

gem

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID

www.madrimasd.org



IV PRICIT 2005-2008
Plan Regional de Ciencia y Tecnología
de la Comunidad de Madrid

COORDINADOR DEL PROYECTO

Eduardo Bueno Campos (UAM)

INVESTIGADORES PRINCIPALES

Carlos Merino Moreno (IADE-CIC)

Lidia Villar Mártel (IADE-CIC)

INVESTIGADORES ASOCIADOS

Miguel Palacios (UPM)

Tíndaro del Val (UPM)

CON EL PATROCINIO DE



CAJA MADRID
empresas



INSTITUTO DE EMPRESA
REPRESENTANTE NACIONAL DEL GEM

EDITA

Comunidad de Madrid
Consejería de Educación
Dirección General de Universidades e Investigación

DISEÑO

base12 diseño y comunicación

IMPRIME

Elecé Industria Gráfica

DEPÓSITO LEGAL

M-41.675-2005



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2004

COMUNIDAD DE MADRID

EQUIPO**INSTITUCIÓN Y MIEMBROS****INSTITUCIONES****PATROCINADORES****Nacional****Instituto de Empresa**

Ignacio de la Vega
Alicia Coduras
Rachica Justo
Cristina Cruz
María Pía Nogueira

Andalucía**Universidad de Cádiz**

José Ruíz Navarro
José Aurelio Medina
José Daniel Lorenzo
Álvaro Rojas
Antonio Rafael Ramos
Salustiano Martínez

**Canarias****Universidad de las Palmas de Gran Canaria**

Rosa M. Batista Canino
Alicia M. Bolívar Cruz
Esther hormiga Pérez

**Universidad de La Laguna**

Alicia Correo Rodríguez

**Castilla y León****Universidad de León**

Universidad de León
Mariano Nieto Antolín
Constantino García Ramos
Roberto Fernández Gago
Sergio del Cano Rojo
Nuria González Álvarez

**Cataluña****Universitat Autònoma de Barcelona**

José M^a Veneciana
Yancy Vayllant
David Urbano

**Comunidad Valenciana****Universidad Miguel Hernández**

José M^a Gómez Gras
Ignacio Mira Solves
Jesús Martínez Mateo
Antonio J. Verdú



EQUIPO

INSTITUCIÓN Y MIEMBROS

INSTITUCIONES

PATROCINADORES

Comunidad de Madrid

Universidad Autónoma de Madrid

Eduardo Bueno Campos

Lidia Villar

Carlos Merino

*Y la Colaboración de la**Universidad Politécnica de Madrid*

Miguel Palacios

Tíndaro del Val



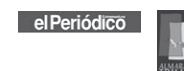
Extremadura

Fundación Xavier de Sálas

Universidad de Extremadura

Ricardo Hernández Mogollón

J. Carlos Díaz Casero



País Vasco

Universidad de Deusto

M^a José Aranguren

Juan José Gibaja

Iñaki Peña

Mikel Navarro

Francisco José Olarte

Saioa Arando

Universidad del País Vasco

María Saiz

Arturo Rodríguez



SUMARIO

PRÓLOGO DEL DIRECTOR DEL PROYECTO.....	8
PRESENTACIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE UNIVERSIDADES E INVESTIGACIÓN.....	10
PRESENTACIÓN DE CAJA MADRID.....	12
PRESENTACIÓN DE LA FGAM.....	14
PRESENTACIÓN DE LA CEIM	16
EL PROYECTO GEM.....	18
El Proyecto GEM en España y orígenes del Proyecto REM (20)	
RESUMEN EJECUTIVO	22
capítulo I	
LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID	26
1. Actividad emprendedora (TEA) en el entorno del GEM (27)	
2. Actividad emprendedora en el ámbito de la Unión Europea (30)	
3. Actividad emprendedora en el entorno regional - REM (32)	
4. Desglose de la actividad emprendedora (33)	
5. Análisis de factores demográficos (38)	
6. Actividad emprendedora y crecimiento económico regional (40)	
capítulo II	
MOTIVACIÓN PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS	44
1. Oportunidad versus necesidad (46)	
2. Tipología de las empresas y motivación para emprender (50)	
3. Actividad emprendedora en las empresas nuevas y consolidadas (53)	
4. Actividad emprendedora y creación de empleo (60)	
capítulo III	
FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LA COMUNIDAD DE MADRID	62
1. La inversión informal es una destacada fuente de financiación de la actividad emprendedora en la comunidad de Madrid (63)	
2. Características del inversor informal madrileño (65)	
3. Expectativas de retorno del inversor informal madrileño de la inversión realizada (67)	
4. Posición de la Comunidad de Madrid en el entorno GEM con respecto a la participación de la población adulta en actividades de inversión informal (71)	
5. El papel del capital riesgo en la Comunidad de Madrid (73)	
6. Financiación de las empresas nacientes (<i>start-ups</i>) de la Comunidad de Madrid (75)	
7. ¿Qué espera obtener el emprendedor madrileño de la inversión realizada? (77)	

capítulo IV	
EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR DE LA COMUNIDAD DE MADRID.....	80
capítulo V	
LA MUJER EMPRENDEDORA DE LA COMUNIDAD DE MADRID.....	86
1. Los negocios creados por las mujeres (92)	
2. El apoyo institucional a la mujer emprendedora en la Comunidad de Madrid (93)	
capítulo VI	
LA EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES, LA MOTIVACIÓN Y LA CAPACIDAD DE LA POBLACIÓN PARA EMPRENDER.....	96
1. La percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad de Madrid en el año 2004 (97)	
2. La motivación y la capacidad de la población de la Comunidad de Madrid para emprender (102)	
capítulo VII	
LAS CONDICIONES ESPECÍFICAS DE ENTORNO.....	112
1. Apoyo financiero (116)	
2. Políticas Gubernamentales (117)	
3. Programas Gubernamentales (118)	
4. Educación y formación en creación de empresas (120)	
5. Transferencia de conocimientos e I+D (122)	
6. Normas culturales y sociales (123)	
7. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales (124)	
8. Apertura y comportamiento del mercado interno (126)	
9. Acceso a infraestructuras físicas (127)	
ANEXO I	
BIBLIOGRAFÍA.....	128
ANEXO II	
RELACIÓN DE AUTORES DEL INFORME GEM 2004 DE LA COMUNIDAD DE MADRID	134
ANEXO III	
INFORME SOBRE LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS DE BASE TECNOLÓGICA DEL CENTRO DE EMPRENDEDORES DE BASE TECNOLÓGICA (CEBT).....	136

Prólogo del Director del Proyecto

EDUARDO BUENO
DIRECTOR DEL PROYECTO GEM
EN LA COMUNIDAD DE MADRID



El actual discurso y debate sobre la competitividad territorial se vertebra sobre el denominado “Triángulo de la Sociedad del Conocimiento” que desde la Comisión Europea viene argumentando la necesidad de estructurar la política a través de tres áreas medulares. En primer lugar, el papel estratégico de la I+D afianzando el crecimiento en la inversión destinada a la investigación y desarrollo, no sólo desde la consideración interna de las organizaciones, sino desde la perspectiva pública de dotación de recursos para la mejora cuantitativa y cualitativa de la ciencia y la tecnología.

En segundo lugar, la formación, como soporte de la mejora en la educación y cambio cultural del capital humano europeo, incluyendo un perfil de creación de habilidades que equilibre la fijación en el área de los conocimientos teóricos, permitiendo una mayor sensibilización hacia la creatividad, la ciencia y la motivación hacia el autoempleo y, por tanto, más orientada al fomento del espíritu emprendedor y la aceptación del riesgo, sobre todo el que se deduce de la creación de empresas o de la aventura de emprender basado en el conocimiento puesto en acción.

Finalmente, la innovación, como exigencia, finalidad y aceptación de responsabilidad social, que se vertebra sobre la base de su aceptación, como compromiso con la sociedad, y que sin duda rentabiliza el ejercicio de transferencia de conocimiento a través del impacto positivo en el bienestar social.

Este planteamiento se complementa perfectamente con la responsabilidad de coordinación del proyecto GEM para la región de Madrid, asumiendo un papel estratégico para el análisis de la percepción social sobre el fenómeno emprendedor, creando una base para el debate acerca de las consideraciones que tienen lugar en la región y que, sin duda, afectan al desarrollo de nuevos proyectos empresariales, basados especialmente en tecnología o intensivos en conocimiento como recurso productivo crítico en la sociedad actual.

Sirva este documento como el comienzo de una serie de ejercicios de reflexión regional en la que los diferentes agentes de interés puedan aplicar una lectura específica y común a los datos que se facilitan, esperando, desde la labor de dirección asignada, fomentar y sensibilizar a los diferentes colectivos en relación a los beneficios del apoyo a las iniciativas emprendedoras, que sepan incorporar los recursos intangibles de naturaleza intelectual, a los tangibles tradicionales en el nuevo reto que dibuja la sociedad del conocimiento del siglo actual.

Presentación de la Dirección General
de Universidades e Investigación

CLARA EUGENIA NÚÑEZ
DIRECTORA GENERAL DE UNIVERSIDADES E INVESTIGACIÓN
COMUNIDAD DE MADRID



La Comunidad de Madrid y la Dirección General de Universidades e Investigación apoyan, a través del Sistema madri+d, la creación de una adecuada dinámica interinstitucional para la gestión del conocimiento regional, de amplio reconocimiento nacional e internacional en los últimos años.

El planteamiento estratégico general recogido en los diferentes planes regionales de investigación científica e innovación tecnológica, incluye acciones para la creación de empresas y el fomento del espíritu emprendedor como uno de los epígrafes fundamentales del sistema regional de innovación por sus múltiples efectos beneficiosos para la competitividad regional.

El apoyo al proyecto GEM, como exponente internacional centrado en la percepción social del fenómeno emprendedor, enlaza perfectamente con los propósitos de la administración regional relacionados con el fomento del espíritu empresarial y la creación de una cultura orientada a la creatividad e innovación.

Este primer informe REM Madrid 2004 inicia una trayectoria de análisis de las políticas y programas regionales orientados a desarrollar en la Comunidad de Madrid una realidad emprendedora más acorde con su potencial.

Presentación de Caja Madrid

ANTONIO PEÑA
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO PLANIFICACIÓN COMERCIAL
ÁREA DE EMPRESAS
CAJA MADRID

gem

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID



La creación de empresas es un aspecto clave en el desarrollo y crecimiento económico de las regiones, regenerando el tejido empresarial y fomentando, en gran medida, el fenómeno innovador.

Este proceso emprendedor colmado de riesgo, esfuerzo y compromiso se une en muchas ocasiones a la necesidad de apoyo externo, principalmente asociado a requerimientos de capital que puedan soportar los desembolsos iniciales para poner en marcha el proyecto empresarial.

Desde este punto de vista, los agentes del sector financiero se convierten en actores de suma importancia en el proceso de creación de empresas, dada la necesidad de un planteamiento focalizado hacia el colectivo de emprendedores y organizaciones en crecimiento.

De esta forma, Caja Madrid apoya el proyecto GEM desde el patrocinio de las actividades llevadas a cabo en la Región de Madrid para identificar la sensibilidad social existente hacia el espíritu emprendedor. En esta tarea se han contemplado aspectos clave que puedan facilitar la definición de un plan estratégico adecuado de cara a su mejor adaptación a las necesidades de recursos económicos que vayan sucediéndose en el proceso de creación de empresas.

Por tanto, el informe que se presenta aporta un recurso relevante para el estudio del fenómeno emprendedor siguiendo una metodología estandarizada internacionalmente, lo que supone la posibilidad de efectuar análisis comparativos de primer nivel, profundizando en el estudio del marco de financiación como un espacio clave en el informe y de referencia para el devenir del sector financiero dado el impulso que desde la Unión Europea se está promoviendo hacia el espíritu innovador, la I+D, etc.

Todo ello configura un marco estratégico de proximidad a la realidad de la creación de empresas, desarrollando figuras de gestión y acompañamiento de los proyectos que comprendan el fenómeno emprendedor y permitan la articulación de un clima de confianza y respaldo de la idea de negocio.

Uno de los mejores avales de un emprendedor es el conjunto de activos intangibles que atesora, su capital humano (actitudes, aptitudes y capacidades), su capital estructural (procesos y técnicas) y su capital relacional (redes y contactos) que, sin duda, podrían entrar a formar parte de los ratings de empresas de manera que el índice de confianza se elabore a partir de una comprensión general del proyecto, desde la evaluación de su capital tangible hacia la de su capital intelectual.

Presentación de la FGUAM

BERNARDO DÍAZ SALINAS
DIRECTOR GENERAL
FUDANCIÓN GENERAL UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID

gem

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID



La Universidad como agente de generación y difusión de conocimiento mantiene un estrecho vínculo con el origen de un gran número de proyectos empresariales que surgen de la investigación.

En este sentido, son muchas las actividades que se articulan para facilitar el autoempleo y la transferencia de resultados de la investigación con el fin de generar innovación que repercute positivamente en el desarrollo y bienestar social.

El apoyo al proyecto GEM es un claro ejemplo de la conciencia existente en la FGUAM acerca de la ayuda específica que necesitan los emprendedores como agentes clave en el dinamismo económico de la Comunidad de Madrid, con el propósito de mejorar el nivel de competitividad regional.

La Universidad no puede desvincularse de este propósito dado que el proceso de generación y aplicación del conocimiento no puede disociarse, es más, debe coordinarse estrechamente para su reutilización continua lo que supone una vía clave para las relaciones Universidad-Empresa, y como marco de colaboración permanente pretendido insistentemente.

El análisis efectuado en el proyecto GEM, en el que aspectos económicos, sociales, institucionales, etc., tienen cabida dentro del modelo de estudio de la percepción social del fenómeno emprendedor, permite la configuración de una posición estratégica definida para el respaldo de la creación de empresas, especialmente de base tecnológica, desde el ámbito universitario.

Presentación de la CEIM

ALEJANDRO COUCEIRO OJEDA
SECRETARIO GENERAL
CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL DE MADRID

gem

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID



El compromiso de CEIM con la creación de empresas es claro, dado el objetivo básico de la organización que pasa por el apoyo a los empresarios de la Región de Madrid, entre los que se encuentran aquellos que están pretendiendo adquirir dicha categoría a través de un nuevo proyecto empresarial.

Este proceso revitalizador del colectivo empresarial permite reforzar la competitividad de los sectores económicos madrileños y por tanto hacer sostenible el desarrollo de la Región.

En esta línea, la política regional y sus gestores tienen incluido en sus agendas el compromiso con el desarrollo del espíritu innovador que supone la actividad de los emprendedores. Tal actividad se caracteriza por la necesidad de apoyo externo institucional, financiero, formativo, etc., que permita, en cada fase y para cada tarea, un soporte específico para lograr la innovación.

La apuesta por la creación de empresas como elemento dinamizador de la economía y la generación de empleo es evidente desde instancias supranacionales y locales que van guiando la senda de desarrollo de las políticas y programas para el análisis e impulso del fenómeno emprendedor, siendo CEIM un agente activo con el despliegue de diferentes acciones individuales y en colaboración con un buen número de organizaciones públicas y privadas de la Región de Madrid.

La promoción de las incubadoras empresariales, el asesoramiento, la participación en el sistema madri+d, etc., son algunos ejemplos del compromiso de CEIM con la creación de empresas y con el proyecto GEM como iniciativa de alto interés para la visualización de los diferentes aspectos que delimitan el interés social por la tarea de emprender.

El Proyecto GEM

El Proyecto GEM en España y orígenes del Proyecto REM

El Proyecto GEM, *Global Entrepreneurship Monitor*, es un proyecto de investigación de carácter internacional cuyo objetivo es analizar el fenómeno emprendedor de cada país participante y su influencia sobre las economías nacionales. Impulsado en 1999 bajo la dirección y coordinación de Babson Collage y London Business School comenzó su investigación con la participación de 10 países y en su actual sexta edición ha alcanzado la participación de 43 naciones de todo el mundo.

La información cualitativa y cuantitativa, obtenida mediante la utilización de una metodología unificada para todos los países participantes, convierte al proyecto en la fuente de información más rica entorno al comportamiento emprendedor a nivel mundial. Su aportación más relevante es la creación de un índice de la actividad emprendedora, o tasa de creación de empresas (conocido como TEA o *Total Entrepreneurial Activity*) que permite observar la influencia de diferentes variables como las políticas públicas, la percepción de oportunidades, los valores culturales y sociales, etc. sobre la creación de empresas a lo largo del tiempo, así como su comparación territorial.

Fundamentado en dicha metodología, los datos del GEM proceden de tres fuentes de información:

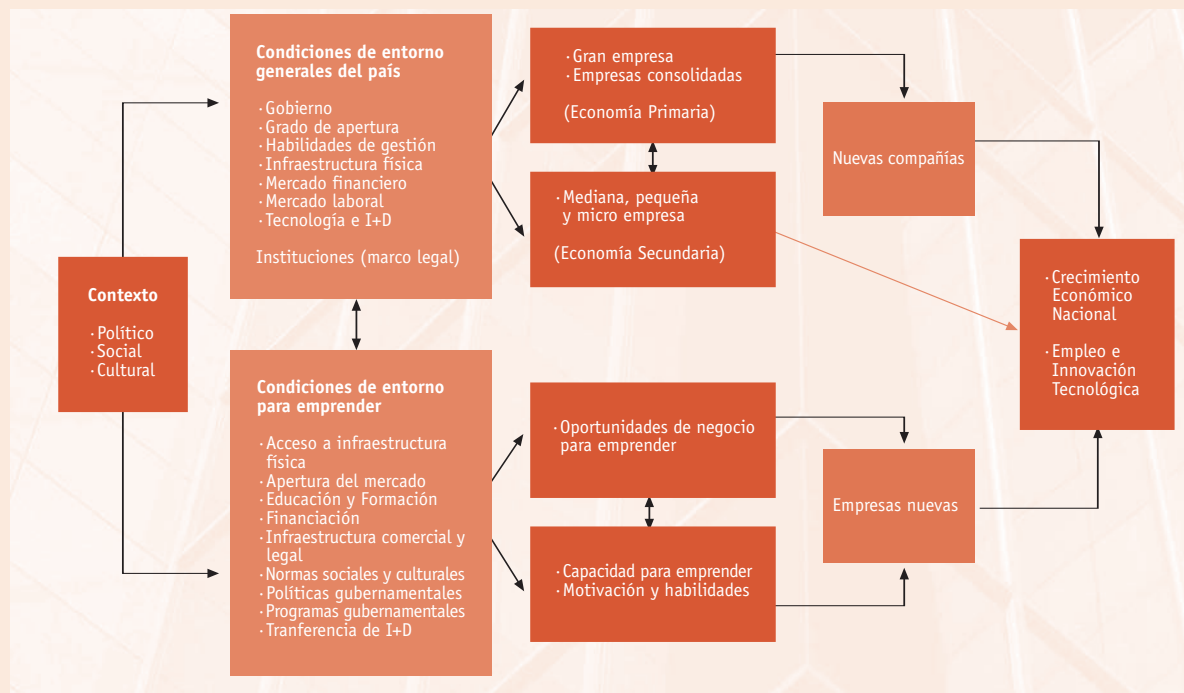
- Encuesta de población adulta, que permite establecer un perfil de características de los emprendedores y los condicionantes específicos para la creación de empresas.
- Cuestionario dirigido a expertos, obteniendo una opinión cualificada sobre el fenómeno emprendedor.
- Conjunto de variables secundarias, recopiladas de múltiples fuentes acreditadas nacionales e internacionales, como el Fondo Monetario Internacional, la OCDE, la Unión Europea, la Organización de Naciones Unidas, el Instituto Nacional de Estadística, etc.

