marcha de nuevos negocios requiere de la aportación de más de una persona y, a medida que el proyecto empresarial se consolida, la propiedad tiende a volverse individual.

Atendiendo al empleo, la mayor parte de las iniciativas emprendedoras en Melilla son microempresas. Aproximadamente la mitad de las iniciativas melillenses, tanto emprendedoras como consolidadas, no tienen empleados. Es la categoría más numerosa de iniciativas: 51,3% para las emprendedoras y 47,3% para las consolidadas. Un 95,7% de las iniciativas emprendedoras tienen menos de 6 empleados, porcentaje que baja a 78,4 en el caso de las iniciativas consolidadas.

En todos los casos se aprecian expectativas muy optimistas de crecimiento en el número de empleados. Más de la mitad de las iniciativas emprendedoras que actualmente no tienen ningún empleado, estiman que van a tener por lo menos uno dentro de cinco años. La previsión

de los empresarios que gestionan iniciativas consolidadas no es tan optimista. Un 35,7% de los mismos consideran que van a seguir sin empleados en un marco de cinco años. Las proporciones de empresarios que estiman tener entre 6 y 19 empleados en el caso de ambas categorías de iniciativas son prácticamente iguales, en torno a un 20%. Una diferencia más sustancial se observa para el intervalo 1-5 empleados: las iniciativas emprendedoras que prevén encontrarse en esta situación representan un 51%, frente al 32,3% de las iniciativas consolidadas. Por otro lado, las previsiones de crecimiento de las iniciativas consolidadas se muestran más sustanciales: un 12,1% estima que van a tener más de 20 empleados, frente a un 5,3 en el caso de las iniciativas emprendedoras.

La mayoría de las empresas locales se definen como no innovadoras (40,39% de las emprendedoras y 53,35% de las consolidadas). No obstante, las proporciones son menos elevadas que en el caso de las empresas nacionales, casi un 10% por debajo. Más aún, **las proporciones de empresas que consideran ofrecer por lo menos algún grado de innovación son más amplias siempre para las iniciativas melillenses que para las iniciativas nacionales.** Por ejemplo, un 37% de las empresas nuevas locales se definen algo innovadoras, frente a un 30,6% de las españolas en su totalidad. Por otro lado, las empresas consolidadas de Melilla que afirman ofrecer un producto/servicio completamente innovador representan un 20,9% frente al 13,1% del nivel nacional.

Parece que también con respecto a la innovación, al igual que con respecto al crecimiento previsto en número de empleados, las empresas consolidadas melillenses parecen registrar valores más altos que las nacionales, lo que indica **una inversión más fuerte por parte de las mismas en temas considerados cruciales para su desarrollo.**

La mayoría de las empresas, tanto emprendedoras como consolidadas, registran niveles altos de competencia. Comparados estos resultados con los obtenidos a nivel de España, en general el nivel percibido de competencia en Melilla es **menor que entre las empresas españolas en su conjunto.**

Observamos que **la mayoría de las empresas, tanto nuevas como consolidadas, usan tecnología de más de 5 años de antigüedad**, pero en menor proporción que a nivel nacional. La diferencia llega a casi un 10% en el caso de las iniciativas emprendedoras. Son también este tipo de iniciativas las que emplean la tecnología más reciente en una medida considerablemente mayor que las empresas españolas en su conjunto: 21,38% frente a 9,5%.

Las empresas melillenses, especialmente las consolidadas, **se implican en mayor medida en actividades exportadoras que el conjunto de las empresas españolas**, donde más de la mitad, concretamente un 62,3% no exporta. Las iniciativas emprendedoras melillenses se muestran también más activas en estos temas que su contraparte nacional, especialmente en la franja 25-75% de intensidad exportadora, donde casi doblan la proporción de empresas españolas (23,35% frente a 12,7%).

FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

La inversión inicial media de las nuevas empresas en Melilla es superior a la media de España. El capital medio necesario para poner en marcha un negocio en Melilla en 2008 se sitúa en torno a los **123.551,67€** y, según los resultados de la encuesta GEM, cada iniciativa emprendedora puesta en marcha en 2008, a nivel nacional, necesitó de media un capital semilla de cerca de 86.351€, lo que supone que en Melilla la cifra es un 43,81 % mayor a la nacional. Este hecho podría interpretarse desde dos perspectivas; por un lado, el dato sugiere que emprender en Melilla es “más caro”, pero por otro la cifra tan elevada con respecto a la media nacional estaría también indicando la creación de empresas de mayor envergadura, lo cual en principio sería bueno para el proceso emprendedor llevado a cabo en la ciudad autónoma.

Del capital necesario, los emprendedores nacientes aportan en media unos 116.396€, lo que supone casi un 92,22% del total capital semilla necesario, frente al 66,91% del informe nacional, por lo que aunque la inversión necesaria para iniciar un negocio en Melilla es superior a la media nacional, el porcentaje aportado por los emprendedores es también mayor en el primer caso. Hay que tener en cuenta que la desviación es aún mayor que para el análisis anterior, por lo que debemos señalar variables más indicativas como la mediana, encontrándose en torno a los **82.819€** frente a los 30.000 obtenidos en el informe nacional. Por lo tanto, aunque a nivel nacional se aprecia una mayor dependencia general de obtención de fondos procedentes de fuentes ajenas, no ocurre lo mismo en Melilla, pues el porcentaje de capital semilla aportado por los emprendedores es más elevado.

El capital inicial aportado por el emprendedor en Melilla es superior al capital medio aportado por los emprendedores en España. Del capital necesario, **los emprendedores nacientes aportan en media unos 105.228 euros**, lo que supone casi un 59% del total capital semilla necesario, frente al 69,55% del informe nacional, por lo que aunque la inversión necesaria para iniciar un negocio en Melilla es superior a la media nacional, el porcentaje aportado por los emprendedores es menor en el primer caso. Si bien hay que tener en cuenta que la desviación es aún mayor que para el análisis anterior, por lo que debemos señalar variables más indicativas como la mediana, encontrándose en torno a los **90.000 euros** frente a los 30.000 de España.

La financiación ajena del emprendedor melillense proviene mayoritariamente de las entidades financieras. En cuanto a la procedencia de los fondos, los datos señalan que el porcentaje de emprendedores que por término medio no ponen el 100% del capital semilla necesario es del 42%, y el porcentaje de capital que no ha sido puesto por el propio emprendedor asciende al 66%, lo que pone de manifiesto que el acceso a la financiación externa es uno de los determinantes de la actividad emprendedora.

Un porcentaje muy elevado, un 27,49%, no es capaz de estimar el rendimiento que espera del proyecto, mientras que a nivel nacional sólo un 3% no saben que parte de la inversión van a recuperar. El porcentaje de emprendedores que considera que no va a recuperar su inversión es nulo, frente al 4,3% obtenido a nivel nacional. Así el porcentaje de emprendedores que estiman que van a recuperar lo invertido se sitúa en torno al 16,5% frente al 13% a nivel nacional. En cualquier caso, **casi el 20% de los emprendedores estiman recuperar el doble de su inversión inicial.**

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA FEMENINA

En el conjunto de la población de mujeres melillenses de 18 a 64 años, para el bienio 2007-2008, se estima que había un **2,82% de iniciativas en fase emprendedora**, frente a un 5,94% entre la población adulta masculina. También en el caso nacional el indicador es mayor para los hombres que para las mujeres (5,97% frente a 8,08%). De estos datos se deduce que sigue existiendo una diferencia significativa entre la cantidad de actividad emprendedora liderada por hombres respecto de las mujeres, siendo de menor impacto la segunda. No obstante, y tal como se indica en el informe ejecutivo para España, la evolución temporal a nivel nacional de los indicadores femeninos muestra una mejoría con respecto al año anterior, por lo que podemos pensar que las medidas de fomento y apoyo a la actividad emprendedora están dando sus frutos.

La emprendedora melillense, en contraposición a su homónimo masculino, se ha centrado en mayor medida en **consolidar sus iniciativas de negocio** (iniciativa nueva, 64,3%), más que en lanzarse a poner en marcha nuevas actividades (iniciativas nacientes, 35,7%). Ante la recesión han sido los hombres los que proporcionalmente más han abordado la creación de nuevos negocios. Este resultado representa una diferencia de comportamiento entre ambos sexos, siendo la mujer, aparentemente, más reticente a emprender.

Las iniciativas femeninas se concentran en los **sectores de servicios a empresas y negocios orientados al consumo** (92,3% en total). El caso del emprendedor masculino en Melilla resulta más diversificado. También las iniciativas masculinas en Melilla en el período 2007-2008 tienden a ser más innovadoras en producto o servicio frente a las femeninas, así como en cuanto al tipo de tecnología utilizada según su antigüedad, por lo que, según estos resultados, los hombres trabajan con mayor grado la innovación y además emplean tecnología más reciente, en una proporción ligeramente superior a las mujeres. No obstante, **son las emprendedoras las que acaparan una mayor proporción de iniciativas consideradas de base tecnológica.**

Con una **edad media de 32,3 años**, la mujer emprendedora es un año y medio menor que el hombre, una ligera diferencia que no nos permite obtener ninguna idea concluyente más allá de la meramente informativa. En cuanto al nivel educativo, las mujeres emprendedoras se concentran en mayor medida

en los **niveles formativos medios**, frente a la proporción correspondiente a estudios superiores; el emprendedor masculino se reparte de forma más igualitaria entre estas categorías. Si hemos encontrado mayores discrepancias en cuanto al nivel de renta: proporcionalmente, las mujeres se concentran más en tramos de **rentas bajas**, y los hombres en medias y altas. Respecto al origen y régimen de residencia, no hemos encontrado grandes diferencias por razón de género, estando en torno a un **90% el porcentaje de emprendedores nacionales** en ambos casos (hombres y mujeres), siendo nula la proporción de emprendedores extranjeros comunitarios tanto para el caso masculino como el femenino.

En la población adulta de Melilla el **hombre es más participativo que la mujer en el proceso de invertir informalmente** o actuar como *Business Angel* (2,6%, frente a 1%). No obstante, **la inversión media de capital es mayor para el caso femenino**, por lo que en términos medios absolutos el nivel de compromiso adoptado por la mujer cuando actúa como inversora informal es mayor que para el *Business Angel* masculino. Otros análisis realizados han puesto de manifiesto que la **tendencia de las inversoras es la de apoyar en mayor medida que los inversores los proyectos empresariales de familiares directos** (80% en mujeres frente a 53,9% en hombres), registrándose el mismo resultado para amigos y vecinos, aunque con menor diferencia.

POTENCIAL EMPRENDEDOR

El potencial emprendedor de una región depende de tres grandes grupos de variables: la percepción de oportunidades, la motivación y la capacitación para ser empresario. **El porcentaje de personas de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en Melilla es de un 26,4%**, por encima de la media española, que se sitúa en un 25,4%.

Los expertos de Melilla opinan que es más falso que cierto que existan muchas y buenas oportunidades para la creación de empresas (2,74), situándolos en una perspectiva más pesimista que la media nacional (3,24). Parecido es el resultado para los expertos melillenses sobre si las buenas oportunidades emprendedoras han aumentado considerablemente en los últimos cinco años (2,53), su opinión es desfavorable al considerar la afirmación más falsa que cierta; en cambio, a nivel nacional la media del 3,01 indica que los expertos no la valoran ni como cierta ni como falsa.

En cuanto a la **percepción de la población** en general que reside en Melilla sobre la motivación y capacitación para emprender, tampoco existen grandes diferencias en relación a la media de población nacional. **En torno al 67% de la población considera que la vía emprendedora es una buena opción profesional**, y un 62,6% cree que el éxito en la puesta en marcha de un negocio proporciona un buen status social. Esto indica

que, en general para Melilla (en línea con la población total nacional), existe una buena consideración social del emprendedor.

No obstante, **las percepciones de los expertos son menos favorables** que las expresadas por la población de Melilla en general. Así, los expertos en Melilla no consideran que convertirse en empresario sea una opción deseable, al posicionarse por término medio en un 2,43, más cercano al desacuerdo que al acuerdo; en cambio, un 64,8% de la población de la Ciudad Autónoma de Melilla opina lo contrario, como hemos podido observar más arriba. Los expertos tampoco creen que la creación de empresas sea una forma de enriquecerse, con un posicionamiento medio de 2,50.

CARACTERÍSTICAS DEL ENTORNO

Los aspectos del entorno emprendedor mejor valorados en Melilla son la necesidad de que los emprendedores tengan que acudir a asesoría externa para elaborar sus planes de negocio y, en general, a diseñar su iniciativa antes de emprender efectivamente. Tras ella, como aspectos más valorados por los expertos sobre el estado en nuestra ciudad, están la innovación desde el punto de vista del consumidor, el acceso a la infraestructura física y la educación emprendedora desde diferentes ámbitos (FP, Universidad, etc.). Le siguen como factores de mejor consideración el apoyo a la mujer emprendedora y los programas gubernamentales, lo que, unido a la buena consideración que alcanzan las políticas gubernamentales, apoyo y prioridad, hace pensar que **el apoyo al fenómeno emprendedor por parte de la autoridades es correcto**, habiendo sido esta una de las variables que mejor evolución ha experimentado.

A la pregunta sobre cuáles son los tres **obstáculos** principales a la actividad emprendedora, se responde señalando que el acceso a la infraestructura física, las barreras a la apertura del mercado, la educación y la formación, la capacidad emprendedora y el estado del mercado laboral son los obstáculos principales a la creación empresarial. Por el contrario, se ha podido comprobar que las políticas gubernamentales, las normas sociales y culturales, el clima económico y la transferencia de I+D no suponen un obstáculo a la actividad emprendedora en Melilla.

Por otro lado, **al identificar las principales fuentes que generan apoyos a la actividad emprendedora en Melilla, los expertos colocan en primer lugar a los programas y las políticas gubernamentales**, en consonancia a la percepción anteriormente señalada. Se trata, por tanto, de un aspecto en el que sería necesario profundizar para determinar qué acciones de todas las políticas gubernamentales orientadas al emprendimiento son valoradas más positivamente. A continuación se destacan la educación y formación, la transferencia de I+D y el contexto político, social e intelectual.

La **recomendación** más señalada por los expertos de Melilla es, una vez más, la **relacionada con los programas y las políticas gubernamentales**. También destaca la importancia otorgada a la educación, el acceso a la infraestructura física y la apertura del mercado. Por el contrario, alcanzan nula consideración tanto el clima económico como las normas sociales y culturales.

FORMACIÓN ESPECÍFICA PARA EMPRENDER

El porcentaje de población que ha recibido formación específica sobre emprender una iniciativa y desarrollarla es muy bajo. La proporción de personas que han recibido este tipo de formación apenas aumenta tras la etapa escolar.

La formación tras la etapa escolar se ha recibido mayoritariamente en los centros oficiales en que se han continuado los estudios, pero también, en un alto porcentaje, en otro tipo de organizaciones. Las personas pueden haber recibido simultánea o independientemente ambos tipos de formación. El carácter mayormente voluntario de cualquiera de las opciones de formación analizadas, pone de manifiesto que es el propio interés de las personas el que las impulsa a interesarse por esta formación. Entre la educación de carácter obligatorio, destaca la impulsada por empleadores.

Los datos confirman lo que vienen indicando los expertos año tras año: **existe un déficit muy significativo en formación de valores, habilidades y conocimientos para emprender y, dicho déficit abarca a todo el sistema educacional, siendo más notable en la escuela primaria y secundaria.** Las iniciativas formativas de Cámaras de Comercio, Asociaciones Empresariales, Agencias Gubernamentales y otras, juegan un importante papel, pero es el individuo el que recurre a ellas en la mayor parte de los casos. Asimismo, los recursos ofrecidos en Internet acerca de estas materias son aprovechados por más de un 42% de las personas que reciben este tipo de educación tras la escuela.

ACTITUDES DE LA POBLACIÓN ANTE LA INNOVACIÓN

La población melillense es bastante sensible a la aparición de innovaciones en el mercado, si bien, casi un 25% no se muestra muy interesado en adquirir nuevos productos y servicios. Más de un 68% estaría interesado, cuando menos, en probar nuevos productos y servicios, término que no implica un compromiso tan fuerte como el de la afirmación anterior de comprarlos. También es importante señalar que casi una cuarta parte de esta población no estaría apenas interesada en realizar esta prueba, lo cual puede ser una manifestación de la saturación existente en el mercado de productos en los que hay que invertir tiempo y paciencia en cuanto a su manejo y aprendizaje: a veces las innovaciones se suceden tan rápidamente que no proporcionan el tiempo suficiente

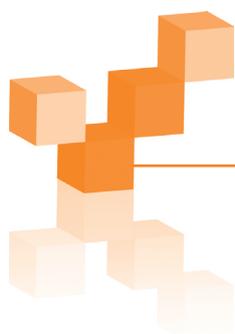
para su asimilación. Finalmente, la población melillense no es más receptiva con respecto a las afirmaciones anteriores cuando valora si los productos y servicios pueden mejorar su calidad de vida, y baja el porcentaje de los que están totalmente de acuerdo con esta afirmación.

En términos generales puede concluirse que **la innovación es atractiva para gran parte de la población activa melillense.**



Capítulo 1

actividad emprendedora y dinámica empresarial en Melilla



INFORME EJECUTIVO 2007- 2008 MELILLA

Capítulo 1: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN MELILLA

1.1. Introducción

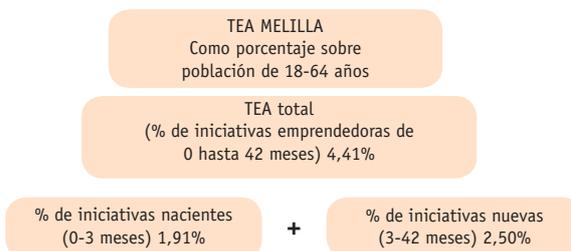
En este capítulo del informe se presentan las principales tasas relativas a la actividad emprendedora y empresarial estudiadas en la metodología GEM y registradas en la población de Melilla entre 18 y 64 años de edad para el período de 2007-2008. En relación a la actividad emprendedora, se analiza la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) y sus dos componentes: % Iniciativas nacientes (*start up*) y % de iniciativas nuevas (*baby business*). Además, se aportan datos sobre el potencial emprendedor existente en la población melillense. En relación a la actividad o dinámica empresarial, se recoge el porcentaje de iniciativas empresariales que se consideran consolidadas, la tasa de abandonos de actividades empresariales y la de cierres efectivos. Toda esta información es comparada en el entorno nacional con el resto de Comunidades y Ciudades Autónomas, y en el internacional, con el resto de países que han participado en el proyecto GEM 2008.

1.2. Actividad emprendedora registrada en la población de Melilla

El proyecto GEM establece que una iniciativa emprendedora es todo aquel negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no sobrepasa los 42 meses de vida. Atendiendo a esta definición, la tasa de actividad emprendedora (TEA) registrada por GEM en la población de Melilla de 18 a 64 años de edad es del 4,41% para el bienio 2007-2008. Esta tasa es inferior a la correspondiente a nivel nacional, que asciende al 7,0% en 2008.

En este porcentaje total de iniciativas emprendedoras, podemos distinguir, a su vez, entre aquéllas que se encuentran en una fase de vida de 0 a 3 meses (denominadas iniciativas nacientes) y aquéllas en una fase de 3 a 42 meses (iniciativas nuevas). Por tanto, la tasa de actividad emprendedora total de Melilla está constituida por un 1,91% de iniciativas nacientes más un 2,50% de iniciativas nuevas, tal como puede verse en la Figura 1.1. Ambos porcentajes son inferiores en relación a los datos nacionales en 2008, que presentan un 3,3% de iniciativas nacientes y un 3,7% de iniciativas nuevas, por lo que la diferencia entre la TEA de España y la de Melilla se debe a un menor número en ambos tipos de iniciativas.

Figura 1.1. Tasa de actividad emprendedora en Melilla



Dado que la población media de Melilla entre 18 y 64 años durante el período de estudio –del 1 de julio de 2006 a de julio de 2008- era de 42.304³ personas, podemos hacer una estimación con estos porcentajes agregados, para aproximarnos al número medio de iniciativas de cada tipo que habría en marcha en Melilla durante el bienio 2007-2008, datos que aparecen en la Tabla 1.1., en la que se muestra el desglose de la actividad emprendedora en Melilla en cuanto a número de iniciativas nacientes y nuevas, referidas por tanto a empresas o negocios.

Tabla 1.1. Estimación del número de iniciativas emprendedoras en Melilla

Tipo de iniciativas	Estimación puntual	Estimación por intervalo (error ±3,07%)	
		Extremo inferior	Extremo superior
Nacientes (0-3 meses)	808	784	832
Nuevas (3-42 meses)	1.057	1.025	1.089
Total (0-42 meses)	1.865	1.808	1.922

Ha de tenerse en cuenta que las estimaciones se hallan sujetas a error de muestreo. Dado que la muestra total (2007-2008) se compone de 1.000 entrevistas, el error muestral cometido en las estimaciones sobre la población total residente en Melilla de entre 18 y 64 años de edad, es de un ±3,06% para un nivel de confianza al 95%. Aplicando dicho error a las estimaciones puntuales, se obtienen los intervalos de confianza correspondientes a cada tipo de actividad emprendedora: naciente (0-3 meses), nueva (3-42 meses) y total (0-42 meses).

En la interpretación de estas estimaciones hay que considerar que las cifras reflejan empresas que tienen desde 0 a 3 años y medio de vida y que, por consiguiente, contienen no sólo aquellas creadas entre julio de 2007 y julio de 2008, sino también muchas otras que ya estaban en marcha. En ningún caso deben compararse directamente estas cifras con las del registro oficial de empresas que ofrece el DIRCE el primero de enero de cada año y que, además, siempre se refieren al anterior. GEM mide la actividad emprendedora, concepto más amplio que el del registro anual empresarial.

³ Fuente INE, facilitada por GEM España.

1.3. Dinámica empresarial en la población activa de Melilla

El observatorio GEM proporciona estimaciones no sólo de la actividad emprendedora, sino también de las iniciativas ya consolidadas, es decir, aquéllas que continúan operativas tras haber pasado la barrera de los 42 meses. La tabla 1.2 muestra que el porcentaje de iniciativas consolidadas para Melilla es del 5,98% para el bienio 2007-2008 (dato inferior al nacional, que es del 9,1%), así como las estimaciones puntuales y por intervalo de lo que este porcentaje representa en términos absolutos, en función de la población considerada.

Tabla 1.2. Estimación del número de iniciativas que estaban en fase consolidada en Melilla

	Estimación puntual sobre la población de 18-64 años		Estimación por intervalo (error ±3,07%)	
			Extremo inferior	Extremo superior
Iniciativas consolidadas	5,98%	2.530	2.453	2.607

Para completar el análisis de la dinámica empresarial en Melilla, hemos de considerar además la dimensión de las iniciativas que han cerrado en los doce meses previos a la encuesta GEM, en cada año. Las cifras aparecen en la tabla 1.3. En este caso, el indicador de abandono es del 1,47% en Melilla, ligeramente superior al 1,3% en España para 2008.

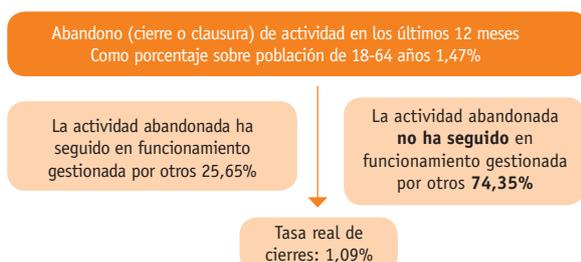
Tabla 1.3. Estimación del número de iniciativas que fueron abandonadas en Melilla los doce meses previos

	Estimación puntual sobre la población de 18-64 años		Estimación por intervalo (error ±3,06%)	
			Extremo inferior	Extremo superior
Iniciativas abandonadas	1,47%	622	603	641

El término "abandono" no debe entenderse sólo como el cierre definitivo de las iniciativas empresariales, pues algunas continúan en otras manos y no constituyen clausuras del negocio, sino transmisiones o traspasos. Por consiguiente, no todos los abandonos constituyen cierres en realidad. En España, en 2008, el 1,3% de las iniciativas se abandonaron, pero de ese porcentaje un 25,6% siguieron en funcionamiento gestionadas por otros, mientras que el 74,4% restante no siguió. Esto supone que la tasa real de cierres para España para dicho año fue del 0,97%.

En el caso de Melilla, y para el bienio considerado, el porcentaje de iniciativas que han supuesto cierre o clausura definitiva, es decir, sin que nadie haya continuado con su gestión, es de 1,09%, tal y como muestra la Figura 1.2:

Figura 1.2. Abandono de iniciativas y tasa real de cierres en Melilla en los 12 últimos meses.



En resumen, la dinámica empresarial en Melilla entre Julio de 2006 y Julio de 2008, se describe mediante los resultados de la Tabla 1.4.

Tabla 1.4. Estimación del número de iniciativas que se cerraron efectivamente en Melilla.

	Estimación puntual sobre la población de 18-64 años		Estimación por intervalo (error ±3,06%)	
			Extremo inferior	Extremo superior
Iniciativas con cierre efectivo	1,09%	461	447	475

En lo referente a los principales motivos de abandono de las iniciativas en Melilla, como muestra la Tabla 1.5., gran parte se justifican por la falta de rentabilidad del negocio (35,3%), coincidiendo con la tónica nacional (34,3%) como razón más importante del abandono. Un 18,6% de las iniciativas han sido abandonadas por razones personales, así como un 14,5% por el surgimiento de otra oportunidad de trabajo. Porcentajes menores registran motivaciones como los problemas en la obtención de financiación (6,1%) u otros motivos (9,9%). Para el caso nacional, el abanico de motivos seleccionados es más amplio, pues aparecen razones como la jubilación, la planificación anticipada del cierre o la concurrencia de un incidente determinante para el abandono.

Tabla 1.5. Motivación del abandono de iniciativas en Melilla y España.

	MELILLA	ESPAÑA
Tuvo la oportunidad de venderlo	7,7%	9,6%
El negocio no era rentable	35,3%	34,3%
Problemas para obtener financiación	6,1%	15,7%
Le salió otra oportunidad de trabajo	14,5%	4,3%
El cierre fue planificado con antelación	0,0%	4,2%
Jubilación	0,0%	1,9%
Razones personales	18,6%	16,4%
Incidente	0,0%	1,2%
Otros motivos	9,9%	9,2%
No sabe	7,9%	1,0%
No quiere contestar	0,0%	2,1%
Total	100%	100%

1.4. Actividad emprendedora de Melilla en el contexto regional e internacional

En este apartado se realiza un análisis comparativo de la tasa de actividad emprendedora total o TEA de Melilla con la del resto de regiones españolas y con el resto de naciones que participan en el observatorio GEM.

En la interpretación de estas comparaciones hay que tener presente que no se contemplan aspectos tales como la calidad de las iniciativas emprendedoras, sino sólo de cantidad; y no siempre es deseable una elevada tasa de actividad si ésta no se corresponde con negocios que tengan posibilidades de supervivencia a largo plazo y sean fuente de innovación, creación de empleo y generadoras de riqueza, aspectos que se analizan en los siguientes capítulos del Informe GEM.

El tener un índice mayor o menor puede ser positivo o negativo, dependiendo esencialmente de la necesidad de emprendedores en un país. Así, una elevada tasa puede ser debida a:

- Un alto grado de necesidad de emprender en la población ante la falta de alternativas de trabajo.
- Una arraigada tradición emprendedora.
- Una gestión comprometida de apoyo e impulso al emprendedor para equilibrar el mercado de trabajo.
- Una necesidad de invertir excedentes de capital.

Y, por otro lado, una baja tasa de actividad emprendedora puede deberse a:

- Un alto grado de desarrollo sustentado en empleo funcional o por cuenta ajena con claro predominio de las grandes empresas y las multinacionales.
- Una escasa tradición emprendedora.
- Una mala gestión de apoyo e impulso al emprendedor, muchas veces debida a sistemas políticos restrictivos (tanto en la actualidad como en el pasado), que ponen grandes trabas al establecimiento independiente de negocios.

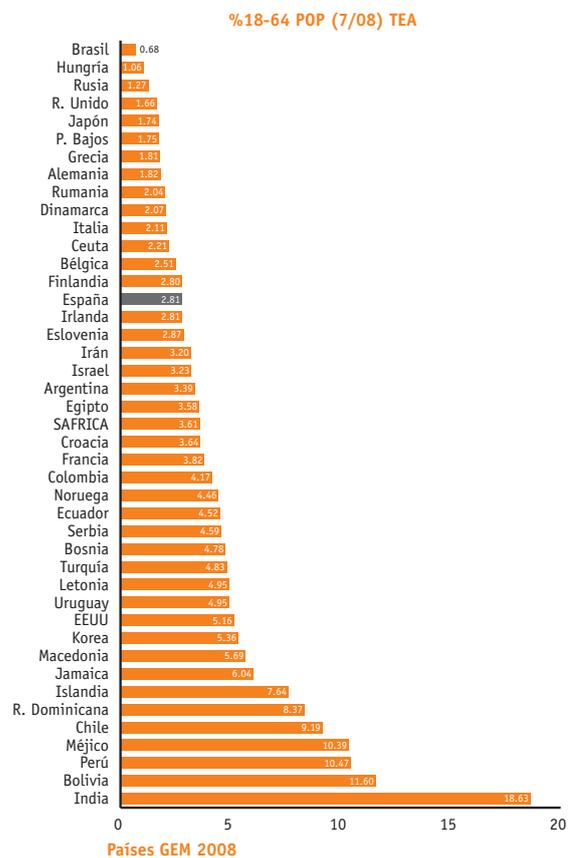
La Tabla 1.6 refleja cómo las regiones con una mayor TEA son Comunidad Autónoma de Madrid y Aragón, con un 8,51% y 8,08%, respectivamente, mientras que Melilla presenta la menor tasa de actividad emprendedora total, con un 4,41%.