El Modelo teórico del GEM se basa en la creencia del papel que tiene la creación de empresas como motor del crecimiento económico. Distintas investigaciones han demostrado la existencia de una correlación positiva y sólida entre el espíritu empresarial y los resultados económicos en términos de crecimiento, supervivencia de empresas, innovación, creación de empleo, cambio tecnológico, incremento de la productividad y exportaciones. Con el objetivo de profundizar en el conocimiento sobre los factores claves que influyen en el fenómeno emprendedor se construye un modelo conceptual detallado del proceso de creación de empresas y de su vinculación con el crecimiento económico. El modelo conceptual GEM distingue seis conjuntos de variables que describen (ver **FIGURA 1**):

- El contexto socioeconómico.
- Las condiciones generales para la creación de empresas.
- El entorno específico del emprendedor.
- La capacidad para crear empresas.
- La dinámica de la población de empresas, en términos de nacimientos y mortalidad.
- El crecimiento económico del país o región objeto de estudio.

FIGURA 1

El modelo conceptual del GEM



Las recomendaciones reflejadas en los informes GEM son de especial interés para las instituciones gubernamentales, cámaras de comercio, instituciones empresariales, agencias de desarrollo local, instituciones formativas, investigadores y todos aquellos agentes relacionados con la promoción de la creación de empresas. La amplia visibilidad que ofrecen los informes GEM sobre el fenómeno emprendedor ayudan a cada uno de estos agentes a diseñar, reflexionar y orientar la implementación de las diferentes actuaciones dirigidas a fomentar y estimular la creación del empresas y el espíritu emprendedor de una sociedad.

El Proyecto GEM en España y orígenes del Proyecto REM

La incorporación de España en el proyecto GEM se produjo en el año 2000 de la mano del equipo de investigación formado en el Instituto de Empresa. Durante estos cinco años de experiencia en el proyecto internacional, dicho Instituto ha analizado el fenómeno emprendedor español profundizando en las condiciones del entorno, tanto a nivel social, como político, financiero y educativo con el fin de explicar que factores han impulsado o frenado la creación de empresas, así como comparando la tendencia española dentro del entorno global.

La riqueza y las características idiosincrásicas, peculiares del territorio español, hicieron necesaria la introducción del análisis regional, generando la Red Regional¹ del estudio, conocido como Proyecto REM, *Regional Entrepreneurship Monitor*. Esta situación propició la incorporación de tres regiones españolas en el año 2003; Andalucía, Cataluña y Extremadura, produciendo una sensibilización regional que se ha traducido en la incorporación de cinco nuevos informes para el 2004; Canarias, Castilla y León, Comunidad de Madrid, Comunidad de Valencia y País Vasco, y cuyo incremento en la participación continúa para el año 2005 con la incorporación de las comunidades de Galicia, Murcia y Navarra.

Este desglose regional supone un mayor beneficio para el análisis de la creación de empresas del país al incrementar las posibilidades del estudio como consecuencia de la ampliación del tamaño muestral de las fuentes de información en las que se basa el proyecto GEM-REM y, a su vez, ofrece datos más detallados y fiables del panorama emprendedor al permitir la comparación regional, nacional e internacional, de manera que las entidades regionales y nacionales disponen de información anual sobre la evolución del entorno en el que despliegan sus iniciativas y actividades.

El desarrollo de esta iniciativa regional también está siendo realizada por Reino Unido y Alemania poniendo de manifiesto que su consolidación y desarrollo son importantes para proporcionar información de mayor calidad.

El proyecto REM de la Comunidad de Madrid ofrece una aproximación rigurosa sobre el espíritu emprendedor madrileño analizando sus resultados para el año 2004. La metodología estandarizada seguida permite estudiar el fenómeno emprendedor identificando las barreras y facilitadores en el tiempo y reconocer las áreas de mejora y alternativas a la iniciativas de fomento empresariales, tanto públicas como privadas. Además, la posibilidad de realizar comparaciones dentro del contexto internacional, y en particular, con el conjunto de España y con las otras siete regiones participantes, pone de relieve las tendencias, formas y estrategias de apoyo empresarial en un contexto global.

¹ Los proyectos REM están coordinados bajo la dirección del Instituto de Empresa en colaboración con la Red de Equipos Regionales.

Resumen Ejecutivo

Durante el año 2004, la Comunidad de Madrid se incorpora al consorcio internacional del proyecto GEM analizando el fenómeno emprendedor en la Región. Así, del análisis de los datos correspondiente a la realización de este Informe se puede resaltar una serie de resultados a modo de resumen.

Las consideraciones más destacables, de esta primera edición, se exponen sintéticamente a continuación y pueden ser tomadas a modo de conclusiones generales, ampliables acudiendo a los diferentes apartados del Informe.

La Comunidad de Madrid presenta un índice de actividad emprendedora (TEA) de 4,43 lo que significa que un 4,43% de la población adulta madrileña ha desarrollado durante ese año alguna actividad de creación de empresas, ya sea naciente o nueva. El colectivo de población adulta madrileña es de 3.922.983, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), esto significa que el número estimado de personas que ha puesto en marcha una empresa o un proyecto empresarial es aproximadamente 173.788 individuos para el año 2004. Sin embargo, la Comunidad de Madrid presenta un valor inferior al de España (5,15) y al de la mayoría de las regiones participantes como Extremadura (6,97), Andalucía (5,97), Cataluña (5,62), Comunidad Valenciana (5,54), País Vasco (5,29) y Castilla y León (4,55).

La tasa de Empresas Nacientes en la Comunidad presenta un comportamiento similar al TEA, con un valor de 3,07 la Comunidad de Madrid se sitúa por debajo de la media de los países del GEM (8,90), del conjunto de España (3,12) y de la mayoría de regiones, superando únicamente a la Comunidad de Castilla y León (2,92).

La tasa de Empresas Nuevas en la Comunidad de Madrid es de 2,56, el valor más bajo a nivel regional, mientras que en el conjunto de España es de 3,12 y en el entorno del GEM presenta un promedio de 4,23. La comparación entre las tasas de empresas nacientes y de empresas nuevas nos permite indicar que el comportamiento emprendedor en la región de Madrid muestra un crecimiento discreto en el 2004 respecto de periodos anteriores.

En cuanto a la tasa de Empresas Consolidadas, la Comunidad de Madrid (8,11) se posiciona como una de las regiones con mayor consolidación empresarial por detrás de Cataluña (8,84) y Castilla y León (8,26). A su vez, supera los valores del conjunto de España (7,79) y de la media de los países del GEM (6,73).

La tasa de cierre de negocio presenta en la Comunidad de Madrid la menor tasa de mortalidad (0,81) frente al resto de regiones participantes y España (1,54), mientras, en el entorno del GEM la mortalidad de las empresas es bastante elevada (4,35).

El emprendedor madrileño lo es principalmente por oportunidad (4,10) más que por necesidad (0,33). Este rasgo es similar en todos países desarrollados, mientras que en los países en desarrollo se manifiesta claramente que la creación de empresas es consecuencia de una falta de alternativa mejor de trabajo. En el conjunto de España y de las regiones participantes también

presentan un comportamiento emprendedor por oportunidad superior al de necesidad. Sin embargo, la Comunidad de Madrid posee una proporción de creación de empresas por oportunidad superior a la media nacional (87,96%) seguidas por Cataluña, Canarias, Castilla y León, País Vasco y Andalucía.

La creación de empleo en las empresas de nueva creación, ya sean por oportunidad o por necesidad, se sitúa principalmente en el intervalo de 1 a 5 empleados, similar a la media nacional y a la situación reflejada en las demás regiones españolas. Las empresas creadas durante el 2004 o con un periodo de actividad inferior a los 42 meses han empleado al 1,51% de la población madrileña y tienen un tamaño medio de 3,83 empleados. El 11,11% no tiene ningún asalariado, es decir, el emprendedor es el único empleado, mientras que el 77,78% de las empresas emplean entre 1 y 5 asalariados y el 11,11% tiene un tamaño entre 6 y 9 asalariados. También cabe destacar que es una característica uniforme en el tiempo, ya que en anteriores informes nacionales del GEM la creación de empleo se ha situado siempre en el intervalo de 1 a 5 empleados.

El porcentaje de inversores informales madrileños supera levemente la media española (2,8% frente a un 2,5%), mientras que la cantidad media invertida en la Comunidad de Madrid resulta ser inferior a la de España (16.957 frente a 18.441 euros). Asimismo, cabe resaltar que el volumen medio total estimado de inversión informal en la Comunidad de Madrid, que alcanza los 2.122 millones de euros, supone un 14% de la inversión total en España.

Algunas de las características del inversor informal madrileño son el 60,4% de los inversores informales son hombres y el 39,6% mujeres. La edad media del inversor informal es de 35,77 años. El 50,6% tiene estudios universitarios, el 11,8% tiene estudios secundarios y el 37,6% no ha terminado sus estudios.

Los emprendedores que están acometiendo una empresa naciente necesitan una media de 68.643,14 euros totales para la puesta en marcha de la empresa o servicio.

El perfil de emprendedor madrileño es el de un hombre (74,7% del total de emprendedores), de edad comprendida entre 35 y 44 años (42,9% de los casos), con estudios superiores (46,15%), que dispone de una renta superior a la media (73,90%) y que pone en marcha un proyecto empresarial motivado por una oportunidad de negocio (91,2%). El perfil del emprendedor coincide con el perfil emprendedor español, en cuanto a sexo, edad, motivación y nivel de renta, pero presenta diferencias respecto al nivel educativo siendo inferior en España.

En general, en todos los países la población de mujeres emprendedoras es inferior a la del hombre. Así, la emprendedora madrileña es una mujer que emprende principalmente motivada por una oportunidad de negocio (91,31% del total de mujeres emprendedoras), de edad comprendida entre 35 y 44 años (39,13% de los casos), con estudios superiores (60,87%), que dispone de una renta superior a la media (72,22%). Sin embargo, por cada tres hombres emprendedores hay una mujer emprendedora.

Para el 64,5% de la población madrileña encuestada crear una empresa es una opción profesional atractiva. Sin embargo, el 70,75% de los encuestados no ha conocido a ningún emprendedor, durante los años 2002 y 2003, y el 92,35% afirma que no ha tenido conocimiento de ninguna acción gubernamental de apoyo al nuevo empresario, aparecida en prensa, radio o televisión.

Capítulo I

LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN LA COMUNIDAD DE MADRID

1. Actividad emprendedora (TEA) en el entorno del GEM

La metodología de análisis del proyecto se orienta, desde su origen, hacia un análisis comparativo internacional sobre el fenómeno emprendedor, sobre todo a través de los datos sobre creación de empresas.

TABLA 1

Evolución del índice de creación de empresas (TEA) para los países participantes en el GEM

ORDEN	PAÍSES PROYECTO GEM	TEA 2000	TEA 2001	TEA 2002	TEA 2003	TEA 2004
1	Perú	-	-	-	-	40,34
2	Uganda	-	-	-	29,26	31,5
3	Ecuador	-	-	-	-	27,24
4	Jordania	-	-	-	-	18,26
5	Nueva Zelanda	-	15,63	14,01	13,6	14,67
6	Islandia	-	-	11,32	11,24	13,57
7	Brasil	16,04	14,21	13,53	12,9	13,48
8	Australia	10,93	16,21	8,68	11,62	13,38
9	Argentina	7,77	10,52	14,15	19,73	12,84
10	EEUU	12,69	11,65	10,51	11,9	11,33
	Media GEM²	6,14	9,68	7,98	9,84	9,38
11	Canadá	7,93	10,98	8,82	8,01	8,85
12	Polonia	-	9,98	4,44	-	8,83
13	Irlanda	1,25	12,11	9,14	8,1	7,7
14	Noruega	7,91	8,69	8,69	7,46	6,98
15	Israel	4,17	5,97	7,06	-	6,62
16	Reino Unido	5,16	7,68	5,37	6,89	6,25
17	Francia	2,2	7,23	3,2	1,63	6,03
18	Grecia	-	-	-	6,77	5,77
19	Singapur	2,06	5,18	5,91	4,95	5,69
20	Sudáfrica	-	9,37	6,54	4,3	5,4
21	Dinamarca	4,51	8,07	6,53	5,88	5,31
22	España	4,55	7,78	4,59	6,77	5,15
23	Holanda	-	6,38	4,62	3,6	5,11
24	Alemania	4,73	7,03	5,16	5,21	4,47
-	Comunidad de Madrid	-	-	-	-	4,43
25	Finlandia	3,94	9,32	4,56	3,14	4,39
26	Italia	5,68	10,16	5,9	3,19	4,32
27	Hungría	-	11,42	6,64	-	4,29
28	Portugal	,	7,09	-	-	3,95
29	Croacia	-	-	3,62	2,56	3,73
30	Bélgica	2,44	4,58	2,99	3,87	3,47
31	Hong Kong	-	-	3,44	3,23	2,97
32	Suecia	3,87	6,67	4	4,12	2,94
33	Eslovenia	-	-	4,63	4,05	2,60
34	Japón	1,26	5,08	1,81	2,76	1,48
	Participantes del GEM³	22	30	38	30	34

² En esta tabla se excluye a la Comunidad de Madrid en la ordenación de los países de mayor a menor valor del Índice TEA 2004. Se incluye con el fin de mostrar en que posición quedaría dicha comunidad.

³ Idem.

Para medir el nivel de creación de empresas se utiliza el índice sintético *Tasa de actividad de creación de empresas (TEA)*. El TEA recoge dos tipos de actividad de creación de empresas; la actividad “naciente” llevada a cabo por personas que acaban de crear una empresa; y la actividad “nueva” llevada a cabo por personas con empresas que han superado la etapa “naciente” y que aún no se pueden considerar empresas consolidadas. Para obtener el TEA se calcula el porcentaje de *start ups* o empresas nacientes y se le añade el número de empresas de nueva creación que se registra en la población activa de cualquier país, para un año determinado. En la edición 2004 han participado 34 países cuya evolución del TEA para los países que han participado al menos en alguna edición del proyecto GEM desde el año 2000 se muestra en la **TABLA 1**.

El análisis de la evolución de la tasa de actividad de creación de empresas durante estos cinco años está revelando que es un índice sensible a la situación política y económica del panorama mundial, nacional y, consecuentemente, regional. Examinando la tabla 1, se observa un incremento en la creación empresarial entre los años 2000 y 2001, situación que se ve frenada en el año 2002, dado el contexto económico de recesión, para posteriormente observar, en el año 2003, unas fluctuaciones del índice no homogéneas entre todos los países participantes del GEM.

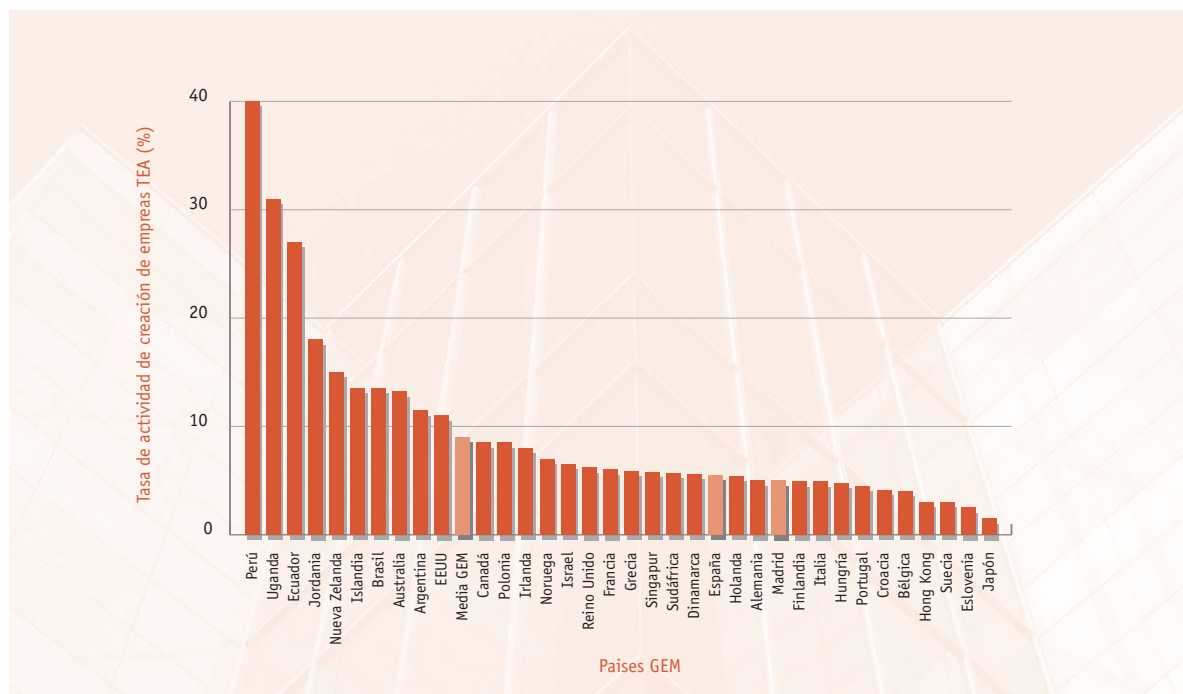
Para el año 2004, la propensión del TEA presenta un descenso generalizado, pero inferior a la acontecida en el año 2002. En este sentido, contemplada la **FIGURA 2** podemos percibir como el conjunto de los 34 países participantes puede agruparse en cinco grupos, a saber, los países más emprendedores Perú, Uganda, Ecuador y Jordania⁴. El segundo grupo con una elevada actividad emprendedora compuesto por Nueva Zelanda, Islandia, Brasil, Australia, Argentina y Estados Unidos. El tercer grupo intermedio, con un TEA inferior a la media GEM, delimitado por Canadá, Polonia, Irlanda, Noruega, Israel, Reino Unido y Francia. En el cuarto grupo se incluyen Grecia, Singapur, Sudáfrica, Dinamarca, España, Holanda, Alemania, Finlandia, Italia y Hungría. Por último, entre los países con la tasa de actividad de creación de empresa más baja se encuentran Portugal, Croacia, Bélgica, Hong Kong, Suecia, Eslovenia y Japón.