Tabla 1.6. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA), % de iniciativas nacientes y % de iniciativas nuevas en las Regiones y Ciudades Autónomas españolas

Comunidad Autónoma	TEA (% de iniciativas emprendedoras de 0 hasta 42 meses)	% de iniciativas nacientes (0-3 meses)	% de iniciativas nuevas (3-42 meses)
ANDALUCÍA	6,66	2,61	4,05
ARAGÓN	8,08	3,52	4,56
ASTURIAS	5,79	1,93	3,86
BALEARES	6,92	3,29	3,63
C. LEÓN	6,34	2,98	3,36
C. MANCHA	6,73	3,35	3,38
C. VALENCIANA	7,35	3,18	4,17
CANARIAS	7,16	3,61	3,55
CATALUÑA	7,27	3,89	3,38
CEUTA	5,76	2,75	3,01
ESPAÑA	7,00	3,30	3,70
EXTREMADURA	7,12	2,40	4,72
GALICIA	7,49	3,63	3,86
LA RIOJA	6,96	3,36	3,60
MADRID	8,51	4,04	4,47
MELILLA	4,41	1,91	2,50
MURCIA	6,97	2,83	4,14
NAVARRA	6,48	3,00	3,48
PAÍS VASCO	7,00	3,62	3,38

En la Figura 1.3 se muestra la posición relativa de Melilla entre los países participantes en la edición GEM 2008. Aunque la tasa para la Ciudad Autónoma no está demasiado alejada de la tasa media para España, la posición relativa en la tabla es baja, aunque se encuentra en línea con países como Italia, Países Bajos o Dinamarca, y se sitúa por encima de la media para Alemania y Rusia. Tal y como se indica en el informe ejecutivo nacional para 2008, España representa una zona desarrollada, pero con mucho empleo funcional y por cuenta ajena; este tipo de países no suelen presentar TEA por encima del 10%, a no ser que tengan una elevada tradición emprendedora. A medida que el mercado laboral se vuelva más restrictivo en el acceso al trabajo por cuenta ajena o al cuerpo funcional, la tasa de actividad emprendedora puede ir aumentando si la coyuntura es favorable y/o las medidas de apoyo al emprendedor acertadas.

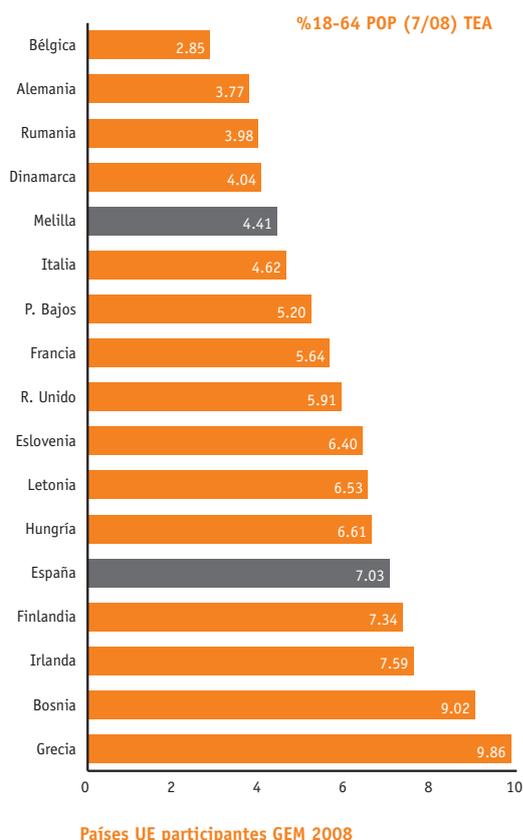
Figura 1.3. Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) de Melilla y demás países integrantes del Proyecto GEM.



Como podemos observar, los países con mayores tasas de actividad emprendedora son, mayoritariamente, países en vías de desarrollo o de nueva industrialización (Bolivia, Perú, Colombia, República Dominicana), con rigideces en el mercado laboral y desequilibrios estructurales propios de estos estadios de desarrollo; quedan por debajo países desarrollados como EE.UU. o Irlanda, en los cuales existe una elevada tradición emprendedora o fuertes compromisos gubernamentales para impulsarla.

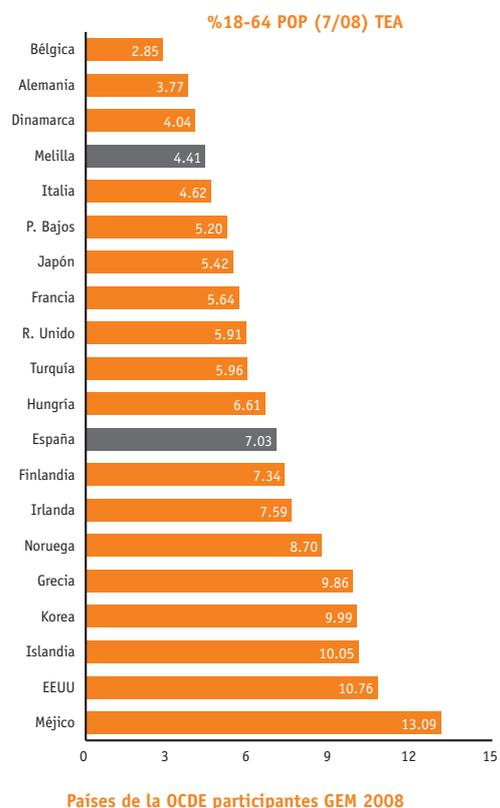
La Figura 1.4 muestra la posición de Melilla en el contexto de la UE, como puede observarse por encima de Dinamarca, Alemania o Bélgica. España queda en la parte alta de la tabla, aunque es Grecia el país que presenta una tasa más elevada, seguido de Bosnia. Grecia ha apostado por la innovación como el principal elemento que puede mejorar la productividad y la competitividad; y el caso de Bosnia se caracteriza por una actividad emprendedora con menor calidad a la del resto de países de la UE, aunque mayor en cantidad.

Figura 1.4. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) de Melilla y los países de la UE participantes del GEM 2008



Por último, la Figura 1.5 muestra la posición relativa de Melilla en el contexto de la OCDE. Como en los anteriores casos, Melilla no ocupa un lugar destacado, situándose entre los últimos puestos, aunque superando a Alemania, Bélgica o Dinamarca, y con tasas cercanas a las de Italia y Países Bajos. España ocupa una posición intermedia, por encima de Reino Unido y cercana a Irlanda, donde existe desde la implantación del GEM, y tal y como señala el informe ejecutivo nacional, un elevado compromiso gubernamental de lograr la existencia de más emprendedores y de mejorar su calidad como forma de desarrollo económico del país.

Figura 1.5. Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) de Melilla y los países de la OCDE participantes GEM 2008



En definitiva, como indica el informe nacional de 2008, el hecho de tener una alta tasa de actividad emprendedora en la población no es sinónimo de desarrollo en términos brutos, pues dicha tasa responde a un ciclo evolutivo de larga duración, en el que influyen factores coyunturales y sobre todo estructurales, que determinan la relación calidad-cantidad de la actividad emprendedora. Aunque las características de la actividad emprendedora difieren entre los países, la importancia que tiene con respecto al desarrollo económico ya ha sido ampliamente reconocida, y GEM viene consolidando este resultado año tras año a nivel internacional.

1.5. Dinámica empresarial de Melilla en el contexto regional e internacional GEM.

Tal y como se ha realizado para la actividad emprendedora, en este apartado se efectúa una comparativa del porcentaje de iniciativas consolidadas y tasa de abandono en relación al resto de regiones españolas y los países que participan en el Proyecto GEM en 2008.

En la Tabla 1.7. se presentan los porcentajes de iniciativas consolidadas y el abandono de iniciativas y tasa real de cierres en los 12 últimos meses. Como puede comprobarse, la dinámica empresarial en las diferentes

regiones españolas es muy similar, destacando regiones como Extremadura (12,73%) o La Rioja (11,04%) en cuanto a porcentaje de iniciativas consolidadas, lo cual refleja un importante número de iniciativas maduras (que han superado la barrera de los 42 meses). En este aspecto, es la Ciudad Autónoma de Melilla la que arroja el menor porcentaje. En el caso de iniciativas abandonadas, es Baleares la Comunidad Autónoma con la tasa más elevada (2,2%), seguida de la Comunidad Valenciana (1,8%), tasas de las que Melilla se aleja, más cercana a la media española aunque ligeramente superior (1,47% y 1,3%, respectivamente).

Tabla 1.7. Porcentaje de las iniciativas consolidadas, las abandonadas y los cierres reales en las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas.

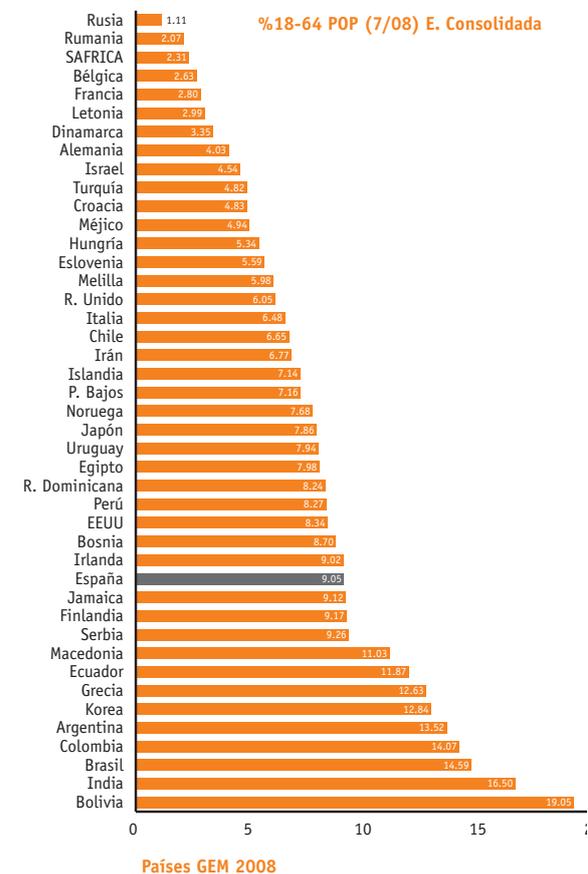
Comunidad Autónoma	% Iniciativas consolidadas	% Iniciativas abandonadas	% de cierres efectivos
ANDALUCÍA	8,78	1,49	0,97
ARAGÓN	9,03	1,23	1,12
ASTURIAS	10,19	1,65	1,01
BALEARES	9,86	2,20	1,37
C. LEÓN	9,75	1,29	0,96
C. MANCHA	9,48	1,78	1,24
C. VALENCIANA	9,51	1,80	1,53
CANARIAS	7,96	1,29	1,16
CATALUÑA	9,13	0,99	0,81
CEUTA	6,22	1,54	0,75
ESPAÑA	9,10	1,30	0,97
EXTREMADURA	12,73	1,49	1,04
GALICIA	9,28	0,83	0,79
LA RIOJA	11,04	1,36	0,78
MADRID	7,84	1,47	1,01
MELILLA	5,98	1,47	1,09
MURCIA	9,87	1,04	0,67
NAVARRA	9,66	1,10	0,92
PAÍS VASCO	8,81	1,01	0,7

Como comentamos en epígrafes anteriores, las iniciativas abandonadas no suponen en su totalidad cierres reales, por ello distinguimos en nuestros cálculos entre aquellos negocios que continuaron su gestión en manos de otros, y aquellos que terminaron en clausura definitiva. En cuanto a esta dimensión, como puede verse en la tabla, las cifras son muy similares en todas las regiones, destacando la Comunidad Valenciana con una tasa de cierres efectivos de 1,53%, lo cual sitúa a Melilla en una posición más favorable, con una tasa de sólo 1,09%, muy cercana a la media nacional (0,97%).

Pasando a una comparativa internacional, la Figura 1.6 muestra el porcentaje de empresas consolidadas, estimado

sobre la población de 18-64 años de los países participantes en el proyecto GEM. Se trata de empresas, negocios y autoempleos que llevan operando más de 42 meses.

Figura 1.6. Iniciativas consolidadas en Melilla y los países participantes en GEM 2008



Como puede observarse en el gráfico, Melilla se sitúa muy por encima de países como Alemania, Dinamarca, Francia o Bélgica, siendo además la media para España superior a EE.UU. y situándose en línea con la tasa para Irlanda.

Al igual que en el apartado anterior, es interesante mostrar estos resultados desagregados para la UE (Figura 1.7) y la OCDE (Figura 1.8), y tener siempre en cuenta que la calidad y dimensión de la dinámica empresarial no es comparable entre algunos países.

Así, por ejemplo, en la Unión Europea, Grecia encabeza la lista en cuanto a tejido empresarial consolidado sobre la población activa, pero no olvidemos la consideración de aspectos como la calidad y dimensión de estas empresas, que pueden explicar que Reino Unido ocupe una posición intermedia, o que Irlanda, país de gran tradición emprendedora, quede por debajo de Grecia. Esto vuelve a evidenciar que la calidad y dimensión de la dinámica empresarial no es comparable entre algunos países. Lo mismo puede afirmarse en el contexto de la OCDE.

El paralelismo entre estas gráficas y la referente a actividad emprendedora es evidente y muestra la estrecha relación entre ambos conceptos.

Figura 1.7. Iniciativas consolidadas de Melilla y los países de la UE participantes del GEM 2008

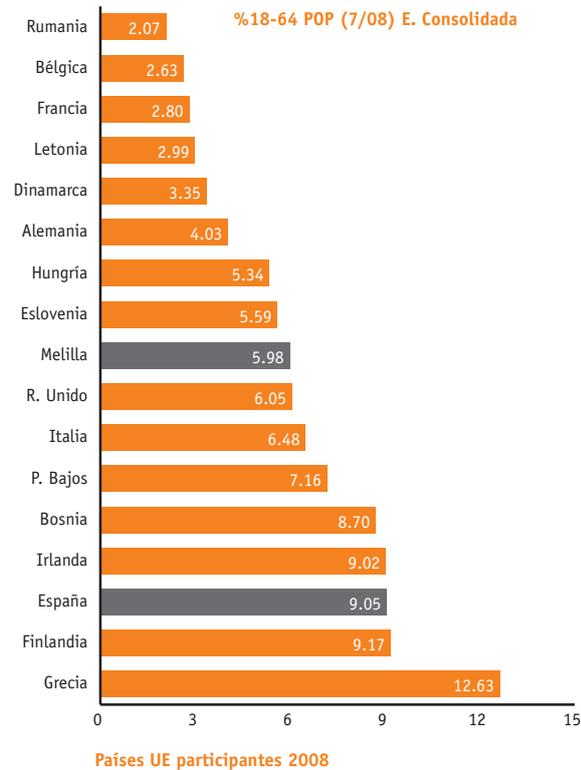
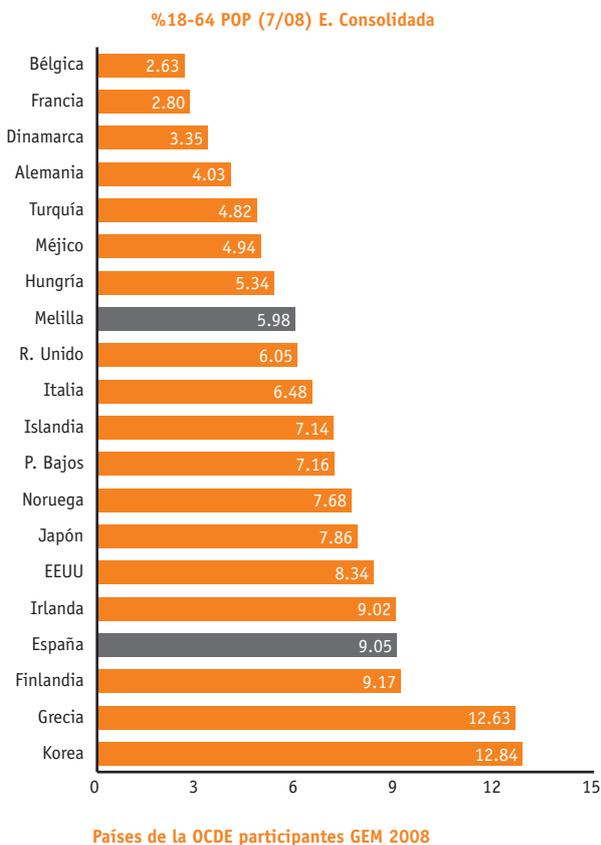


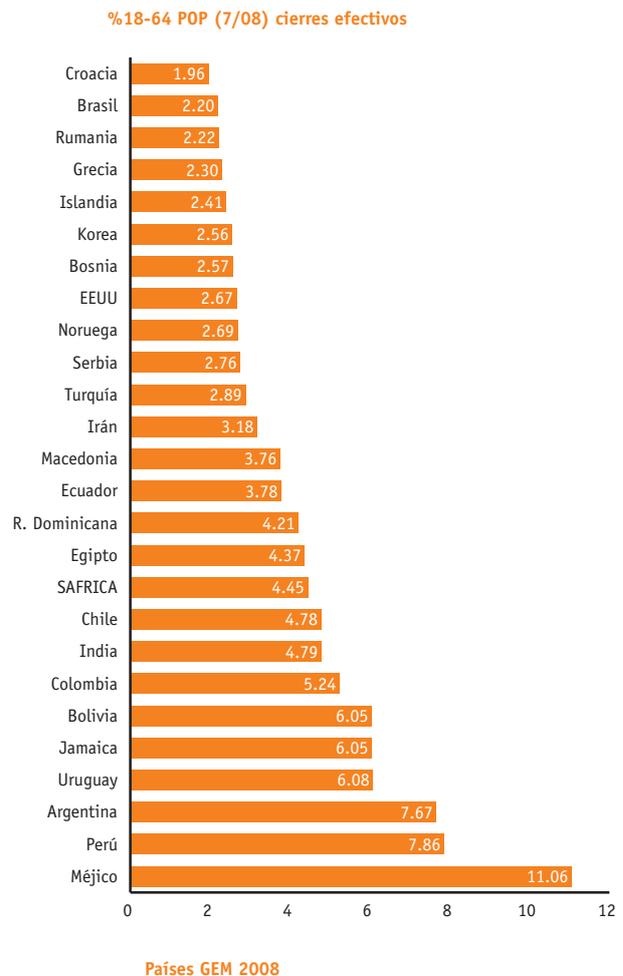
Figura 1.8. Iniciativas consolidadas en Melilla y los países de la OCDE participantes GEM 2008



La descripción de la dinámica empresarial se completa con el estudio del cierre efectivo de iniciativas en los doce meses anteriores, en forma de porcentaje sobre la población de 18-64 años de los países. Téngase en cuenta que en el cálculo de este porcentaje ya se han descontado las actividades que han sido abandonadas por el emprendedor, pero que siguen en marcha. Melilla ocupa una posición muy favorable con respecto a este indicador (Figura 1.9), en el grupo de porcentajes más bajos, junto con países como Bélgica, Finlandia o Alemania.

En general, al observar el conjunto total de países GEM, se aprecia que tanto la natalidad como la mortalidad de iniciativas son, en términos porcentuales, muy superiores en los países en vías de desarrollo o de nueva industrialización, con respecto a los países desarrollados, por lo que podemos afirmar que, en términos generales, la actividad emprendedora se caracteriza por una mayor rotación en las naciones del primer grupo.

Figura 1.9. Porcentaje de cierres reales de iniciativas en Melilla y los países que participan en GEM 2008



1.6. Potencial emprendedor en Melilla en el contexto regional e internacional

En este último apartado se ofrece una síntesis de los datos referidos a los emprendedores potenciales, es decir, aquellos que esperan acometer la puesta en marcha de un negocio o autoempleo en los próximos 3 años.

Como se observa en la Tabla 1.8, un 6,13% de la muestra manifiesta esta intención, lo que inferido al total de la población de Melilla nos indica que en torno a 2.593 melillenses son emprendedores potenciales. En el caso español, este porcentaje asciende al 7,69%, presentando una evolución temporal ascendente, según señala el informe nacional. En cualquier caso, la experiencia demuestra que sólo una parte de dicha intención se lleva finalmente a término, siendo las condiciones globales de la nación y las específicas del entorno del emprendedor las que más condicionan la decisión final. Ante una situación económica como la actual, todo podría suceder: retraimiento de la intención, o mayor consideración de esta alternativa frente a la falta de empleo (dependiendo de los condicionantes de financiación, entre otras cosas).

Tabla 1.8. Potencial emprendedor de la población de Melilla de 18-64 años

	Estimación puntual sobre la población de 18-64 años		Estimación por intervalo (error±3,06%)	
			Extremo inferior	Extremo superior
Emprendedores potenciales	6,13%	2.593	2.514	2.672

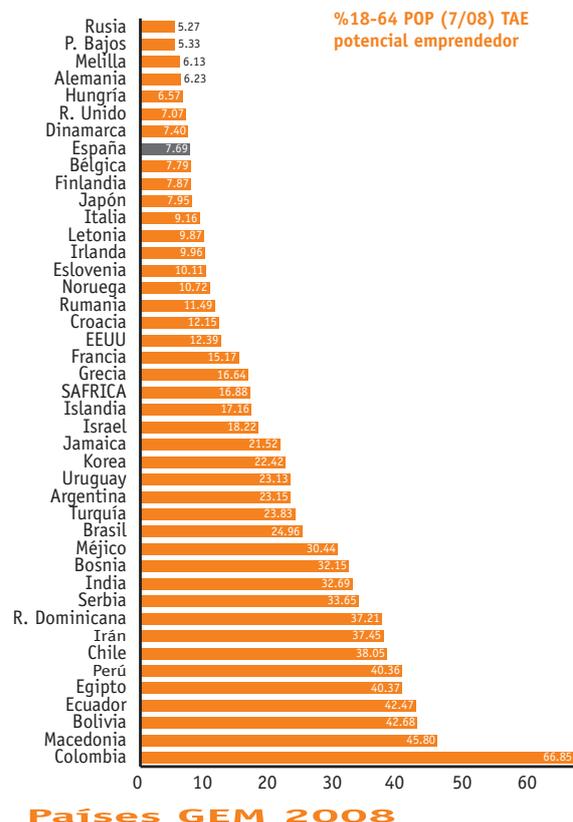
El porcentaje de emprendedores potenciales de Melilla comparado con el del resto de regiones españolas se muestra en la tabla 1.9. Baleares es la comunidad que presenta un mayor potencial emprendedor, con un porcentaje de 10,55%, seguida de Madrid (9,88%) y Canarias (9,63%). En los niveles más bajos en cuanto a las intenciones de la población de iniciar un negocio, encontramos a Castilla-La Mancha, con 5,59%. Melilla queda situada por debajo de la media española (6,13% y 7,69%, respectivamente), al igual que ocurría al estudiar el indicador de la actividad emprendedora total (TEA), cifrado en 4,41% para Melilla y en 7% para España (Tabla 1.7). En general, y exceptuando algunos casos, si observamos ambas tablas, podemos afirmar que las regiones con mayor porcentaje de emprendedores potenciales tienden a presentar también mayores tasas de actividad emprendedora, y viceversa.

Tabla 1.9. Porcentaje de emprendedores potenciales en las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas

Comunidad Autónoma	% Emprendedores potenciales
ANDALUCÍA	6,43
ARAGÓN	7,67
ASTURIAS	5,93
BALEARES	10,55
C. LEÓN	7,54
C. MANCHA	5,59
C. VALENCIANA	6,91
CANARIAS	9,63
CATALUÑA	8,43
CEUTA	6,45
ESPAÑA	7,69
EXTREMADURA	8,80
GALICIA	6,98
LA RIOJA	6,16
MADRID	9,88
MELILLA	6,13
MURCIA	6,94
NAVARRA	7,50
PAÍS VASCO	7,80

Por último, ofrecemos una comparativa internacional con el conjunto de países participantes en GEM 2008 (Figura 1.10). En este caso, apreciamos grandes disparidades en torno al potencial emprendedor, motivadas por causas ya comentadas, como los diferentes estadios de desarrollo, el nivel de necesidad ante la falta de alternativas de trabajo, grado de acceso al empleo funcional, etc. España queda alineada con la mayoría de países de la UE, mientras que Melilla se sitúa por debajo de la media española, sólo superando a Rusia y Países Bajos.

Figura 1.10. Porcentaje de emprendedores potenciales de Melilla y los países GEM 2008



Capítulo 2: Tipos de comportamiento emprendedor



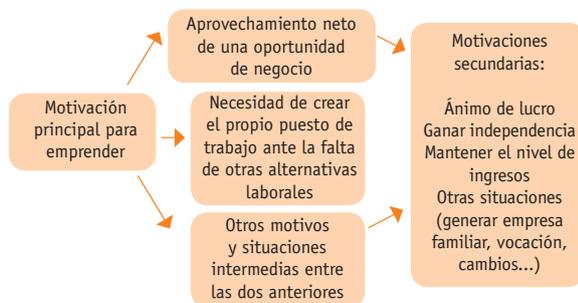
INFORME EJECUTIVO 2007- 2008 MELILLA

Capítulo 2: TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

2.1. Introducción:

Cada iniciativa emprendedora responde a algún tipo de motivación. A través de las preguntas que contiene la encuesta GEM se exploran ciertos aspectos del comportamiento emprendedor, sustentados en las teorías académicas que propone la literatura más reconocida al respecto. Concretamente, los análisis del observatorio se concentran en el siguiente modelo (figura 2.1). En los siguientes apartados haremos un análisis de estas motivaciones en la ciudad de Melilla.

Figura 2.1. Motivación principal para poner en marcha una iniciativa que da lugar a diferentes comportamientos emprendedores



2.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

La Tabla 2.1 resume las cifras relativas a los diversos comportamientos emprendedores en Melilla, sobre la población de 18-64 años de edad, distinguiendo entre las iniciativas que están en fase naciente (start up), nueva (baby business) y la total que aglutina a ambas (no sobrepasa de los 42 meses de vida).

Si consideramos el porcentaje de iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses de vida o tasa de actividad emprendedora total (TEA) para Melilla, la gran mayoría se crean por aprovechamiento de una oportunidad pura (3,0%). Le sigue, en orden de importancia, los casos en los que la actividad emprendedora responde a una oportunidad en parte (0,6%). La motivación referida a la necesidad de crear el propio puesto de trabajo, ante la falta de otras alternativas, es de un 0,6% de los casos. Sólo un 0,2% corresponde a otro caso, es decir, a un motivo no clasificable.

Tabla 2.1. Distribución de iniciativas emprendedoras en Melilla en función de su fase y su motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población española de 18-64 años)

Motivo de su creación	Tipo de iniciativa		
	Naciente (0-3 meses)	Nueva (3-42 meses)	TEA Total (< 42 meses)
Oportunidad pura	1,3%	1,7%	3,0%
Oportunidad en parte	0,5%	0,1%	0,6%
Necesidad	0,1%	0,5%	0,6%
No clasificable, otro caso	0,00%	0,2%	0,2%
Total	1,9%	2,5%	4,4%

Si distinguimos entre las iniciativas nacientes y las nuevas, en ambos casos el porcentaje mayor corresponde a la oportunidad pura como motivación (1,3% y 1,7%, respectivamente). La motivación como oportunidad en parte es para las iniciativas nacientes de un 0,5% y para las nuevas de un 0,1%. En cuanto a la motivación por necesidad, en las iniciativas nacientes es de un 0,1% y en el caso de iniciativas nuevas es de un 0,5%. Un 0,2% de las iniciativas nuevas se encuentran en la categoría de otro caso, no encontrándose esta categoría en las iniciativas nacientes.

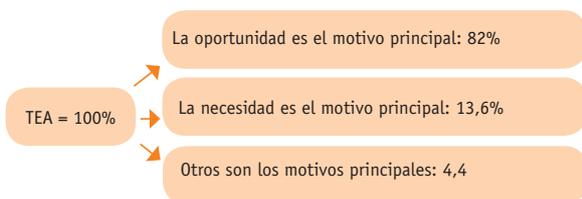
En la Tabla 2.2 se presenta la comparación entre las motivaciones de Melilla con el caso de España. En ésta la oportunidad pura es también la motivación principal de la actividad emprendedora (3,8%), junto a la oportunidad en parte (1,8%). Un 1,0% de las actividades emprendedoras están motivadas por la necesidad, cuando en el caso de Melilla era de un 0,6%. El resto, un 0,4% de las actividades emprendedoras en España, señala otros motivos. El porcentaje es menor en Melilla, un 0,2%.

Tabla 2.2. Distribución de iniciativas emprendedoras en Melilla y en España en función de su motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población española de 18-64 años)

Motivo de su creación	Tipo de iniciativa	
	TEA Melilla	TEA España
Oportunidad pura	3,0%	3,8%
Oportunidad en parte	0,6%	1,8%
Necesidad	0,6%	1,0%
No clasificable, otro caso	0,2%	0,4%
Total	4,4%	7,0%

Los resultados de la Figura 2.2 permiten visualizar fácilmente que del total de la actividad emprendedora de Melilla, la gran mayoría (más de tres cuartas partes), se crea, principalmente, por aprovechamiento de una oportunidad. En concreto, un 82%. El resto se reparte entre un 13,6% cuyo motivo es la necesidad y un 4,4% cuya motivación es otra.

Figura 2.2. Distribución de la actividad emprendedora total en Melilla en 2008 en función del principal motivo de su creación



Si comparamos el caso de Melilla con la totalidad de España, coincide en ambos casos la oportunidad como motivo principal de la actividad emprendedora. La necesidad es un motivo para la actividad emprendedora melillense (13,6%) en menor medida que para la totalidad nacional (14,8%). En este caso, destacan otros motivos principales para la actividad emprendedora, un 5,2%, algo más que en la ciudad de Melilla (4,4%).

Tabla 2.3. Motivación principal de las actividades emprendedoras en Melilla y en España (TEA=100%)

Motivo de la creación	Melilla	España
La oportunidad es el motivo principal	82%	80,0%
La necesidad es el motivo principal	13,6%	14,8%
Otros son los motivos principales	4,4%	5,2%
Total	100,0%	100,0%

Este claro predominio de la motivación de emprender por oportunidad, típica de los países desarrollados, se viene dando en España desde que se confecciona el informe GEM. En este segundo año en el que se elabora el informe GEM para Melilla, también se vuelve a detectar este comportamiento en la ciudad. Además, en Melilla es algo mayor el porcentaje de actividades emprendedoras que se producen por oportunidad como motivo principal.

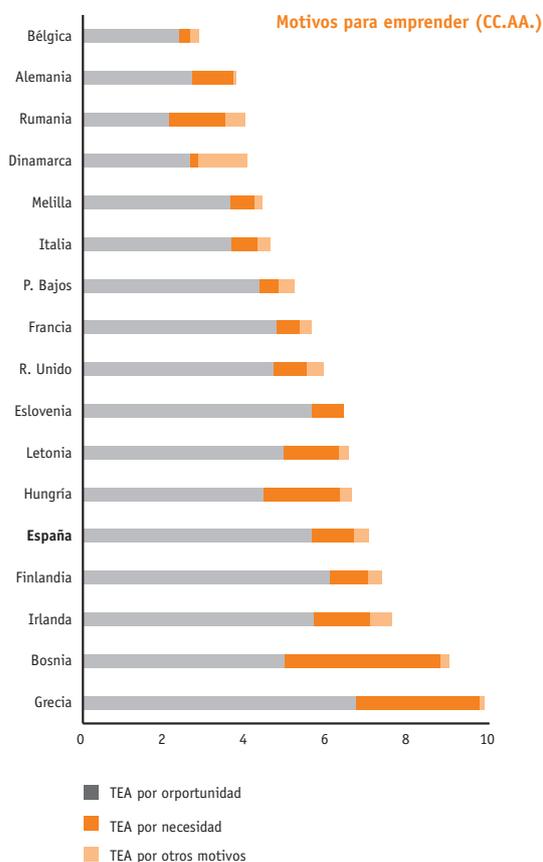
En el año 2008, al menos hasta el mes de julio, en España sigue predominando la oportunidad como motivo de creación de las iniciativas que están en fase emprendedora, es decir, que tenían entre 0 y 42 meses en el momento de la encuesta GEM. La necesidad se mantiene en el mismo nivel, mientras que la oportunidad aumenta y otros motivos disminuyen su proporción con respecto al año 2007. En la Tabla 2.4 no se aprecian diferencias significativas entre la situación del año 2007 y la del 2008 en las mismas fechas, por lo que la recesión todavía no había hecho mella en el sentido de impulsar la actividad emprendedora por necesidad a una escala notable. Es de esperar que este indicador note los efectos de la crisis en la próxima edición, pues su recrudescimiento corresponde a Septiembre y meses siguientes.

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

Año de medición	TEA	TEA oportunidad	TEA necesidad	TEA otro caso
2001	6,32 (100%)	4,46 (70,5%)	1,61 (25,5%)	0,25 (4,0%)
2002	4,59 (100%)	3,42 (74,5%)	1,02 (22,2%)	0,15 (3,3%)
2003	6,77 (100%)	6,05 (89,4%)	0,51 (7,5%)	0,21 (3,1%)
2004	5,15 (100%)	4,53 (88,0%)	0,62 (12,0%)	0,00 (0,0%)
2005	5,40 (100%)	4,40 (81,5%)	0,80 (14,8%)	0,20 (3,7%)
2006	7,27 (100%)	6,11 (84,1%)	1,10 (15,2%)	0,04 (0,6%)
2007	7,62 (100%)	5,82 (76,4%)	1,13 (14,9%)	0,66 (8,7%)
2008	7,00 (100%)	5,60 (80,0%)	1,00 (14,8%)	0,40 (5,2%)

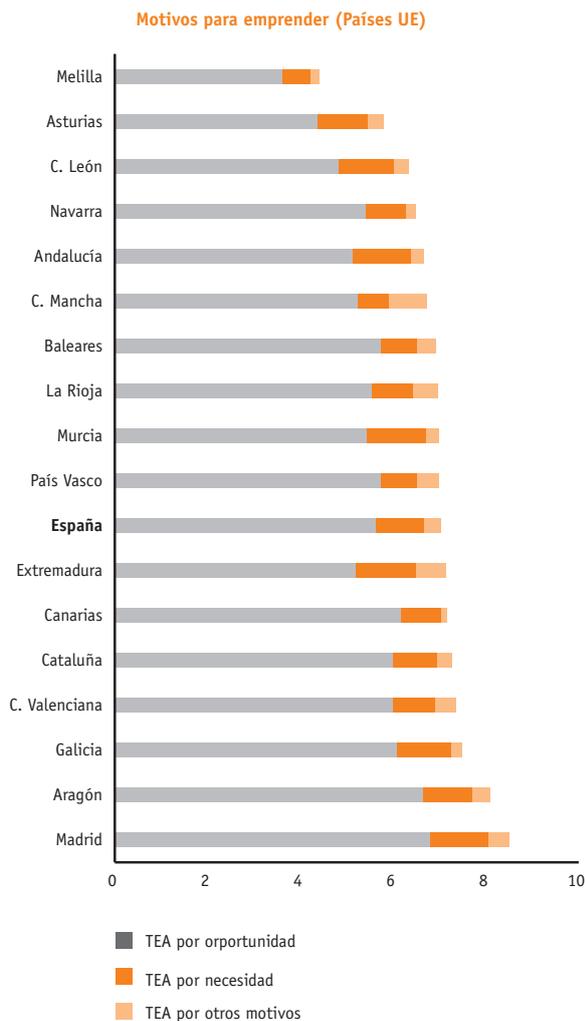
En cuanto a la posición relativa de Melilla acerca de los indicadores anteriores en el contexto europeo, en la Figura 2.3 podemos observar cómo países como Alemania, Bélgica, Dinamarca y Rumania tienen una TEA por debajo de la de Melilla de 4,4%. Además, del gráfico siguiente se puede resaltar el hecho de que en todos los países de la UE que participan en GEM es la oportunidad la motivación principal de la actividad emprendedora.

Figura 2.3. Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en Melilla y en los países que han participado en GEM 2008 de la UE



Si comparamos la TEA de Melilla con las del resto de regiones de España que han participado en el 2008 en GEM (Figura 2.4), se puede comprobar cómo Melilla se encuentra a la cola, en una de las posiciones más bajas junto con Asturias y Ceuta. En todos los casos, la mayor parte de las actividades emprendedoras está motivada por la búsqueda de una oportunidad más que por la necesidad.

Figura 2.4. Distribución de la actividad emprendedora total en función del principal motivo de su creación en las diferentes regiones de España que han participado en GEM 2008



2.3. Análisis de otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en Melilla

En el análisis de las motivaciones que llevan a un emprendedor a iniciar una actividad empresarial pueden encontrarse factores o situaciones intermedias entre la detección de una oportunidad y la necesidad. En este apartado se consideran

motivos más personales, relacionados generalmente con el desarrollo personal y profesional, tales como la búsqueda de una mayor independencia, el aumento de los ingresos, el mantenimiento de los ingresos actuales, el tratarse de una empresa familiar y otros motivos que subyacen bajo la oportunidad.

En el caso de Melilla, podemos observar, de los datos contenidos en la Figura 2.5, que de la totalidad de emprendedores por oportunidad, el mayor porcentaje corresponde al deseo de aumentar los ingresos (45,1%). La búsqueda de mayor independencia también es un motivo señalado para emprender la actividad (23,7%), o mantener los ingresos (18,3%). Un alto porcentaje, un 12,8%, corresponde a otros motivos. No destaca, en cambio, el hecho de que se trate de una empresa familiar, como motivo para emprender.

Figura 2.5. Análisis de otros motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad

Emprendedores por oportunidad	MELILLA
Mayor independencia	23,7%
Aumentar ingresos	45,1%
Mantener ingresos	18,3%
Otro caso o no sabe	12,8%
Empresa Familiar	0,0%
Se niega a contestar	0,0%

Si comparamos los datos de Melilla con los datos nacionales (Tabla 2.5.), se observa que hay gran diferencia, sobre todo en el motivo de la independencia, ya que a nivel nacional corresponde a un 46,6% de las iniciativas y el dato es mucho menor en Melilla, un 23,7%. El aumento de los ingresos como motivo es algo mayor en Melilla que a nivel nacional, pero los datos no se alejan demasiado. En el caso del mantenimiento de los mismos, representa un 18,3% de las actividades emprendedoras de Melilla y un 10,8% en el caso de España. Otra gran diferencia está en el porcentaje de "otros casos", que en Melilla es de un 12,8% del total de las iniciativas mientras que en España es sólo del 0,3%.

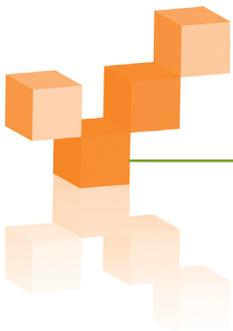
Tabla 2.5. Motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad en Melilla y en España

Emprendedores por oportunidad	MELILLA	ESPAÑA
Mayor independencia	23,7%	46,6%
Aumentar ingresos	45,1%	42,3%
Mantener ingresos	18,3%	10,8%
Otro caso o no sabe	12,8%	0,3%
Empresa Familiar	0,0%	0,0%
Se niega a contestar	0,0%	0,0%

Capítulo 3

perfil socioeconómico del emprendedor

INFORME EJECUTIVO 2007- 2008 MELILLA



Capítulo 3: PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR RESIDENTE EN MELILLA

3.1. Introducción:

En este capítulo del informe se aborda el perfil medio de los emprendedores que residen en Melilla, tomando como variables de segmentación la información suministrada por los entrevistados que estaban involucrados en una iniciativa emprendedora.

De acuerdo con la metodología del observatorio GEM, se clasifican en “emprendedores nacientes”, los involucrados en una iniciativa naciente de hasta 3 meses; los “nacientes”, iniciativas de 3 a 42 meses; y los “consolidados”, “de más de 42 meses. También se analiza el perfil de los “emprendedores potenciales”, que son aquéllos que tienen en mente la idea de poner en marcha un negocio o autoempleo en los próximos 3 años, y los que han abandonado una iniciativa en los doce últimos meses.

Las variables consideradas para cada tipo son: el sexo, la edad, el nivel de estudios, el nivel de renta, el estatus laboral, los antecedentes emprendedores y su lugar de origen. En cada uno de los perfiles haremos una comparación entre el emprendedor de Melilla y el emprendedor medio español.

3.2. Perfil del emprendedor naciente (hasta 3 meses de actividad)

En la Tabla 3.1 aparecen los datos de las variables mencionadas en comparación con la media nacional. En el caso del perfil del emprendedor naciente, éste es en su mayoría hombre (72,5%). La edad que predomina está en el intervalo de 25-34 años (39,8%) y le sigue el intervalo 18-24 (31,0%). Por tanto, se puede destacar la juventud del emprendedor melillense naciente. Si comparamos estos datos con la media nacional de los emprendedores nacientes, éstos son también en su mayoría hombres, pero el porcentaje es mucho menor (un 55,3%), es decir, observando la media nacional existen una mayor igualdad entre hombres y mujeres emprendedoras que en la ciudad de Melilla. En cuanto a los intervalos de edad, la ciudad no se aleja en gran medida de la media nacional, ya que aunque la mayoría (un 29%) se encuentra entre los 35 y los 44 años, el porcentaje de los emprendedores que se encuentran entre 25 y 34 años le sigue de cerca (28,2%).

En cuanto a la formación, hay que resaltar la baja formación del emprendedor melillense, puesto que sólo un 33,7% tiene estudios superiores (diplomatura y licenciatura). La

mayor parte (41,2%) sólo tiene estudios de secundaria o bachillerato. En el caso de España, el porcentaje de emprendedores nacientes con estudios superiores es bastante similar (34%), aunque es mayor el porcentaje de los mismos que sólo posee estudios de enseñanza obligatoria (23,8%), así como estudios de FP (20,6%).

En cuanto a la renta, los emprendedores nacientes de Melilla superan la media nacional, ya que en España no llegan a un 20,2% los emprendedores que se sitúan en el tercio superior, cuando en Melilla el 43,1% supera los 2.400 euros.

Tabla 3.1. Perfil del emprendedor naciente (hasta 3 meses de actividad) de Melilla y España

	MELILLA	ESPAÑA
Sexo	%	%
Hombre	72,5	55,3
Mujer	27,5	44,7
Edad	%	%
18-24	31	8,0
25-34	39,8	28,2
35-44	20,0	29,0
45-54	9,2	20,9
55-64	0,0	13,8
Estudios	%	%
No tiene	0,0	0,0
Enseñanza obligatoria	13,7	23,8
Secundarios bachillerato	41,2	21,6
Medios FP todos tipos	11,4	20,6
Superiores Diplomados y Licenciados	33,7	34,0
Renta	%	%
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	9,5	13,7
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	28,2	56,1
Tercio superior (más de 2.400 euros)	43,1	20,2
NS / NC	19,2	10,0
Antecedentes	%	%
Había tenido una experiencia diferente	16,5	18,2
No había sido emprendedor con anterioridad	83,5	81,7
No especifica	0,0	0,1
Origen	%	%
Español	81,1	87,9
Extranjero	11,4	12,1
No especifica	7,5	0,0
No especifica	0,0	0,1
Origen	%	%
Español	81,1	87,9
Extranjero	11,4	12,1
No especifica	7,5	0,0

Sobre el estatus laboral, el 100% trabaja, ya sea a tiempo completo o a tiempo parcial, tanto en Melilla como en España. La mayor parte de los emprendedores nacionales no han tenido experiencia previa. Así lo reconoce un 81,7%; algo menos que en la ciudad autónoma, donde un 83,5% no ha sido emprendedor con anterioridad, y un 16,5% de los emprendedores nacientes habían tenido una experiencia emprendedora diferente a la actual, frente al 18,2% de los emprendedores nacientes españoles.

El origen de los emprendedores melillenses es en su mayoría español, (81,1%), mientras que en el caso de España el origen de estos emprendedores suele ser español en un 87,9% de los casos. El porcentaje de extranjeros es similar: en España un 12,1% y en Melilla un 11,4%. Lo que ocurre es que un 7,5% de los emprendedores nacientes de Melilla no especifica su nacionalidad (hecho que no ocurre en España).

En general, nos encontramos en Melilla ante un emprendedor naciente que es hombre, joven (edad media 31,3 años), sin estudios superiores ni experiencia previa, español, que dedica todo su tiempo a esta actividad y obtiene unos ingresos relativamente altos.

3.3. Perfil del emprendedor nuevo (entre 3 y 42 meses de actividad)

En el caso del emprendedor nuevo, el porcentaje de hombres es menor que en el caso de los nacientes, ya que es de un 65,9%, pero aún se sigue alejando de la media nacional (un 59,7% de los emprendedores son hombres). También se afianza la edad del emprendedor en el intervalo 25-34 años, ya que la mitad de los emprendedores se encuentra en este intervalo. En el caso del emprendedor nuevo español también la mayoría se encuentra en este intervalo, aunque en menor proporción (35,8%) (Tabla 3.2).

Este emprendedor nuevo goza de una mayor formación, ya que se reduce el porcentaje de emprendedores que sólo posee estudios de secundaria o bachillerato (13,1%) a favor de los que poseen estudios medios de FP (25,1%). Aún así, sigue siendo bajo el porcentaje de los que poseen estudios superiores, diplomatura o licenciatura (30,8%). Estos datos son bastantes similares a los de la media nacional, salvo en el caso de los emprendedores cuyo nivel de formación llega a la enseñanza secundaria que en España es de un 22,7% y los que llegan a la enseñanza obligatoria (25,0%) que en Melilla corresponde al 30,8%.

La mayoría no ha tenido experiencia previa (un 74,2%), frente al 25,8% que sí había sido emprendedor con anterioridad.

El nivel de renta no es tan alto como en el caso anterior. El 36,5% se sitúa en el tercio inferior, de hasta 1.200 euros. Un 29,6% obtiene unos ingresos entre 1.200 y 2.400 euros y sólo un 10,0 % se encuentra en el tercio superior. En el caso del emprendedor nuevo español la renta es algo

superior, ya que el mayor porcentaje corresponde al tercio medio (un 50,5%) y le sigue el 30,8% de los emprendedores que se encuentran en el tercio superior.

El 100% trabaja, ya sea a tiempo completo o a tiempo parcial. Los datos sobre el estatus laboral son los mismos a nivel nacional. En un 74,2% de los casos no había tenido experiencia emprendedora con anterioridad, porcentaje similar al del conjunto de España.

El caso de extranjeros es más bajo aún que el del empresario naciente (un 8,3%), el resto tiene nacionalidad española. En este caso, todos los encuestados especifican la nacionalidad. La media nacional muestra un mayor porcentaje de extranjeros (13,2%).

El emprendedor nuevo melillense se trata, preferentemente de un hombre, de edad joven (media de 34,9 años), con estudios medios, nivel de renta bajo, en activo, que no ha emprendido otro negocio con anterioridad y que tiene nacionalidad española.

Tabla 3.2. Perfil del emprendedor nuevo (entre 3 y 42 meses de actividad) de Melilla y España

	MELILLA	ESPAÑA
Sexo	%	%
Hombre	65,9	59,7
Mujer	34,1	40,3
Edad	%	%
18-24	11,0	8,4
25-34	50,2	35,8
35-44	14,3	29,5
45-54	16,8	16,1
55-64	7,7	10,2
Estudios	%	%
No tiene	0,0	3,3
Enseñanza obligatoria	30,8	25,0
Secundarios bachillerato	13,2	22,7
Medios FP todos tipos	25,1	20,2
Superiores Diplomados y Licenciados	30,8	32,2
Renta	%	0,0
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	36,5	17,1
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	29,6	50,5
Tercio superior (más de 2.400 euros)	10,0	30,8
NS / NC	23,9	21,4
Antecedentes	%	%
Había tenido una experiencia diferente	25,8	21,2
No había sido emprendedor con anterioridad	74,2	74,8
No especifica	0,0	0,5
Origen	%	%
Español	91,7	86,8
Extranjero	8,3	13,2
No especifica	0,0	0,0

3.4. Perfil del emprendedor consolidado (más de 42 meses de actividad)

Centrándonos ahora en el emprendedor consolidado (Tabla 3.3), es decir, aquél cuya actividad ya tiene una duración de más de 42 meses, podemos decir, que sigue siendo en su mayoría hombre (68,6%); con nacionalidad española (89,2%); algo mayor que los emprendedores anteriores, en concreto con una edad media de 40,5 años; con estudios más bajos (un 37,8% sólo ha finalizado la enseñanza obligatoria). Un 28,9% tiene una renta que se sitúa en el tercio medio, el resto se reparte casi en los mismos porcentajes entre los que tienen una renta en el tercio superior e inferior.

Si comparamos estos datos con los nacionales, ocurre lo mismo que en el caso anterior. En Melilla el porcentaje de mujeres emprendedoras es más bajo (un 31,4% frente a un 40,7% de media nacional). La edad media nacional mayoritaria se sitúa el intervalo entre 35 y 44 años (un 28,8% de los emprendedores tiene una edad entre estos márgenes). En Melilla, el emprendedor consolidado tipo también se encuentra en este intervalo en un porcentaje algo mayor (32,6%).

Tabla 3.3. Perfil del emprendedor consolidado (más de 42 meses de actividad) en Melilla y España

	MELILLA	ESPAÑA
Sexo	%	%
Hombre	68,6	59,3
Mujer	31,4	40,7
Edad	%	%
18-24	8,1	4,5
25-34	24,0	19,9
35-44	32,6	28,8
45-54	23,9	27,0
55-64	11,5	19,9
Estudios	%	%
No tiene	0,0	0,0
Enseñanza obligatoria	37,8	34,1
Secundarios bachillerato	22,6	20,8
Medios FP todos tipos	17,2	18,6
Superiores Diplomados y Licenciados	20,9	26,5
Renta	%	%
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	16,8	20,1
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	28,9	32,7
Tercio superior (más de 2.400 euros)	16,8	30,0
NS / NC	37,5	16,3
Antecedentes	%	%
Había tenido una experiencia diferente	49,9	28,3
No había sido emprendedor con anterioridad	50,1	71,7
No específica	0,0	0,0
Origen	%	%
Español	89,2	94,4
Extranjero	10,8	5,6
No específica	0,0	0,0

En el caso del estatus laboral, el emprendedor consolidado de Melilla trabaja, ya sea a tiempo completo o a tiempo

parcial. En el caso de España este porcentaje es del 99,9%, habiendo algún caso de estudiantes y personas en paro.

Otro aspecto que destaca es el hecho de que la mitad de los emprendedores consolidados melillenses ha tenido experiencia previa. En el caso de la media nacional el porcentaje es menor, ya que sólo el 28,3% había tenido en el pasado una experiencia emprendedora diferente a la actual.

En cuanto a la formación de estos emprendedores, ocurre en Melilla algo similar al caso nacional. El 37,8% tiene estudios de enseñanza obligatoria (en el caso de España el porcentaje es de 34,1%). Sólo un 20,9% tiene estudios superiores.

Con respecto a la nacionalidad, en el caso de Melilla es mayor el porcentaje de emprendedores consolidados extranjeros (10,8%) en comparación con la media nacional (5,6%).

3.5. Perfil del emprendedor que ha abandonado una actividad

El perfil que se presenta a continuación corresponde a todas aquellas personas que han abandonado una actividad emprendedora en Melilla en los 12 últimos meses, independientemente de la razón que los impulsó a hacerlo (Tabla 3.4).

En cuanto al sexo los porcentajes cambian en este caso, ya que la mayoría de emprendedores que ha abandonado la actividad es mujer (54,5%). La edad mayoritaria está entre los 25 y los 34 años (27,6%), aunque también destaca el intervalo de 45 a 54 (en un 24,4% de los casos) y de 18 a 24 (en un 24,2%).

Un 45,4% de estas personas sólo tiene estudios de enseñanza obligatoria y un 23,1% tiene estudios superiores.

La renta máxima es de 1.200 euros en el 43,1% de los casos y entre 1200 y 2400 euros en el 13,2%. Sólo un 6,7% se encuentra en el tercio superior sobrepasando los 2.400 euros.

Sólo el 32,2% había tenido una experiencia previa emprendedora diferente a la actual.

Con respecto al estatus laboral, el 63% trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial, el 21,6% se dedica a labores del hogar y el 15,4% está estudiando o jubilado. En el caso de la media nacional, el 81,8% trabaja, ya sea a tiempo completo o a tiempo parcial, el 5% no trabaja, el 5,1% está jubilado o estudiando y el 8,1% restante se dedica a labores del hogar.

En el 100% de los casos el origen de estos emprendedores es español.

Por tanto, se trata preferentemente de una mujer española, con una edad media de 39,5 años, con estudios de enseñanza obligatoria en la mayoría de los casos, y con un nivel de renta medio.

Tabla 3.4. Perfil del emprendedor que ha abandonado una actividad

	MELILLA	ESPAÑA
Sexo	%	%
Hombre	45,4	50,7
Mujer	54,6	49,3
Edad	%	%
18-24	24,2	6,7
25-34	27,6	26,1
35-44	0,0	25,3
45-54	24,3	26,6
55-64	23,9	15,2
Estudios	%	%
No tiene	0,0	0,0
Enseñanza obligatoria	45,4	30,1
Secundarios bachillerato	18,7	24,9
Medios FP todos tipos	12,8	17,2
Superiores Diplomados y Licenciados	23,1	27,8
Renta	%	%
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	43,1	33,3
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	13,2	28,7
Tercio superior (más de 2.400 euros)	6,7	17,6
NS / NC	37,0	20,4
Antecedentes	%	%
Había tenido una experiencia diferente	32,2	28,3
No había sido emprendedor con anterioridad	67,8	71,7
No específica	0,0	
Origen	%	%
Español	100,0	89,1
Extranjero	0,0	10,9
No específica	0,0	0,0

Comparando estos datos con la media nacional encontramos aspectos en los que la ciudad no se aleja demasiado de la media nacional y otros aspectos en los que sí. La tasa de mujeres es más alta. El 49,3% de los emprendedores en España que abandonan son mujeres, mientras que el porcentaje es mayor en Melilla (54,5%). La renta media es más baja, ya que la mayoría se encuentra en el tercio inferior (33,3%). Otra diferencia está en el porcentaje de extranjeros, que en España es de 10,9%, mientras que en Melilla todos son de nacionalidad española.

3.6. Perfil del emprendedor potencial

Se considera que una persona es un emprendedor potencial si ha respondido afirmativamente a la pregunta de tener intención de emprender en los próximos tres años tras la encuesta GEM.

Si bien es cierto, que el porcentaje de hombres sigue siendo mayor que el de mujeres, con respecto a los casos anteriores (empresario naciente, nuevo y consolidado) aumenta el número de mujeres. Un 38,4% de los emprendedores potenciales son mujeres. En España, la tasa de mujeres potencialmente emprendedoras (42,8%) es superior a la de Melilla. En cuanto a la edad, el porcentaje mayor (40%) se sitúa entre los 25 y los 34 años de edad y también aparecen emprendedores potenciales situados en el intervalo 35-44 (21,4%) y en el de 18-24 (20,1%).

Tabla 3.5. Perfil del emprendedor potencial en Melilla y España

	MELILLA	ESPAÑA
Sexo	%	%
Hombre	61,6	57,2
Mujer	38,4	42,8
Edad	%	%
18-24	20,1	12,5
25-34	40	25,5
35-44	21,4	26,3
45-54	12,6	22,4
55-64	5,7	13,2
Estudios	%	%
No tiene	0,0	0,0
Enseñanza obligatoria	17,8	26,8
Secundarios bachillerato	23,3	22,7
Medios FP todos tipos	21,8	18,8
Superiores Diplomados y Licenciados	35,6	31,7
Renta	%	0,0
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	21,7	25,1
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	23,9	40,0
Tercio superior (más de 2.400 euros)	24,8	23,9
NS / NC	29,7	11,0
Antecedentes	%	%
Había tenido una experiencia diferente	28,4	
No había sido emprendedor con anterioridad	71,6	
No específica	0,0	
Origen	%	%
Español	82,9	86,7
Extranjero	14,7	13,3
No específica	2,4	0,0

Un 71,6% de los emprendedores potenciales no ha sido emprendedor con anterioridad.

Con respecto a la formación, el 35,6% tiene estudios superiores, aunque un 23,3% sólo llega a la enseñanza secundaria o bachillerato. En el caso nacional los datos son bastantes similares.

En cuanto a la renta aparece una mayor igualdad entre los intervalos, el 24,8% se sitúa en el tercio superior (más de 2.400 euros), el 23,9% en el tercio medio (1.200-2.400 euros) y el 21,7% en el inferior (hasta 1.200 euros). En España es mayor el porcentaje de los emprendedores potenciales que se sitúan en el tercio medio de la renta (un 40%).

El 86,1% de estos emprendedores trabajan, ya sea a tiempo completo o a tiempo parcial. El 2,4% se dedica a labores del hogar, el 8,9% es estudiante o está jubilado y el 2,6% no trabaja. En España es el 85,3% el porcentaje de emprendedores que trabajan, ya sea a tiempo completo o a tiempo parcial, un 7,4% no trabaja y un 7,3% está jubilado o estudiando.

Por último, en Melilla el origen es mayoritariamente español (82,9%), un 14,7% es extranjero y un 2,4% no especifica su nacionalidad. En España, aunque la gran mayoría de los emprendedores potenciales (86,7%) son españoles, se aprecia una notable disminución con respecto al año anterior del porcentaje de extranjeros, de un 23% en el 2007 se ha pasado prácticamente a la mitad en 2008 (13,3%).

El perfil medio de este colectivo en Melilla es: hombre, joven (edad media de 34,1 años), con estudios superiores o de secundaria y bachillerato, nivel de renta variado, no había tenido experiencia previa, está en activo y es español.

3.7. Perfil del emprendedor en general de Melilla

En este apartado se presenta el perfil del emprendedor melillense, aglutinando a los que están en las categorías de naciente y nuevo (de 0 a 42 meses). Los datos comparativos del perfil del Melilla y España pueden verse en la Tabla 3.7.

El emprendedor melillense es preferentemente hombre, con una edad media de 33,4 años, con estudios superiores, nivel de renta medio, trabaja habitualmente en la iniciativa que está desarrollando, no ha sido emprendedor con anterioridad en una actividad distinta a la actual y es de origen español.

Haciendo un análisis más detallado de los datos, podemos matizar que, de los emprendedores, un 68,7% es hombre. En consecuencia, el porcentaje de mujeres emprendedoras no llega a un tercio de los existentes.

El 45,7% tiene una edad comprendida entre los 25 a los 34 años; por tanto, joven. Un 19,6% tiene entre 18 y 24 años, y un 16,8% entre 35 y 44 años. El 90% es español y el 9,9% extranjero.

Sobre su formación, un 32,1%, tiene estudios superiores. Un 25,4% tiene estudios secundarios o bachillerato. Aunque hay que destacar que un 23,4% sólo tiene estudios de enseñanza obligatoria. Por tanto, la formación es un punto débil del emprendedor melillense.

Sobre la renta, el 29% se encuentra en el tercio medio, el 24,8% en el tercio inferior y el 24,3% en el superior.

Tabla 3.7. Perfil del emprendedor de Melilla y España en general

	MELILLA	ESPAÑA
Sexo	%	%
Hombre	68,7	57,8
Mujer	31,3	42,2
Edad	%	%
18-24	19,6	8,2
25-34	45,7	26,8
35-44	16,8	30,8
45-54	13,5	21,5
55-64	4,3	12,8
Estudios	%	%
No tiene	0,0	0,0
Enseñanza obligatoria	23,4	25,2
Secundarios bachillerato	25,4	22,1
Medios FP todos tipos	19,2	20,7
Superiores Diplomados y Licenciados	32,1	32,0
Renta	%	%
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	24,8	16,3
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	29	52,2
Tercio superior (más de 2.400 euros)	24,3	20,6
NS / NC	21,9	10,9
Antecedentes	%	%
Había tenido una experiencia diferente	21,8	20,5
No había sido emprendedor con anterioridad	78,2	79,1
No especifica	0,0	0,7
Origen	%	%
Español	90	87,8
Extranjero	9,9	12,2
No especifica	0,0	0,0

Todos los emprendedores trabajan (no hay jubilados, ni estudiantes, ni personas que se dediquen a labores del hogar, ni personas que no trabajen).

La mayor parte no ha tenido experiencia previa, es decir, no ha sido emprendedor con anterioridad (78,2%).

Comparando los datos de Melilla con la media nacional, podemos comprobar que Melilla no se aleja del perfil del emprendedor español en gran medida, sino sólo en ciertos aspectos. En ambos casos la mayoría son hombres, aunque la media nacional muestra un mayor número de mujeres emprendedoras (un 42,2% frente al 31,3% en la ciudad).

La edad media nacional es de 39,9 años mientras que en Melilla el emprendedor es más joven, con una edad media de 33,4 años.

El emprendedor melillense tiene una formación que ronda la media nacional.

También la renta es algo diferente en Melilla que en la media nacional, ya que en España el 52,2% se encuentra en el tercio medio, cuando en Melilla se reparten más en los tres tercios de renta.

La mayoría de los emprendedores es de nacionalidad española, aunque en ambos casos hay un porcentaje significativo de emprendedores extranjeros, un 9,9% en Melilla y un 12,2% de media nacional.

En el caso de Melilla hay que destacar el porcentaje inferior de emprendedoras para todos los casos, salvo en el de abandono. Aunque ésta es la tónica general del país, al ser la cifra más elevada en la ciudad, será más urgente la necesidad de impulsar a la mujer emprendedora y poner en marcha los mecanismos necesarios para aumentar esta cifra y disminuir la de abandono.

En Melilla casi un 10% de emprendedores es extranjero. Como muestra la tendencia nacional, la presencia de extranjeros se retrae, evidenciando la mayor dificultad de este colectivo para poner en marcha iniciativas en nuestro país en momentos de recesión.

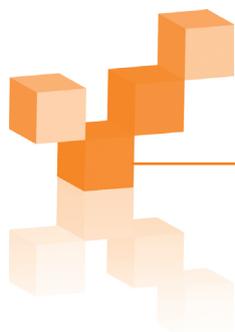
Otro colectivo importante es el de jóvenes, puesto que la mayoría de emprendedores se encuentran en intervalos bajos de edad. Sin embargo, la tendencia nacional muestra, como parte de los síntomas de la recesión, el incremento de la edad media del emprendedor en el 2008, regresando a niveles cercanos a los 40 años. Aumenta la proporción de los más jóvenes, pero se retrae la incorporación de personas de 25 a 34 años. En nuestra ciudad, quizás no se llega a notar tanto el incremento de edad, pero sí bien es cierto que las edades medias de los emprendedores sobrepasan en todos los casos los 30 años.