Es interesante destacar que el contraste en la composición de los cinco grupos se debe a la existencia de diferencias significativas en el proceso emprendedor, según el grado de desarrollo económico y la cultura de los diferentes países. A raíz de la inclusión de naciones en desarrollo al proyecto GEM se observó que la motivación de los individuos para comenzar una nueva actividad empresarial podía diferenciarse en dos opciones; crear una empresa para explotar una oportunidad de negocio (*actividad por oportunidad*) o por razones de supervivencia, es decir, porque el individuo no cuenta con una alternativa mejor (*actividad por necesidad*). Este fenómeno es estudiado en mayor profundidad en el segundo capítulo del Informe.

⁴ Teniendo en cuenta las peculiaridades de su contexto para la creación de empresas además de la tipología de tales nuevos proyectos.

FIGURA 2

Comparación del índice de creación de empresas (TEA) en el entorno del GEM para el año 2004



Dentro de la esfera de la Comunidad de Madrid, los resultados del GEM para el año 2004 muestran un índice TEA de 4,43 lo que significa que un 4,43% de la población adulta madrileña ha desarrollado durante ese año alguna actividad de creación de empresas, ya sea naciente o nueva. El colectivo de población adulta madrileña es de 3.922.983, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), esto significa que el número estimado de personas que ha puesto en marcha una empresa o un proyecto empresarial es aproximadamente 173.788 individuos para el año 2004.

Para el conjunto de países participantes el TEA medio es de 9,38. Comparando el valor del TEA de la Comunidad de Madrid con respecto al valor promedio del GEM, podemos apreciar que la Comunidad de Madrid se sitúa a una diferencia de 4,95 puntos por debajo de la media del GEM por lo que dentro del ranking de países participantes quedaría en la posición número 25, dos puestos por debajo de la posición de España (5,15).

2. Actividad emprendedora en el ámbito de la Unión Europea

Del conjunto de 25 estados miembros que componen la Unión Europea (en adelante UE), en el año 2004, han participado 16 países en la edición del Proyecto GEM; Alemania, Bélgica, Dinamarca, Eslovenia, España, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Irlanda, Italia, Polonia, Portugal, Reino Unido, Suecia.

En la **TABLA 2** se muestra la tasa de actividad de creación de empresas TEA en el ámbito de la UE, observándose que todos los países miembros tienen un TEA inferior al promedio del GEM y de países desarrollados como EEUU, Nueva Zelanda, Australia, Islandia y Canadá. Esta situación revela que a pesar de los esfuerzos de la UE por impulsar el dinamismo empresarial, esta estrategia se encuentra en proceso de inicial de consolidación tanto en las políticas económicas de los estados miembros, como en la actitud de gran parte de los europeos. No obstante, las tendencias observadas no son homogéneas. La evolución del TEA respecto del año 2003 en el ámbito de la UE pone de manifiesto que algunos países miembros como Irlanda, Reino Unido, Dinamarca, Alemania, Bélgica han sufrido una caída moderada, mientras que países como Italia, Finlandia, Holanda, Francia han recuperado actividad, siendo especialmente notable el caso francés. Por el contrario, España, Grecia, Suecia y Eslovenia presentan un descenso del TEA superior al 15%.

TABLA 2

Evolución del índice de creación de empresas (TEA) para los países europeos participantes en el GEM

ORDEN	PAÍSES UE EN EL PROYECTO GEM	TEA 2000	TEA 2001	TEA 2002	TEA 2003	TEA 2004
	Media GEM⁵	6,14	9,68	7,98	9,84	9,38
1	Polonia	-	9,98	4,44	-	8,83
2	Irlanda	1,25	12,11	9,14	8,1	7,7
3	Reino Unido	5,16	7,68	5,37	6,89	6,25
4	Francia	2,2	7,23	3,2	1,63	6,03
5	Grecia	-	-	-	6,77	5,77
6	Dinamarca	4,51	8,07	6,53	5,88	5,31
7	España	4,55	7,78	4,59	6,77	5,15
8	Holanda	-	6,38	4,62	3,6	5,11
	Media Europea⁶	3,83	8,25	5,13	4,86	5,04
9	Alemania	4,73	7,03	5,16	5,21	4,47
-	Comunidad de Madrid	-	-	-	-	4,43
10	Finlandia	3,94	9,32	4,56	3,14	4,39
11	Italia	5,68	10,16	5,9	3,19	4,32
12	Hungría	-	11,42	6,64	-	4,29
13	Portugal	,	7,09	-	-	3,95
14	Bélgica	2,44	4,58	2,99	3,87	3,47
15	Suecia	3,87	6,67	4	4,12	2,94
16	Eslovenia	-	-	4,63	4,05	2,60

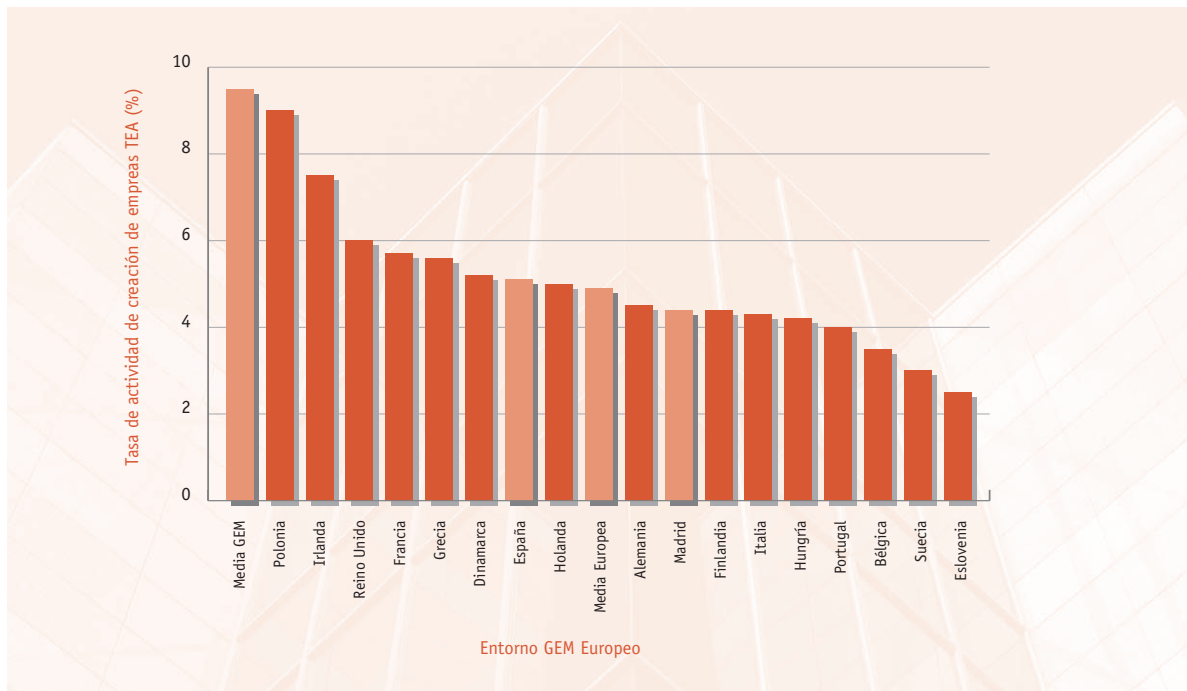
⁵ No se ha incluido a la Comunidad de Madrid en el ranking de los países europeos, ordenados según del valor del índice TEA obtenido en el año 2004, pero se incluye en dicha tabla con el fin de mostrar en que posición quedaría dicha comunidad.

⁶ Idem.

Como se hizo en el primer análisis comparativo internacional, se distinguen tres grupos de países dentro de la Unión Europea, los más emprendedores con unos valores porcentuales para el TEA que oscilan entre el 7% hasta el 10% compuesto por Irlanda y Polonia. Un segundo grupo donde el TEA tiene un rango de variación entre el 4% hasta el 7% en el que se encuentran Alemania, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Italia, Reino Unido. Y por último, el grupo menos emprendedor, con un intervalo de variación entre el 1% hasta el 4%, comprendido por Bélgica, Eslovenia, Portugal y Suecia. De acuerdo con esta agrupación y, a pesar de la mezcla de esfuerzos territoriales y administrativos, se puede decir que la Comunidad de Madrid se posiciona en el grupo intermedio por delante de Finlandia, Hungría e Italia, entre otros, y por detrás de países como Alemania, Holanda y España (ver FIGURA 3).

FIGURA 3

Comparación del índice de creación de empresas (TEA) en el entorno de la UE para el año 2004



Por último, es importante hacer mención de la situación de Islandia, Noruega y Croacia como países que no pertenecen a la UE pero cuya situación geográfica se ubica en el continente europeo. Acudiendo a la tabla 1, se observa que Islandia tiene un TEA de 13,38 superior a la media del GEM (9,38) y a la de todos los países europeos. Por otro lado, Noruega presenta un comportamiento similar al de países miembros como Irlanda y Reino Unido. Finalmente, Croacia, como país en desarrollo, tiene una TEA de 3,73 con valores similares a países de la UE como Portugal y Bélgica, si bien, en el desglose de la actividad emprendedora por motivación

veremos que en Croacia, al contrario que en Portugal y Bélgica, predomina la creación de empresas por necesidad.

3. Actividad emprendedora en el entorno regional - REM

El fomento de la creación de empresas es una de las líneas estratégicas fundamentales dentro de la agenda pública, habiéndose analizado su carácter regenerador del grado competitivo de las naciones como exponente de innovación, creación de empleo, y por ende, de bienestar social.

La incorporación paulatina de las diferentes regiones españolas al análisis de la creación de empresas, que ha recibido la denominación de *Regional Entrepreneurship Monitor* (REM), permite por segundo año consecutivo presentar un estudio comparativo de carácter regional que aporta matices relevantes sobre este fenómeno en España además de un mayor conocimiento de la realidad emprendedora y empresarial en la Comunidad de Madrid.

En línea con el comportamiento de las nuevas iniciativas empresariales del GEM y de la UE, las regiones españolas muestran fluctuaciones no homogéneas sobre el dinamismo emprendedor (ver **TABLA 3**). Así, mientras que en Cataluña las iniciativas emprendedoras de su población activa se han incrementado con respecto al 2003, en las regiones de Extremadura y Andalucía dicho dinamismo se ha atenuado aunque continúan siendo las regiones más emprendedoras en el 2004. Por su parte, la Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana, Comunidad de Castilla y León, Islas Canarias y País Vasco participan por primera vez en el proyecto, por lo que éstas sólo se pueden comparar con los valores de la presente edición.

TABLA 3

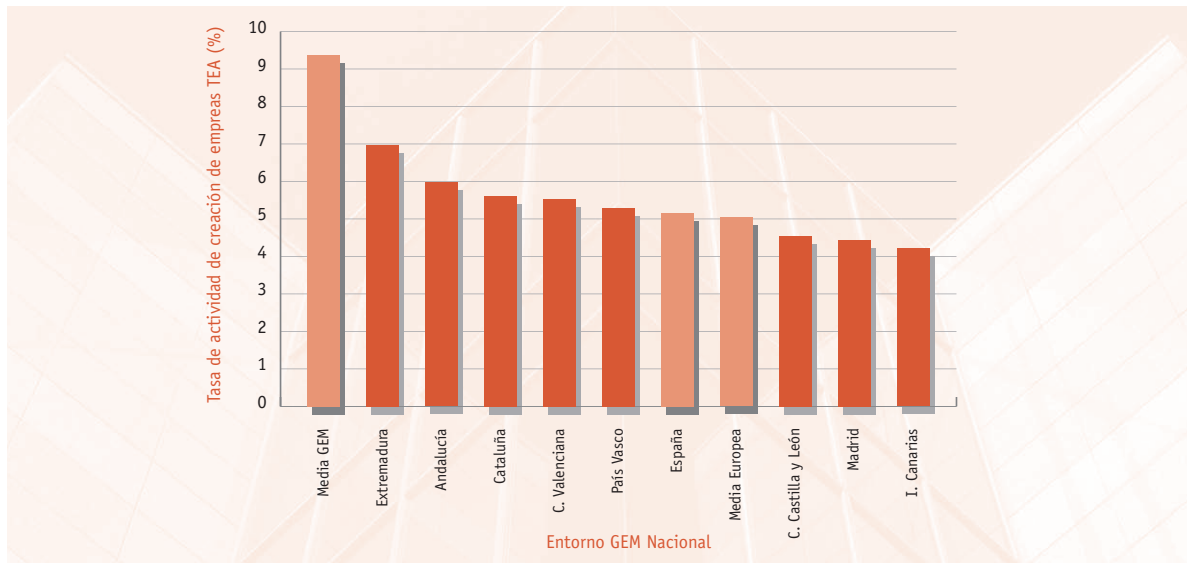
Evolución del índice TEA para las regiones españolas participantes en el Proyecto GEM

ORDEN	ESPAÑA Y REGIONES ESPAÑOLAS PROYECTO GEM-REM	TEA 2003	TEA 2004
-	Media GEM	9,84	9,38
1	Extremadura	7,69	6,97
2	Andalucía	6,18	5,97
3	Cataluña	4,68	5,62
4	Comunidad de Valencia	-	5,54
5	País Vasco	-	5,29
6	España	6,77	5,15
-	Media Europea	4,86	5,04
7	Comunidad de Castilla y León	-	4,55
8	Comunidad de Madrid	-	4,43
9	Islas Canarias	-	4,21

En el estudio regional del 2004 podemos distinguir dos tipos de grupos de regiones; aquéllas regiones con una actividad emprendedora superior al TEA medio español y europeo como Extremadura, Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y País Vasco y un segundo grupo de regiones con una actividad emprendedora inferior a dicho TEA medio configurado por la Comunidad de Castilla y León, la Comunidad de Madrid e Islas Canarias (ver FIGURA 4).

FIGURA 4

Comparación del índice de creación de empresas (TEA) de las Comunidades Autónomas de España para el año 2004



Atendiendo al TEA, la Comunidad de Madrid ocupa la octava posición entre el conjunto de regiones participantes en la presente edición del REM. Sin embargo, es necesario analizar la motivación, la calidad y las expectativas de vida de las iniciativas de creación de empresas con el fin de comprender de forma más exhaustiva el fenómeno del emprendedor, aspecto que se aborda detalladamente en los siguientes apartados del informe.

4. Desglose de la actividad emprendedora

Una vez presentado de forma general los resultados del índice TEA, es el momento de analizar los detalles específicos de la actividad emprendedora lo que permite contextualizar cada realidad y entender los factores que impactan en los datos obtenidos.

Así, en una primera instancia se analiza la actividad emprendedora desglosando el TEA según el tipo de actividad, es decir, observando el porcentaje de personas que se encuentran involucrados en una empresa naciente, en una empresa nueva o en una empresa ya establecida.

El porcentaje de *empresas nacientes* mide la proporción de la población adulta (entre 18 y 64 años) que está involucrada, como propietaria o copropietaria, en empresas de nueva creación (*start-up*) y en las que aún no se han pagado salarios durante más de tres meses, lo que conlleva todavía un fuerte carácter emergente.

El porcentaje de *empresas nuevas* mide la proporción de la población adulta involucrada como propietaria o gerente en una empresa que está pagando salarios dentro de un periodo comprendido entre los 3 y 42 meses, aspecto que induce a pensar en una organización que se va consolidando.

El porcentaje de *empresas consolidadas* establece la proporción de la población adulta involucrada en negocios como propietaria o gerente en una empresa que ha sobrevivido después de un periodo de tiempo razonable, es decir, llevan pagando salarios durante más de 42 meses, por lo que se considera una organización consolidada.

No obstante, también es importante conocer el porcentaje de *cierre de negocios* a fin de estimar el porcentaje de personas que por diferentes motivos han disuelto alguna actividad empresarial entre julio de 2003 y julio de 2004.

De esta forma, en la **TABLA 4** se puede observar como dentro del entorno del proyecto GEM, concretamente en los países en desarrollo como Perú, Ecuador, Uganda, Jordania, Argentina y Brasil la creación de *empresas nacientes* es superior al porcentaje de *empresas nuevas*, sin embargo, al mismo tiempo, la mortalidad de las mismas es elevada. Esto podría constatar que el deseo de emprender de estos países se basa en la necesidad más que en la oportunidad. Por el contrario, en países desarrollados como EEUU, Sudáfrica, Nueva Zelanda, Australia, Canadá, etc., también presentan un porcentaje de *empresas nacientes* mayor que el de *empresas nuevas* pero con unas tasas de *cierre de empresas* más reducidas. Finalmente, se muestra como para Japón y Hong-Kong se expone una situación de recesión y estancamiento de su actividad emprendedora.

En el ámbito de la UE y demás países europeos se observa un grado de dinamismo por debajo de la media. La situación de España es positiva pues a pesar de haber tenido un menor desarrollo de la actividad emprendedora, el porcentaje de *cierres de negocios* se ha mantenido constante afianzando la consolidación de las *empresas nuevas* españolas creadas en el 2003. La Comunidad de Madrid muestra unos porcentajes de *empresas nacientes* (3,07) y *empresas nuevas* (2,56) muy similares a los valores españoles mientras que el porcentaje de *empresas consolidadas* (8,11) es superior a los valores nacionales y del promedio GEM. De igual manera, el porcentaje de *cierres de negocios* (0,81) es notablemente reducido⁷ (ver **FIGURA 6**). Estos datos podrían tener varias lecturas cercanas. Por un lado, la necesidad de proyectos muy contrastados para su puesta en marcha en la dinámica competitiva de la Comunidad de Madrid podría haber ayudado a la sostenibilidad de las empresas creadas. Por otro, el dinamismo económico de Madrid y la capacidad de absorción de nuevos negocios, junto con clima económico positivo, pueden estar

⁷ Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en la Comunidad de Madrid, durante el año 2004, se crearon 24.341 empresas, lo que significa un ratio de 7,8, estableciéndose una dinámica empresarial de 21.561.

favoreciendo la consolidación empresarial. En este sentido, es interés del Proyecto profundizar sus conocimientos sobre la supervivencia de las empresas creadas en los futuros informes ejecutivos.