Los porcentajes de emprendedores con estudios superiores siguen siendo muy bajos, por lo que se debe potenciar la formación del emprendedor. Sólo un 35,6% de los emprendedores potenciales posee estudios superiores, y del emprendedor general un 32,07%



capítulo 4

características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Melilla



INFORME EJECUTIVO 2007- 2008 MELILLA

Capítulo 4: Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Melilla

4.1. Introducción

Tras realizar un análisis en el capítulo anterior de los perfiles de los diferentes emprendedores según el tipo de iniciativa en la que se encuentran involucrados, este capítulo se centra en las iniciativas o empresas en sí que resultan del proceso emprendedor. En este caso, se analizan el conjunto de variables que se detallan más abajo para dos grandes grupos de iniciativas: emprendedoras (con menos de 42 meses de vida) y consolidadas (con más de 42 meses).

- SECTOR DE ACTIVIDAD
- NÚMERO DE PROPIETARIOS DE LAS INICIATIVAS
- NÚMERO DE EMPLEADOS ACTUAL
- NÚMERO DE EMPLEADOS ESPERADO EN CINCO AÑOS DESDE LA PUESTA EN MARCHA
- ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE INICIATIVAS NUEVAS Y CONSOLIDADAS
- VOLUMEN DE NEGOCIO ACTUAL
- CARÁCTER INNOVADOR
- GRADO DE COMPETENCIA QUE AFRONTAN
- ANTIGÜEDAD DE LAS TECNOLOGÍAS DE PRODUCCIÓN DE BIENES O SERVICIOS
- GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN O EXPORTACIÓN DE SUS BIENES O SERVICIOS
- GRADO DE EXPANSIÓN ESPERADA EN SU MERCADO

Al igual que en los capítulos anteriores, se analizarán los datos agregados para los años 2007-2008, teniendo como referencia los datos a nivel nacional y, en el caso del potencial de crecimiento en empleo, se realizará también una comparativa internacional.

4.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras de Melilla en 2007

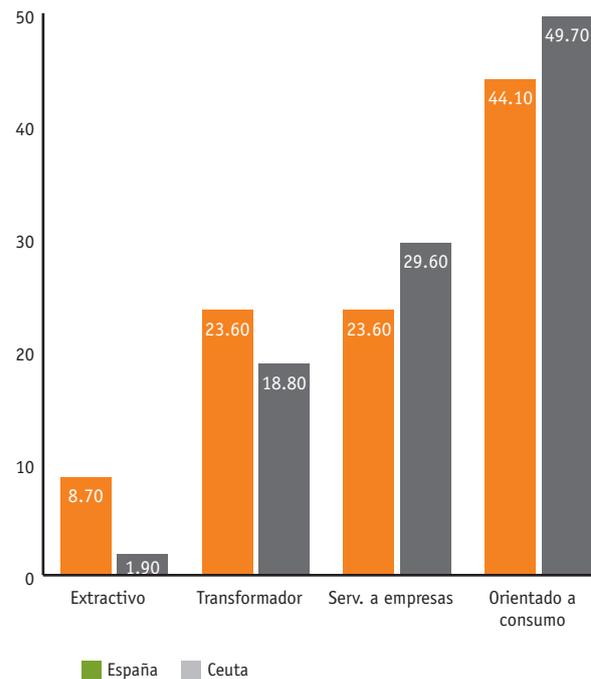
Al igual que en las demás regiones de España, los sectores de actividad donde se ubican las empresas

melillenses han sido agrupados en cuatro apartados amplios: extractivo, transformador, servicios a empresas y orientado al consumo⁴.

Como se puede observar en las Figuras 4.1 y 4.2, al igual que en el caso de la muestra nacional, el sector orientado al consumo agrupa la más grande proporción de empresas (un 49,7% de las iniciativas emprendedoras y un 48,2% de las iniciativas consolidadas), frente al sector extractivo que agrupa la más pequeña (un 1,9% de las iniciativas emprendedoras y un 6,4% de las iniciativas consolidadas).

Las diferencias más importantes con respecto a las pautas de distribución encontradas a nivel nacional se manifiestan en el caso de las iniciativas consolidadas: el sector servicios a empresas en Melilla tiene una representación de un 10% mayor que en el caso de España y el sector orientado al consumo tiene una representación de un 9,6% mayor. No obstante, a grandes rasgos, las pautas de distribución sectorial del nivel nacional siguen manteniéndose en el tejido empresarial de Melilla.

Figura 4.1. Distribución de la actividad emprendedora total (0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores

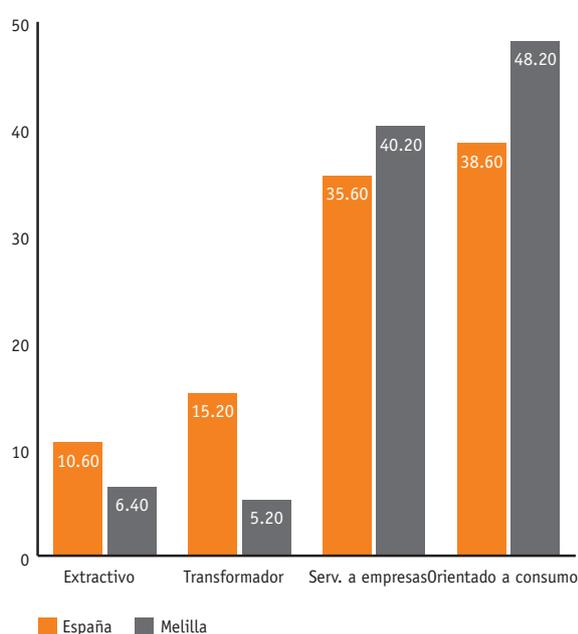


En lo que concierne a las diferencias entre los dos tipos de iniciativas, emprendedora y consolidada, se remarca una distribución inversa en los sectores servicios a empresas y transformador. Las iniciativas emprendedoras aglutinan un 29,6% de total cuando se trata del sector servicios a

⁴ AC-E es un estudio auspiciado por la DGPYMES y la Fundación Cultural Banesto iniciado en el 2005 con el ánimo de profundizar en el análisis del crecimiento de la PYME española. Elaborado por el mismo equipo investigador GEM en el Instituto de Empresa, se puede consultar en las páginas web de las tres instituciones citadas. En su segunda edición ofrece información más detallada sobre el tipo de clasificación sectorial que usa el Observatorio GEM en España, y que está basada en el sistema CNAE-93 de hasta 4 dígitos.

empresas, mientras que entre las iniciativas consolidadas encontramos sólo un 5,2%. Una posible explicación de estas diferencias es la difícil supervivencia dentro de este sector, que puede conducir a la desaparición de las iniciativas o a la reconversión de las mismas a otros sectores. Al contrario, cuando se trata del sector transformador, las iniciativas emprendedoras recogen un 18,8%, mientras que las iniciativas consolidadas recogen más del doble: un 40,2%. Asimismo, podemos deducir que, recientemente, el sector transformador se ha mostrado menos atractivo para la puesta en marcha de nuevas empresas que en periodos anteriores.

Figura 4.2. Distribución de la actividad emprendedora consolidada (en más de 42 meses) en cuatro grandes sectores



4.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras de Melilla de 2007

Considerando que el número de propietarios de las iniciativas emprendedoras puede constituir también un dato acerca de su dimensión, presentamos en la Tabla 4.1 un descriptivo de la distribución de esta variable para las actividades nacientes (hasta 3 meses), nuevas (entre 3 y 42 meses) y consolidadas (más de 42 meses) a nivel local.

Se puede observar que el número medio de propietarios disminuye desde la etapa naciente a la etapa de iniciativa nueva y aumenta a medida que la iniciativa se consolida. Efectivamente, el valor máximo de esta variable en el caso de las empresas consolidadas es el doble de las demás. Pero los otros estadísticos descriptivos ponen de manifiesto que precisamente las empresas consolidadas, en su gran mayoría (un 80%), tienen únicamente un propietario.

Comparando los tres tipos de iniciativas entre ellas, observamos que la propiedad compartida es un punto de partida para la mayoría de las empresas nacientes, concretamente para un 70% de ellas, que pasa a sobrevivir sólo en un 50% en las iniciativas nuevas y un 20% en las consolidadas. Esto nos sugiere que, en general, la puesta en marcha de nuevos negocios requiere de la aportación de más de una persona y, a medida que el proyecto empresarial se consolida, la propiedad tiende a volverse individual.

Tabla 4.1. Distribución del número de propietarios de las iniciativas nacientes, nuevas, emprendedoras en general y consolidadas en Melilla.

Iniciativas:	Nacientes	Nuevas	Consolidadas
Media	1,98	1,85	1,90
Mediana	2,00	1,00	1,00
Moda	2,00	1,00	1,00
Des.Estándar	1,88	1,17	2,23
Mínimo	1,00	1,00	1,00
Máximo	5,00	5,00	10,00
Percentil 10	1,00	1,00	1,00
Percentil 20	1,00	1,00	1,00
Percentil 30	1,00	1,00	1,00
Percentil 40	1,55	1,00	1,00
Percentil 50	2,00	1,00	1,00
Percentil 60	2,00	2,00	1,00
Percentil 70	2,00	2,67	1,00
Percentil 80	2,25	3,00	2,00
Percentil 90	4,42	3,90	4,04

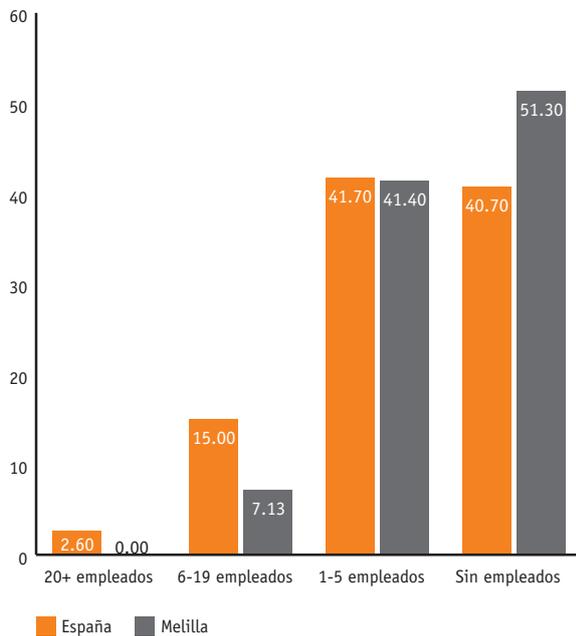
4.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras de Melilla medida a través del número de empleados

La clasificación general de las empresas en cuanto a su número de trabajadores sigue el criterio expuesto en la Tabla 4.2. Dado que en el caso de Melilla la población empresarial se constituye principalmente de micro y pequeñas empresas, vamos a analizar la distribución de las mismas a lo largo de las siguientes cuatro categorías: sin empleados, de 1 a 5 empleados, de 6 a 19 empleados y más de 20 empleados.

Tabla 4.2. Clasificación de la PYME en función del número de empleados

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

Figura 4.3. Distribución del número actual de empleados en 4 categorías de las iniciativas emprendedoras (TEA) en su conjunto (desde 0 a 42 meses de actividad)

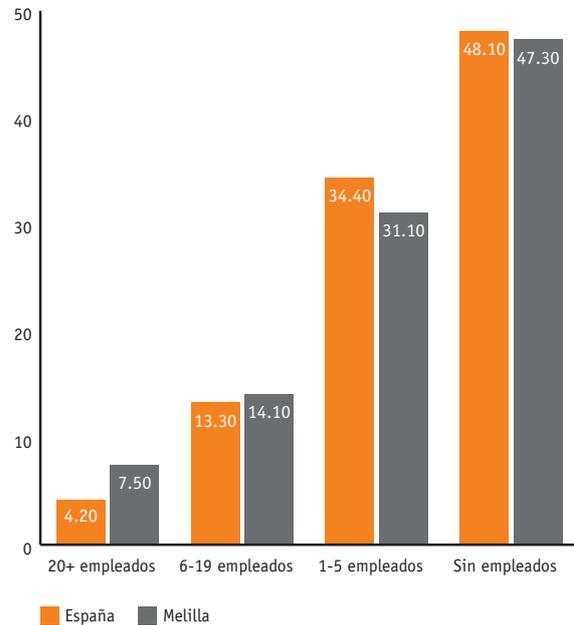


A grandes rasgos, podemos observar que la distribución general de las mismas sigue las pautas encontradas a nivel nacional. No obstante, si en el caso de las iniciativas emprendedoras hay una menor generación de empleo que en el conjunto de las empresas españolas, la situación cambia en sentido inverso cuando se trata de las iniciativas consolidadas. Las empresas melillenses de más de 42 meses de vida tienen un mejor desempeño en cuanto a la generación de empleo que el conjunto correspondiente de las empresas nacionales.

Según queda reflejado en las Tablas 4.3 y 4.4, aproximadamente la mitad de las iniciativas melillenses, tanto emprendedoras como consolidadas, no tienen empleados. Es la categoría más numerosa de iniciativas: 51,3 % para las emprendedoras y 47,3 % para las consolidadas. Un 95,7% de las iniciativas emprendedoras tienen menos de 6 empleados, porcentaje que baja a 78,4 en el caso de las iniciativas consolidadas.

Observamos que, a medida que las empresas se consolidan, aumenta el número de empleados: si no existe ninguna iniciativa emprendedora que tenga más de 20, en el caso de las actividades consolidadas encontramos que un 7,5% de ellas emplean a más de 20 trabajadores. Podemos ver también un aumento de casi el doble de las iniciativas que tienen entre 6 y 19 empleados.

Figura 4.4. Distribución del número actual de empleados en 4 categorías de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)



4.5. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor

En el presente apartado se hace referencia a las expectativas de creación de empleo con vista a los próximos cinco años. Es una de las medidas más utilizadas para evaluar el potencial de crecimiento general de las empresas. Las Figuras 4.5 y 4.6 muestran cómo se agrupan las respuestas ofrecidas por los empresarios de la Ciudad Autónoma de Melilla en cuanto a sus previsiones de creación de empleo.

Por regla general, podemos observar un potencial de crecimiento más alto para las iniciativas emprendedoras que para las consolidadas, que viene explicado por la fase de desarrollo del negocio. Más de la mitad de las iniciativas emprendedoras que actualmente no tienen ningún empleado, estiman que van a tener por lo menos uno dentro de cinco años. La previsión de los empresarios que gestionan iniciativas consolidadas no es tan optimista. Un 35,7% de los mismos consideran que van a seguir sin empleados en un marco de cinco años. Las proporciones de empresarios que estiman tener entre 6 y 19 empleados en el caso de ambas categorías de iniciativas son prácticamente iguales, en torno a un 20%. Una diferencia más sustancial se observa para el intervalo 1-5 empleados: las iniciativas emprendedoras que prevén encontrarse en esta situación representan un 51%, frente al 32,3% de las iniciativas consolidadas. Por otro lado, las previsiones de crecimiento de las iniciativas consolidadas se muestran más sustanciales: un 12,1% estima que van a tener más de 20 empleados, frente a un 5,3 en el caso de las iniciativas emprendedoras.

Figura 4.5. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas emprendedoras (desde 0 a 42 meses de actividad)

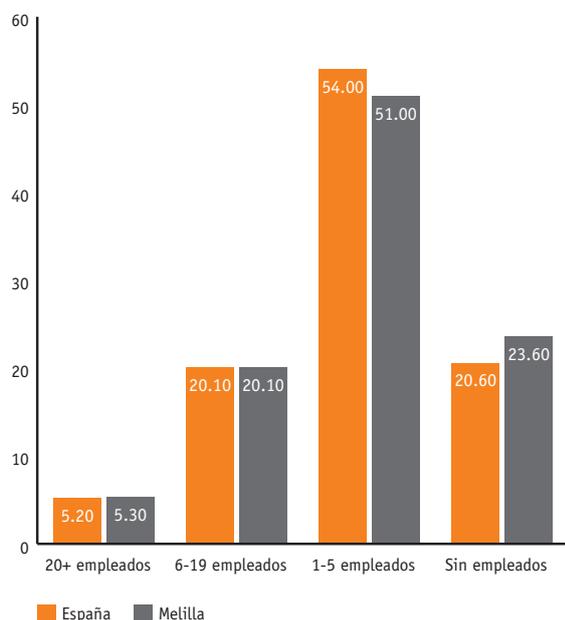
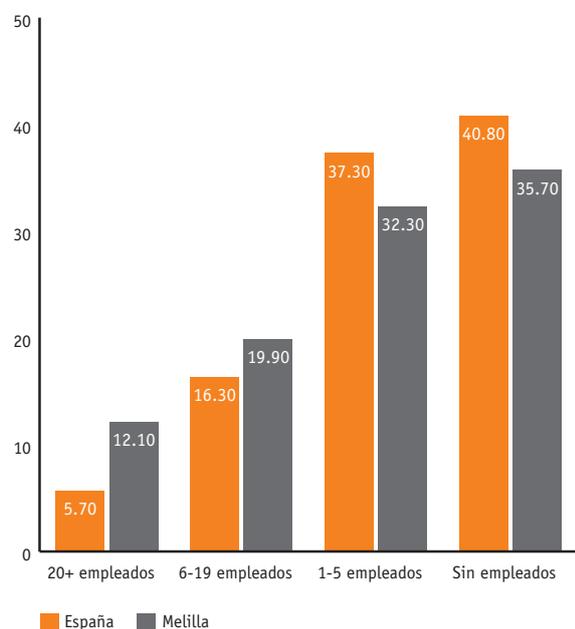


Figura 4.6. Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)



Al igual que en el caso del apartado anterior referente a la situación actual del empleo generado por las actividades empresariales en Melilla, observamos que las estimaciones de futura creación de empleo son muy parecidas a las realizadas por los empresarios españoles en su conjunto. Encontramos sólo una sensible diferencia en cuanto a las empresas consolidadas. Estas parecen tener previsiones algo más optimistas en Melilla que a nivel nacional: la proporción de empresas melillenses que estiman tener más de 20 empleados es el doble de la nacional. También hay más empresas consolidadas locales que nacionales que estiman tener entre 6 y 19 empleados y son menos las que prevén seguir con 0 empleados. En cualquier caso, todos estos datos hay que interpretarlos siempre con cierta cautela: como se ha podido constatar en otros estudios⁵, el crecimiento en empleo tiene diversos condicionantes, tales como el sector de actividad, la propia dimensión de la empresa, el estado del mercado, etc.

En resumen, tanto en el caso de las iniciativas emprendedoras como en el de las consolidadas, las expectativas de crecimiento en empleo a cinco años vista tienen un carácter relativamente optimista. Lo que destaca de forma inesperada son las expectativas más grandes de crecimiento para las iniciativas consolidadas con respecto al nivel nacional.

Los valores medios calculados para estas previsiones, tanto a nivel local como a nivel nacional, para ambos tipos de iniciativas, se pueden ver en la Tabla 4.3. Estos vienen a confirmar las tendencias encontradas anteriormente en cuanto a las actividades consolidadas, que apuntaban a una postura más positiva en Melilla que en el conjunto de las empresas españolas. Pero también las medias calculadas para las iniciativas emprendedoras registran valores más altos que en caso nacional: 6,44 frente a 3,50.

Comparando las dos categorías entre sí, se observa que las expectativas de crecimiento de las empresas consolidadas son más moderadas que las expectativas de las empresas nuevas (una media de 6,44 personas frente a una de 2,67 personas).

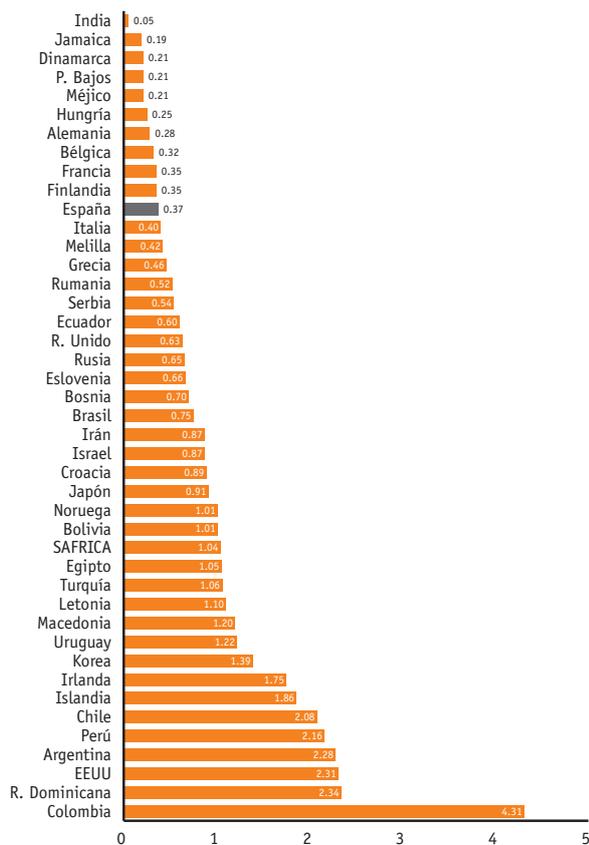
Tabla 4.3. Crecimiento medio en empleo esperado por las iniciativas emprendedoras y consolidadas para dentro de cinco años

Tipo de iniciativa	Media		Desviación estándar	
	MELILLA	ESPAÑA	MELILLA	ESPAÑA
Iniciativas emprendedoras (0-42 meses de actividad)	6,44	3,50	7,35	8,16
Iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)	2,67	1,05	11,98	11,85

6 Ver las ediciones del estudio AC-E, dedicado especialmente al análisis del crecimiento de la PYME española.

En la Figura 4.7 se observa la posición que ocupa Melilla con respecto al número de iniciativas emprendedoras que tienen un alto potencial de crecimiento en empleo en el conjunto global de países participantes en la edición GEM 2008. A pesar de que la posición de Melilla se encuentra muy lejos de la ocupada por los países líderes de la clasificación, está por encima de la nacional y también aventaja otros miembros de la UE como Francia, Italia, Alemania, Finlandia o Dinamarca.

Figura 4.7. Clasificación de los países GEM 2008 en función de su porcentaje de iniciativas emprendedoras con potencial de rápido crecimiento en empleo (más de 19 puestos en 5 años)



4.6. Actividad emprendedora de las empresas nuevas y consolidadas

En el actual apartado analizamos la actividad emprendedora que las empresas de Melilla desarrollan. Dicha actividad emprendedora se define en términos de iniciativas de expansión, diversificación y/o ramificación que tienen lugar en empresas ya existentes. Las formas en las que se pueden manifestar quedan expuestas en la Tabla 4.4.

En las tres situaciones, la actividad emprendedora se muestra de muy baja intensidad. Observamos que el porcentaje de empresas nuevas implicadas en actividades emprendedoras, aunque bajo (1,54%) en términos absolutos,

es más elevado en términos relativos al de las empresas consolidadas. La totalidad de la actividad emprendedora de estas últimas reúne sólo a 1,3% de las iniciativas, indicando una necesidad más aguda de las empresas consolidadas en cuanto a políticas de apoyo para el crecimiento.

La comparación con los resultados a nivel nacional indica, en términos generales, un posicionamiento sensiblemente peor de las empresas melillenses, tanto para las iniciativas emprendedoras como para las consolidadas. Al igual que para el conjunto de las empresas españolas, la actividad emprendedora de las empresas nuevas es más amplia que la de las empresas consolidadas.

Tabla 4.4. Actividad emprendedora en empresas nuevas y consolidadas

Actividad emprendedora de empresas	MELILLA	ESPAÑA
Empresas nuevas que generan nacientes	1,54%	1,9%
Empresas consolidadas que generan nacientes	0,79%	0,9%
Empresas consolidadas que poseen nuevas	0,51%	0,5 %

4.7. Innovación en las iniciativas emprendedoras y consolidadas

La innovación es el respaldo fundamental del acto emprendedor y, en consecuencia, de las empresas resultantes que ofrecen los nuevos productos, servicios y procesos. Abordando la innovación sólo en los aspectos relacionados con el producto o servicio que se ofrece al cliente, a continuación vamos a analizar el nivel de innovación en las iniciativas emprendedoras y consolidadas.

El análisis del grado de innovación de las iniciativas emprendedoras y consolidadas melillenses se basa en la calificación que los emprendedores dan a su principal producto/servicio en relación a lo novedoso que resulta para sus clientes. Se han establecido tres categorías: completamente innovadora, si el producto/servicio es nuevo para todos sus clientes; algo innovadora, si el producto/servicio es nuevo sólo para algunos clientes; y no innovadoras, si el producto/servicio no es nuevo para ningún cliente. La Tabla 4.5 muestra los resultados obtenidos.

Tabla 4.5. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función del nivel de innovación

Tipo de iniciativa	Completamente innovadora		Algo innovadora		No innovadora	
	MELILLA	ESPAÑA	MELILLA	ESPAÑA	MELILLA	ESPAÑA
Emprendedora	21,91%	20,6%	37,70%	30,6%	40,39%	48,9%
Consolidada	20,90%	13,1%	25,75%	22,6%	53,35%	64,3%

La mayoría de las empresas locales se definen como no innovadoras (40,39% de las emprendedoras y 53,35% de las consolidadas). No obstante, las proporciones son menos elevadas que en el caso de las empresas nacionales, casi un 10% por debajo. Más aún, las proporciones de empresas que consideran ofrecer por lo menos algún grado de innovación son más amplias siempre para las iniciativas melillenses que para las iniciativas nacionales. Por ejemplo, un 37% de las empresas nuevas locales se definen algo innovadoras, frente a un 30,6% de las españolas en su totalidad. Por otro lado, las empresas consolidadas de Melilla que afirman ofrecer un producto/servicio completamente innovador representan un 20,9% frente al 13,1% del nivel nacional.

Con respecto a las diferencias entre las iniciativas emprendedoras y consolidadas, observamos que en general las primeras suelen posicionarse como más innovadoras que las últimas, reafirmando de esta manera una necesidad de apoyo algo más pronunciada para las empresas consolidadas. Si las diferencias no son muy significativas cuando se trata de innovaciones completas, encontramos aproximadamente 12 puntos de diferencia cuando hablamos de innovaciones parciales. En general, podemos concluir que a medida que las empresas se consolidan, el desempeño en este aspecto es menor y puede transcurrir un intervalo de tiempo más dilatado hasta que se considera de nuevo la innovación en productos/servicios.

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

La medida en la cual las iniciativas emprendedoras y consolidadas perciben el entorno más o menos hostil en términos de competencia queda reflejada en la tabla 4.6. Se ha puesto de manifiesto que el entorno es uno de los factores que puede influir de forma determinante en la supervivencia de las empresas, y el exceso de competencia es, muchas veces, uno de los factores que impulsan al cierre de las mismas. Por ello, el Observatorio GEM da cuenta del grado de competencia percibido por las empresas en su entorno.

Tabla 4.6. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas que afrontan ninguna, alguna o mucha competencia en su mercado

Tipo de iniciativa	Ninguna competencia		Alguna competencia		Mucha competencia	
	MELILLA	ESPAÑA	MELILLA	ESPAÑA	MELILLA	ESPAÑA
Emprendedora	26,50%	9,8%	24,47%	33,3%	49,03%	56,9%
Consolidada	12,60%	6,1%	33,88%	23,9%	53,52%	70,0%

La mayor parte de las iniciativas melillenses, tanto emprendedoras como consolidadas, afirman enfrentarse a mucha competencia. Por regla general, las consolidadas perciben mayor competencia que las emprendedoras: un 87,4% de las primeras perciben por lo menos alguna

competencia frente a un 73,5% de las segundas. Una explicación de esta situación se puede encontrar en el mayor grado de innovación que afirman tener las iniciativas emprendedoras.

Con respecto al entorno empresarial general a nivel nacional, el melillense parece detectar menos competencia. Los porcentajes de empresas locales que afirman no enfrentarse a ninguna competencia representan más del doble que los señalados por las empresas españolas en su conjunto.

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

El papel desempeñado por las nuevas tecnologías en el desarrollo de los procesos productivos y de servicios es de suma importancia. Su reconocimiento por parte de todos los actores implicados, tejido empresarial y administración pública, viene reflejado en los esfuerzos de distinta índole realizados para facilitar el acceso a estas nuevas tecnologías. Para estudiar el uso de las mismas en las empresas ceutíes, se les ha preguntado a los emprendedores acerca de la antigüedad de las tecnologías utilizadas para llevar a cabo su producción. Los datos acerca de la antigüedad de las tecnologías utilizadas en las iniciativas emprendedoras y consolidadas melillenses y nacionales se pueden ver en la Tabla 4.7.

Observamos que la mayoría de las empresas, tanto nuevas como consolidadas, usan tecnología de más de 5 años de antigüedad, pero en menor proporción que a nivel nacional. La diferencia llega a casi un 10% en el caso de las iniciativas emprendedoras. Son también este tipo de iniciativas las que emplean la tecnología más reciente en una medida considerablemente mayor que las empresas españolas en su conjunto: 21,38% frente a 9,5%.

Tabla 4.7. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la antigüedad de las tecnologías que utilizan para producir sus bienes o servicios en Melilla y España

Tipo de iniciativa	Tecnología < 1 año		Tecnología 1-5 años		Tecnología > 5 años	
	MELILLA	ESPAÑA	MELILLA	ESPAÑA	MELILLA	ESPAÑA
Emprendedora	21,38%	9,5%	15,34%	17,7%	63,28%	72,8%
Consolidada	10,18%	6,5%	26,38%	25,3%	63,44%	68,2%

La comparación entre las iniciativas nuevas y consolidadas pone de relieve que las primeras usan en mayor medida la tecnología más novedosa (21,38% frente a 10,18%), mientras que las últimas usan en mayor medida tecnología entre 1 y 5 años de antigüedad (26,38% frente a 15,34%). Dejando de lado el uso de tecnología de más de 5 años que es prácticamente idéntico en ambos casos, podemos afirmar que las empresas nuevas tienden a adoptar en mayor medida la tecnología más novedosa. La más reciente constitución

de los proyectos emprendedores y los altos costes que implica la actualización permanente de la tecnología utilizada en la empresa consolidada explican buena parte de estas diferencias.

4.10. Internacionalización de las iniciativas emprendedoras y consolidadas

El énfasis que se ha puesto en la internacionalización de la PYME española en general pone de manifiesto la importancia estratégica de este asunto en un escenario de creciente globalización y alta competencia en los mercados nacionales e internacionales. El Observatorio GEM ofrece información sobre la intensidad exportadora de las iniciativas emprendedoras y consolidadas. Si un período de entre 0 y 42 meses puede resultar corto para evaluar resultados referentes a la intensidad exportadora, hay determinados sectores que se prestan a este marco temporal de análisis, por lo que hemos considerado oportuna su incorporación.

Según muestra la Tabla 4.8., más de la mitad de las iniciativas melillenses, tanto emprendedoras como consolidadas, están implicadas en actividades de exportación, en mayor o menor medida. Un 46,63% de las nuevas empresas y un 41,94% de las ya consolidadas no realizan ningún tipo de actividad de exportación.

Es remarcable también que la distribución de las iniciativas emprendedoras y consolidadas a lo largo de las cuatro categorías de intensidad exportadora es muy similar. Asimismo, podemos deducir que la orientación de las empresas melillenses hacia la internacionalización en las fases muy tempranas de actividad se suele mantener a medida que se consolidan.

Tabla 4.8. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de la intensidad de la exportación que llevan a cabo de sus bienes o servicios

Tipo de iniciativa	Iniciativas emprendedoras		Iniciativas consolidadas	
	MELILLA	ESPAÑA	MELILLA	ESPAÑA
No exporta	46,63	56,4%	41,94	62,3%
1-25%	21,79	23,4%	24,43	22,4%
25-75%	23,35	12,7%	18,13	7,5%
75-100%	8,23	7,5%	10,59	3,5%
NS/NC	0,00	0,0%	4,90	4,4%

La comparación con los resultados obtenidos a nivel nacional pone de relieve que las empresas melillenses, especialmente las consolidadas, se implican en mayor medida en actividades exportadoras que el conjunto de las empresas españolas, donde más de la mitad, concretamente un 62,3% no exporta. Las iniciativas emprendedoras melillenses se muestran también más activas en estos temas que su contraparte nacional, especialmente en la franja 25-75% de

intensidad exportadora, donde casi doblan la proporción de empresas españolas (23,35% frente a 12,7%).

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

El Observatorio GEM evalúa la expansión esperada en el mercado mediante el índice de potencial de expansión. Éste se calcula en función de los resultados obtenidos en cuanto a las características de las actividades emprendedoras. La Tabla 4.9 muestra los resultados estimados en el caso de las empresas melillenses y nacionales.

Tabla 4.9. Porcentaje de iniciativas emprendedoras y consolidadas en función de su potencial estimado de expansión en su mercado en Melilla y España

Potencial de expansión en el mercado	Iniciativas emprendedoras		Iniciativas consolidadas	
	MELILLA	ESPAÑA	MELILLA	ESPAÑA
Sin expansión	40,94	55,2%	49,69	70,7%
Alguna expansión sin uso de NT	37,68	35,3%	40,12	22,8%
Alguna expansión con uso de NT	13,64	7,5%	10,18	5,7%
Notable expansión	7,74	1,9%	0,00	0,7%

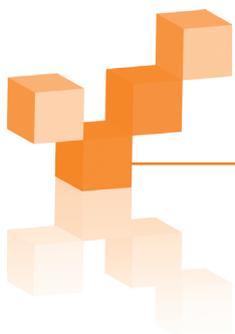
Casi un 60% de las iniciativas emprendedoras prevén que se van a expandir en su mercado de alguna forma. La proporción de empresas consolidadas que afirman lo mismo es aproximadamente un 10% menor. De hecho, ninguna iniciativa consolidada estima tener una notable expansión en un futuro cercano, frente a un 7,74% de iniciativas emprendedoras que esperan hacerlo. Parece que también con respecto a este asunto generalmente las iniciativas emprendedoras presentan mejores resultados que las consolidadas.

Por otro lado, las proporciones de empresas que estiman algún tipo de expansión, sin o con uso de nuevas tecnologías, son bastante parecidas entre las iniciativas consolidadas y emprendedoras.

La comparación con el conjunto de las empresas españolas reitera la situación general favorable de las iniciativas melillenses encontrada en los apartados anteriores. Los porcentajes registrados son mejores para prácticamente todas las categorías de expansión, tanto en el caso de las iniciativas emprendedoras, como en el de las consolidadas.

capítulo 5

financiación del proceso emprendedor en Melilla



INFORME EJECUTIVO 2007- 2008 MELILLA

Capítulo 5: Financiación del Proceso Emprendedor en Melilla

5.1. Introducción:

La obtención de una financiación adecuada para iniciar un proyecto empresarial cobra una especial relevancia en la edición 2008, por cuanto es uno de los factores clave del entorno para emprender y, al haberse desatado una recesión íntimamente relacionada con este ámbito, es uno de los que más puede afectar a la futura evolución del índice de actividad emprendedora total. No obstante, hay que tener en cuenta que cuando la crisis muestra sus aspectos más preocupantes es a partir del verano del 2008, momento en el que ya se había efectuado la recopilación de datos con los que se elabora este informe.

Este capítulo se centra en el análisis de las necesidades de financiación de las empresas nacientes; es decir, de aquellas que llevan, como mucho, tres meses en el mercado. Por tanto, a lo largo de todo el capítulo, al hablar de los fondos necesarios para la creación de nuevas empresas, estaremos implícitamente refiriéndonos al capital semilla o seed capital que se destina a financiar el nacimiento de una start up.

En este informe, utilizando los datos proporcionados por la metodología del Proyecto Gem, abordaremos las necesidades de capital de los emprendedores al iniciar su negocio así como la tasa de retorno que desean obtener de las aportaciones realizadas, las diversas fuentes de financiación que han utilizado para obtenerlo, el perfil de la población de Melilla que actúa como inversor informal (business angel⁷), el rendimiento esperado de esta inversión y, por último, el papel que desempeña el capital riesgo en la financiación de las empresas nacientes.

5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha un start up en 2008 en Melilla

El capital medio necesario para poner en marcha un negocio en Melilla en 2008 se sitúa en torno a los 123.551,67€ y, según los resultados de la encuesta GEM, cada iniciativa emprendedora puesta en marcha a nivel nacional necesitó de media un capital semilla de cerca de 86.351€, lo que supone que en Melilla la cifra es un 43,81 % mayor a la nacional (Tabla 5.1.). Este hecho podría interpretarse desde dos perspectivas; por un lado, el dato sugiere que emprender en Melilla es "más caro", pero por otro la cifra tan elevada con respecto a la media nacional estaría también indicando la creación de empresas de mayor envergadura, lo cual en

principio sería bueno para el proceso emprendedor llevado a cabo en la ciudad autónoma.

Con respecto a la variabilidad del capital semilla medio necesario, se sitúa en torno a los 120.248€ (desviación típica similar a la nacional que asciende a 124.000€), oscilando entre un valor mínimo de 1.000,00€ y un máximo de 450.000€, por lo que es conveniente utilizar medidas más fiables con el objetivo de efectuar un análisis más completo de la inversión necesaria para poner en marcha una start-up.

En particular, la moda o caso más frecuente se sitúa en los 30.000 euros, mientras que para el caso nacional asciende a 60.000€. Sin embargo, la mediana, o el capital medio aportado por el 50% de los emprendedores de la muestra, es de 87.643€, superando en más del 75% a la obtenida para el informe nacional (50.000€). Finalmente, el análisis de los percentiles muestra una distribución en la que el capital semilla necesario aumenta en los percentiles superiores. Lo mismo ocurre si comparamos la distribución obtenida para Melilla que la del caso nacional. Así, si en éste el capital medio en el percentil 90 es de 200.000€, en Melilla asciende a 336.630€, lo que parece indicar que el aumento del capital semilla medio se debe precisamente al nacimiento de un grupo de empresas de mayor envergadura, las situadas en este tramo superior, al igual que ocurre para el caso nacional, pero de forma aún más pronunciada.

Tabla 5.1. Características y distribución del capital semilla

Tipo de iniciativa	Capital semilla necesario por star up (euros)		Capital se 86.350,93 milla aportado por el emprendedor (euros)		Capital semilla aportado por el emprendedor (% sobre el total)		
	MELILLA	ESPAÑA	MELILLA	ESPAÑA	MELILLA	ESPAÑA	
Media	123.551,67	86.350,93	116.396,41	50.990,67	95,22	66,91	
Media	87.642,92	49.306,00	82.818,58	30.000,00	50,00	66,67	
Moda	30.000,00	60.000,00	0,00	30.000,00	50,00	100,00	
Desviación Típica	120.248,42	123.890,96	158.618,18	82.586,53	148,21	32,71	
Mínima	999,00	6.000,00	0,00	1.000,00	0,00	0,33	
Máxima	450.000,00	1.000.000,00	500.000,00	800.000,00	500,00	100,00	
%							
	10	18.528,89	15.000,00	0,00	7.314,85	0,00	21,61
	20	30.000,00	20.000,00	5.983,98	11.812,77	26,19	33,33
	30	30.000,00	30.000,00	12.695,32	15.000,00	31,87	48,00
	40	74.282,83	35.000,00	19.695,32	20.000,00	47,75	50,00
	50	87.642,92	49.306,00	82.818,58	30.000,00	50,00	66,67
	60	120.000,00	60.000,00	90.636,28	30.000,00	57,21	100,00
	70	154.458,83	75.000,00	100.000,00	48.000,00	77,56	100,00
	80	200.000,00	100.000,00	250.000,00	60.000,00	94,67	100,00
	90	336.630,26	200.000,00	489.272,48	100.000,00	482,84	100,00

Del capital necesario, los emprendedores nacientes aportan en media unos 116.396€, lo que supone casi un 92,22%

⁷ En el marco de este informe se utiliza una definición amplia de este concepto, que se refiere a inversores informales que aportan financiación a proyectos empresariales de nueva creación.

del total capital semilla necesario, frente al 66,91% del informe nacional, por lo que aunque la inversión necesaria para iniciar un negocio en Melilla es superior a la media nacional. Hay que tener en cuenta que la desviación es aún mayor que para el análisis anterior, por lo que debemos señalar variables más indicativas como la mediana, encontrándose en torno a los 82.819€ frente a los 30.000 obtenidos en el informe nacional. Por lo tanto, aunque a nivel nacional se aprecia una mayor dependencia general de obtención de fondos procedentes de fuentes ajenas, en Melilla el porcentaje de capital semilla aportado por los emprendedores es más elevado.

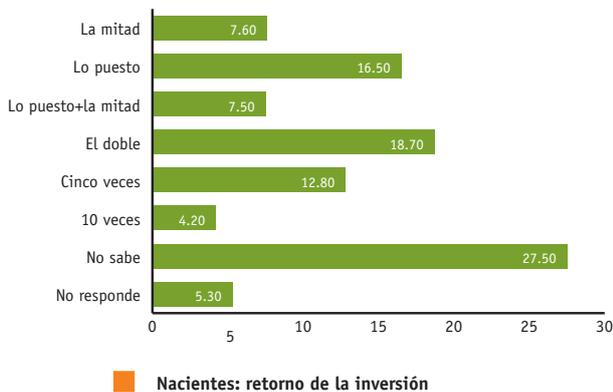
En cuanto a la procedencia de los fondos, los datos señalan que el porcentaje de emprendedores que no ponen el 100% del capital semilla necesario es del 66%. Éstos aportan, en términos medios, un porcentaje de capital del 42%, situándose el caso más frecuente en el 50% de aportación de la cifra de capital, lo que pone de manifiesto que el acceso a la financiación externa es uno de los determinantes de la actividad emprendedora.

5.3. El retorno de la inversión esperada por el emprendedor

Es muy importante conocer las expectativas de los emprendedores en relación a la inversión que tiene que realizar para iniciar su proyecto, puesto que la mayoría de los fondos los aporta el mismo, pudiendo así conocer cuáles son las motivaciones que les llevan a realizar dichas inversiones.

Un porcentaje muy elevado, un 27,49%, no es capaz de estimar el rendimiento que espera del proyecto, mientras que a nivel nacional sólo un 3% no saben que parte de la inversión van a recuperar. El porcentaje de emprendedores que considera que no va a recuperar su inversión es nulo, frente al 4,3% obtenido a nivel nacional. El porcentaje de emprendedores que estiman que van a recupera lo invertido se sitúa en torno al 16,5% frente al 13% a nivel nacional. En cualquier caso, casi el 20% de los emprendedores estiman recuperar el doble de su inversión inicial.

Figura 5.1. Recuperación de la inversión inicial esperada por el emprendedor

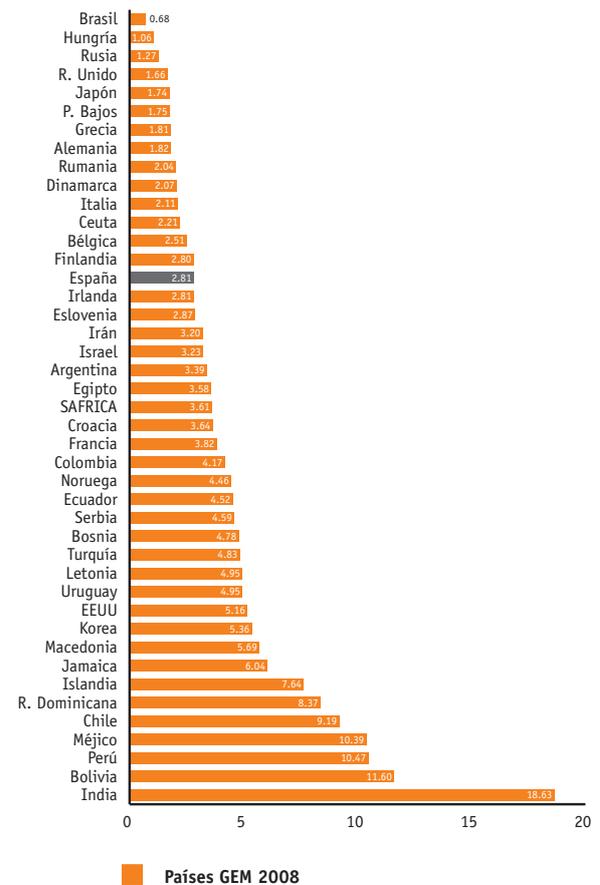


5.4. El papel del Inversor Informal tipo Business Angel en Melilla y en el entorno GEM

El proyecto GEM mide la participación de la población de 18-64 años en la inversión informal en su sentido más amplio, clasificando dentro de esta categoría a todas las personas que han invertido dinero propio en un negocio ajeno en los últimos tres años. En el caso de Melilla, un 2,06% de la población adulta actuó como inversor informal, lo que supone un porcentaje menor al alcanzado en España (2,81%).

La figura 5.2. muestra la situación del papel del inversor informal, tipo Business Angel, en el ámbito internacional con respecto su participación en la creación de empresas. La comparación internacional muestra a Melilla en línea con otros países, como Países Bajos, Japón y Reino Unido, y por debajo de otros como Dinamarca, Rumania, Alemania o Grecia. Asimismo, la India, Bolivia, Perú, Méjico y Chile muestran los ratios de inversión informal más elevados.

Figura 5.2. Porcentaje de población adulta que ha actuado como *business angel* en los tres últimos años



5.5. El perfil del Inversor Informal en Melilla

Aunque el porcentaje de inversores informales no es muy elevado, es interesante conocer cuál es su perfil. En este apartado se muestran algunos datos sociodemográficos, su implicación en actividades empresariales o factores de tipo perceptual (tabla 5.2).

Tabla 5.2. Perfil del inversor informal tipo *business angel* en Melilla



La información proporcionada por la encuesta realizada a la población adulta permite establecer el perfil del inversor informal de Melilla como el de un varón, en torno a los 39 años, con estudios de nivel medio, renta familiar media-alta y situación laboral activa.

Entre las diferencias significativas con respecto al perfil para el caso nacional, destaca el porcentaje de *business angel* hombre con respecto al de mujeres, puesto que en Melilla la diferencia es muy elevada, siendo de un 72,89% frente a un 27,11%, respectivamente, mientras que en España destaca una mayor participación femenina en el año 2008, estando los porcentajes cada vez más igualados (53,4 % hombres; 46,6% mujeres).

Para el resto de características, el perfil del inversor informal en Melilla es similar al de España. Se intensifica el porcentaje de personas activas en este colectivo, resultado lógico pues las personas en paro, estudiantes, amas de

casa, jubilados y similares, lógicamente disponen de menos recursos y, además, deben velar por su propia situación en tiempos de crisis, lo que dificulta que puedan afrontar el reto de ayudar a otros salvo en casos excepcionales.

También es interesante constatar que en cuanto a los porcentajes de *business angel* que están involucrados en una iniciativa emprendedora (17,27%) y el que es propietario o participa en una empresa consolidada (29,19%), se sitúan próximos a los obtenidos en el informe nacional. Menos positivo, pero acorde con la recesión, la proporción de inversores informales que ha abandonado una actividad en los doce meses previos a la entrevista GEM en Melilla es de 19,94% frente a 10,8% obtenido a nivel nacional.

Por otro lado, el porcentaje de inversores informales que está pensando en emprender en los próximos años en Melilla supone un 15,94% en el 2008, proporción mucho menor a la obtenida para España, que se sitúa en el 27,1%.

Resulta positiva la percepción de buenas oportunidades para emprender entre estos inversores en Melilla, suponiendo un 39% y superando al porcentaje nacional (33,3%). De igual forma el número de *business angels* que afirma poseer los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha una pequeña iniciativa en Melilla es del 75,14%, superando también al 74,3% obtenido en España para 2008. Complementando estos datos, se percibe en Melilla un menor temor al fracaso que el que a nivel nacional.

Por último, el análisis de la relación del inversor con el beneficiario de la inversión, muestra que la mayoría ponen dinero en proyectos de familiares. Más del 62% de los inversores informales prestan el dinero a su familia directa.

Tabla 5.3. Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión

Relación inversor informal con el beneficiario de su inversión	MELILLA	ESPAÑA
Familia directa	62,31	56,70
Otros familiares	4,42	3,20
Compañero de trabajo	0,00	7,10
Amigos, vecinos	16,03	19,50
Desconocidos	0,00	1,20
Otros casos	6,51	3,70
No sabe	10,73	3,40
No contesta	0,00	5,20

La inversión media que realizan los *business angels* españoles es de unos 19.000€, mientras que en Melilla la inversión media asciende a 23.052,55€. La mediana, más representativa, se sitúa en unos 10.000€, y la moda en 60.000€, obteniéndose una desviación típica superior a la media, 24.086,11€, al obtenerse como valor mínimo 998€y máximo 60.000€.

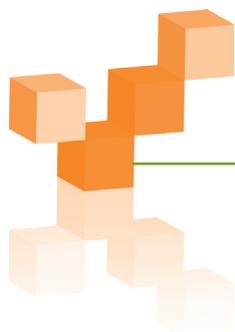
La mayoría de estos inversores (37,66%), no espera ningún retorno de su inversión, mientras que un 21,66% espera la devolución del capital invertido. Un 16,23% no sabe qué retorno esperar y, el resto hasta el 100%, se distribuye en diversos valores de retorno con beneficios, destacando casi un 10% que espera obtener la mitad de la inversión.

Tabla 5.4. Retorno esperado por el inversor informal

Retorno esperado de la inversión por el inversor informal (%)	MELILLA
NADA	37,66
LA MITAD	9,44
LO INVERTIDO	21,66
UNA VEZ Y MEDIA	4,95
DOS VECES	4,48
CINCO VECES	0,00
DIEZ VECES	5,58
VEINTE VECES	0,00
NO SABE	16,23
NO RESPONDE	0,00

Capítulo 6

Actividad emprendedora en función del género



INFORME EJECUTIVO 2007- 2008 CEUTA

6.1. Introducción

La agregación de dos períodos de análisis para la elaboración del informe en la Ciudad Autónoma de Melilla, ha permitido realizar un análisis del fenómeno emprendedor femenino, que tanta relevancia está adquiriendo para el desarrollo de las actividades empresariales, y en consecuencia, del crecimiento regional. Este capítulo del informe parte del análisis de la tasa de actividad emprendedora femenina y su comparación en el entorno de países GEM. Luego presenta el perfil de la mujer emprendedora y las características de las iniciativas puestas en marcha por mujeres. Expone la valoración de las percepciones sobre factores personales y sociales mostrados por la población, los propios emprendedores y los expertos en Melilla. Y finaliza con la descripción del papel de la mujer como *business angel* o inversora informal.

6.2. La actividad emprendedora femenina y masculina en Melilla desde una perspectiva internacional

Podemos observar el nivel de actividad emprendedora para hombres y mujeres en la Ciudad Autónoma de Melilla mediante el índice actividad emprendedora (TEA o Tasa de Actividad Emprendedora) en ambos colectivos de la población adulta (Tabla 6.1).

En el conjunto de la población de mujeres melillenses de 18 a 64 años, para el bienio 2007-2008, se estima que había un 2,82% de iniciativas en fase emprendedora, frente a un 5,94% entre la población adulta masculina. También en el caso nacional el indicador es mayor para los hombres que para las mujeres (5,97% frente a 8,08%). De estos datos se deduce que sigue existiendo una diferencia significativa entre la cantidad de actividad emprendedora liderada por hombres respecto de las mujeres, siendo de menor impacto la segunda. No obstante, y tal como se indica en el informe ejecutivo para España, la evolución temporal a nivel nacional de los indicadores femeninos muestra una mejoría con respecto al año anterior, por lo que podemos pensar que las medidas de fomento y apoyo a la actividad emprendedora están dando sus frutos.

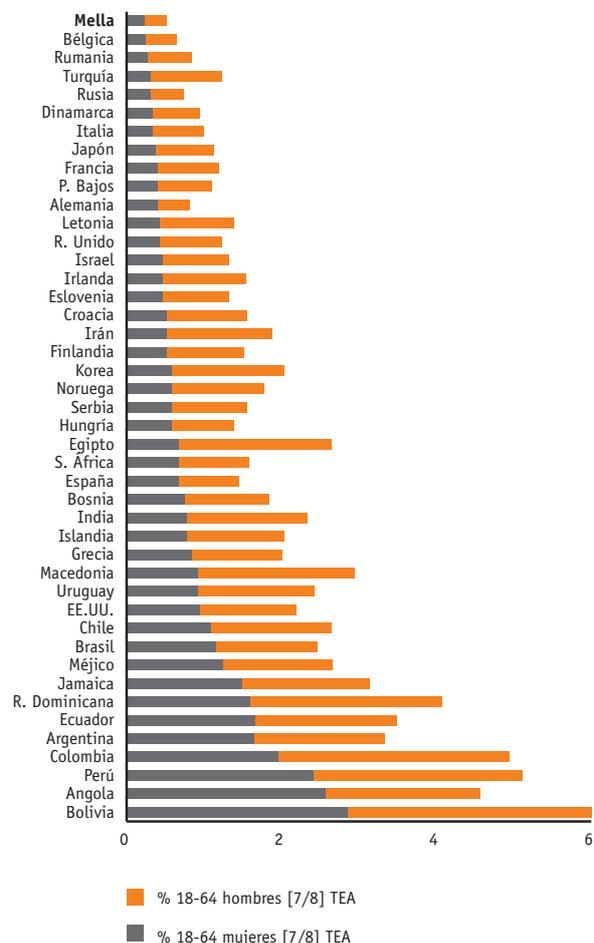
Tabla 6.1. Índices de actividad emprendedora total (TEA) dentro de las poblaciones de hombres y mujeres de 18-64 años de edad en España y Melilla.

	ESPAÑA	MELILLA
TEA masculino	8,08%	5,94%
TEA femenino	5,97%	2,82%

En el marco internacional, GEM España se sitúa en cuanto a estos indicadores en una posición intermedia, por encima de

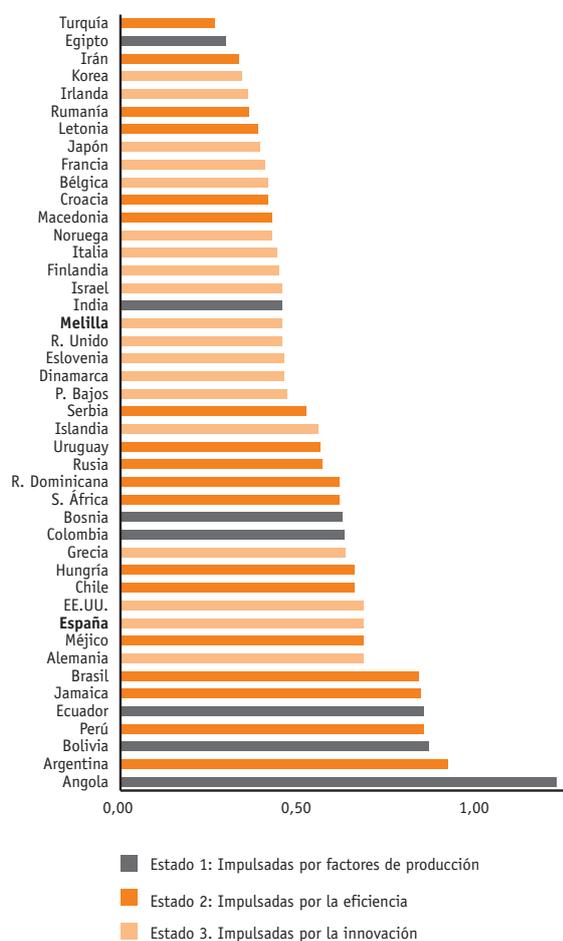
países desarrollados de la UE y de la OCDE (Figura 6.1). La Ciudad Autónoma de Melilla ocupa, en esta comparativa internacional, la peor posición en cuanto a TEA conjunta, siendo notable la diferencia entre el porcentaje atribuido a mujeres y hombres. Dejando aparte el caso de EE.UU., los países que presentan mayores porcentajes de actividad emprendedora en sus poblaciones de mujeres se hallan en la fase en que el motor de la economía siguen siendo los factores de producción, entre los cuales se cuenta la mano de obra. La calidad y tipo de negocios que emprenden las mujeres en ellos es distinta comparada con la de los países en que hay mucho más empleo público y por cuenta ajena. Así, en los primeros, suele ser más abundante el negocio femenino relacionado con el sector primario, la manufactura y el comercio, mientras que en los segundos la diversidad es mayor y la innovación, en el sentido amplio de la palabra, está mucho más presente. Para tener una idea más aproximada de lo que ello significa, habría que retroceder en España muchos años atrás. Angola es el caso más extremo de implicación de las mujeres en la actividad emprendedora, pues la tasa entre su población es más de cuatro puntos porcentuales superior a la de la masculina. Por el contrario, entre los países más desarrollados, Alemania es un caso fuera de lo común, pues ambas tasas de actividad emprendedora están solamente separadas por un 0,65% en el 2008. Finalmente, destacan Argentina y Rusia como naciones en las cuales la diferencia entre las tasas de ambos sexos no llega al 2%.

Figura 6.1. Actividad emprendedora incipiente (naciente más nueva o joven) en función del sexo en los países GEM 2008.



El ratio de mujer/hombre, referido a la actividad femenina en comparación con la masculina (Figura 6.2), alcanza para Melilla un valor de 0,47, inferior al 0,74 correspondiente a la media nacional; aunque, siguiendo el informe GEM España, este valor supone una mejoría evidente con respecto a 2007 (0,56). La posición de Melilla no es desfavorable en el contexto de países GEM, donde la media arroja una cifra de 0,57; asimismo el ratio para Melilla queda muy cercano a la media de países participantes de la UE (0,50)¹. Esto implica una posición para el conjunto nacional significativamente por encima de los valores medios para el grupo de países GEM y de la UE.

Figura 6.2. Ratio de actividad femenina sobre masculina.



A diferencia de las ediciones pasadas, el Proyecto GEM presenta en la edición actual los resultados clasificando a las naciones participantes en función del tipo de orientación que muestran en indicadores relacionados con las principales herramientas que aplican para mejorar su productividad y competitividad. En ese sentido, como se puede observar en la Figura 6.2, los países impulsados

por la innovación son aquellos que están considerando la innovación como el principal elemento que puede mejorar la productividad y la competitividad. El grupo de los países impulsados por la eficiencia representa a los países que están en transición entre la aplicación de la eficiencia (que es el criterio inmediatamente anterior al de innovación) y de la innovación para lograr este objetivo. Finalmente, el resto de países son aquellos que todavía consideran los factores de producción (especialmente el capital humano) como los elementos capaces de mejorar la productividad y la competitividad. En este grupo también están incluidos países que están en transición entre el estadio más antiguo y el que considera la eficiencia como impulso para mejorar la productividad y la competitividad. Esta diferenciación supone implícitamente la consideración de tres estadios de desarrollo en la clasificación de los países.

6.2. Características de la actividad emprendedora femenina comparadas con la masculina.

Como podemos observar en la tabla 6.2., la emprendedora melillense, en contraposición a su homónimo masculino, se ha centrado en mayor medida en consolidar sus iniciativas de negocio (iniciativa nueva, 64,3%), más que en lanzarse a poner en marcha nuevas actividades (iniciativas nacientes, 35,7%). Ante la recesión han sido los hombres los que proporcionalmente más han abordado la creación de nuevos negocios. Este resultado representa una diferencia de comportamiento entre ambos sexos, siendo la mujer, aparentemente, más reticente a emprender.

Tabla 6.2. Etapa en la que se hallaban las iniciativas en fase emprendedora puestas en marcha por hombres y mujeres.

		SEXO		Total
		Hombre	Mujer	
TEA 2007-2008: Fase de las iniciativas	Naciente (0-3 meses)	46,7%	35,7%	43,2%
	Nueva (3-42 meses)	53,3%	64,3%	56,8%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

En cuanto a la dimensión de las actividades emprendedoras, el número medio de propietarios en iniciativas masculinas ha sido de 2,08; y de 1,52 en el caso de las femeninas, para el período considerado. Este resultado podría indicar una tendencia al apoyo en otros socios por parte del emprendedor masculino, frente a la mujer, más individualista. No obstante, esta afirmación no es concluyente ante la imposibilidad de probar la significación estadística de estas diferencias entre géneros.

¹ Cifras medias tomadas del informe ejecutivo 2008 a nivel nacional.

Sobre el número de empleados (Tabla 6.3), destaca el hecho de que las iniciativas femeninas tienden a una menor dimensión que las masculinas: las mujeres emprendedoras melillenses se concentran en el autoempleo (44,4%), y en un porcentaje algo mayor tienden a la contratación de entre 1 y 5 empleados (55,6%). Sin embargo, el hombre emprendedor tiende mayoritariamente a autoemplearse (56,3%), frente a porcentajes menores en actividades con empleados, aunque en este caso un 12,5% tiene entre 6 y 19 empleados, lo cual nos permite afirmar que el emprendedor, con respecto a la emprendedora melillense, tiende sensiblemente más a la creación de empresas de mayor dimensión, en lo que empleos se refiere.

Tabla 6.3. Número de empleados de las actividades emprendedoras masculinas y femeninas.