TABLA 4

Desglose de la actividad emprendedora, empresas consolidadas y cierre de negocios en los países del GEM para el año 2004

PAÍS	%EMPRESAS NACIENTES (START-UP)	%EMPRESAS NUEVAS (BABY BUSINESS)	%EMPRESAS CONSOLIDADAS (ESTABLISHED)	% CIERRES DE NEGOCIOS (7/03-7/04)
Perú	44,78	12,93	14,46	11,45
Ecuador	28,00	11,09	10,10	13,42
Uganda	22,25	17,87	12,69	29,98
Jordania	21,76	8,26	21,89	9,85
EEUU	13,75	4,82	5,45	2,25
Sudáfrica	12,54	1,64	1,44	3,24
Nueva Zelanda	12,22	8,29	9,63	4,82
Australia	11,13	5,80	9,64	4,62
Argentina	10,96	4,49	8,06	10,64
Islandia	9,45	6,24	7,34	3,07
Canadá	9,23	3,61	7,04	2,25
Media GEM	8,90	4,23	6,73	4,35
Brasil	8,69	8,86	10,11	7,42
Francia	8,15	1,64	1,45	4,23
Noruega	8,14	3,28	6,29	2,58
Polonia	7,28	5,20	8,24	3,93
Israel	6,54	2,53	3,92	5,56
Irlanda	6,49	3,59	6,50	1,26
Singapur	6,20	3,01	3,88	2,20
Alemania	6,15	2,12	4,28	2,06
Italia	6,04	2,13	4,72	2,22
Grecia	5,59	2,16	6,54	2,60
Reino Unido	4,56	3,09	5,11	2,04
Croacia	4,53	1,05	2,15	1,34
Bélgica	3,19	1,36	4,03	0,97
España	3,12	3,09	7,79	1,54
Eslovenia	3,08	,70	4,20	0,90
C. de Madrid	3,07	2,56	8,11	0,81
Portugal	2,86	1,77	7,30	1,19
Finlandia	2,82	1,78	7,60	1,38
Hungría	2,79	1,56	2,18	0,55
Dinamarca	2,75	2,81	5,06	1,98
Holanda	2,71	2,18	6,09	1,19
Suecia	2,55	2,16	6,03	2,21
Hong Kong	1,49	1,58	2,72	2,09
Japón	,73	1,03	4,75	0,78

En el contexto regional, la **TABLA 5** y la **FIGURA 5** recogen el desglose de la actividad emprendedora por regiones españolas participantes. Respecto al porcentaje de *empresas nacientes*, la Comunidad de Madrid (3,07) se sitúa cerca de la media española (3,12) y por encima de la Comunidad de Castilla y León. No obstante, queda por detrás de Islas Canarias, País Vasco, Andalucía, Comunidad Valenciana, Extremadura y Cataluña, siendo esta última la que ha experimentado una mayor actividad emprendedora en este año.

TABLA 5

Desglose de la actividad emprendedora, empresas consolidadas y cierre de negocios en España para el año 2004

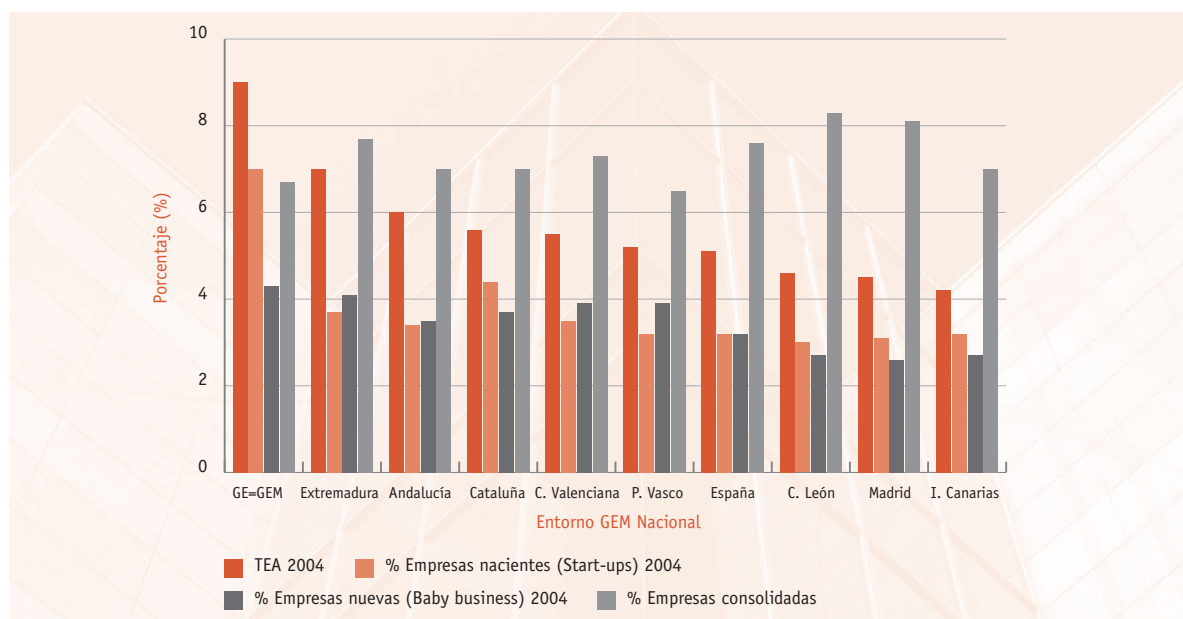
PAÍS	%EMPRESAS NACIENTES (START-UP)	%EMPRESAS NUEVAS (BABY BUSINESS)	%EMPRESAS CONSOLIDADAS (ESTABLISHED)	% CIERRES DE NEGOCIOS (7/03-7/04)
Cataluña	4,36	3,83	8,84	1,97
Extremadura	3,82	4,08	7,83	1,44
C. de Valencia	3,57	3,93	7,13	1,18
Andalucía	3,35	3,45	6,97	1,38
País Vasco	3,12	3,92	6,55	1,10
España	3,12	3,09	7,79	1,54
Islas Canarias	3,10	2,66	6,95	1,58
C. de Madrid	3,07	2,56	8,11	0,81
C. de Castilla y León	2,92	2,66	8,26	1,41

Con relación al porcentaje de *empresas nuevas*, la Comunidad de Madrid (2,56) se posiciona por debajo de la media española (3,09) ocupando el último puesto con respecto al resto de comunidades autónomas, siendo Extremadura con 4,08 la región con mayor tasa de empresas nuevas.

Respecto al porcentaje de *empresas consolidadas* la Comunidad de Madrid (8,11) se sitúa como la tercera comunidad con mayor tasa de consolidación por detrás de Cataluña (8,84) y de la Comunidad de Castilla y León (8,26) obteniendo un valor superior a la media de España. En este caso, el País Vasco es la región con la menor tasa de consolidación.

FIGURA 5

Comparación entre el índice de creación de empresas (TEA) y el desglose de la actividad emprendedora según empresas nacientes, nuevas y consolidadas



Finalmente, el porcentaje de *cierre de negocios* presenta en la Comunidad de Madrid la menor tasa de mortalidad de empresas (0,81) con un valor inferior a la media de España (1,54), siendo Cataluña la región con el mayor porcentaje de cierres de empresas (1,97).

Según datos del V Foro de la Pyme Madrileña en la Comunidad de Madrid⁸ el incremento en el índice de creación de empresas para el año 2003 fue del 7% con una media de 1000 empresas nuevas diarias. La mortalidad de estos proyectos resultan ser elevados en el sector construcción y servicios, además de acentuarse en las organizaciones sin asalariados o micropymes.

Una vez analizado el desglose de la actividad emprendedora por regiones, en la **TABLA 6** se sintetizan algunas conclusiones generales.

TABLA 6
Desglose de la actividad emprendedora en el entorno GEM nacional para el año 2004

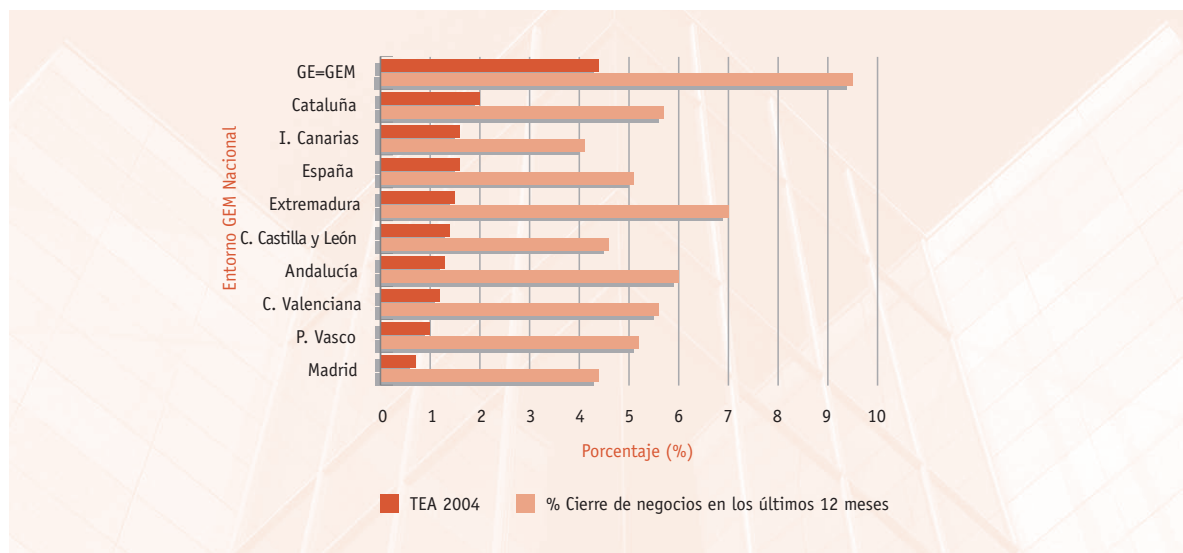
DESGLOSE DE LA ACTIVIDAD	REGIÓN	SITUACIÓN
% empresas nacientes ligeramente mayor que % nuevas empresas	Cataluña, Comunidad de Madrid, Islas Canarias	Crecimiento muy discreto de las oportunidades, cierta recesión
% empresas nacientes prácticamente igual que % nuevas empresas	España, C. Castilla y León	Estancamiento de <i>start-ups</i> , pero consolidación y crecimiento de las empresas nuevas respecto del año pasado
% empresas nacientes ligeramente menor que % nuevas empresas	Andalucía, Extremadura, Valencia, País Vasco	Recesión, las nuevas empresas mantienen la actividad

Durante el año 2004, la Comunidad de Madrid muestra una tendencia mayoritaria hacia la consolidación de las empresas creadas en años anteriores, existiendo desde 1996 un incremento del tejido empresarial continuado y superior a la media nacional. En este sentido, la existencia de un crecimiento discreto de la actividad emprendedora en el 2004 puede haberse visto propiciado por las incertidumbres de los procesos electorales, así como las incertidumbres sobre las expectativas económicas a corto plazo de los consumidores y empresarios en el entorno de la UE.

⁸ Promovido por el IMADE y la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid (AJE).

FIGURA 6

Comparación del índice de creación de empresas (TEA) y el porcentaje de cierre de negocios en el entorno GEM nacional para el año 2004



5. Análisis de factores demográficos

Dentro del modelo conceptual del proyecto GEM se incluyen los factores demográficos (población e inmigración) como variables que podrían incidir en la actividad emprendedora de los países y regiones.

Los informes nacionales del GEM realizados en ediciones pasadas han puesto de manifiesto que no existe una correlación lineal entre el índice de creación de empresas (TEA) y el volumen de población de un país o región. En la presente edición se confirman nuevamente estas conclusiones, del análisis tanto a nivel regional (correlación= 0,008, $p= 0,984$) como del conjunto GEM (correlación= 0,135, $p= 0,484$) se demuestra que el volumen de población de una región o país no parece explicar la actividad emprendedora, es decir, a mayor densidad de población no implica que aumente la actividad emprendedora.

Por ejemplo, Islandia presenta una de las mayores tasas de creación de empresas del conjunto GEM (TEA 2004 de 13,57) y su población es de 290.570⁹ habitantes, por el contrario, Suecia con una población de 8.975.670¹⁰ habitantes presenta una de las tasas de creación de empresas más bajas del conjunto GEM (TEA 2004 de 2,94). Sin embargo, si existe correlación entre el *número de emprendedores* y la población activa, tanto a nivel de regiones (correlación=0,998, $p= 0,000$)

⁹ Según las estadísticas de población de Eurostat.

¹⁰ Idem.

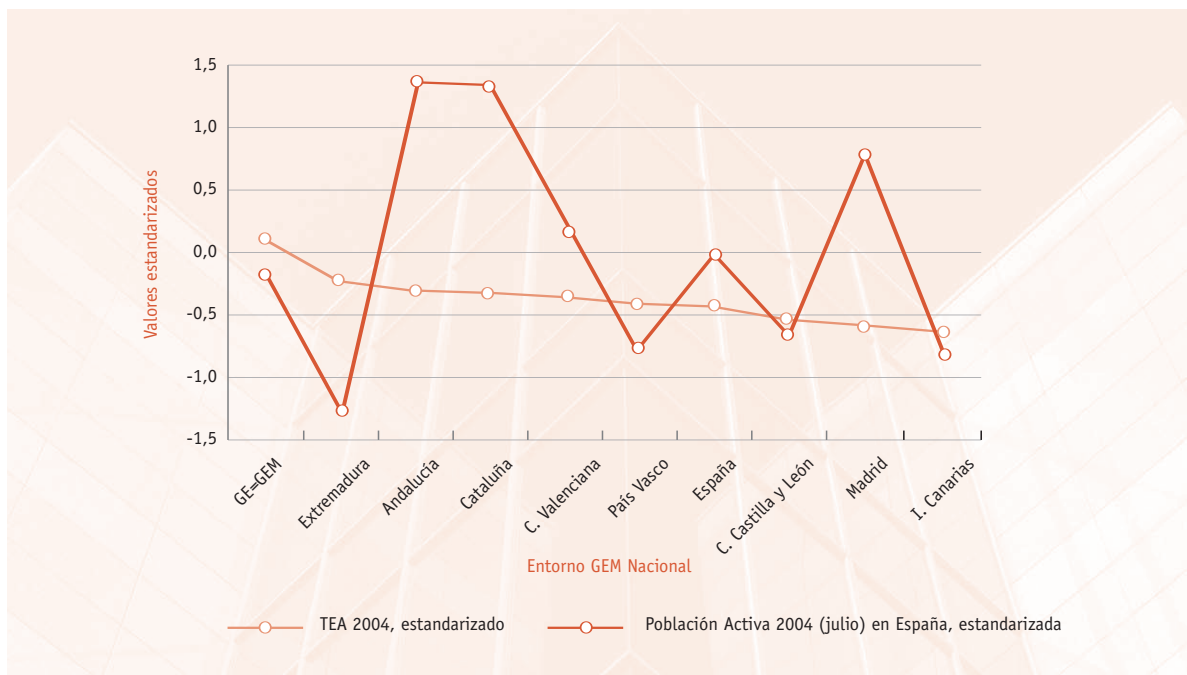
como en el conjunto del GEM (correlación= 0,668, $p=0,000$). Lógicamente, el índice de creación de empresas (TEA) se ve afectado de forma indirecta por la población activa ya que ésta última explica el número de emprendedores.

En la actualidad la población activa supone el 67% de la población total madrileña de los cuales se estima que 173.788 habitantes son emprendedores durante 2004.

Por otra parte, la Comunidad de Madrid, a pesar del proceso de envejecimiento general de la población española se encuentra menos envejecida que la media nacional gracias al notable crecimiento vegetativo que ha experimentado en los últimos años, impulsado por la población extranjera.

FIGURA 7

Índice de creación de empresas (TEA) y población activa en el entorno GEM nacional para el año 2004



Dentro de los factores demográficos, el fenómeno migratorio es considerado como un elemento importante de análisis ya que puede impactar en la actividad emprendedora de una región o país, tanto en lo relativo a inmigrantes asentados que encuentran una oportunidad de negocio como en el segmento de inmigrantes que se encuentran en condiciones precarias y que deciden emprender por necesidad.

La realidad de la Comunidad de Madrid se caracteriza por el elevado nivel de recepción de población extranjera, basado, en general, en el efecto “capitalidad”, situándose cerca del 10% de la población madrileña total y con una procedencia predominante de los países iberoamericanos. No obstante, en el último año Cataluña ha superado a la Comunidad de Madrid en el número de inmigrantes recibidos, sobre todo procedente del continente africano. Este proceso de inmigración está influyendo en las pautas de desarrollo urbanístico y educativo de la Comunidad (sobre todo en el municipio de Madrid y los que se localizan en la corona metropolitana). Así, por un lado, se han ido construyendo zonas donde se observa una elevada presencia de extranjeros que incluso plantean el desarrollo de proyectos empresariales. Por otro lado, los programas educativos están desplegando planes específicos de integración social y cultural que fomentan el desarrollo de un capital humano más preparado, para afrontar el proceso de creación de empresas, y con un perfil más avanzado que persiga enmarcarse en el ámbito de la oportunidad más que en la necesidad.

En este sentido, el análisis de las relaciones existentes entre el fenómeno de la inmigración y la actividad emprendedora constituye una cuestión indispensable para los futuros informes regionales con el fin de alcanzar un mayor conocimiento sobre el proceso de integración social y su relación con el crecimiento económico. En el caso de la Comunidad de Madrid, la falta de una serie temporal sobre los valores del TEA para la Comunidad no permite evaluar este hecho, no obstante, los resultados obtenidos por el Instituto de Empresa en años anteriores muestran que en los países desarrollados receptores de inmigrantes existe relación entre la actividad emprendedora y la tasa de inmigración con un cierto desfase temporal.

6. Actividad emprendedora y crecimiento económico regional

Entre los fines principales del proyecto GEM se incluye la comprensión del fenómeno de creación de empresas de forma que permita explicar la influencia de la actividad empresarial sobre el crecimiento económico. Durante los cinco años de estudio del proyecto los diferentes informes nacionales e internacionales han podido demostrar la existencia de una correlación positiva entre el índice TEA y el crecimiento económico, si bien, la naturaleza y estructura de las relaciones y la dirección de causalidad entre estas variables no ha sido determinada con claridad y, además, se observa la existencia de un retardo temporal de uno a dos años en la correlación de ambas magnitudes.

Dentro del conjunto GEM el análisis realizado en la presente edición permite constatar los resultados obtenidos en años anteriores. De momento, sólo se ha podido identificar la existencia de relación pero no se puede afirmar que a medida que aumenta el nivel de renta de un país se incrementa el nivel de actividad emprendedora. En la tabla 7, se muestran las correlaciones entre los índices TEA (total, por oportunidad y por necesidad) del periodo 2003-2004 y el crecimiento esperado del PIB, para el periodo 2004-2005, de los países participantes.

TABLA 7

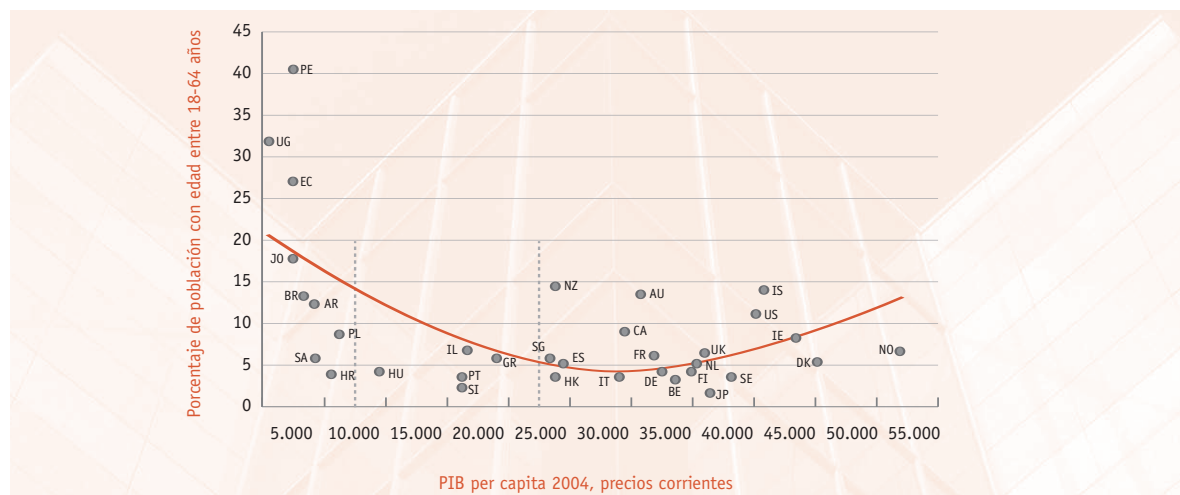
Correlaciones entre los índices de creación de empresas (TEA) y el crecimiento esperado del PIB

		CRECIMIENTO DEL PIB (PRECIOS CONSTANTES)	
		2004	2005
TEA 2003	C. de Pearson	0,515	0,575
	Sig. (bilateral)	0,012	0,004
TEA 2003 por oportunidad	C. de Pearson	0,425	0,499
	Sig. (bilateral)	0,043	0,015
TEA 2003 por necesidad	C. de Pearson	0,561	0,599
	Sig. (bilateral)	0,005	0,003
TEA 2004	C. de Pearson	0,487	0,555
	Sig. (bilateral)	0,004	0,001
TEA 2004 por oportunidad	C. de Pearson	0,459	0,518
	Sig. (bilateral)	0,007	0,002
TEA 2004 por necesidad	C. de Pearson	0,467	0,534
	Sig. (bilateral)	0,006	0,001

Las relaciones entre el nivel de actividad emprendedora y el crecimiento económico de un país se pueden prever complejas ya que estos dos elementos están asociados como en un “círculo vicioso”, es decir, la actividad emprendedora contribuye al crecimiento económico y, a su vez, el nivel de riqueza de un país dinamiza la actividad emprendedora. Tanto en el informe GEM internacional como en el informe GEM España se han realizado nuevos análisis, basados en modelos cuadráticos y cúbicos, que permiten diferenciar modelos de comportamiento entre los países participantes (ver FIGURA 8).

FIGURA 8

Análisis de relación cuadrática entre el Índice de creación de empresas TEA y el PIB per capita, en el entorno GEM para el año 2004



Fuente: Global Entrepreneurship Monitor, Informe Ejecutivo Internacional, 2004

Si se considera el mismo análisis desde una perspectiva regional, los resultados mostrados en la **TABLA 8** indican que todavía no hay suficientes elementos para identificar una posible correlación positiva entre las tasas de crecimiento del PIB para los años 2004/05 con los índices TEA. Este resultado puede estar justificado por varios aspectos.

En primer lugar, el estudio regional no cuenta con una serie de datos temporal del TEA y, además sólo participan ocho regiones. El estudio irá adquiriendo mayor robustez y fiabilidad a medida que se incremente la participación regional y se consolide la serie temporal del TEA a nivel regional de modo que el desfase con el cual cada variable influye en la otra pueda ser tenido en cuenta.

En segundo lugar, se han utilizado las previsiones de crecimiento del PIB, por lo tanto, los resultados deben tomarse con cautela mientras se vaya afianzando la serie temporal de las variables. En tercer lugar, los diferentes estudios e informes sobre la coyuntura económica¹¹ nacional y regional manifiestan que en el año 2004 el sector productivo más dinámico, dentro del crecimiento regional, ha sido el sector de la construcción como consecuencia del ritmo expansivo de la obra civil y de la demanda de unidades residenciales, seguido por el sector servicios mientras que el sector industrial se recupera ligeramente, tras la caída registrada en el 2003, y el sector agrícola experimenta un ligero retroceso. Mientras la distribución sectorial de la creación de empresas en España se destaca por su predominio en los sectores¹² de venta al por mayor (26%), venta al detalle, hostelería y restauración (23%) y servicios profesionales (16%).

En el caso de la Comunidad de Madrid, ésta ha experimentado en los últimos años un crecimiento económico superior al promedio de España y de la UE, situándose entre las regiones más dinámicas de Europa. En su marco estructural, el peso de los sectores productivos presenta el siguiente perfil; el 62,6% para los servicios de mercado, el 15% para los servicios de educación, sanidad y servicios sociales, un 14,4% para la industria, un 3,5% para el sector de la energía y un 0,3% para la agricultura. Al igual que en el conjunto nacional, en la estructura sectorial del PIB de la región el sector de la construcción ha liderado el crecimiento de dicho PIB, seguido por el sector servicios cuya recuperación respecto del 2003 se ha debido principalmente al incremento de actividad en las ramas del comercio, hostelería y reparación, y en transportes y comunicaciones. La recuperación del sector industrial se ha visto negativamente influida por la dinámica de los países del entorno europeo, por la fortaleza del euro y, entre otros, por los efectos adversos del encarecimiento del petróleo y otras materias primas.

¹¹ Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) y los informes realizados por el Instituto L.R. Klein- Centro Stone (Situación y predicción de la economía madrileña, Diciembre 2004) y la Cámara de Comercio (La economía de Madrid en el 2004 y perspectivas para el 2005, Marzo 2005).

¹² Datos del Informe GEM España 2004, Instituto de Empresa.

TABLA 8

Correlaciones entre índice de creación de empresas (TEA) y crecimiento esperado en el PIB regional

		CRECIMIENTO DEL PIB (PRECIOS CONSTANTES)	
		2004	2005
TEA 2003	C. de Pearson	-0,684	-0,456
	Sig. (bilateral)	0,316	0,544
TEA 2003 por oportunidad	C. de Pearson	-0,817	-0,259
	Sig. (bilateral)	0,183	0,741
TEA 2003 por necesidad	C. de Pearson	-0,074	-0,355
	Sig. (bilateral)	0,926	0,645
TEA 2004	C. de Pearson	0,235	0,225
	Sig. (bilateral)	0,542	0,561
TEA 2004 por oportunidad	C. de Pearson	0,224	0,250
	Sig. (bilateral)	0,561	0,516
TEA 2004 por necesidad	C. de Pearson	0,138	0,019
	Sig. (bilateral)	0,724	0,961

Capítulo II

MOTIVACIÓN PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

gem



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID

Son muchos los factores que condicionan la decisión de un emprendedor en el momento de poner en marcha un nuevo proyecto empresarial. La existencia de oportunidades económicas no implica necesariamente la existencia de un mayor espíritu empresarial pues éste también depende de las preferencias de los individuos, la consideración social de los empresarios, las capacidades del emprendedor, las alternativas disponibles, etc.

En el proyecto GEM los motivos que justifican la puesta en marcha de una empresa son agrupados en tres categorías:

- *Por oportunidad*, donde el emprendedor desea crear una empresa para explotar una oportunidad de negocio.
- *Por necesidad*, cuando el emprendedor no encuentra una alternativa mejor para desarrollar su carrera profesional, mejorar una condición de precariedad o como medio para alcanzar la integración social
- *Por otro motivo*, donde se recogen el resto de motivaciones no incluidas en las dos anteriores.

1. Oportunidad versus necesidad

En la **TABLA 9** se presentan el valor del índice de creación de empresas (TEA), su desglose según el tipo de motivación, el tamaño de la población en edad de emprender y las estimaciones del número de emprendedores totales, por oportunidad y por necesidad para los distintos países participantes.

TABLA 9

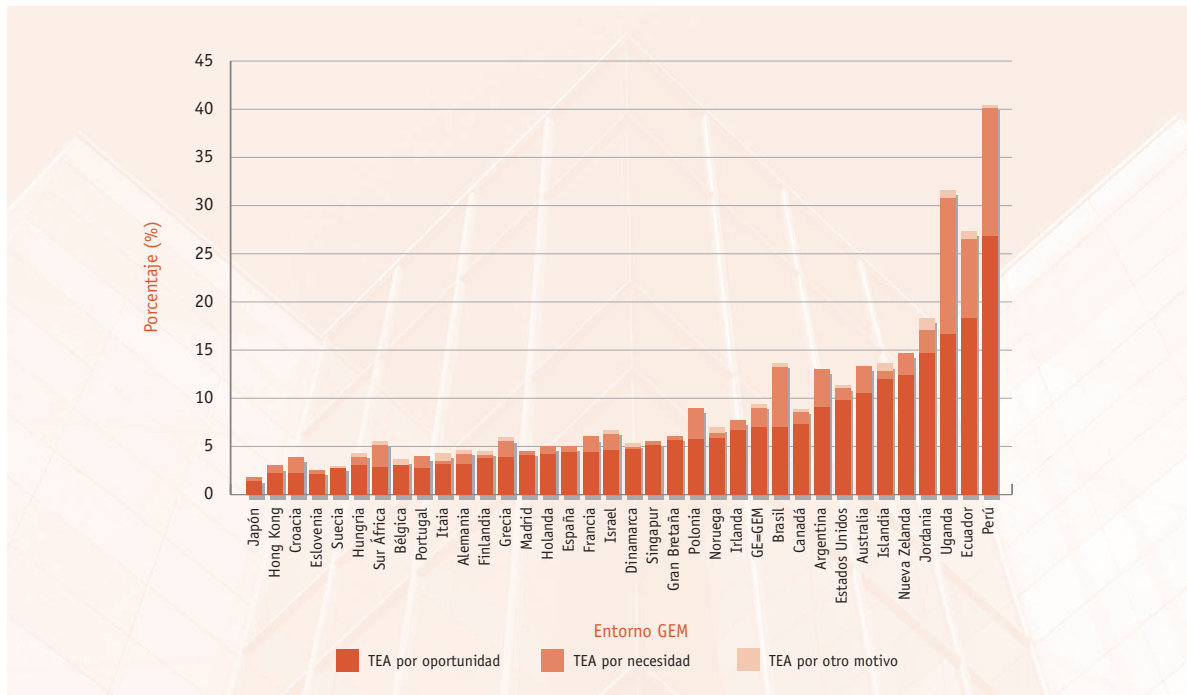
Desglose de la actividad emprendedora según motivación y estimación de la población de emprendedores en el entorno GEM para el año 2004

ORDEN	PAÍSES	TEA 04	TEA 04 OPORTUNIDAD	TEA 04 NECESIDAD	POBLACIÓN EMPRENDEDORA			
					POBLACIÓN 18-64	TOTAL	OPORTUNIDAD	NECESIDAD
1	Perú	40,34	26,92	13,09	15.680.000	6.325.000	4.220.848	2.104.152
2	Uganda	31,5	16,52	14,26	10.608.000	3.356.000	1.760.035	1.595.964
3	Ecuador	27,24	18,24	8,44	7.264.000	1.979.000	1.325.145	653.855
4	Jordania	18,26	14,53	2,56	3.078.000	562.000	447.199	114.801
5	Nueva Zelanda	14,67	12,31	2,11	2.496.000	366.000	307.121	58.879
6	Islandia	13,57	12,04	0,72	181.000	25.000	22.181	2.819
7	Brasil	13,48	7,04	6,22	114.005.000	15.368.000	8.026.018	7.341.982
8	Australia	13,38	10,65	2,48	12.542.000	1.678.000	1.335.628	342.372
9	Argentina	12,84	9,08	3,72	22.895.000	2.940.000	2.079.065	860.934
10	EEUU	11,33	9,53	1,51	183.430.000	20.783.000	17.481.199	3.301.800
	Media GEM	9,38	6,78	2,32				
11	Canadá	8,85	7,27	1,36	21.060.000	1.864.000	1.531.218	332.782
12	Polonia	8,83	5,71	3,11	25.265.000	2.231.000	1.442.696	788.303
13	Irlanda	7,7	6,64	0,99	2.502.000	193.000	166.431	26.569
14	Noruega	6,98	5,76	0,85	2.824.000	197.000	162.567	34.432
15	Israel	6,62	4,78	1,53	3.617.000	239.000	172.571	66.429
16	Reino Unido	6,25	5,49	0,63	37.582.000	2.349.000	2.063.361	285.638
17	Francia	6,03	4,55	1,36	37.064.000	2.235.000	1.686.443	548.557
18	Grecia	5,77	3,82	1,65	6.780.000	391.000	258.859	132.140
19	Singapur	5,69	4,99	0,63	3.142.000	179.000	156.979	22.021
20	Sudáfrica	5,4	2,8	2,44	25.122.000	1.357.000	703.629	653.370
21	Dinamarca	5,31	4,82	0,37	3.402.000	181.000	164.297	16.702
22	España	5,15	4,53	0,62	26.110.000	1.345.000	1.183.077	161.922
23	Holanda	5,11	4,32	0,69	10.469.000	535.000	452.289	82.710
24	Alemania	4,47	3,13	1,22	52.404.000	2.342.000	1.639.924	702.076
-	C. Madrid	4,43	4,1	0,33	3.922.983	173.788	160.842	12.945
25	Finlandia	4,39	3,5	0,33	3.289.000	144.000	114.806	29.194
26	Italia	4,32	3,08	0,33	37.162.000	1.605.000	114.4305	460.694
27	Hungría	4,29	2,75	1,24	6.550.000	281.000	180.128	100.872
28	Portugal	3,95	2,96	0,99	6.603.000	261.000	195.585	65.415
29	Croacia	3,73	2,04	1,57	2.841.000	106.000	57.973	48.027
30	Bélgica	3,47	2,9	0,19	6.424.000	223.000	186.369	36.631
31	Hong Kong	2,97	2,01	0,96	4.777.000	142.000	96.101	45.899
32	Suecia	2,94	2,48	0,25	5.510.000	204.000	172.081	31.918
33	Eslovenia	2,6	2,17	0,43	1.344.000	35.000	29.211	5.788
34	Japón	1,48	1,11	0,18	80.830.000	1.196.000	897.000	299.000

Dentro del conjunto de países participantes se revela notoriamente cómo el tipo de motivación varía en función del nivel de desarrollo económico de los países. En los países en vías de desarrollo, el porcentaje de motivación por necesidad es bastante elevado, cercano al 37% de promedio frente al 15,7% que presentan los países desarrollados, como se puede observar gráficamente en la **FIGURA 9**.

FIGURA 9

Desglose del índice de creación de empresas (TEA) según el tipo de motivación, para el año 2004



Los países europeos participantes presentan tasas de creación de empresas por oportunidad superiores a los vinculados con el criterio de necesidad. Resultados que están alineados con los presentados por la Comisión Europea en el Informe¹³ *Entrepreneurship 2004* donde se refleja que el fenómeno emprendedor de los europeos se basa mayoritariamente en la oportunidad que la necesidad,

¹³ Según el Flash Eurobarómetro 160 «Espíritu empresarial», junio de 2003.

aunque no se aprecian una diferencias¹⁴ tan significativas entre las dos motivaciones como cabría esperar. Analizando el peso de la motivación por necesidad se diferencian tres agrupaciones de países; Por un lado, países como Islandia, Irlanda, Noruega, Reino Unido, Dinamarca, España, Holanda, Finlandia, Italia, Bélgica y Suecia donde el peso porcentual de la tasa de creación de empresas por necesidad no supera el 15%. En segundo lugar, el grupo compuesto por Francia, Grecia, Alemania, Hungría, Portugal y Eslovenia cuyas tasas de creación de empresas por necesidad oscilan entre el 15%-30%. Y, por último, Polonia y Croacia con tasas superiores al 30%.

Analizando las pautas de comportamiento desde un punto de vista nacional, en el total de regiones que participan en el proyecto GEM se contemplan unas tasas de creación de empresas por oportunidad superiores a la media europea y del conjunto GEM. La Comunidad de Madrid presenta la mayor proporción de personas que han creado una empresa por oportunidad (92,55%) frente a la proporción de personas motivadas por necesidad (7,45%). Valores que convergen con los de países europeos como Dinamarca, Finlandia o Italia. Observando el reparto de la motivación en las demás comunidades autónomas se aprecia que Extremadura, Valencia y la Comunidad de Madrid poseen una proporción de creación de empresas por oportunidad superior a la media nacional (87,96%) seguidas por Cataluña, Canarias, Castilla y León, País Vasco y Andalucía.

TABLA 10

Desglose de la actividad emprendedora según motivación y estimación de la población de emprendedores en el entorno GEM nacional para el año 2004

COMUNIDADES/ PAÍSES	TEA 04	TEA 04 OPORTUNIDAD	TEA 04 NECESIDAD	POBLACIÓN EMPRENDEDORA			
				POBLACIÓN 18-64	TOTAL	OPORTUNIDAD	NECESIDAD
Media GEM	9,38	6,78	2,32	2.876.964	269.859	195.058	66.745
Extremadura	6,97	6,25	0,72	657.156	45.803	41.072	4.731
Andalucía	5,97	4,77	1,2	4.914.002	293.365	234.397	58.968
Cataluña	5,62	4,94	0,68	4.434.268	249.205	219.052	30.153
C. Valencia	5,54	4,96	0,58	2.944.482	163.124	146.046	17.077
País Vasco	5,29	4,44	0,85	1.419.665	75.100	63.033	12.067
España	5,15	4,53	0,62	19.756.375	1.017.453	894.963	122.489
C. Castilla y León	4,55	3,9	0,65	1.556.043	70.799	60.685	10.114
C. Madrid	4,43	4,1	0,33	3.922.983	173.788	160.842	12.945
Islas Canarias	4,21	3,7	0,51	1.298.592	54.670	48.047	6.622

¹⁴ En ambas investigaciones se ha utilizado la entrevista telefónica a la población, como medio para analizar el espíritu empresarial y la creación de empresas. No obstante, en la investigación de la Comisión Europea se han realizado 21.051 entrevistas mientras que en el Proyecto GEM se elaboran entre 1.000 y 27.000 entrevistas por país. Concretamente, en España se han realizado un total de 18.000 entrevistas que se desglosan en 2.000 entrevistas por cada comunidad autónoma participante.