		SEXO		Total
		Hombre	Mujer	
Número actual de empleados en 4 categorías	Sin empleados	56,3%	44,4%	52,0%
	1-5 empleados	31,2%	55,6%	40,0%
	6-19 empleados	12,5%	0,0%	8,0%
	20+ empleados	0,0%	0,0%	0,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Finalmente, en cuanto a dimensión futura, las expectativas de crecimiento en empleo en los próximos 5 años no son muy diferentes para las iniciativas emprendedoras masculinas y femeninas (Tabla 6.4.): en ambos estratos se espera crecer en torno al 50% en el tramo de 1 a 5 empleados, siendo mayor el porcentaje esperado para las emprendedoras (61,6%); y en torno a un 20% en el de 6 a 19 empleados, quedando por encima el porcentaje para el emprendedor masculino (21,4% frente a 15,4% para la mujer). Destaca la nula expectativa de la mujer para contratar en los próximos 5 años 20 empleados o más, mientras que el hombre espera incrementar este tramo en un 7,2%. Estos resultados están en línea con el análisis anterior, correspondiente a la tabla 6.3.

Tabla 6.4. Número de empleos esperados en los próximos 5 años en las actividades emprendedoras masculinas y femeninas.

		SEXO		Total
		Hombre	Mujer	
Número esperado de empleados en los próximos 5 años (4 categorías)	Sin empleados	25,0%	23,0%	24,4%
	1-5 empleados	46,4%	61,6%	51,2%
	6-19 empleados	21,4%	15,4%	19,5%
	20+ empleados	7,2%	0,0%	4,9%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Como vemos en la Tabla 6.5, las iniciativas femeninas se concentran en los sectores de servicios a empresas y negocios orientados al consumo (92,3% en total). El caso del emprendedor masculino en Melilla resulta más diversificado en cuanto a las cuatro grandes categorías consideradas, predominando el porcentaje de actividades orientadas al consumo, cercano al 50%.

Tabla 6.5. Distribución sectorial de las actividades emprendedoras masculinas y femeninas.

		SEXO		Total
		Hombre	Mujer	
Sector escogido para emprender	Extractivo	3,2%	0,0%	2,3%
	Transformador	22,6%	7,7%	18,2%
	Servicios a empr.	25,8%	38,5%	29,5%
	Orient. al consumo	48,4%	53,8%	50,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Las iniciativas masculinas en Melilla en el período 2007-2008 tienden a ser más innovadoras en producto o servicio frente a las femeninas (Tabla 6.6), así como en cuanto al tipo de tecnología utilizada según su antigüedad (Tabla 6.7), por lo que, según estos resultados, los hombres trabajan con mayor grado la innovación y además emplean tecnología más reciente, en una proporción ligeramente superior a las mujeres. No obstante, son las emprendedoras las que acaparan una mayor proporción de iniciativas consideradas de base tecnológica (véase Tabla 6.8).

Tabla 6.6. Grado de innovación de las iniciativas emprendedoras masculinas y femeninas.

		SEXO		Total
		Hombre	Mujer	
Grado innovación en producto o servicio	Mucha innovación	29,0%	7,1%	22,2%
	Alguna innovación	35,5%	42,9%	37,8%
	Sin innovación	35,5%	50,0%	40,0%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 6.7. Uso de nuevas tecnologías en las actividades emprendedoras masculinas y femeninas.

		SEXO		Total
		Hombre	Mujer	
Uso nuevas tecnologías	Tecn. nueva (<1 año)	25,8%	14,3%	22,2%
	Tecn.reciente (1-5 años)	19,3%	7,1%	15,6%
	Tecnología > 5 años	54,9%	78,6%	62,2%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 6.8. Nivel tecnológico del sector en el que se emprende: actividades masculinas y femeninas.

		SEXO		Total
		Hombre	Mujer	
Base tecnológica	Poca o ninguna	96,7%	78,6%	90,9%
	Media o alta	3,3%	21,4%	9,1%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

En cuanto al grado de competencia que afrontan las iniciativas, no se observa diferencia por razón de sexo, siendo los porcentajes muy similares para hombres y mujeres en las tres categorías: muchos competidores, pocos competidores, sin competidores (Tabla 6.9):

Tabla 6.9. Grado de competencia de las actividades masculinas y femeninas.

		SEXO		Total
		Hombre	Mujer	
Grado de competencia de la actividad	Mucho	48,4%	50,0%	48,9%
	Poco	25,8%	21,4%	24,4%
	Sin competidores	25,8%	28,6%	26,7%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Según se desprende de estos datos, el emprendedor melillense, frente a la emprendedora, tiende más a la innovación y al uso de tecnología más nueva, aunque es la mujer quien tiene una mayor concentración en actividades de base tecnológica media-alta. El hecho de que la mujer sea menos innovadora (lo cual puede indicar un menor nivel de riesgo asumido) puede explicar que la tasa de cierres de iniciativas femeninas haya sido nula para el período 2007-2008, frente a un 3,3% de negocios cerrados por hombres; además, este resultado tiende a desmentir la visión de que las empresas lideradas por mujeres tienen menos éxito que las que son gestionadas por hombres.

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

En este apartado se resumen los datos obtenidos al comparar las características socio-demográficas de hombres y mujeres emprendedores, para el bienio considerado (2007-2008).

Con una edad media de 32,3 años, la mujer emprendedora es un año y medio menor que el hombre, una ligera diferencia que no nos permite obtener ninguna idea concluyente más allá de la meramente informativa.

Figura 6.3. Edad media del emprendedor masculino y femenino.



En cuanto al nivel educativo, las mujeres emprendedoras se concentran en mayor medida en los niveles formativos medios, frente a la proporción correspondiente a estudios superiores; el emprendedor masculino se reparte de forma más igualitaria entre estas categorías (Tabla 6.10).

Tabla 6.10. Nivel educativo en emprendedores y emprendedoras.

		SEXO		Total
		Hombre	Mujer	
Nivel educativo	Bajo	25,8%	21,4%	24,4%
	Medio	38,7%	57,1%	44,5%
	Estudios superiores	35,5%	21,5%	31,1%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Como podemos observar, los resultados en este indicador no suponen grandes diferencias, pero sí hemos encontrado mayores discrepancias en cuanto al nivel de renta (Tabla 6.11): proporcionalmente, las mujeres se concentran más en tramos de rentas bajas, y los hombres en medias y altas.

Tabla 6.11. Nivel de ingresos (renta) en emprendedores y emprendedoras.

		SEXO		Total
		Hombre	Mujer	
Nivel de ingresos	Bajo	16,7%	42,8%	25,0%
	Medio	36,7%	7,2%	27,3%
	Alto	23,3%	28,6%	25,0%
	NS / NC	23,3%	21,4%	22,7%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

Respecto al origen y régimen de residencia (nacional, extranjero régimen general o extranjero comunitario), no hemos encontrado grandes diferencias por razón de género, estando en torno a un 90% el porcentaje de emprendedores nacionales en ambos casos (hombres y mujeres), y siendo nula la proporción de emprendedores extranjeros comunitarios tanto para el caso masculino como el femenino.

6.4. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora

Esta sección muestra cómo influye el género en las percepciones subjetivas que tiene la población melillense sobre la actividad emprendedora. En concreto nuestro estudio analiza la actitud del conjunto de la población adulta (Tabla 6.12), y de los emprendedores y emprendedoras (Tabla 6.13), con respecto a un conjunto de factores psicosociales.

Observando los datos reflejados en ambas tablas, podemos decir que la menor representación de las melillenses en el sector emprendedor se debe, entre otros factores, a: una menor integración en redes sociales emprendedoras, una menor predisposición a la percepción de oportunidades, a que consideran estar preparadas para emprender en menor proporción que los hombres y a un mayor temor al riesgo que implica involucrarse en este tipo de actividades.

Tabla 6.12. Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población melillense de 18-64 años en función del sexo.

Pregunta	% de respuesta afirmativa		Conclusión
	Hombres	Mujeres	
	¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años?	37,4%	
¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses?	29,1%	23,7%	Los hombres son más optimistas en cuanto a la percepción de oportunidades
¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una pequeña iniciativa?	48,0%	36,6%	Los hombres se sienten algo más preparados para emprender con respecto a las mujeres.
¿El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender?	51,6%	51,9%	Incide prácticamente población masculina y femenina.
¿Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar?	65,8%	65,7%	Hombres y mujeres expresan el mismo grado de competitividad.
¿Emprender se considera una buena opción profesional?	68,4%	66,0%	La opinión es prácticamente igual entre hombres y mujeres.
¿Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus?	63,6%	61,8%	La opinión es prácticamente igual entre hombres y mujeres.
¿Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores?	41,0%	45,4%	Las mujeres opinan en mayor medida que los hombres que la afirmación es cierta.

Este tipo de diferencias psico-sociales se acentúan, curiosamente, al comparar el colectivo de emprendedores con el de emprendedoras (Tabla 6.13), surgiendo otros condicionantes negativos como el nivel de competitividad, menor en el colectivo femenino. No obstante, la emprendedora valora más su profesión que el emprendedor, respecto del prestigio y reconocimiento social que confiere.

Tabla 6.13. Determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora en la población de emprendedores de Melilla en función del sexo.

Pregunta	% de respuesta afirmativa		Conclusión
	Hombres	Mujeres	
¿Conoce a una persona que haya puesto en marcha una iniciativa emprendedora en los dos últimos años?	87,5%	44,4%	El emprendedor masculino tiene una mayor red de contactos emprendedores respecto a la mujer.
¿Ve buenas oportunidades para emprender en su zona los próximos 6 meses?	64,3%	25,0%	El emprendedor parece ser más optimista que la emprendedora en cuanto a oportunidades.
¿Posee las habilidades y conocimientos suficientes como para poner en marcha una pequeña iniciativa?	93,8%	87,5%	Ellos declaran estar proporcionalmente más preparados que ellas, a la hora de acometer nuevos negocios.
¿El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender?	33,3%	44,4%	Este obstáculo parece incidir más en las emprendedoras que en los emprendedores.
¿Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar?	53,3%	75,0%	El emprendedor resulta ser, en proporción, más competitivo que la emprendedora.
¿Emprender se considera una buena opción profesional?	57,1%	66,7%	La mujer emprendedora tiende a valorar más su profesión frente a su homónimo masculino.
¿Los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus?	68,8%	55,6%	Ellos consideran en mayor medida que ellas el reconocimiento social de su opción profesional.
¿Los medios de comunicación realizan buena cobertura sobre los emprendedores?	64,3%	50,0%	Ambos creen, en proporciones relativamente altas, que esta afirmación es cierta, aunque en menor medida la emprendedora, más crítica en este aspecto.

No obstante, y remitiéndonos al informe nacional, que estudia estas cuestiones a nivel más amplio, las diferencias de género referidas a las actitudes y percepciones hacia la actividad emprendedora son cada vez más reducidas, si bien persisten ciertas trabas a la plena participación de la mujer en dicha actividad. Aunque se trabaja en su mejora, es necesario satisfacer en mayor medida la demanda de sistemas de apoyo a la conciliación de la vida laboral y personal.

Para completar esta panorámica, exponemos la opinión de nuestros expertos, entrevistados en 2008, acerca del grado de apoyo cultural, social e institucional a la actividad emprendedora femenina. La Tabla 6.14, que recoge el promedio de la valoración de dichos expertos sobre varias afirmaciones relacionadas con estas cuestiones, muestra que, desde su punto de vista, las mujeres melillenses parecen tener un nivel aceptable de apoyo social para emprender un negocio (medias superiores a 3), aunque no opinan lo mismo en cuanto al apoyo institucional, donde la opinión media no llega a la mitad de la escala, o se queda en 3. Sin embargo, los expertos consideran que la mujer tiene los conocimientos y habilidades necesarias para la puesta en marcha de una empresa, sin diferencia con el hombre.

Tabla 6.14. Opinión media de los expertos de Melilla acerca del apoyo prestado a la mujer emprendedora.

Afirmación	Promedio de valoración de los expertos (1=completamente cierto 5=completamente falso)
En Melilla, existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando después haber formado una familia.	2,86
En Melilla, crear un negocio es una carrera socialmente aceptada para la mujer.	3,36
En Melilla, se fomenta para las mujeres el autoempleo o la creación de empresas.	3,03
En Melilla, las mujeres tienen igual acceso que los hombres a buenas oportunidades para crear una empresa.	3,56
En Melilla, las mujeres tienen las mismas capacidades que los hombres para la creación de empresas.	4,25

6.5. Alternativas a la participación femenina en la actividad emprendedora: la mujer inversora

Finalmente, se analizan de forma breve los rasgos más destacados que diferencian a la población femenina de la masculina que actúa como inversor informal, aportando fondos propios para financiar la puesta en marcha de un negocio ajeno⁸.

En primer lugar, observando la Tabla 6.15, en la población adulta de Melilla el hombre es más participativo que la mujer en el proceso de invertir informalmente o actuar como *Business Angel* (2,6%, frente a 1%). El resultado está en línea con el obtenido para la media española, que puede consultarse en el informe ejecutivo nacional.

No obstante, la inversión media de capital es mayor para el caso femenino, por lo que en términos medios absolutos el nivel de compromiso adoptado por la mujer cuando actúa como inversora informal es mayor que para el *Business Angel* masculino.

Otros análisis realizados han puesto de manifiesto que la tendencia de las inversoras es la de apoyar en mayor medida que los inversores los proyectos empresariales de familiares directos (80% en mujeres frente a 53,9% en hombres), registrándose el mismo resultado para amigos y vecinos, aunque con menor diferencia. Acerca del retorno esperado de la inversión, no hay diferencias notables por razón de género entre este tipo de inversores, concentrándose los mayores porcentajes en la idea de no esperar retorno de la inversión efectuada (36% para hombres y 40% para mujeres). Por consiguiente, tanto hombres como mujeres que actúan como inversores informales apoyan mayoritariamente a familiares directos, y en términos generales no esperan nada en concepto de retorno, como resultados más destacados.

Tabla 6.15. Sexo del inversor informal e importe invertido.

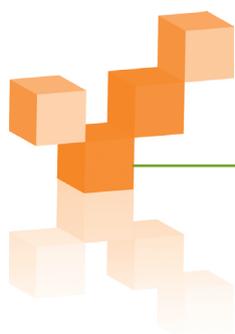
		Población adulta total		
		Hombre	Mujer	Total
¿Es inversor informal?	Sí	2,6%	1,0%	1,8%
	No	97,4%	98,9%	98,2%
	Total	100%	100%	100%
Importe medio invertido (en €)		21.826	27.005	23.053

⁸ La inversión informal es estudiada en profundidad en el capítulo 5, en el que se analiza la financiación del proceso emprendedor. El epígrafe desarrollado en este capítulo tan sólo pretende ofrecer una visión de la inversión informal desde la perspectiva de género.



Capítulo 7

Motivación y capacidad para emprender en Melilla



INFORME EJECUTIVO 2007- 2008 MELILLA

7.1. Introducción

El proceso emprendedor se compone de una serie de fases que parten de la identificación de oportunidades y pasan por la evaluación de éstas y la toma de decisión de su puesta en marcha o explotación. Este capítulo del informe se centra en el análisis de varios aspectos de la figura del emprendedor en relación a la percepción de oportunidades, a las motivaciones necesarias para la puesta en marcha de un negocio y a los conocimientos y habilidades necesarias para ello.

Los datos presentados provienen de la encuesta realizada a la población entre 18 y 64 años de Melilla y de las opiniones de 36 expertos de la Ciudad Autónoma que trabajan en nueve ámbitos de influencia en la creación empresarial y que presentan la distribución que aparece en la Tabla 7.1.

Tabla 7.1. Distribución de los tipos de expertos entrevistados en Melilla en el 2008.

Ámbito de influencia	Nº Expertos	Porcentaje
Apoyo financiero	4	11,1%
Políticas Gubernamentales	4	11,1%
Programas Gubernamentales	4	11,1%
Educación y formación	4	11,1%
Transferencia de I+D	4	11,1%
Infraestructura comercial y profesional	4	11,1%
Apertura del Mercado interno	4	11,1%
Acceso a infraestructura física	4	11,1%
Normas sociales y culturales	4	11,1%
Total	36	100,0%

7.2. La percepción de buenas oportunidades para emprender

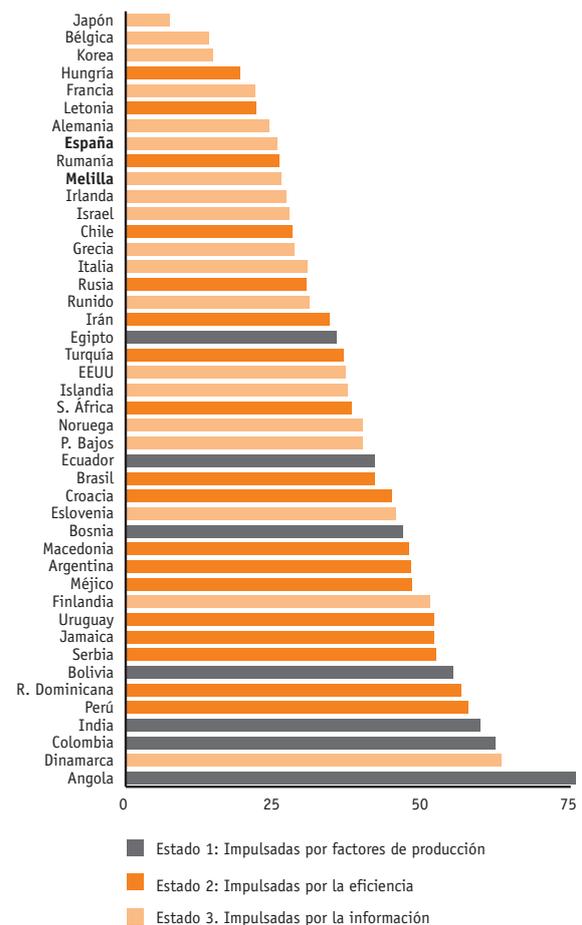
El porcentaje de personas de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en Melilla es de un 26,4%, por encima de la media española, que se sitúa en un 25,4%.

La evolución de este indicador a nivel nacional, del que se disponen datos desde el año 2000, ha sido descendente con un pequeño ascenso en 2008 (de 0,5%), por lo que puede que nos encontremos ante un estancamiento de uno de los factores que impulsan la motivación a emprender, quizá fruto del escenario de incertidumbre en que nos sitúa la crisis actual. Sin embargo, la crisis puede suponer un escenario de nuevas oportunidades para aquellos que las sepan identificar y aprovechar.

Desde el punto de vista internacional (Figura 7.1), la población melillense es algo más optimista que la de Bélgica, Francia, Alemania o Rumanía, en cuanto a la UE, aunque la cifra para Melilla queda por debajo de la de Reino Unido o Grecia, y más alejada de Países Bajos. Destacable es el hecho de que la población adulta de Melilla arroje

una cifra cercana a la de Irlanda, país de gran tradición emprendedora. Como vemos en el gráfico, los países en vías de desarrollo y de nueva industrialización presentan las cifras más optimistas, por lo general, en el contexto de países participantes en el GEM.

Figura 7.1. Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país.



Con el fin de profundizar en el análisis de las oportunidades percibidas, tras haber observado la opinión de la población adulta, se proporciona además la opinión facilitada por los expertos que han participado en el informe. En la Tabla 7.2 se muestra en la primera columna la opinión de los 36 expertos de Melilla sobre diversos aspectos relacionados con las oportunidades en esta Ciudad Autónoma. En la segunda columna se muestran las mismas cuestiones para la media de los 82 expertos representativos de los más de 600 entrevistados para el conjunto de España.

Los expertos de Melilla opinan que es más falso que cierto que existan muchas y buenas oportunidades para la creación de empresas (2,74), situándolos en una perspectiva más pesimista que la media nacional (3,24). Parecido es el resultado para los expertos melillenses sobre si las buenas oportunidades emprendedoras han aumentado considerablemente en los últimos cinco años (2,53), su

opinión es desfavorable al considerar la afirmación más falsa que cierta; en cambio, a nivel nacional la media del 3,01 indica que los expertos no la valoran ni como cierta ni como falsa.

Tabla 7.2. Valoración media de los expertos acerca de un conjunto de afirmaciones sobre la existencia de oportunidades para emprender en Melilla y España.

Escalas de 1 = completamente falso a 5 = completamente cierto	Medias sobre un total de 36 entrevistas representativas	
	MELILLA	ESPAÑA
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	2,74	3,24
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	3,03	3,21
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	2,53	3,01
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,17	2,35
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,23	2,22

Más pesimista es la opinión en torno a si hay muchas y buenas oportunidades para la creación de empresas de rápido crecimiento. La media para los expertos de Melilla se cifra en 2,23, casi idéntica a la media nacional (2,22). Un resultado similar encontramos sobre si es fácil dedicarse a explotar oportunidades empresariales: 2,17 para Melilla, 2,35 la media nacional.

En cuanto a la idea de si hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para llevarlas a cabo, en el caso de Melilla los expertos se sitúan en el punto medio de la escala (3,03), por lo que no encuentran la afirmación ni cierta ni falsa; a nivel nacional encontramos un resultado ligeramente distinto (3,21), que indica una opinión más cercana a considerar la afirmación verdadera.

Estas valoraciones sobre oportunidades muestran una tendencia en general pesimista (si bien los valores en ningún caso son extremos, sino más bien en torno a la mitad de la escala); probablemente este resultado se deriva de la situación de recesión en la que se encuentra el país. Debemos pensar que se tratan de resultados de carácter coyuntural, y no definitivamente negativos.

7.3. El estado del entorno social del emprendedor como factor de motivación y capacitación para emprender

En la primera parte de este apartado del capítulo se toma el pulso a la población en general que reside en Melilla sobre

la motivación y capacitación para emprender. En la Tabla 7.3., se muestran los principales resultados obtenidos sobre varias afirmaciones en torno a estos conceptos.

Tabla 7.3. Resultados de las preguntas relacionadas con el entorno social y la motivación para emprender en la población de Melilla y España.

	% de respuesta afirmativa de la población de 18-64 años	
	MELILLA	ESPAÑA
¿Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años?	32,9%	3,72
¿Tiene conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un pequeño negocio?	42,4%	46,5%
¿El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender?	51,7%	51,8%
¿Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar?	65,8%	63,8%
¿Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional?	67,2%	68,2%
¿Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social?	62,6%	58,3%
¿Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios?	43,2%	43,5%

Según se observa en la tabla, no existen grandes diferencias con respecto a los resultados para la población nacional. En torno al 67% de la población considera que la vía emprendedora es una buena opción profesional, y un 62,6% cree que el éxito en la puesta en marcha de un negocio proporciona un buen status social. Esto indica que, en general para Melilla (en línea con la población total nacional), existe una buena consideración social del emprendedor.

Hemos de señalar además que un porcentaje cercano a la mitad de la población (42,4%) afirma tener los conocimientos y habilidades necesarios para la puesta en marcha de un negocio, y en torno al 52% no creen que el miedo al fracaso suponga un obstáculo para emprender. Asimismo, aproximadamente un tercio de los melillenses (32,9%) dicen haber conocido personalmente a un emprendedor en los últimos dos años.

Un 43,2% de la población melillense considera que los medios de comunicación difunden convenientemente noticias relacionadas con nuevos empresarios, y acerca del deseo de un nivel de vida igualitario para toda la sociedad, los melillenses que están de acuerdo con este extremo representan un 65,8% de la población adulta, un porcentaje superior a la cifra nacional (63,8%).

Estas cifras indican una predisposición positiva de la población hacia la actividad emprendedora, tanto en el caso de Melilla como en el caso general nacional, así

como un talante solidario. Ambos rasgos pueden resultar fundamentales para la mejora de la situación económica en la que nos encontramos.

Junto a las opiniones de la población adulta total de Melilla, hemos observado las percepciones de los 36 expertos de la Ciudad Autónoma en torno a estas ideas; de este modo, en la tabla 7.4., dichos expertos valoran los factores que influyen en la motivación para emprender.

Tabla 7.4. Evaluación media de expertos de Melilla y España sobre factores que influyen en la motivación para emprender.

Escala de 1 = completamente falso a 5 = completamente cierto	Medias sobre un total de 36 entrevistas	Medias sobre un total de 82 entrevistas representativas
	MELILLA	ESPAÑA
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,78	3,72
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,19	3,50
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3,06	3,28
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,50	2,72
Convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,47	2,66

El posicionamiento de los expertos en torno a las cinco afirmaciones es muy similar en ambos grupos (Melilla y España), con diferencias poco notables. No obstante, sí cabe destacar que las percepciones de los expertos sobre estos factores son menos favorables que las expresadas por la población en general, tanto para el caso de Melilla como para el nacional. Así, los expertos en Melilla no consideran que convertirse en empresario sea una opción deseable, al posicionarse por término medio en un 2,43, más cercano al desacuerdo que al acuerdo; en cambio, un 64,8% de la población de la Ciudad Autónoma de Melilla opina lo contrario, como hemos podido observar más arriba. Los expertos tampoco creen que la creación de empresas sea una forma de enriquecerse, con un posicionamiento medio de 2,50.

En cambio, encontramos una opinión más favorable sobre el estatus social del emprendedor, pues los expertos opinan que gozan de gran reconocimiento y prestigio social (3,78), en línea con el casi 62% de la población que así lo cree. En posición muy cercana al 3 ("ni cierto ni falso") encontramos la idea de que la mayoría de la gente piensa que el empresario es una persona competente e ingeniosa, lo que indica que los expertos no perciben la existencia de ideas preconcebidas en la sociedad sobre los atributos del emprendedor. Por último, tampoco los expertos se pronuncian positivamente acerca de la cobertura en los medios de comunicación sobre noticias relacionadas con empresarios de éxito (3,19), aunque la media es tendente al acuerdo al estar por encima de la puntuación intermedia (3).

Concluiremos este apartado mostrando la opinión de los expertos sobre un último aspecto importante en el entorno social del emprendedor: la capacidad de la población para emprender, con datos comparativos respecto a la media nacional (tabla 7.5.). Comprobamos nuevamente que no existen notables diferencias entre las valoraciones de los expertos en Melilla y las dadas por los expertos a nivel nacional.

Las posiciones ante las distintas cuestiones no se pueden calificar de favorables, y en ningún caso sobrepasan la puntuación de 3 en la escala de 1 a 5 ofrecida para su respuesta. Así, según los 36 expertos de Melilla, no es cierto que mucha gente tenga los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento (1,67), así como opinan que es falso pensar que haya mucha gente con experiencia en la puesta en marcha de negocios (2,17). La opinión sobre la capacidad de la población de aprovechar posibles oportunidades en el entorno tampoco es positiva (2,33), como tampoco lo es la idea de que muchas personas estén preparadas para organizar los recursos necesarios para su puesta en marcha (2,31), tal y como opinan los expertos en el conjunto nacional (2,38 en ambas cuestiones).

Tabla 7.5. Evaluación media de expertos de Melilla y España sobre la capacidad que tiene nuestra población para emprender.

Escala de 1 = completamente falso a 5 = completamente cierto	Medias sobre un total de 36 entrevistas	Medias sobre un total de 82 entrevistas representativas
	MELILLA	ESPAÑA
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio	2,97	2,43
Mucha gente está preparada para organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño negocio	2,31	2,38
Mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan	2,33	2,38
Mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios	2,17	2,26
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento	1,67	1,94

Una puntuación ligeramente mayor alcanza la afirmación en torno al potencial emprendedor de la población en el caso de pequeños negocios, potencial referido a la posesión de los conocimientos y habilidades necesarios para su puesta en marcha; la cifra media del 2,97 supera a la media nacional (2,43).

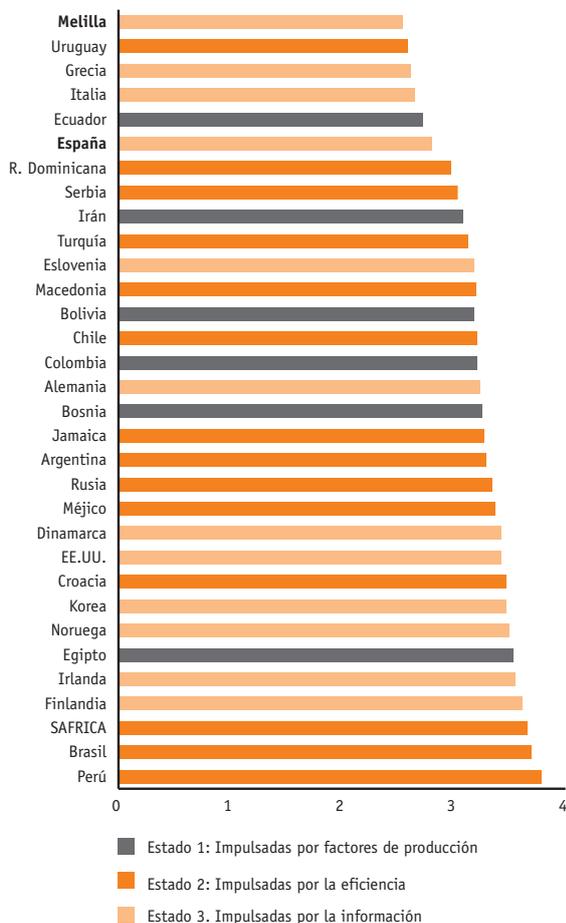
Una interpretación de estos resultados es la existencia de una conciencia entre los expertos de la falta de preparación empresarial en la población, lo que llama a la necesidad de una mayor formación de emprendedores.

7.4. Posicionamiento de Melilla en el plano internacional con respecto a las variables clave relacionadas con la motivación y capacitación para emprender

Las opiniones medias de los expertos de Melilla también han sido comparadas con las expresadas por los del resto de participantes del GEM sobre sus propios países. Los gráficos representan los valores medios de las puntuaciones que han asignado los expertos sobre cuestiones relativas a: las oportunidades para emprender, la existencia en la población de los conocimientos y habilidades necesarias para la puesta en marcha de negocios, y el apoyo social al emprendedor.