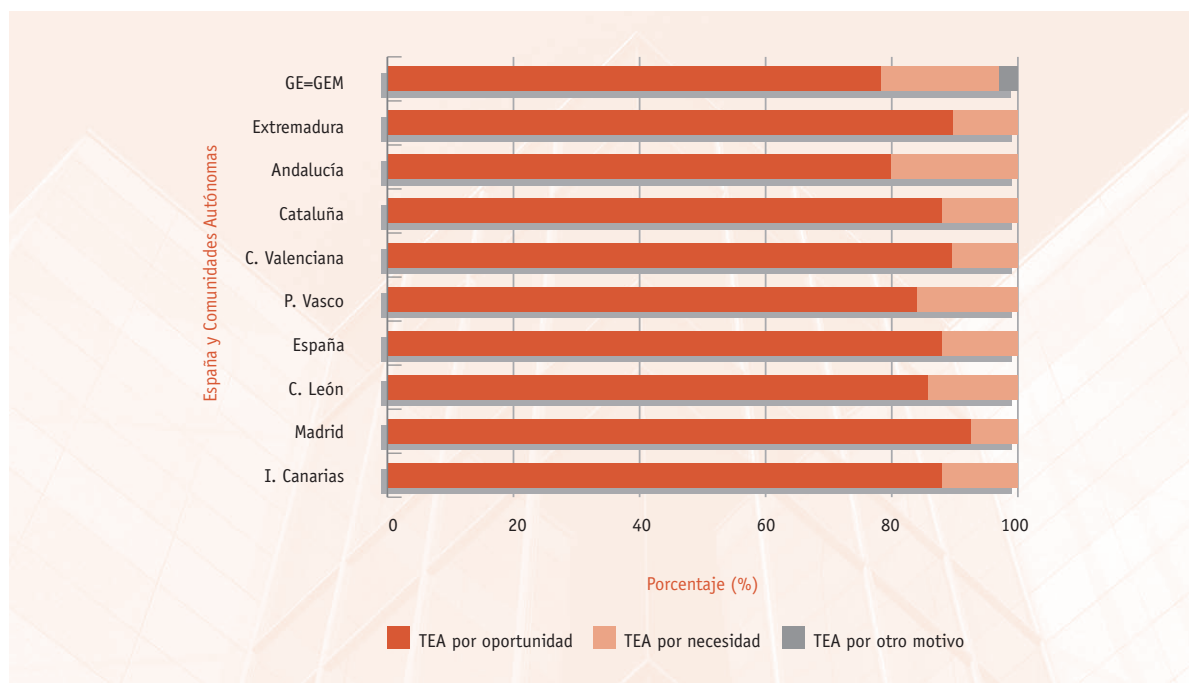
El número estimado de emprendedores madrileños asciende a 173.788, lo que supone el 17,08% del total de la población emprendedora de España. Además, en la región por cada emprendedor que se involucra en la creación de empresas por necesidad hay doce emprendedores que lo hacen por aprovechar una oportunidad de negocio. En términos de población, se estima que del total de emprendedores madrileños, 160.842 lo son por oportunidad y 12.946 por necesidad.

Andalucía, Cataluña y Madrid son las comunidades que más número de emprendedores aportan al total de emprendedores españoles, abarcando el 70% entre las tres, si bien, también hay que tener en cuenta que son las comunidades con mayor tamaño de población del conjunto de comunidades autónomas.

De forma más gráfica, la **FIGURA 10** compara las proporciones de las tasas de creación de empresas por oportunidad y necesidad para las comunidades autónomas participantes pero manteniendo la clasificación de estas en función del valor del índice de creación de empresas TEA para el año 2004.

FIGURA 10

Desglose del índice de creación de empresas (TEA) según tipo de motivación (ordenadas decrecientemente según el valor total del índice TEA) para el año 2004



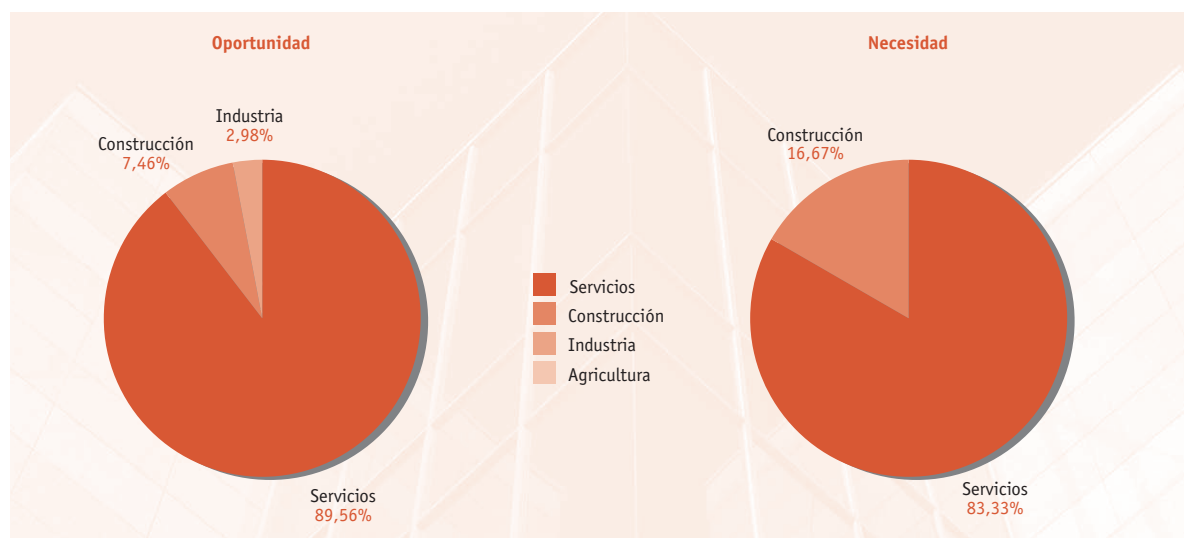
Una vez analizado el tipo de motivación que impulsa a los emprendedores, que han puesto en marcha una empresa durante el año 2004, se procede a describir, en el siguiente apartado, las principales características de las empresas nacientes buscando similitudes y diferencias según el tipo de motivación a partir del cual tienen su origen.

2. Tipología de las empresas y motivación para emprender

Es interesante destacar que la estructura productiva madrileña se caracteriza por su elevado grado de terciarización. Según el DIRCE, el sector servicios tiene un peso sobre el PIB regional del 76,1%. Por ello, no resulta extraño observar como durante el 2004 la creación de empresas se ha concentrado¹⁵ mayoritariamente en este sector, independientemente del tipo de motivación del emprendedor (ver **FIGURA 11**). Basado en la encuesta GEM, realizada a la población activa, se diferencia como dentro del sector servicios los emprendedores por necesidad se concentran en los subsectores *venta al por mayor* (66,66%) y *hostelería y restauración* (16,67%) y , por el contrario, los emprendedores por oportunidad se concentran en subsectores más dinámicos como *servicios a empresas* (23,88%), *educación, sanidad y servicios sociales* (11,94%), *hostelería y restauración* (14,93%), *servicio al consumidor* (4,5%), *venta al por mayor* (3,34%), *intermediación financiera* (1,49%), transporte y comunicaciones (1,49%).

FIGURA 11

Desglose de la creación de empresas nacientes en la Comunidad de Madrid por sectores de actividad y tipo de motivación para el año 2004



Así, en la Comunidad de Madrid el fenómeno emprendedor se origina principalmente bajo un enfoque de oportunidad, lo que implica la búsqueda de nuevos mercados y soluciones basadas en la innovación de procesos o productos, como puede observarse en la **FIGURA 12**. Las empresas nacientes creadas por oportunidad se muestran más innovadoras frente a las creadas por necesidad. Además, el avance innovador no está generalmente vinculado con grandes empresas sino más

¹⁵ Estimaciones realizadas a partir de las respuestas obtenidas por los emprendedores que tenían, en el 2004, una empresa naciente, durante el desarrollo de las dos mil encuestas telefónicas.

bien con la actividad emprendedora de microempresas, y muy orientada al sector servicios, ya que, los emprendedores encuestados pertenecientes a los subsectores *educación, sanidad y servicios sociales, servicios a empresas, restauración y hostelería*, junto con la *construcción*, consideran que ofrecen nuevos productos o servicios y que no tienen mucha competencia (ver **FIGURA 13**).

FIGURA 12

Grado de innovación en los productos y servicios ofrecidos por las empresas nacientes en la Comunidad de Madrid según el tipo de motivación

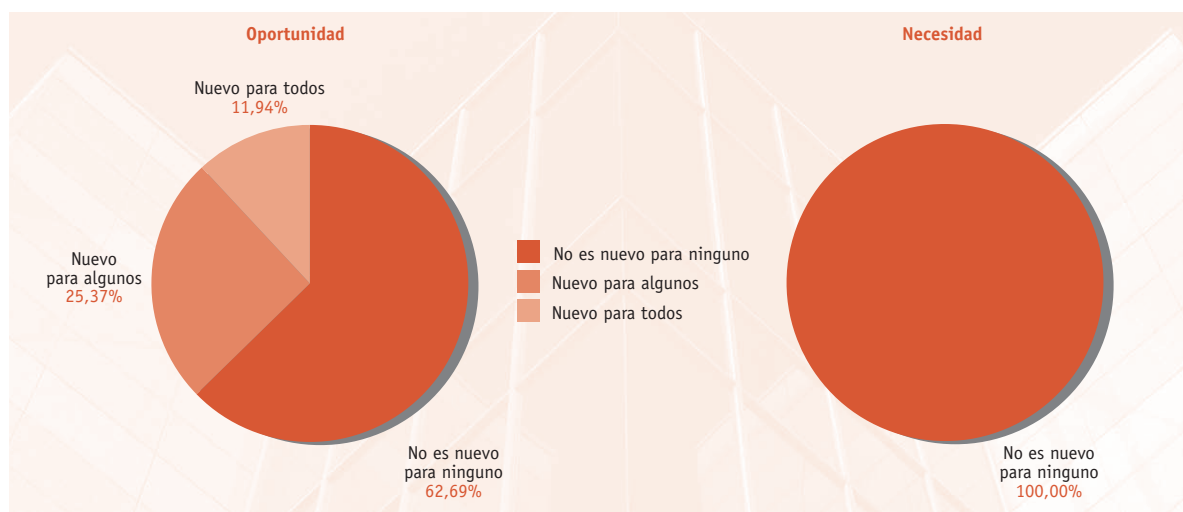
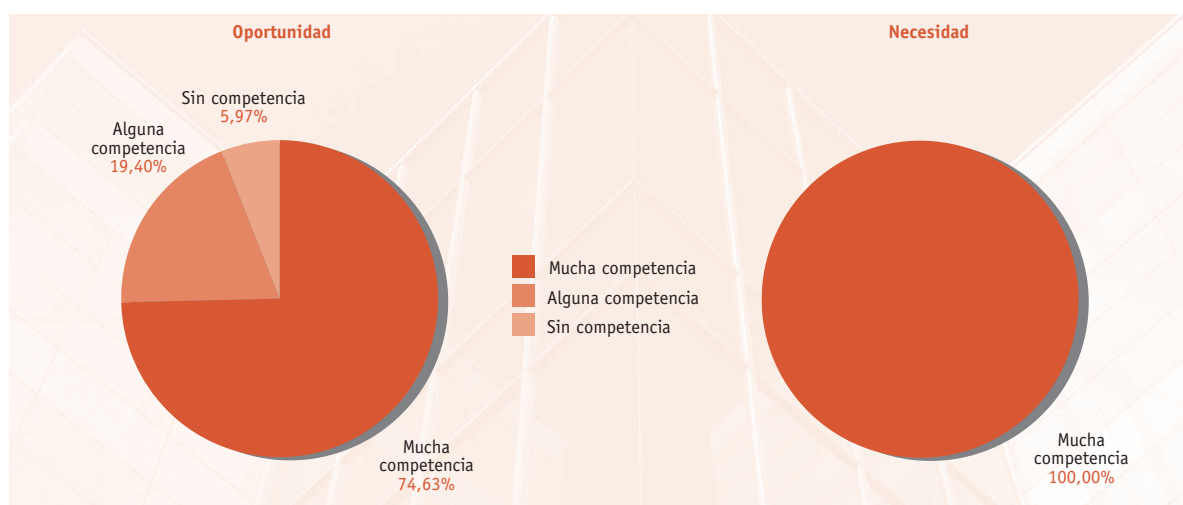


FIGURA 13

Grado de competencia esperado por las empresas nacientes en la Comunidad de Madrid según el tipo de motivación



Entre otras características, relativas al conjunto de empresas nacientes y de empresas nuevas, cabe destacar que los colectivos de emprendedores por oportunidad y por necesidad tienen un comportamiento bastante similar (ver **TABLA 11**). No se observan grandes diferencias entre las proporciones de emprendedores por oportunidad y por necesidad según su género, así, en ambos casos, por cada mujer emprendedora hay tres hombres emprendedores. Tampoco existen muchas diferencias entre el nivel de estudios y el nivel de renta de los emprendedores que pertenecen, mayoritariamente, al tramo superior de la renta. Sin embargo, si existen diferencias en cuanto a la edad para emprender, los emprendedores por oportunidad, tanto hombres como mujeres, ponen en marcha sus proyectos empresariales entre los 35 y 44 años, mientras que los emprendedores por necesidad, independientemente del género, inician una actividad empresarial entre los 45 y 54 años.

TABLA 11

Características de las empresas nacientes y de las empresas nuevas según género, nivel de estudios, nivel de renta y tipo de motivación

CUALIDADES ANALIZADAS ¹⁶	OPORTUNIDAD	NECESIDAD
El emprendedor es una mujer	25,30%	25,00%
El emprendedor es un hombre	74,70%	75,00%
Total	100%	100%
Tramo de edad de las mujeres emprendedoras	35-44 años	45-54 años
Tramo de edad de los hombres emprendedores	35-44 años	45-54 años
El emprendedor no ha terminado sus estudios de secundaria	31,30%	37,50%
El emprendedor tiene estudios secundarios completos	22,90%	12,50%
El emprendedor tiene estudios superiores	45,80%	50,00%
Total	100%	100%
El emprendedor pertenece al tramo inferior de la renta	7,90%	16,70%
El emprendedor pertenece al tramo medio de la renta	19,00%	0,00% ¹⁷
El emprendedor pertenece al tramo superior de la renta	73,00%	83,30%
Total	100%	100%

Los emprendedores madrileños por oportunidad gestan sus iniciativas de forma independiente y exclusiva en mayor proporción que los emprendedores por necesidad, es decir, no compaginan la puesta en marcha de la empresa con un trabajo o como desarrollo o diversificación de un negocio que ya poseen. El número de propietarios es ligeramente superior en las empresas nacientes

¹⁶ Los porcentajes de la tabla se calculan, por un lado, sobre el total de respuestas de los emprendedores entrevistados por necesidad y, por otro lado, los emprendedores por oportunidad. Así, por ejemplo, en la primera casilla se puede apreciar que el 25,30% de los emprendedores por oportunidad son mujeres.

¹⁷ Este resultado no implica que no existan emprendedores por necesidad en la Comunidad de Madrid con un nivel de renta correspondiente al tramo medio de la renta, sino que del conjunto de emprendedores entrevistados aleatoriamente no se entrevistó a ninguno con estas características.

y nuevas que han sido creadas por oportunidad, así como la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto empresarial. Sin embargo, no se aprecian diferencias en el tamaño de las empresas las cuales tienen un tamaño medio de tres asalariados, resultado que se corresponde con las estadísticas regionales donde el 88,7% de las empresas tiene entre cero y cinco asalariados. No obstante, el tamaño de las empresas cambia según el sector económico (encontrándose la mayor proporción de empresas grandes en la industria) el tejido empresarial madrileño esta constituido mayoritariamente por pequeñas unidades de producción (ver **TABLA 12**).

TABLA 12

Características de las empresas nacientes y de las empresas nuevas según género, nivel de estudios, nivel de renta y tipo de motivación

CUALIDADES ANALIZADAS	OPORTUNIDAD	NECESIDAD
La empresa naciente se ha desarrollado independientemente de otras actividades	71,10%	50,00%
La empresa naciente se ha desarrollado desde el trabajo habitual del emprendedor	13,30%	25,00%
Otros casos	15,60%	25,00%
Total	100%	100%
El emprendedor es actualmente propietario de otra empresa o negocio	50,60%	87,50%
Media de propietarios de la empresa o negocio naciente	2,09	1,50
El emprendedor es el único propietario de la empresa	46,30%	50,00%
El emprendedor comparte la propiedad con otros	53,70%	50,00%
Media de inversión efectuada por propietario(s)	45.668,88	60.673,33 €
Media de inversión total para la puesta en marcha	67.145,23	87.520,17 €
Empresas nacientes		
Número medio de puestos de trabajo en la actualidad	3,24	3,33
Número medio de puestos de trabajo que piensan crear en los 5 años siguientes al nacimiento de la empresa	4,87	5,00
Empresas nuevas		
Número medio de puestos de trabajo en la actualidad	2,96	2,00
Número medio de puestos de trabajo que piensan crear en los 5 años siguientes	4,61	3,14

3. Actividad emprendedora en las empresas nuevas y consolidadas

El espíritu emprendedor no es exclusivo de las personas que individualmente deciden crear una empresa, sino también de equipos de trabajo a través de la figura del *intraemprendedor* donde las empresas desarrollan una cultura emprendedora que persigue crear nuevas líneas de negocio, diversificar su actividad o alcanzar una renovación estratégica. De forma más concreta, esta dimensión se denomina *corporate entrepreneurship* y es un fenómeno que contempla dos situaciones: a) la creación de empresas independientes que nacen de la creatividad de los intraemprendedores (*corporate venturing*) y b) la renovación de la empresa mediante la transformación del negocio y de sus bases estratégicas competitivas que la convierten en una nueva empresa.

En el mundo actual las empresas operan en mercados muy competitivos y dinámicos que empujan a las organizaciones hacia una continua reconfiguración basada en el concepto de la innovación, lo que implica fomentar la creatividad, siendo precisamente ésta una de las características básicas de cualquier actividad emprendedora.

En la **TABLA 13** se presenta el desglose del índice de creación de empresas (TEA) para los diferentes tipos de actividades emprendedoras que lo componen, el porcentaje de población adulta que está poniendo en marcha una empresa, el porcentaje que está consolidando una empresa que tiene menos de 42 meses de actividad o el porcentaje que está creando una nueva actividad en el seno de una empresa existente. A su vez, en la **TABLA 14** y **15** se muestra el desglose y el total de las estimaciones de la iniciativa emprendedora del sector empresarial madrileño en función de tres categorías de empresas: nacientes, nuevas y consolidadas.

TABLA 13

Desglose del índice de creación de empresas (TEA) para el año 2004 por actividades emprendedoras

ÍNDICE DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TOTAL 2004 PARA C. MADRID (TEA)	EMPRESAS NACIENTES (START-UPS, QUE NO SOBREPASAN LOS 3 MESES DE ACTIVIDAD)	EMPRESAS NUEVAS (BABY BUSINESS, QUE NO SOBREPASAN LOS 42 MESES DE ACTIVIDAD)	EMPRESAS NUEVAS QUE A SU VEZ HAN GENERADO ACTIVIDADES NACIENTES O START-UPS
4,43% de la población adulta	1,87% de la población adulta	2,52% de la población adulta	0,045% de la población adulta

TABLA 14

Desglose de la iniciativa emprendedora según tipo de empresa emprendedora para el año 2004

EMPRESAS NACIENTES	EMPRESAS NUEVAS	EMPRESAS CONSOLIDADAS ¹⁸
73.360 (1,87% de población adulta)	98.859 (2,52% de población adulta)	335.415 (8,55% de población adulta)
	EMPRESAS NUEVAS QUE HAN GENERADO EMPRESAS NACIENTES	EMPRESAS CONSOLIDADAS QUE, A SU VEZ HAN GENERADO EMPRESAS NACIENTES
	1.765 (0,045% de población adulta)	5.884 (0,15% de población adulta)
		EMPRESAS CONSOLIDADAS QUE, A SU VEZ POSEEN EMPRESAS NUEVAS
		7.846 (0,20% de población adulta)

¹⁸ El índice de creación de empresas (TEA) no incluye a las empresas consolidadas aunque estas pueden estimarse a partir de la encuesta adulta obteniendo una aproximación de 335.415 empresas. Durante el 2004, el INE ha calculado un total de 436.074 empresas existentes en la Comunidad de Madrid, incluidas las empresas consolidadas, nuevas y de reciente creación.

TABLA 15

Desglose de la iniciativa emprendedora según tipo de empresa emprendedora para el año 2004

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN EMPRESAS NUEVAS	ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN EMPRESAS CONSOLIDADAS	TOTAL DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN EMPRESAS
1,78% de las empresas nuevas generan <i>start-ups</i>	4,09% de las empresas consolidadas generan <i>start-ups</i> y/o <i>baby business</i>	3,57% de las empresas nuevas y consolidadas (es decir, existentes) generan <i>start-ups</i> y/o <i>baby business</i>

El nivel de actividad emprendedora de las empresas madrileñas estimado es 3,57% superior a la media nacional (2,5%), siendo las empresas consolidadas las que tienen una iniciativa emprendedora mayor. Se estima que durante el año 2004 las empresas consolidadas crearon 5.884 empresas. Este escenario refleja el esfuerzo que deben realizar las empresas nuevas para alcanzar una situación estable antes de comenzar a diversificarse y crear nuevas líneas de negocio.

Los informes nacionales 2003 y 2004 han puesto de manifiesto que la creación de empresas por parte de otras ya existentes es elevada dentro del conjunto de países participantes en el GEM, aspecto que debe considerarse en términos de creación de empleo desde las empresas, de innovación y de competitividad. Este fenómeno será estudiado en los sucesivos informes regionales con el fin de profundizar sobre la importancia de este tipo de emprendizaje, su tendencia e influencia en el entorno económico.

A continuación se describe el impacto de la iniciativa emprendedora en términos de innovación y empleo, si bien se recuerda al lector la prudencia en la extracción de conclusiones dado el carácter estimatorio de los datos. Por ello, los resultados obtenidos se complementan y respaldan con la información de diferentes informes y estudios más representativos en cada caso.

En el entorno de la Comunidad de Madrid existe una tendencia al cambio en el modelo de desarrollo productivo hacia la consolidación de un sector empresarial más activo en el ámbito de las nuevas tecnologías, con un notable esfuerzo empresarial en I+D que, según el INE, en el año 2003 ha representado el 1,81% del PIB regional, junto con una creciente cooperación entre empresas y universidades y centros de investigación para desarrollar proyectos conjuntos de I+D+i gracias a que, cada vez más, los empresarios valoran positivamente la calidad del nivel investigador y del conocimiento generado como fuente de transferencia tecnológica. Según el índice de innovación regional RRSII (*Revealed Regional Summary Innovation Index*¹⁹) de la UE, en el año 2003 la Comunidad de Madrid ha destacado como la región española más innovadora seguida por el País Vasco y Navarra. Esta capacidad innovadora ha sido medida en términos de recur-

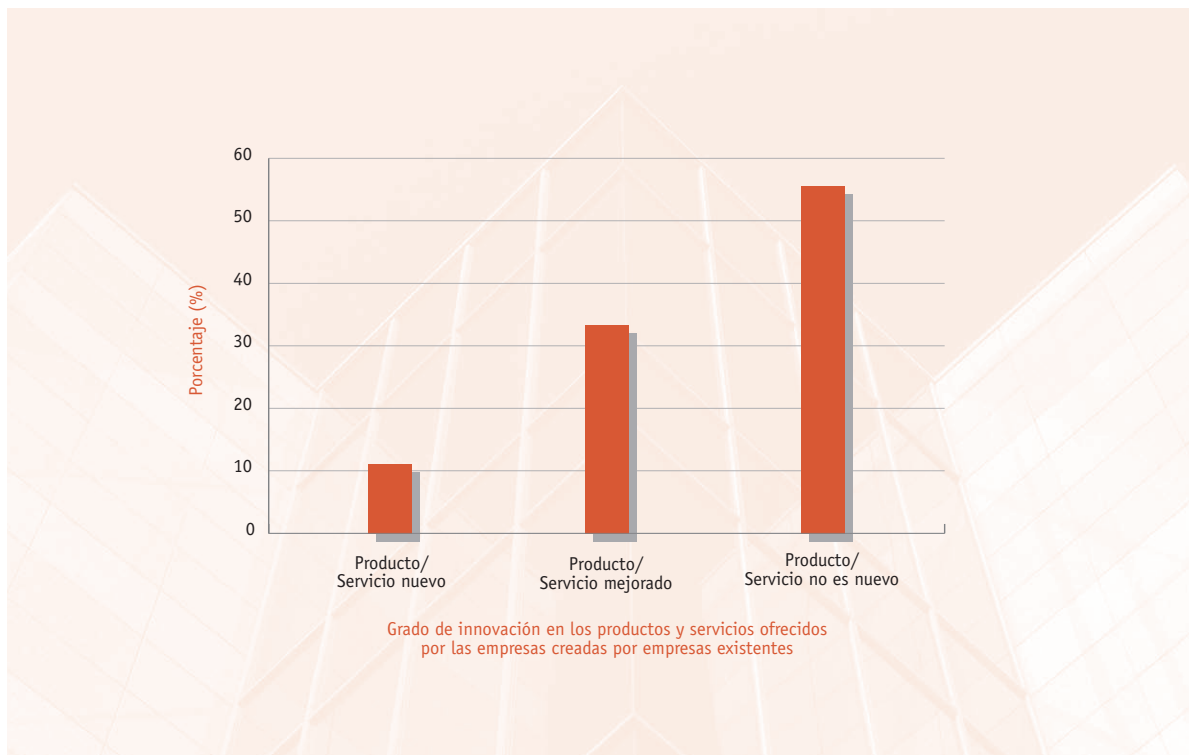
¹⁹ Índice elaborado en el año 2003 por la Comisión Europea en *European Innovation Scoreboard 2003-Technical Paper No. 3: Regional innovation performances*, OPOCE. Luxemburgo.

so humanos, creación de conocimiento, innovación de productos, finanzas y mercado, difusión y transferencia del conocimiento.

Por otra parte, cabe hacer referencia a la capacidad innovadora de las empresas generadas por otras empresas existentes en la Comunidad de Madrid. Así, las empresas nuevas y consolidadas han desarrollado su actividad emprendedora exclusivamente en el sector servicios, de las cuales el 11,11% de las empresas creadas ofrecen un nuevo producto, el 33,33% de las empresas creadas introduce en el mercado un producto o servicio mejorado y el 55,56% no proporciona nada nuevo a sus clientes (ver **FIGURA 14**).

FIGURA 14

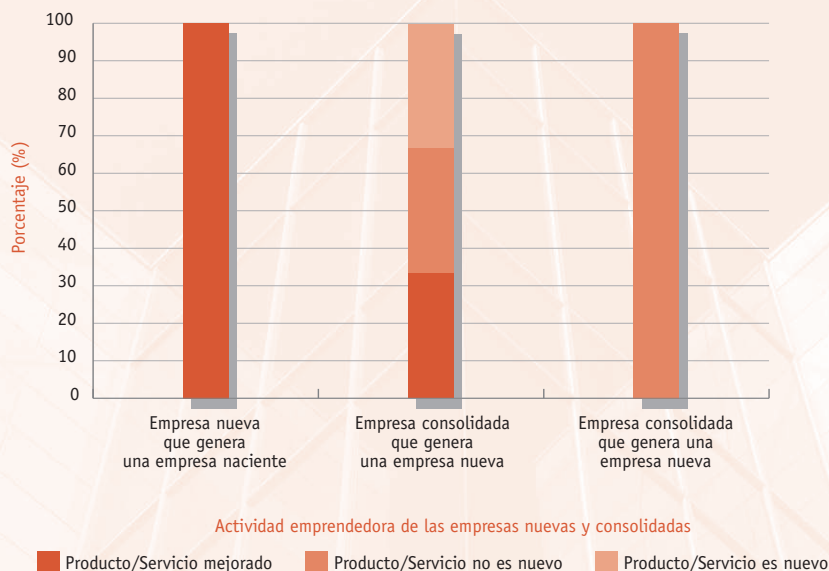
Grado de innovación de las iniciativas emprendedoras de las empresas existentes



Además, las empresas creadas por empresas nuevas presentan una menor proporción de empresas con productos o servicios nuevos y mejorados por lo que su perfil es menos innovador que las creadas por empresas consolidadas, al presentar las primeras una menor proporción de empresas con productos o servicios nuevos y mejorados (ver **FIGURA 15**).

FIGURA 15

Desglose del grado de innovación en las iniciativas emprendedoras en función del tipo de empresa creada



En todos los casos, la tecnología utilizada para desarrollar el nuevo producto o servicio existía hace un año (ver FIGURA 16) y el nivel de competencia esperado de las empresas creadas es bastante elevado, así el 88,89% considera que hay mucha competencia en el mercado al que se dirigen (ver FIGURA 17). Y por lo tanto, el factor de creación de empresas *por oportunidad* responde más a criterios económicos y coyunturales que a planteamientos innovadores, que regeneren el tejido empresarial del sector.

FIGURA 16

Desglose del uso de las nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras de las empresas existentes

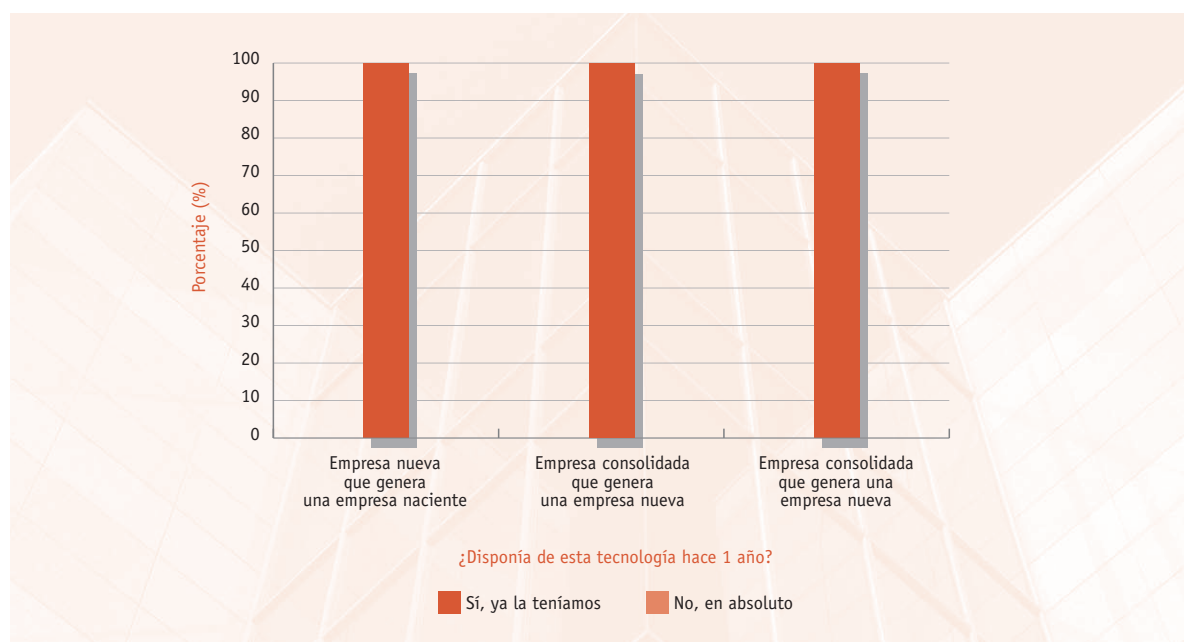
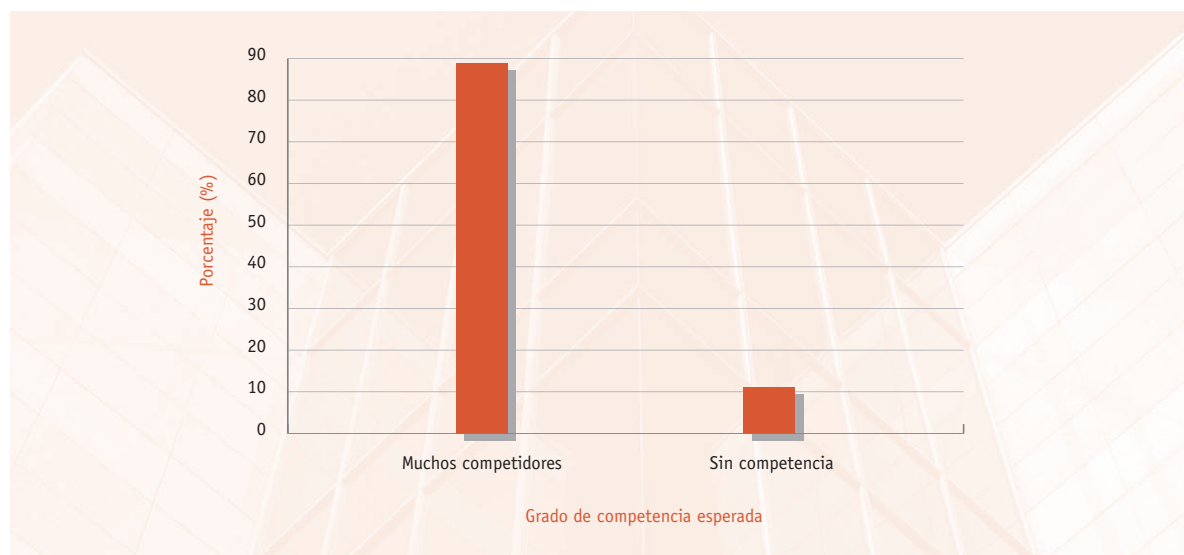


FIGURA 17

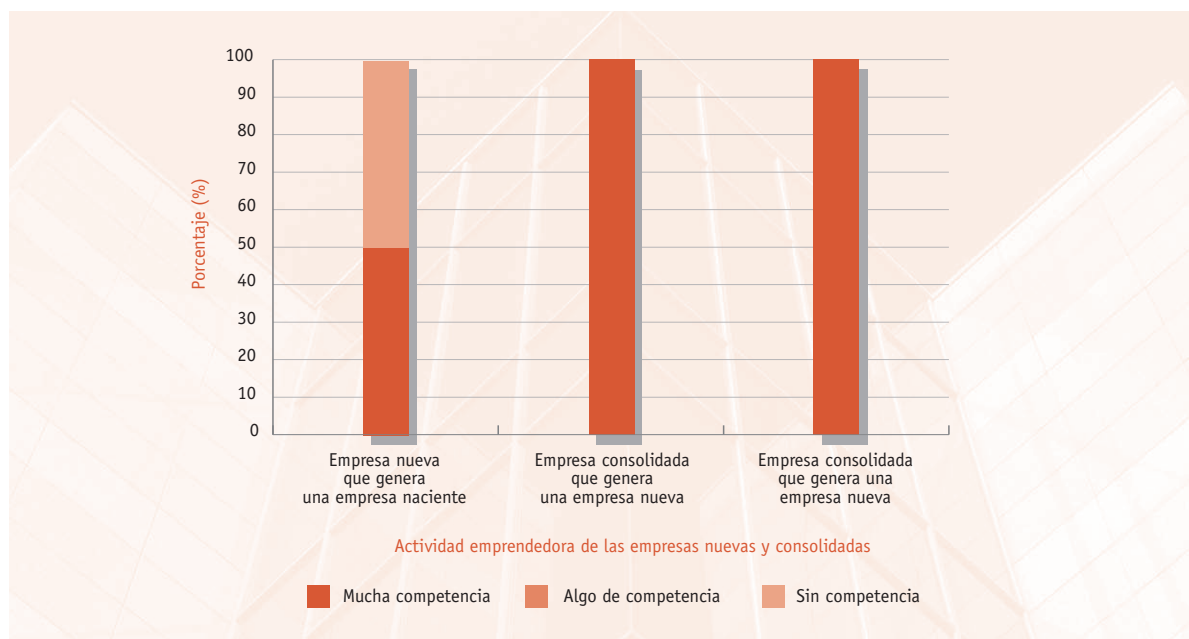
Uso de las nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras de las empresas existentes



Por último, destaca el nivel de competencia esperado por las empresas generadas a partir de las empresas nuevas. En este caso, el 50,00% de las empresas creadas por empresas nuevas no espera competencia a pesar de ofrecer sólo un producto o servicio mejorado y utilizar tecnologías existentes hace un año (ver **FIGURA 18**). Este resultado puede deberse a la innovación en el proceso de gestión estratégica de la empresa como la introducción de métodos de reorganización del trabajo, cambios en las condiciones del trabajo y las cualificaciones de los trabajadores que mejoran su competitividad.