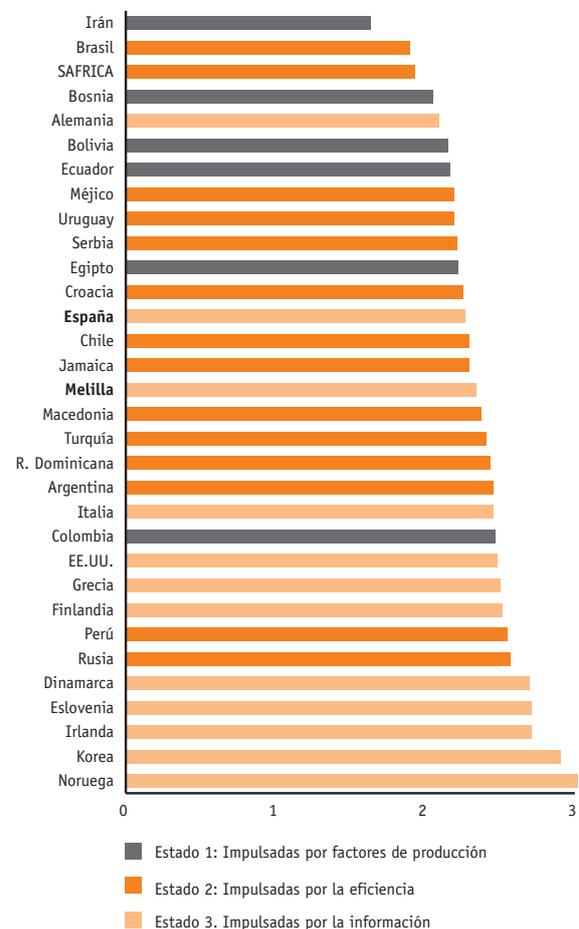
En la Figura 7.2 se comprueba que Melilla ocupa la posición más baja respecto al resto de países del GEM en las percepciones sobre la existencia de buenas oportunidades para emprender en su país o región. España queda por encima, aunque también en la zona baja, sin llegar la puntuación media al 3 (mitad de la escala de 1 “completamente falso” a 5 “completamente cierto”). Las posiciones más optimistas las poseen Irlanda, Finlandia, Brasil o Perú, aunque en ningún caso se llega a superar el 4.

Figura 7.2. Valoración media del bloque de oportunidades para emprender manifestada por los expertos de Melilla y los países del GEM 2008, clasificados en función del principal elemento que impulsa su productividad y competitividad.



La Figura 7.3 muestra igualmente que la percepción media de los expertos de Melilla, en relación a la posesión por parte de la población de los conocimientos y habilidades necesarias para la puesta en marcha de nuevos negocios, sitúan a la Ciudad Autónoma en una posición intermedia con respecto al resto de países participantes en el GEM. Aunque la media es ligeramente superior al valor 2 (en una escala de 1 a 5), Melilla se sitúa en línea con la media nacional, que queda un poco por debajo; las puntuaciones en torno a 2 indican, como para el resto de países excepto Noruega, que según los expertos la población no está preparada, en cuanto a habilidades y conocimientos, para afrontar la puesta en marcha de pequeños negocios.

Figura 7.3. Valoración media del bloque de posesión de conocimientos y habilidades para emprender en la población según los expertos de Melilla y de los países GEM 2008.



Finalmente se presentan las opiniones medias de los expertos sobre el apoyo social del emprendedor en su respectivo país o región. Melilla se sitúa en una posición cercana a España, ambas con valoraciones promedio superiores a 3, y en posición similar a la de países tan diferentes como Croacia, Grecia, Ecuador, Chile o Argentina. Observamos en este gráfico unas valoraciones más favorables que en las cuestiones anteriores, de lo que deducimos que, según los expertos, la labor del emprendedor goza de cierto

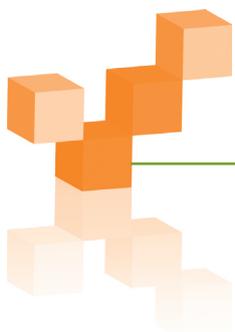
reconocimiento y prestigio en la sociedad. En efecto, esta figura es susceptible de ser más popular que la del empresario, y quizá por ello la tendencia de los expertos es a extremar la valoración ante un escenario de crisis, ya que al empresario se le asocia con el mantenimiento de algo ya en marcha, mientras que al emprendedor se le identifica con una esperanza de nuevos negocios y de relanzamiento de la actividad económica. En este sentido, no es de extrañar que EE.UU. encabece la lista de valoración en este caso.

Figura 7.4. Valoración media acerca del apoyo social del emprendedor manifestada por los expertos de Melilla y los países GEM 2008.



Capítulo 8

Análisis general del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora en Melilla



INFORME EJECUTIVO 2007- 2008 MELILLA

8.1. Introducción

En este capítulo se analiza la opinión de treinta y seis expertos que de una forma más específica y detallada muestran en relación a un conjunto de factores del entorno que pueden condicionar las actividades emprendedoras en la Ciudad Autónoma de Melilla. Esta valoración de carácter más cualitativo es una parte esencial del observatorio GEM. Los especialistas que han mostrado sus opiniones han sido seleccionados considerando nueve áreas del entorno en los que desarrollan su actividad diaria, estando especialmente cualificados en los mismas. La distribución de los expertos por factores o áreas se ha mostrado en el capítulo 7 en la tabla 7.1. Las opiniones vertidas se comparan con una muestra nacional de 82 expertos del Proyecto GEM España.

La tarea con los expertos se fundamenta en la valoración de una serie de afirmaciones sobre cada condición del entorno, expresadas en Escala Likert de 1 a 5 (siendo 1 completamente falso y 5 completamente cierto). Además, el experto debe identificar tres factores que favorece en la Ciudad Autónoma de Melilla la actividad emprendedora, así como tres factores que la frenan. Por último se solicita al experto que proponga explícitamente tres medidas de políticas públicas tendentes a incrementar la actividad emprendedora en la Ciudad.

En cualquier caso, su representatividad en el entramado económico de Melilla es muy alta, por lo que la valoración de estas opiniones trasciende a un mero análisis estadístico.

8.2. Estado medio general de las condiciones de entorno para emprender

En la edición 2008 se han incorporado algunas nuevas valoraciones a considerar por parte de los expertos. Dos de ellas están relacionadas con el tema monográfico que se ha adoptado este año como novedad: la educación y formación emprendedora y, otras dos tienen que ver con la innovación, tanto como elemento importante a considerar en las empresas y negocios para su mayor avance, como desde el punto de vista del interés de los consumidores por adquirir o utilizar productos y servicios innovadores.

En la figura 8.1, la primera barra representa la valoración de los expertos sobre la necesidad que existe en Melilla de que los emprendedores tengan que acudir a asesoría externa para elaborar sus planes de

negocio y, en general, a diseñar su iniciativa antes de emprender efectivamente. Se comprueba que los expertos perciben una elevada necesidad de ello entre nuestros emprendedores y así lo manifiestan al otorgar a esta afirmación una media de 4,31 puntos sobre la escala de 1 a 5.

Tras ella, como aspectos más valorados por los expertos sobre el estado en nuestra ciudad, están la innovación desde el punto de vista del consumidor (3,68), el acceso a la infraestructura física (3,23) y la educación emprendedora desde diferentes ámbitos (FP, Universidad, etc.) con un 3,22. Le siguen como factores de mejor consideración el apoyo a la mujer emprendedora (3,07) y los programas gubernamentales (3,04), lo que, unido a la buena consideración que alcanzan las políticas gubernamentales, apoyo y prioridad (2,89), hace pensar que el apoyo al fenómeno emprendedor por parte de la autoridades es correcto, habiendo sido esta una de las variables que mejor evolución ha experimentado.

En cuanto a los aspectos más deficitarios o deficientes (además del considerado sobre la necesidad de ayuda externa para emprender, comentado anteriormente) se consideran la apertura de mercado interno: capacidad de reacción (2,26), la educación emprendedora en primaria y secundaria (2,30), la apertura mercado interno: barreras (2,30), la protección del derecho intelectual (2,39), las políticas gubernamentales impuestos y burocracia (2,63), y, por último, la transferencia en tecnología de I+D (2,65).

Figura 8.1. Valoración media general de las condiciones de entorno para emprender llevada a cabo por los expertos entrevistados en el 2008.



En la Tabla 8.1 se aprecia la comparativa de estos importantes indicadores con los obtenidos en el 2007:

Tabla 8.1. Comparativa de las valoraciones medias de las condiciones de entorno de Melilla en el 2008 respecto a los resultados del 2007.

Condición de entorno	CEUTA	ESPAÑA	Conclusión
Apoyo financiero global	2,44	2,66	Mejora
Políticas Gub. Apoyo y prioridad	2,90	2,89	Peor leve
Políticas Gub. Impuestos y burocracia	2,80	2,63	Peor
Programas gubernamentales	2,87	3,04	Mejor
Educación emprendedora primaria y secundaria	2,12	2,30	Mejor
Educación emprendedora FP, Universidad, Escuelas de Negocios	3,07	3,22	Mejor
Necesidad de ayuda externa antes de emprender		4,31	
Suficiente oferta no oficial de educación emprendedora		2,88	
Transferencia Tecnología e I+D	2,27	2,65	Mejor
Acceso a infraestructura comercial y servicios	2,93	2,76	Peor
Apertura mercado interno: capacidad de reacción	2,02	2,26	Mejor
Apertura mercado interno: barreras	2,59	2,39	Peor
Acceso a infraestructura física	3,20	3,23	Mejora leve
Normas sociales y culturales	2,78	2,80	Mejora leve
Protección Derecho Intelectual	2,79	2,39	Peor
Apoyo a la mujer emprendedora	3,32	3,07	Peor
Apoyo e impulso del alto crecimiento: fomento del crecimiento	2,93	2,76	Peor
Valoración de la innovación desde el punto de vista de las empresas	3,20	2,76	Peor
Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor		3,68	

A la pregunta sobre cuáles son los tres obstáculos principales a la actividad emprendedora, se responde señalando que el acceso a la infraestructura física, las barreras a la apertura del mercado, la educación y la formación, la capacidad emprendedora y el estado del mercado laboral son los obstáculos principales a la creación empresarial (Tabla 8.2).

Por el contrario, se ha podido comprobar que las políticas gubernamentales, las normas sociales y culturales, el clima económico y la transferencia de I+D no suponen un obstáculo a la actividad emprendedora en Melilla.

Tabla 8.2. Fuentes que generan obstáculos a la actividad emprendedora en el 2008, según la opinión de expertos de Melilla.

Clasificación de las fuentes citadas por los expertos como generadoras de obstáculos a la actividad emprendedora en Melilla	%
Acceso a infraestructura física	53,13%
Apertura de mercado, barreras	31,25%
Educación, formación	25,00%
Capacidad emprendedora	25,00%
Estado del mercado laboral	25,00%
Infraestructura comercial y profesional	21,88%
Programas gubernamentales	18,75%
Apoyo financiero	15,63%
Contexto político, social e intelectual	15,63%
Composición percibida de la población	9,38%
Transferencia de I+D	6,25%
Clima económico	6,25%
Normas sociales y culturales	3,13%
Políticas gubernamentales	0,00%

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

Por otro lado, al identificar las principales fuentes que generan apoyos a la actividad emprendedora en Melilla (Tabla 8.3), los expertos colocan en primer lugar a los programas (73,08) y las políticas (19,23) gubernamentales, en consonancia a la percepción anteriormente señalada. Se trata, por tanto, de un aspecto en el que sería necesario profundizar para determinar qué acciones de todas las políticas gubernamentales orientadas al emprendimiento son valoradas más positivamente. A continuación se destacan la educación y formación, la transferencia de I+D y el contexto político, social e intelectual.

Tabla 8.3. Fuentes de apoyo a la actividad emprendedora según la opinión de los expertos de Melilla.

Clasificación de las fuentes citada por los expertos como generadoras de apoyos a la actividad emprendedora en Melilla	%
Programas gubernamentales	73,08%
Políticas gubernamentales	19,23%
Educación, formación	19,23%
Transferencia de I+D	19,23%
Contexto político, social e intelectual	19,23%
Clima económico	15,38%
Apoyo financiero	11,54%
Apertura de mercado, barreras	11,54%
Capacidad emprendedora	11,54%
Infraestructura comercial y profesional	7,69%
Acceso a infraestructura física	3,85%
Normas sociales y culturales	3,85%
Estado del mercado laboral	3,85%
Composición percibida de la población	0,00%

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

Finalmente, la Tabla 8.4 muestra la clasificación de temas a que se refieren las recomendaciones verbales de los expertos para mejorar el entorno de la creación empresarial, de las cuales se ofrece una muestra literal más adelante. La recomendación más señalada por los expertos de Melilla es, una vez más, la relacionada con los programas y las políticas gubernamentales. También destaca la importancia otorgada a la educación, el acceso a la infraestructura física y la apertura del mercado. Por el contrario, alcanzan nula consideración tanto el clima económico como las normas sociales y culturales.

Tabla 8.4. Temas tratados por los expertos en las recomendaciones que hacen para mejorar el entorno del emprendedor en Melilla.

Clasificación de los temas citados por los expertos al hacer recomendaciones que pueden favorecer la actividad emprendedora en Melilla	%
Programas gubernamentales	67,74%
Educación, formación	54,84%
Políticas gubernamentales	38,71%
Acceso a infraestructura física	29,03%
Apertura de mercado, barreras	16,13%
Apoyo financiero	12,90%
Transferencia de I+D	9,68%
Infraestructura comercial y profesional	9,68%
Estado del mercado laboral	9,68%
Capacidad emprendedora	6,45%
Contexto político, social e intelectual	6,45%
Composición percibida de la población	3,23%
Normas sociales y culturales	0,00%
Clima económico	0,00%

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

8.3. Algunas opiniones facilitadas: hablan los expertos

En este apartado se proporciona una muestra de respuestas abiertas de los expertos de Melilla para ilustrar mejor los resultados anteriores. Dado que han opinado treinta y seis expertos, se han escogido las más relevantes.

8.3.1. Algunos obstáculos que han sido citados

- El excesivo coste de los transportes tanto de mercancías como de pasajeros.
- La falta de más oferta en los transportes y comunicaciones nacionales e internacionales.
- La falta de iniciativa y creatividad de los ciudadanos

- Las dificultades en los trámites aduaneros y burocráticos.
- El alto coste de locales, naves o suelo para poder iniciar o ampliar una actividad.
- La crisis económica.
- La falta de información sobre subvenciones y ayudas a la creación de nuevas empresas.
- Falta de financiación.
- Desarme arancelario de Marruecos con Europa y la situación de la frontera.
- Baja cualificación profesional/académica en general.

8.3.2. Algunos impulsos que han sido citados

- Creación de organismos públicos de impulso a la actividad emprendedora.
- Beneficios fiscales de nuestra ciudad.
- Fomento del sector turístico en la zona norte-oriental de Marruecos.
- Proliferación del sistema de franquicias y establecimiento de nuevas enseñanzas comerciales que provocan deseo de mejora.
- El Estatuto del Trabajador Autónomo.
- Nuevas tecnologías.

8.3.3. Algunas medidas de mejora que han sido citadas

- Fomento de la iniciativa emprendedora en el sistema educativo.
- Préstamos más flexibles.
- Mejorar las comunicaciones internacionales (frontera).
- Desarrollar una auténtica política de reducción de costes de los transportes.
- Eliminar la cultura del funcionariado.
- Mejor entendimiento entre las administraciones.
- Creación de incentivos para las empresas innovadoras.
- Reducción de los sueldos de los planes de empleo.
- Fomentar las medidas fiscales.
- Favorecer la creación de empresas de servicio de alto nivel tecnológico con repercusión internacional (Marruecos).

Tabla 8.5. Valoración media de los expertos acerca del acceso a financiación en Melilla.

FINANCIACIÓN (1=totalmente falso; 5=totalmente cierto)	
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi ciudad autónoma...	Media
Hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.	3,12
Hay suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,00
Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.	3,26
Hay suficiente financiación disponible procedente de inversores privados, distintos de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,19
Hay una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,13

Tabla 8.6. Valoración media de los expertos acerca de las políticas gubernamentales en Melilla.

POLÍTICAS GUBERNAMENTALES (1=totalmente falso; 5=totalmente cierto)	
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi ciudad autónoma...	Media
Las políticas del gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo licitaciones o aprovisionamiento públicos).	2,79
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración autonómica.	2,91
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal.	2,97
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales en aproximadamente una semana.	1,82
Los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.	2,94
Los impuestos, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.	2,94
Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento no representa una especial dificultad.	2,37

Tabla 8.7. Valoración media de los expertos acerca de los programas gubernamentales en Melilla.

PROGRAMAS GUBERNAMENTALES (1=totalmente falso; 5=totalmente cierto)	
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi ciudad autónoma...	Media
Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público. (Ventanilla única).	3,25
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	2,79
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.	3,06
Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.	3,16
Casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.	3,00
Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.	3,00

Tabla 8.8. Valoración media de los expertos acerca de la educación y formación en Melilla.

EDUCACIÓN Y FORMACIÓN (1=totalmente falso; 5=totalmente cierto)	
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi ciudad autónoma...	Media
En la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	2,75
En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.	2,35
En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.	1,86
Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	2,86
La formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	3,45
Los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	3,34
Los emprendedores en general, necesitan asistencia externa para elaborar sus planes de negocio antes de emprender.	4,31
Hay suficientes centros y agencias públicos y/o privados que pueden proporcionar educación y formación emprendedora adecuada independientemente del sistema educacional oficial.	2,88

Tabla 8.9. Valoración media de los expertos acerca de la transferencia de I+D en Melilla.

TRANSFERENCIA DE I+D (1=totalmente falso; 5=totalmente cierto)	
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi ciudad autónoma...	Media
Las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.	2,47
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.	2,82
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.	2,47
Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.	2,79
La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto.	3,16
Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.	2,14

Tabla 8.10. Valoración media de los expertos acerca del acceso a infraestructura comercial y de servicios en Melilla.

ACCESO A INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y DE SERVICIOS (1=totalmente falso; 5=totalmente cierto)	
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi ciudad autónoma...	Media
Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.	2,52
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores.	2,26
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.	2,28
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.	3,27
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares).	3,68
Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.	2,14

Tabla 8.11. Valoración media de los expertos acerca de la apertura del mercado interno en Melilla

APERTURA DE MERCADO INTERNO (1=totalmente falso; 5=totalmente cierto)	
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi ciudad autónoma...	Media
Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	2,26
Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	2,26
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.	2,45
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado.	2,33
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas.	2,39
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.	2,36

Tabla 8.12. Valoración media de los expertos acerca de la infraestructura física, estado y acceso en Melilla

INFRAESTRUCTURA FÍSICA, ESTADO Y ACCESO (1=totalmente falso; 5=totalmente cierto)	
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi ciudad autónoma...	Media
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.	2,52
No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.).	3,32
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).	2,81
Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.).	3,58
Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.	3,74

Tabla 8.13. Valoración media de los expertos acerca de las normas sociales y culturales en Melilla

NORMAS SOCIALES Y CULTURALES (1=totalmente falso; 5=totalmente cierto)	
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi ciudad autónoma...	Media
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	3,14
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2,80
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial.	2,46
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2,71
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	2,89

Tabla 8.14. Valoración media de los expertos acerca de la legislación y estados de registros, patentes y similares en Melilla

LEGISLACIÓN Y ESTADO DE REGISTROS, PATENTES Y SIMILARES (1=totalmente falso; 5=totalmente cierto)	
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi ciudad autónoma...	Media
La legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa y comprensible.	3,38
La legislación sobre derechos de propiedad intelectual se hace cumplir de manera eficaz.	2,66
La venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs y productos registrados no está muy extendida.	1,71
Una nueva empresa puede confiar en que sus patentes, derechos de autor y marcas registradas serán respetadas.	2,09
Se acepta en general que los derechos de los inventores sobre sus invenciones deberían ser respetados.	3,00

Tabla 8.15. Valoración media de los expertos acerca del apoyo a la mujer emprendedora en Melilla

APOYO A LA MUJER EMPRENDEDORA (1=totalmente falso; 5=totalmente cierto)	
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi ciudad autónoma...	Media
Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia.	2,86
Crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer.	3,36
Se fomenta entre las mujeres el auto-empleo o la creación de empresas.	3,03
Las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres.	3,56
Las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres.	4,25

Tabla 8.16. Valoración media de los expertos acerca de la creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo en Melilla

CREACIÓN DE EMPRESAS DE ALTO POTENCIAL DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO (1=totalmente falso; 5=totalmente cierto)	
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi ciudad autónoma...	Media
Existen muchas iniciativas que son especialmente diseñadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	2,45
Los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3,09
La gente que trabaja en temas de apoyo a la creación de empresas tiene suficientes habilidades y competencias para proporcionar apoyo a nuevas empresas con alto potencial de crecimiento y desarrollo.	3,00
El potencial de rápido crecimiento y desarrollo de las empresas se usa a menudo como criterio de selección de las entidades que son susceptibles de recibir apoyos a la creación empresarial.	3,03
El apoyo a las empresas de rápido crecimiento es un tema prioritario de la política pública de creación de empresas.	2,76

Tabla 8.17. Valoración media de los expertos acerca del interés por la Innovación en Melilla

CREACIÓN DE EMPRESAS DE ALTO POTENCIAL DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO (1=totalmente falso; 5=totalmente cierto)	
Afirmaciones valoradas por los expertos. En mi ciudad autónoma...	Media
A las empresas les gusta experimentar con nuevas tecnologías y nuevas formas de hacer las cosas	2,36
A los consumidores les atrae probar nuevos productos y servicios	3,83
La innovación es altamente valorada por las empresas	3,17
La innovación es muy valorada por los consumidores	3,80
Las empresas consolidadas están abiertas a utilizar nuevos proveedores y firmas emprendedoras	2,74
Los consumidores están muy abiertos a la compra de productos y servicios que proceden de nuevas firmas emprendedoras	3,40

A modo de resumen, se han extraído las afirmaciones más y menos valoradas respectivamente de cada condición de entorno de Melilla, según los expertos (Tabla 8.18).

Tabla 8.18. Afirmaciones mejor y peor valoradas por los expertos sobre las condiciones del entorno en Melilla

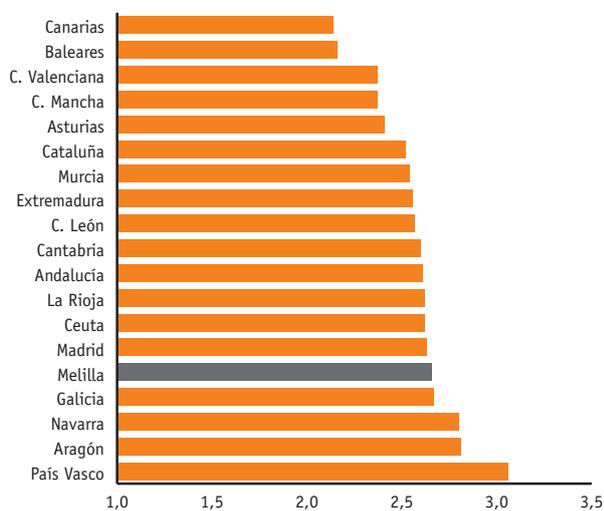
Financiación	
LO MEJOR	Consideran que hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.
LO PEOR	Sin embargo, creen que no hay suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento.
Políticas gubernamentales	
LO MEJOR	Consideran que el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal.
LO PEOR	Sin embargo, piensan que las nuevas empresas no pueden realizar todos los trámites administrativos y legales en poco tiempo.
Programas gubernamentales	
LO MEJOR	Consideran que puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público.
LO PEOR	Por el contrario consideran la necesidad de la instauración de parques científicos e incubadoras para que aporten un apoyo efectivo a las empresas.
Educación y formación	
LO MEJOR	Consideran que los emprendedores en general, necesitan asistencia externa para elaborar sus planes de negocio antes de emprender.
LO PEOR	Por el contrario creen que en la enseñanza primaria y secundaria no se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.
Transferencia I+D	
LO MEJOR	Consideran que la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto.
LO PEOR	Por el contrario creen que no existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.
Acceso a Infraestructura Comercial y de Servicios	
LO MEJOR	Consideran que las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios.
LO PEOR	Sin embargo, piensan que no tienen tan fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.
Apertura de mercado interno	
	Todas las afirmaciones contenidas en este apartado se sitúan por debajo de la media por lo que podemos interpretar que en términos de mercado interno la valoración que se hace de éste es que se encuentra poco desarrollado
Infraestructura física, estado y acceso	
LO MEJOR	Opinan que una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos en aproximadamente un mes.
LO PEOR	Sin embargo, consideran que las infraestructuras físicas (medios de comunicación, telecomunicaciones, etc.) de la ciudad no les proporcionan un buen apoyo.
Normas sociales y culturales	
LO MEJOR	Consideran que las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.
LO PEOR	Sin embargo, opinan que las normas y culturales no estimulan la asunción del riesgo empresarial.
Legislación y estado de registros, patentes y similares	
LO MEJOR	Piensan que la legislación sobre derechos de propiedad intelectual es muy completa y comprensible.
LO PEOR	Por el contrario, creen que la venta ilegal de copias piratas de software, videos, CDs...está muy extendida.
Apoyo a la mujer emprendedora	
LO MEJOR	Consideran que las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres.
LO PEOR	Sin embargo, creen que no existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia.
Creación de empresas de alto potencial de crecimiento y desarrollo	
LO MEJOR	Creen que los que diseñan las políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial con alto potencial de crecimiento y desarrollo.
LO PEOR	Por el contrario, no creen que existan muchas iniciativas de apoyo a nuevas actividades.
Interés por la Innovación	
LO MEJOR	Creen que a los consumidores les atrae probar nuevos productos y servicios
LO PEOR	Por el contrario, consideran que a las empresas no les gusta experimentar con nuevas tecnologías y nuevas formas de hacer las cosas

8.4. Posición de Melilla en el ámbito regional español del GEM 2008 acerca del estado de las condiciones de entorno evaluadas por los expertos.

Las figuras siguientes muestran la posición relativa de la Ciudad de Ceuta acerca de las condiciones evaluadas por los expertos en el entorno global de las Comunidades Autónomas GEM que participan en la edición 2008.

El **acceso a financiación** recibe una valoración por encima de la media nacional, esto supone un cambio sustancial en relación al año pasado en la que recibía una valoración ligeramente por debajo de dicha media y que podría explicarse por ciertas mejoras en las ayudas públicas existentes.

Figura 8.2. Acceso a la financiación. Comparativa regional



En cuanto a las **políticas gubernamentales**, la consideración que realizan los expertos sitúan a Melilla en un nivel similar a la media nacional.

Figura 8.3. Políticas gubernamentales. Apoyos y medidas. Comparación regional

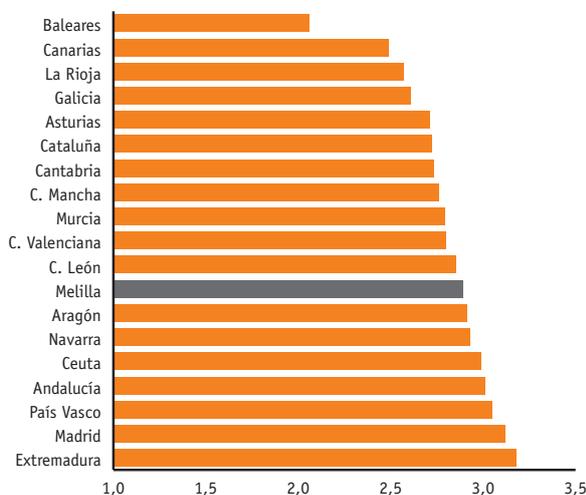


Figura 8.4. Políticas gubernamentales. Trámites y leyes. Comparación regional

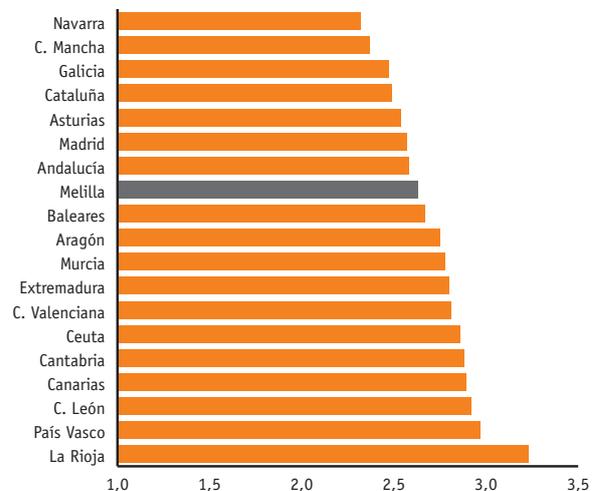
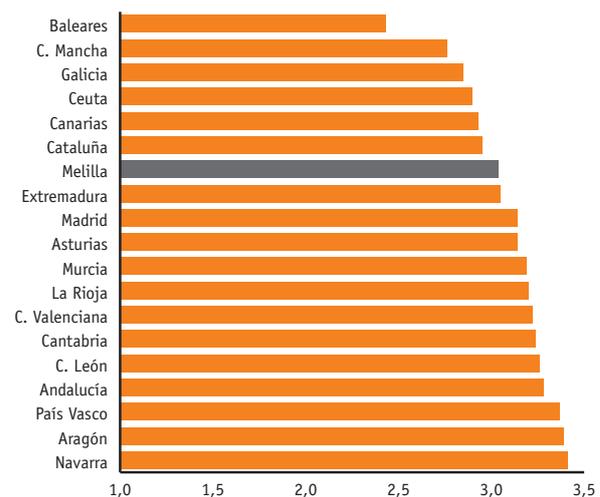
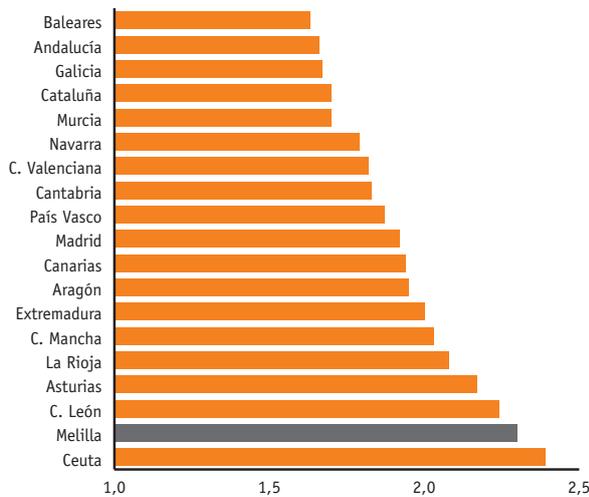


Figura 8.5. Políticas gubernamentales. Global. Comparación regional



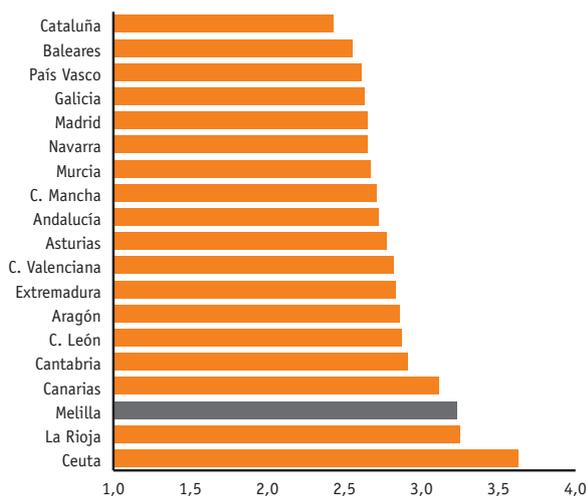
Las respuestas dadas por los expertos acerca de la **educación**, si bien sitúan a Melilla en posición destacada respecto al resto de Comunidades, deben analizarse con precaución. En primer lugar (Figura 8.6.), la alta valoración en Melilla de la educación Primaria y Secundaria no debe hacernos olvidar la baja valoración en términos absolutos –por debajo de 2,5 puntos– que se otorga a esta educación.

Figura 8.6. Educación primario/secundaria. Comparativa regional



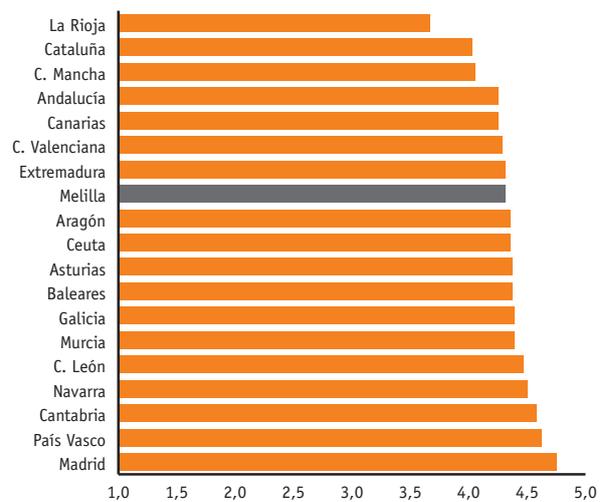
La Educación Superior y de Postgrado –por encima de 3 puntos– estaría relacionada tanto por la proximidad y solera de la educación universitaria en Melilla con centros como el Asociado de la UNED y el Campus de la Universidad de Granada, ambos con más de 25 años de presencia en la ciudad. En una ciudad con una población de 70.000 habitantes la proximidad de estos centros universitarios y la creciente oferta de formación de postgrado (Universidad de Granada, Escuela Hispano-Marroquí de Negocios), con el agravante de su localización geográfica con respecto a otros centros universitarios de la Península, no es de extrañar su positiva valoración.

Figura 8.7. Educación superior y postgrado. Comparativa regional



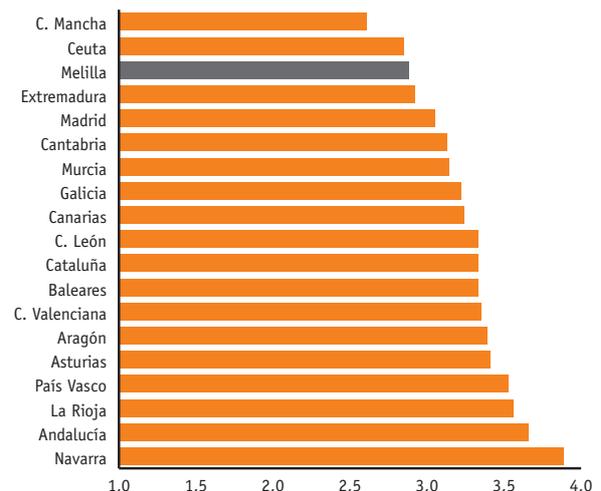
La relativa baja valoración otorgada a la **necesidad de asesoría externa**, si bien obtiene una valoración próxima a la media –4,5 puntos–, podría estar motivada por lo “cerrado” de su mercado interno, poco expuesto a competencia o influencia externa.

Figura 8.8. Necesidad de asesoría externa. Comparativa regional



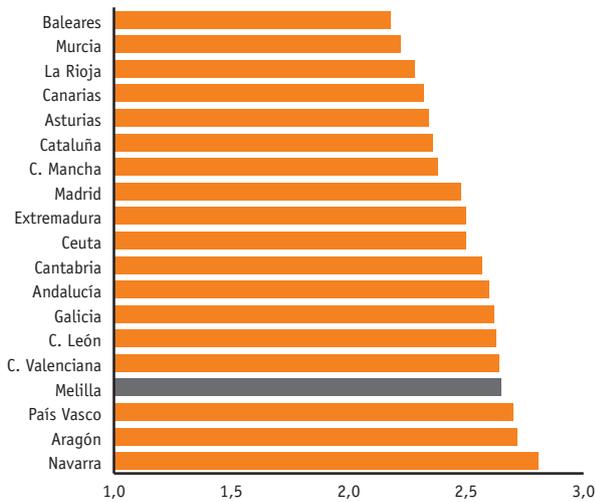
La baja valoración otorgada a la **Formación emprendedora** fuera del sistema educativo refleja claramente lo que, hasta hace dos ejercicios, realmente ocurría en la Ciudad Autónoma, como es la ausencia de acciones proactivas dirigidas a fomentar tal capacidad. No es sino hasta 2007 cuando de la mano de la Agencia de Empleo y Desarrollo Local, dependiente de la Consejería de Economía, se inicia en Melilla las primeras acciones dirigidas al mundo de los Emprendedores y sólo en 2008 se participa activamente en la celebración del Día del Emprendedor de forma coordinada con el resto de Comunidades Autónomas y en colaboración con el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Figura 8.9. Formación emprendedora al margen del sistema educacional oficial. Comparativa regional



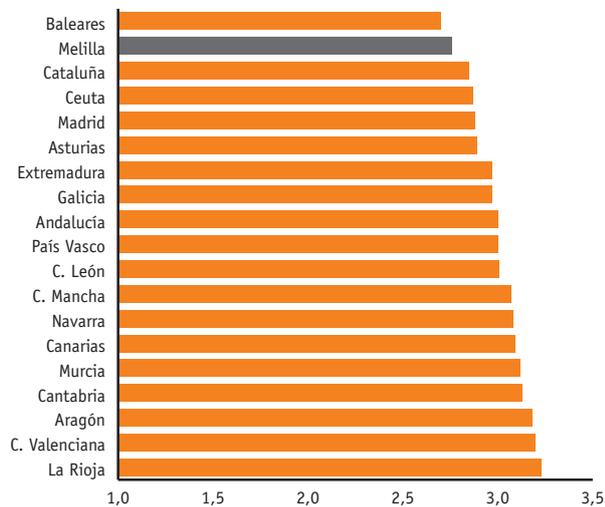
Es de destacar el excelente lugar que ocupa Melilla en cuanto a la **transferencia en I+D**, solo superada por Aragón, Navarra y País Vasco.

Figura 8.10. Transferencia I+D. Comparativa regional



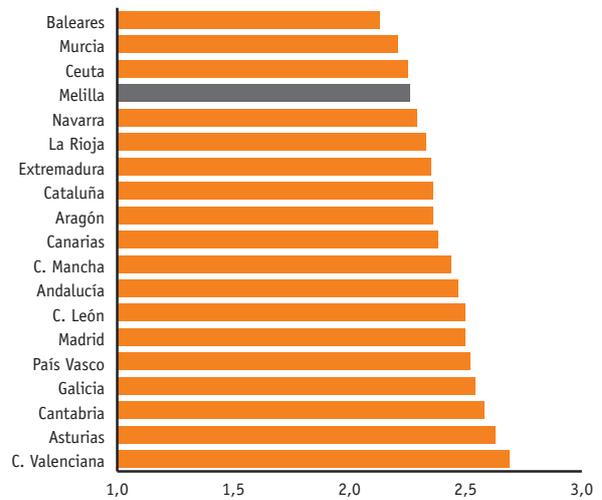
Uno de los aspectos que más claramente apunta a cierta obsolescencia en la **oferta comercial y de servicios** es la baja valoración que se da a su infraestructura. Aunque claramente existen limitaciones en infraestructuras importantes en comparación con otras Comunidades, la valoración realizada coincide con otros estudios, dirigidos a la oferta comercial, realizados recientemente (Centro Comercial Abierto –Universidad de Granada; pendiente de publicación).

Figura 8.11. Infraestructura Comercial y Servicios. Comparativa regional



A falta de completarse estos datos, la baja valoración estaría dirigida tanto a las infraestructuras en sí como al dinamismo y competitividad comercial del **mercado interno**, como se infiere de la Figura 8.12. De esta forma, “capacidad de reacción” sería entendido como dinamismo e innovación de la oferta comercial existente.

Figura 8.12. Apertura mercado interno: capacidad de reacción. Comparativa regional



Al observar las valoraciones relativas dadas al **Acceso a Infraestructuras** no deja de ser llamativo el hecho de que Melilla se encuentre inmediatamente por encima de Baleares, Ceuta y Murcia. Comparativamente, por número de kilómetros de autovías, de trenes de alta velocidad o por la capacidad de sus sistemas portuarios y aeroportuarios, no parece que pueda defenderse objetivamente posiciones tan próximas.

Una explicación a este hecho podría ser el carácter subjetivo de las respuestas y su carácter aspiracional. En el caso de Melilla la baja valoración otorgada está claramente relacionada por las limitaciones geográficas de su ubicación, que sólo pueden ser superadas en parte por mejoras en infraestructuras de comunicaciones (infraestructuras portuarias y aeroportuarias).

Figura 8.13. Acceso a infraestructuras físicas. Comparativa regional

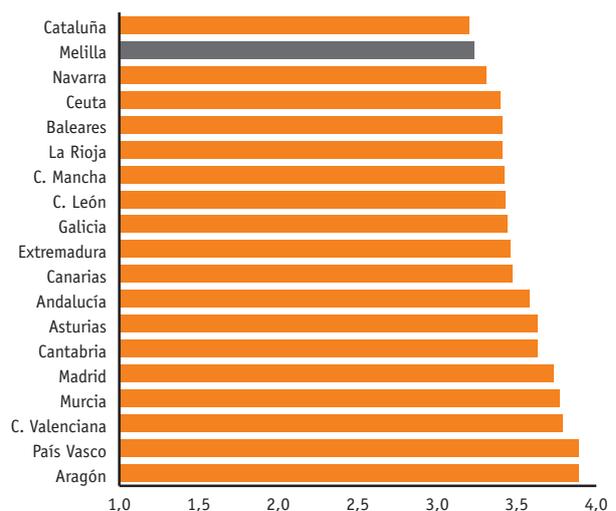
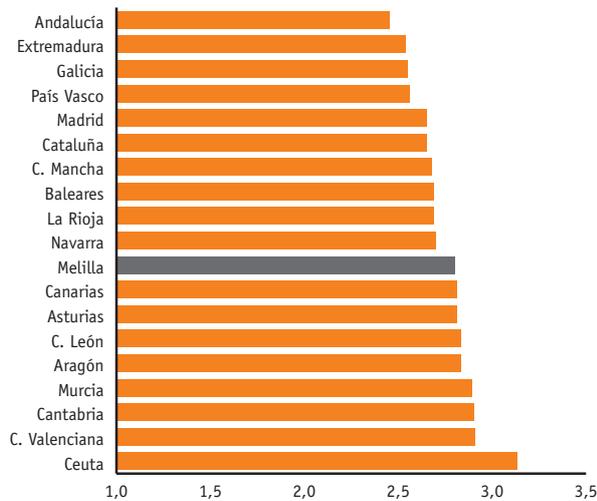
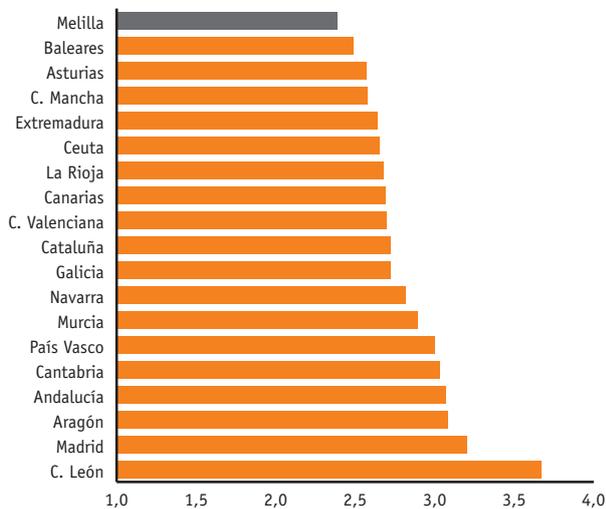


Figura 8.14. Normas sociales y culturales. Comparativa regional



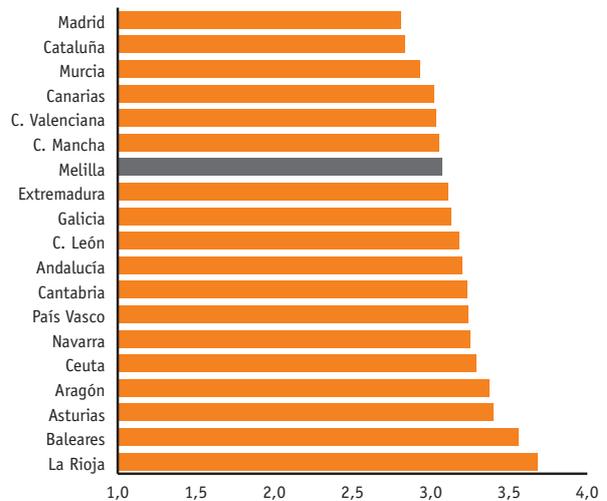
La valoración de la **Propiedad Intelectual** es consecuente con la realidad de una ciudad donde, por su condición fronteriza, la entrada de productos falsos es abundante. Dada esta valoración y su coherencia con la realidad, cabría analizar cómo serían percibidas medidas más coercitivas para defender la propiedad intelectual en el entorno empresarial como, por ejemplo, programas informáticos y de gestión.

Figura 8.15. Protección Dº Intelectual. Comparativa regional



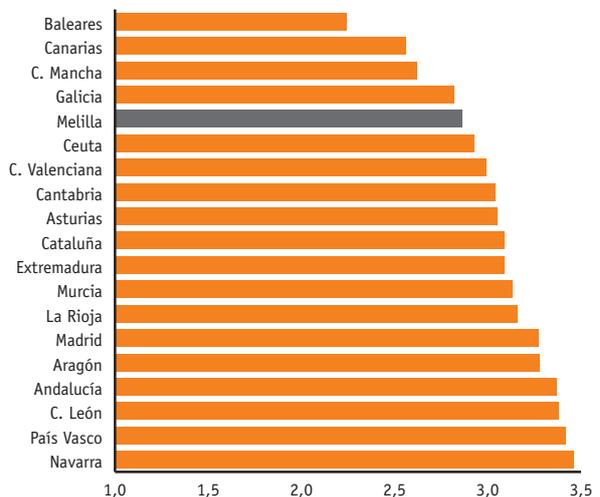
Pese a la existencia de **programas específicos de ayudas a la mujer** y de incentivos especiales recogidos en varios de los regímenes de ayudas existentes, el apoyo a la mujer obtiene una baja valoración relativa. Habría que analizar si existe alguna preconcepción acerca del papel de la mujer como emprendedora/empresaria en la población en comparación con un papel tradicionalmente reservado al sexo masculino o si existen otros motivos.

Figura 8.16. Apoyo a la mujer. Comparativa regional



La baja valoración obtenida por las medidas de **apoyo a la creación de empresas** contradice de alguna forma la positiva valoración dada a las políticas públicas de ayudas e incentivos. Este dato debería ser estudiado en detalle pues indica la existencia de cierto grado de desconocimiento sobre las políticas de ayudas existentes y, por tanto, la posibilidad de que parte de la iniciativa empresarial pueda perderse en el camino al percibirse un bajo apoyo a la creación de empresas.

Figura 8.17. Apoyo a la creación y desarrollo de empresas. Comparación regional



Una muestra de las deficiencias apuntadas más arriba sobre infraestructura y oferta comercial apuntada más arriba se observa claramente en las Figuras 8.19 y 8.19. Claramente se apunta a un bajo **interés por la innovación** de parte de las empresas (antepenúltimo lugar) mientras que, de parte de los consumidores Melilla ocupa la tercera posición. Esta divergencia podría apuntar a la existencia de cierta oferta desatendida algo que, al menos en la oferta comercial, se observa claramente en parte de la población que realiza una parte significativa de su consumo en establecimientos de fuera de la ciudad (Península).

Figura 8.18. Interés por la innovación: empresas. Comparativa regional

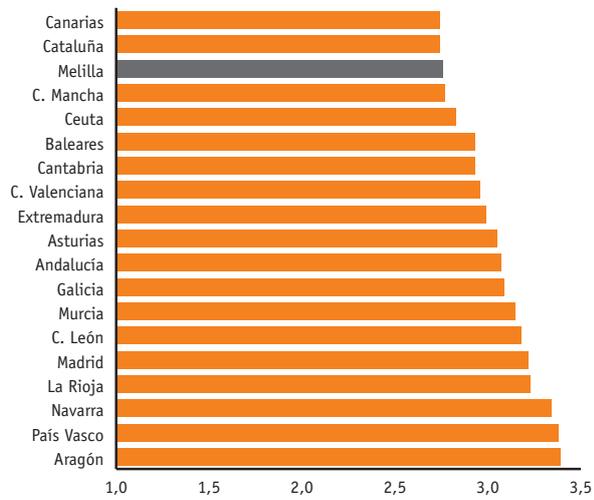
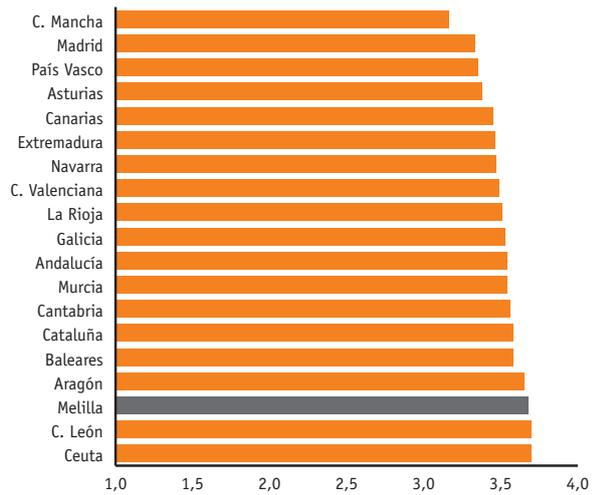


Figura 8.19. Interés por la innovación: consumidores. Comparativa regional



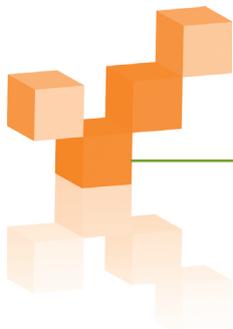


Anexos

**ANEXO I:
Educación y formación específica para emprender en Melilla**

**ANEXO II:
Actitudes de la población melillense ante la innovación**

**ANEXO III:
Ficha técnica del Informe GEM Melilla 2007-2008**



INFORME EJECUTIVO 2007- 2008 MELILLA

Anexo I

Educación y formación específica para emprender en Melilla

La edición GEM 2008 ha prestado especial atención a la obtención de datos acerca de la formación específica para emprender y se prepara un monográfico a nivel internacional de estos aspectos. Para el caso de Melilla los datos más relevantes son los que se presentan a continuación.

Tabla I.1. Formación específica para emprender en la escuela primaria o secundaria

Un 11,79% de la población melillense de 18-64 años ha recibido algún tipo de formación específica relacionada con emprender en la escuela primaria o en la secundaria.

Un 55,11% de las personas que han recibido formación específica relacionada con emprender en la escuela primaria o secundaria son hombres y un 44,89% mujeres.

Un 25,49% de estas personas tiene entre 18 y 24 años; un 29,21% entre 25 y 34; un 22,64% entre 35 y 44; un 18,79% entre 45 y 54 y un 3,87% entre 55 y 64 años.

Un 15,78% tiene un nivel de estudios oficiales bajo, un 64,80% medios y un 19,43% altos.

Un 6,84% son inmigrantes o extranjeros de régimen general, y el resto, un 93,16% son españoles.

Dentro de este conjunto de personas que han recibido formación específica en la escuela primaria o secundaria, un 14,47% indica que piensa poner en marcha una iniciativa emprendedora en los próximos 3 años; un 3,79% está actualmente involucrado en una iniciativa en fase emprendedora, un 11,14% está involucrado en una empresa consolidada y un 1,37% ha actuado como business angel.

En un 73,89% de los casos, esta formación fue voluntaria, en un 21,73% tuvo carácter obligatorio, y un 1,92% recibió de los dos tipos.

Tabla I.2. Formación específica para emprender después de la escuela primaria o secundaria

Un 12,91% de la población de 18-64 años ha recibido algún tipo de formación específica relacionada con emprender tras haber finalizado o dejado la escuela primaria o secundaria.

Un 62,71% de las personas que han recibido formación específica relacionada con emprender tras pasar por la escuela son hombres y un 37,29% mujeres.

Un 16,78% de estas personas tiene entre 18 y 24 años; un 27,21% entre 25 y 34; un 39,80% entre 35 y 44; un 10,82% entre 45 y 54 y un 5,39% entre 55 y 64 años.

Un 14,02% tiene un nivel de estudios oficiales bajo, un 50,42% medios y un 35,56% altos.

Un 6,84% son inmigrantes o extranjeros de régimen general, y el resto, un 93,16% son españoles.

Un 2,82% son inmigrantes o extranjeros de régimen general y el resto, un 97,18% son españoles.

Dentro de este conjunto de personas que han recibido formación específica tras la escuela, un 18,82% indica que piensa poner en marcha una iniciativa emprendedora en los próximos 3 años; un 4,95% está actualmente involucrado en una iniciativa en fase emprendedora, un 16,42 está involucrado en una empresa consolidada y nadie ha actuado como business angel.

Seguidamente, se describen las características de la formación específica recibida tras la etapa escolar para este grupo de personas que tuvieron acceso a la misma.

Tabla I.3. Características de la formación específica para emprender después de la escuela primaria o secundaria

La formación sobre emprender que ha recibido formaba parte de la educación formal u oficial que cursó tras la escuela: 75,44% de los casos	La formación recibida sobre emprender no formaba parte de la educación formal u oficial que cursó tras la escuela: 53,65% de los casos
Su carácter fue: Voluntario 96,46% de estos casos Obligatorio 3,54% de estos casos NS/NC 0% de estos casos	Su carácter fue: Voluntario 97,64% de estos casos Obligatorio 2,36% de estos casos NS/NC 0% de estos casos
Formación específica proporcionada por una Cámara de Comercio o Asociación empresarial: 42,96 % de los casos	Formación específica proporcionada por una entidad pública o agencia gubernamental: 36,60% de los casos
Su carácter fue: Voluntario 94,16% de estos casos Obligatorio 5,84% de estos casos NS/NC 0% de estos casos	Su carácter fue: Voluntario 86,87% de estos casos Obligatorio 13,13% de estos casos NS/NC: 0% de estos casos
Asistencia a formación específica organizada por su empleador pasado o actual: 30,90% de los casos	Asistencia a formación específica de otro tipo: 46,08% de los casos
Su carácter fue: Voluntario 75,48% de estos casos Obligatorio 24,52% de estos casos NS/NC 0 de estos casos	Su carácter fue: Voluntario 86,04% de estos casos Obligatorio 2,70% de estos casos NS/NC 11,25% de estos casos
Formación específica adquirida de manera informal: 68,04% de los casos	
Formación específica adquirida online: 42,08% de los casos	

Los datos ponen de manifiesto que el porcentaje de población que ha recibido formación específica sobre emprender una iniciativa y desarrollarla es muy bajo. La proporción de personas que han recibido este tipo de formación apenas aumenta tras la etapa escolar.

La formación tras la etapa escolar se ha recibido mayoritariamente en los centros oficiales en que se han continuado los estudios, pero también, en un alto porcentaje, en otro tipo de organizaciones. Las personas pueden haber recibido simultánea o independientemente ambos tipos de formación. El carácter mayormente voluntario de cualquiera de las opciones de formación analizadas, pone de manifiesto que es el propio interés de las personas el que las impulsa a interesarse por esta formación. Entre la educación de carácter obligatorio, destaca la impulsada por empleadores.

Los datos confirman lo que vienen indicando los expertos año tras año: existe un déficit muy significativo en formación de valores, habilidades y conocimientos para emprender y, dicho déficit abarca a todo el sistema educacional, siendo más notable en la escuela primaria y secundaria. Las iniciativas formativas de Cámaras de Comercio, Asociaciones Empresariales, Agencias Gubernamentales y otras, juegan un importante papel, pero es el individuo el que recurre a ellas en la mayor parte de los casos. Asimismo, los recursos ofrecidos en Internet acerca de estas materias son aprovechados por más de un 42% de las personas que reciben este tipo de educación tras la escuela¹.

¹ Los datos sobre educación y formación específica proporcionan mucha más información que será presentada en un informe monográfico de carácter internacional. Asimismo, la Dirección General de Política de la PYME en combinación con la Fundación Cultural Banesto y el IE, presentan tras el lanzamiento de GEM 2008, un informe en que se relaciona este tipo de formación con el crecimiento empresarial, la tercera edición del estudio AC-E o Análisis del Crecimiento de la PYME Española.

Anexo II

Actitudes de la población melillense ante la innovación

La encuesta GEM a la población adulta melillense del 2008 incluye tres temas relacionados con la innovación acerca de los cuales ésta ha expresado su grado de acuerdo o desacuerdo. Los resultados se muestran en la tabla II.1.

Tabla II.1. Actitudes de la población melillense ante la innovación

A usted, le gustaría poder comprar o utilizar nuevos productos y servicios en los próximos 6 meses						
Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	No sabe	No contesta
7,47%	8,72%	7,51%	44,68%	20,35%	11,27%	0%
Le gustaría poder probar productos y servicios que utilicen nuevas tecnologías en los próximos 6 meses						
Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	No sabe	No contesta
6,07%	11,42%	6,61%	39,21%	28,63%	8,06%	0%
Usted piensa que nuevos productos y servicios mejorarán su calidad de vida en los próximos 6 meses						
Muy en desacuerdo	Algo en desacuerdo	Indiferente	Algo de acuerdo	Muy de acuerdo	No sabe	No contesta
7,73%	4,94%	7,63%	40,19%	28,71%	10,80%	0%

Según los resultados anteriores, la población melillense de 18-64 años es bastante sensible a la aparición de innovaciones en el mercado, si bien, casi un 25% no se muestra muy interesado en adquirir nuevos productos y servicios.

Por otro lado, más de un 68% estaría interesado, cuando menos en probar nuevos productos y servicios, término que no implica un compromiso tan fuerte como el de la afirmación anterior de comprarlos. También es importante señalar que casi una cuarta parte de esta población no estaría apenas interesada en realizar esta prueba, lo cual puede ser una manifestación de la saturación existente en el mercado de productos en los que hay que invertir tiempo y paciencia en cuanto a su manejo y aprendizaje: a veces las innovaciones se suceden tan rápidamente que no proporcionan el tiempo suficiente para su asimilación.

Finalmente, la población melillense no es más receptiva con respecto a las afirmaciones anteriores cuando valora si los productos y servicios pueden mejorar su calidad de vida, y baja el porcentaje de los que están totalmente de acuerdo con esta afirmación.

En términos generales puede concluirse que la innovación es atractiva para gran parte de la población activa melillense.

Anexo III

Ficha técnica del Informe GEM Melilla 2007-2008

La metodología del Proyecto GEM ha sido ampliamente descrita en el Informe Ejecutivo de España del año 2008, por lo que se remite al lector o investigador interesado en profundizar en estos aspectos a dicho informe, disponible en la página web: www.ie.edu/gem.

Los datos e indicadores ofrecidos por el observatorio GEM en Melilla se basan en la información recogida a partir de tres fuentes de información:

Encuesta a la población adulta española de 18-64 años de edad, realizada entre abril y julio de 2007 y 2008.

Encuesta a expertos de los ámbitos: financiero, políticas y programas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios a empresas, educación y formación, normas sociales y culturales, transferencia de I+D y apertura del mercado interno. Realizada entre abril y junio de 2008.

Variables secundarias procedentes de las siguientes fuentes:

- Crecimiento y desarrollo nacional: IMF
- Empleo: ILO, OCDE, WDI
- Exportación: WTO, CL-CC
- Demografía: US Census, Eurobarómetro
- Educación: WDI
- Tecnología e información: ITV, WDI, WCY
- Papel del Gobierno en temas económicos: WCY, WDI y otras
- Productividad: PROD NOTE
- Renta: WDI
- Competitividad: GCR, WCY, IEF
- Capital Riesgo: VCNOTES, BRL, ICGR

Siendo:

- BRL = Bankruptcy and Reorganisation Laws
- CL-CC = Company Law or Commercial Code
- GCR = Global Competitiveness Report
- ICRG = International Country Risk Guide
- IMF = World Economic Outlook Data Base, International Monetary Fund
- IEF = Index of economic freedom (Heritage Foundation & The Wall Street Journal)
- ILO = International Labour Organization
- ITV = NUA Internet Surveys
- OECD = Organization for Economic Coordination and Development
- PROD NOTE = WCY, IMF, ILO
- USCENSUS = US Census Bureau International Database
- WDI = The World Bank, World Development Indicators

Tabla III.1. Ficha técnica de la encuesta a la población de Melilla de 18-64 años

Universo (1)	42.749 y 41.860 habitantes de 18 a 64 años residentes en Melilla en 2007 y 2008, respectivamente.
Muestra	1000 personas de 18 años hasta 64 años (500 en 2007 y 500 en 2008).
Selección de la muestra	Se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes a la ciudad. Se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años cumpliendo cuotas de sexo y edad proporcional a la población de la Ciudad Autónoma.
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Error muestral (+/-) (2)	± 3,07% a priori
Nivel de confianza	95%
Periodo encuestación	Meses de abril hasta julio en 2.007 y en 2008
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre
Codificación y base de datos	Instituto Opinòmetre
(1) Fuente INE, facilitada por GEM España en 2007 y 2008	
(2) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas. Hipotesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación.	

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un Consorcio compuesto, en la edición 2008, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Angola, Argentina, Bélgica, Bolivia, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Colombia, Corea, Croacia, Chile, Dinamarca, Ecuador, EE.UU., Egipto, Eslovenia, España, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, India, Irán, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, Macedonia, Méjico, Noruega, Países Bajos, Perú, República Dominicana, Reino Unido, Rumania, Rusia, Serbia, Sudáfrica, Turquía y Uruguay. Asimismo, son componentes regionales

del Proyecto, los equipos de: Andalucía, Aragón, Asturias, Canarias, Cantabria, Castilla La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Escocia, Extremadura, Gales, Galicia, Irlanda del Norte, Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco, las Ciudades Autónomas de Ceuta y Ceuta y cinco regiones de Chile. Los nombres de los miembros de todos los equipos españoles están publicados en el Informe Nacional Español. Asimismo, existe el Informe Global Entrepreneurship Monitor y los Informes del resto de naciones participantes que pueden obtenerse en: www.gemconsortium.org. GEM Global agradece a todos los investigadores del proyecto y a sus patrocinadores, su trabajo y su apoyo, que son los que hacen posible que esta investigación vea la luz cada año.

Aunque los datos utilizados en la confección de este informe han sido recopilados por el Consorcio GEM, su análisis e interpretación es solamente responsabilidad de los autores.

© Global Entrepreneurship Research Association



INFORME EJECUTIVO 2007- 2008 MELILLA