FIGURA 18

Desglose del grado de competencia en las iniciativas emprendedoras de las empresas existentes



A pesar del cierto impulso promovido en la cultura empresarial de innovación y los niveles alcanzados por la empresa española, los resultados refuerzan el diagnóstico y las recomendaciones del Libro Blanco 2004 de COTEC, es decir, el sistema de innovación español ha experimentado un desarrollo positivo pero insuficiente. Es necesario continuar potenciando la cooperación entre las empresas y los centros públicos de investigación, alcanzar un grado de desarrollo de I+D sistemático y continuar incorporando las estrategias de protección de la propiedad industrial e intelectual o convertir la creación de empresas de base tecnológica en una vía de modernización del tejido empresarial entre otros.

En este último aspecto, en los futuros informes regionales se intentará analizar con exhaustividad la creación de empresas de base tecnológica. Algunas iniciativas como las incubadoras adscritas a Universidades, OPI's y otros agentes están apoyando el proceso de creación de NEBT, como

por ejemplo, la incubadora del Parque Científico Madrid (PCM) que ha conseguido convertirse en un centro de interés para la creación de *spin-off* y otras empresas de base tecnológica consolidadas gracias a su infraestructura. En la actualidad del PCM, cuenta con 15 empresas *spin-off* y tres departamentos de I+D de empresas que colaboran con centros de investigación universitarios. El Programa Regional de Creación de Empresas de Base Tecnológica de la Dirección General de Investigación, desarrollado dentro del III PRICIT²⁰ y coordinado por la Fundación para el Conocimiento *madri+d*, que desde el año 2000 ha ayudado a la creación de 55 empresas de base tecnológica en los sectores de la biotecnología, energía, TIC y medioambiente. Dicha Fundación ha elaborado un informe descriptivo, adjunto al final del presente Informe, donde se ofrece información acerca del origen de la empresa, números de socios, capital invertido y origen del capital, situación actual de la compañía y perspectivas y necesidades futuras para el desarrollo de las empresas del Centro de Emprendedores de Base Tecnológica (CEBT). Información que complementa y enriquece el Informe GEM de la Comunidad de Madrid.

4. Actividad emprendedora y creación de empleo

Desde el punto de vista del tamaño empresarial, la Comunidad de Madrid se caracteriza por el predominio de empresas pequeñas y microempresas. Según el DIRCE, el tamaño medio de las empresas madrileñas es de 7,08 empleados. El 54,59% del total del tejido empresarial no tiene ningún asalariado, el 34,41% de las empresas tiene un tamaño entre 1 y 5 empleados y el 3,08% supera los 20 empleados.

Las empresas creadas durante el 2004 o con un periodo de actividad inferior a los 42 meses han empleado al 1,51% de la población madrileña y tienen un tamaño medio de 3,83 empleados. El 11,11% no tiene ningún asalariado, es decir, el emprendedor es el único empleado, mientras que el 77,78% de las empresas emplean entre 1 y 5 asalariados y el 11,11% tiene un tamaño entre 6 y 9 asalariados.

Dicho colectivo de emprendedores sin asalariados pertenecen, principalmente, al sector servicios, seguido de los sectores construcción e industria. Las empresas en el grupo de 1 a 5 empleados también se concentran en el sector servicios dentro de las actividades económicas de servicios a empresas, servicios de hostelería y restauración y servicios de venta al por mayor.

En los próximos cinco años las previsiones de crecimiento esperado, en términos de empleo, revelan que los emprendedores por oportunidad son más optimistas que los emprendedores por necesidad. Es más, el 100% de los emprendedores sin asalariados no espera crecer. En el caso de las empresas con un tamaño entre 1 y 5, el 57,14% no tiene expectativas de crecimiento y el

²⁰ Plan Regional de Investigación Científica e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid, en www.madrimasd.org.

42,85% confía en incrementar su tamaño entre 6 y 19 empleados. Por último, el 100% de las empresas con 6 y 19 empleados parece permanecer con el mismo tamaño.

Finalmente, cabe argumentar que las perspectivas de crecimiento económico en los próximos años se presentan favorables para la Comunidad de Madrid los emprendedores madrileños manifiestan una opinión general más conservadora y cautelar ante un posible escenario económico difícil. Esta previsión puede estar justificada porque uno de los principales objetivos del emprendedor es alcanzar una situación económica estable que le confiera un *status* de empresa consolidada.

Capítulo III

FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LA COMUNIDAD DE MADRID

gem



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID

1. La inversión informal es una destacada fuente de financiación de la actividad emprendedora en la comunidad de Madrid

Una de las principales barreras que deben superar los emprendedores a la hora de desarrollar sus actividades es la búsqueda de fuentes de financiación que les permitan comenzar su aventura empresarial. En la Comunidad de Madrid existen numerosas iniciativas que pretenden ayudar a las empresas de nueva creación, generalmente a través de entidades financieras y organizaciones de diverso tipo relacionadas con el fomento de la actividad empresarial. Entre ellas se cuentan las sociedades de garantía recíproca, las sociedades de capital riesgo o gestoras, las iniciativas del gobierno central, regional y local que otorgan préstamos a nuevas empresas tecnológicas o ayudas a la generación de empleo y las iniciativas de asociaciones y empresas privadas.

Según la información proporcionada por CESCAR (Confederación Española de Sociedades de Garantía Recíproca) actualmente hay tres entidades actuando en dicho sector en Madrid. Las dos de privadas, Transaval (SGR) y Fianzas y Servicios, (SGR) y se enfocan en el transporte, innovación y juego respectivamente, y la participada por la Comunidad de Madrid, Avalmadrid, (SGR) en PYMEs de la región. En cuanto a sociedades de capital riesgo, según la Asociación Española de Entidades de Capital Riesgo (ASCRI), en su informe del año 2004, indica que hay 105 operadores a nivel español que han invertido un total de 2.506 millones de euros, la mayoría de estas inversiones realizadas en Barcelona y Madrid (el 47,8 % de los recursos invertidos se ha localizado en Madrid). Muchas de las otras instituciones prestan su apoyo a nivel nacional, como puede ser el Centro para el Desarrollo Tecnológico e Industrial (CDTI) e instituciones financieras con programas específicos. También destacan iniciativas sectoriales de subvenciones del IMADE y otros organismos regionales.

Sin embargo, la mayoría de los nuevos proyectos empresariales no coinciden con los planes de financiación que ofertan estas organizaciones. Esta situación es consecuencia directa de los exigentes criterios de selección que deben superar los proyectos, la falta de madurez, tamaño y encaje de estos en sus etapas iniciales con los tipos de inversores mencionados y quizás, de una necesidad de mayor preparación de los emprendedores a la hora de realizar el plan de negocio e interaccionar con inversores.

Los inversores naturales para este tipo de proyectos se circunscriben al marco denominado las 3 ó 4 Fs (del inglés: *founders, friends, family y fools*; fundadores, amigos, familiares e ingenuos). Luego, en otras regiones o países de Europa, suelen invertir personas físicas de elevada capacidad económica, también conocidos como inversores informales o *business angels*. En un estudio realizado por la Fundación Madri+d se observa que las cantidades que estas personas invierten se encuentran en el rango de 50.000 a 500.000 €, dependiendo de la red consultada. En Madrid estas redes están poco desarrolladas, salvo las iniciativas de algunas escuelas de negocio y del sistema Madri+d para proyectos tecnológicos. A continuación suele entrar el capital riesgo en su fase de capital semilla.

Los resultados de la encuesta GEM muestran lo mencionado anteriormente: el 2,8% de la población adulta de la Comunidad de Madrid ha actuado como inversor informal a lo largo del 2004. Este porcentaje se traduce en 125.138 personas que han puesto una media de 16.957 euros en iniciativas emprendedoras de otros, lo que se traduce a su vez en una inversión media estimada de 2.122 millones de euros (ver **TABLA 16**).

TABLA 16
Datos principales de la inversión informal en la Comunidad de Madrid para el año 2004

% de inversores informales en la población de 18 a 99 años	2,8%
Número estimado de inversores informales en la población adulta	125.138 personas
Inversión media realizada por el inversor informal en la Comunidad de Madrid	16.957 euros
Desviación típica de la media anterior	9.660 euros
Inversión mínima	3.000 euros
Inversión máxima	45.000 euros
Volumen medio total estimado de inversión informal en la Comunidad de Madrid 2004	2.122 millones de euros

Al ser la primera vez que se realiza el proyecto GEM en la Comunidad de Madrid, no se disponen de datos previos que permitan una comparativa con años anteriores. Este hecho impide realizar un análisis de la tendencia que sigue la inversión informal en la Comunidad de Madrid. Sin embargo, al comparar los datos obtenidos con los informes correspondientes al proyecto GEM en España, se observa que el porcentaje de inversores informales madrileños supera levemente la media española (2,8% frente a un 2,5%), mientras que la cantidad media invertida en la Comunidad de Madrid resulta ser inferior a la de España (16.957 frente a 18.441 euros). Asimismo, cabe resaltar que el volumen medio total estimado de inversión informal en la Comunidad de Madrid, que alcanza los 2.122 millones de euros, supone un 14% de la inversión total en España.

A continuación se realiza un análisis de regresión lineal simple tomando el índice de creación de empresas (TEA) como variable dependiente y el porcentaje de inversores informales en la población como variable explicativa en el conjunto de países GEM. La **FIGURA 19** muestra la estrecha relación positiva entre ambas variables, de forma que el número de inversores informales tiene una capacidad explicativa del 61% sobre el índice de actividad emprendedora. Así, a mayor porcentaje de inversores en la población, mayor actividad emprendedora en los países. Además, el gráfico muestra como esta relación es más dramática en los países que tienen un elevado índice de actividad emprendedora fruto de la necesidad. La Comunidad de Madrid (2,83% de la población de inversores informales con un índice de creación de empresas (TEA) de 4,43) se halla alineada en este gráfico con la mayoría de regiones de la Unión Europea, donde la inversión informal juega un papel similar y tiene un volumen moderado.

1 TEA (7/04) INDEX: S-US & NEW FIRM= $2,47 + 1,68 \cdot \text{busang04}$
R- cuadrado= 0,61

TEA (% de SU&BB en la población activa)

% Inversores informales en los últimos 3 años

País	% Inversores informales en los últimos 3 años (X)	TEA (% de SU&BB en la población activa) (Y)
BR	1.5	15
W	1.8	4
W	2.0	5
W	2.2	6
W	2.5	7
W	2.8	8
W	3.0	9
W	3.2	10
W	3.5	11
W	3.8	12
W	4.0	13
W	4.2	14
W	4.5	15
W	4.8	16
W	5.0	17
W	5.2	18
W	5.5	19
W	5.8	20
W	6.0	21
W	6.2	22
W	6.5	23
W	6.8	24
W	7.0	25
W	7.2	26
W	7.5	27
W	7.8	28
W	8.0	29
W	8.2	30
W	8.5	31
W	8.8	32
W	9.0	33
W	9.2	34
W	9.5	35
W	9.8	36
W	10.0	37
W	10.2	38
W	10.5	39
W	10.8	40
W	11.0	41
W	11.2	42
W	11.5	43
W	11.8	44
W	12.0	45
W	12.2	46
W	12.5	47
W	12.8	48
W	13.0	49
W	13.2	50
W	13.5	51
W	13.8	52
W	14.0	53
W	14.2	54
W	14.5	55
W	14.8	56
W	15.0	57
W	15.2	58
W	15.5	59
W	15.8	60
W	16.0	61
W	16.2	62
W	16.5	63
W	16.8	64
W	17.0	65
W	17.2	66
W	17.5	67
W	17.8	68
W	18.0	69
W	18.2	70
W	18.5	71
W	18.8	72
W	19.0	73
W	19.2	74
W	19.5	75
W	19.8	76
W	20.0	77

El análisis del perfil de los inversores informales permite conocer una realidad de máximo interés para articular acciones complementarias de apoyo al emprendedor. Así la **TABLA 17** muestra las características generales de los inversores informales en la Comunidad de Madrid:

Perfil del inversor informal madrileño

- 65

- El 28,7% percibe buenas oportunidades de negocio en España para los 6 próximos meses, el 59,3% no las ve y el 11,9% restante no se pronuncia sobre este tema.
- El 58,7% cree poseer los conocimientos y habilidades necesarios para llevar a cabo una *start-up*.
- El 65,1% afirma que el miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender.
- El 67,8% opina que ser emprendedor-empresario es una buena elección de carrera profesional.
- El 38% opina que lograr el éxito en una nueva iniciativa empresarial no es sinónimo de lograr un alto status en la sociedad.
- El 42,1% opina que en España, los medios de comunicación cubren suficientemente la información sobre nuevos negocios y empresarios.
- La inversión media que realiza un inversor de este tipo en España es de 16.957 euros con una desviación de 9.660 euros.
- El tipo de negocio en que invierten es muy variado, destacando claramente el sector de restauración-hostelería, seguido de cerca por el sector de comercio, reparaciones, instalaciones y similares. En conjunto, un 26,6% de su inversión va a parar al sector de transformación, un 21,9% a servicios para empresas y un 51,5% al sector orientado al consumidor.
- El 100% de estos inversores opera en zonas urbanas.
- La relación del inversor informal con el beneficiario de la inversión es de tipo familiar directa en el 63,8% de los casos, familiar indirecta en un 4,7% de los casos, de compañeros de trabajo o colegas en un 1,6% de los casos, de amistad o conocimiento en un 27,7% de los casos y el 2,3% restante no desea explicarlo.

La comparación del perfil que muestra la tabla anterior con el obtenido para el informe de España en el 2004 muestra diferencias y similitudes muy interesantes que ayudan a describir el perfil del inversor en la Comunidad de Madrid. La **TABLA 18** muestra un resumen de las principales diferencias y similitudes del inversor madrileño con respecto al inversor español.

TABLA 18

Comparativa entre los inversores madrileño y español

Factores de similitud entre el inversor madrileño y el español

- La situación laboral en la Comunidad de Madrid es muy parecida a la de España, tanto en porcentaje de personas que trabajan a tiempo completo como las que trabajan en su domicilio.
- El porcentaje de inversores que han asumido el cierre de un negocio en el último año en la Comunidad de Madrid se asemeja bastante al del resto de España.
- Otro factor en el que coinciden ambos tipos de inversores es en la creencia de que poseen conocimientos y habilidades necesarias para acometer una *start-up*.
- Iguales valores se observan en la percepción de la cultura emprendedora como una carrera de éxito, y en la afirmación de que el fracaso no es un obstáculo para emprender.
- La cobertura de la información empresarial por parte de los medios de comunicación es percibida de igual manera por ambos inversores.
- El sector de restauración-hostelería continúa siendo el de mayor inversión en la Comunidad de Madrid, al igual que ocurre en el resto de España.
- La relación del inversor informal con el beneficiario de la inversión es similar tanto en Madrid como en el resto de España, predominando la familia directa/indirecta como el segmento de población más común para este tipo de inversiones.

Diferencias entre el inversor madrileño y el español

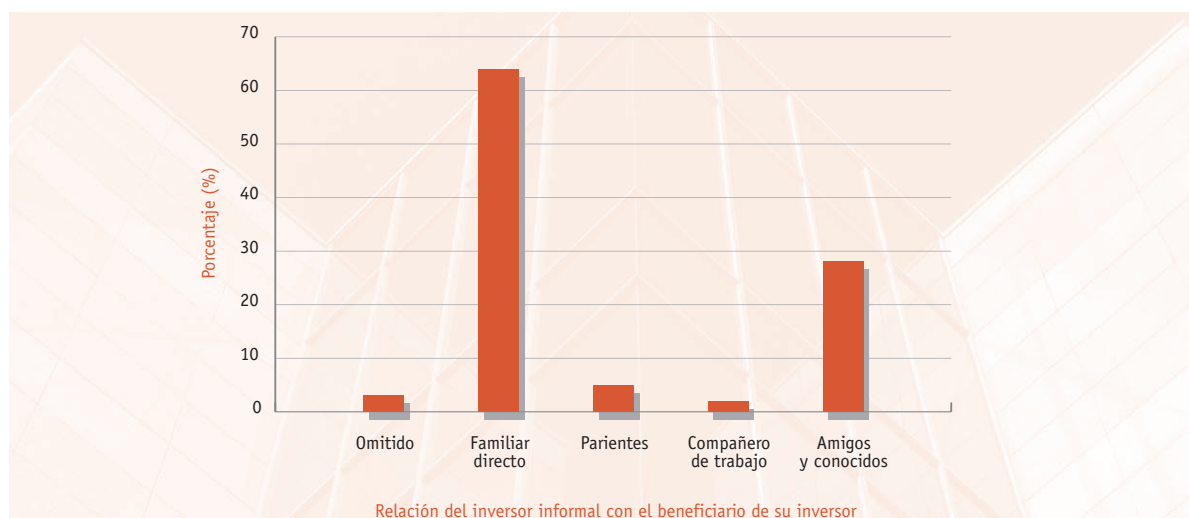
- Aumenta el porcentaje de mujeres que actúan como inversores informales.
- Disminuye la edad media del inversor informal madrileño en casi 5 años (de 40 a 35 años).
- Aumenta en la Comunidad de Madrid la presencia de inversores con estudios universitarios.
- Los inversores informales de la Comunidad de Madrid poseen una renta superior al resto de España, aumentando el porcentaje de inversores que superan los 2.400 euros al mes.
- El porcentaje de inversores madrileños que están acometiendo una empresa naciente o *start-up* independiente de otro trabajo es bastante mayor que en el resto de España, mientras que disminuye notablemente cuando se trata de una *start-up* en combinación con otro trabajo.
- Existe en la Comunidad de Madrid un mayor número de inversores propietarios de un negocio, así como aumenta el porcentaje de inversores que piensa acometer una *start-up* en los próximos tres años.
- En cuanto a la situación económica, los inversores madrileños perciben menos oportunidades de negocio en los próximos meses que el inversor español.
- Para los inversores madrileños el éxito empresarial conlleva menor reconocimiento social que en el resto de España.
- La inversión media de la Comunidad de Madrid es de 16.957 euros, alrededor de 1.500 euros menos que en el caso del inversor español.
- En la Comunidad de Madrid existe un mayor porcentaje de inversión en el sector orientado al consumidor en comparación con el resto de España.
- La totalidad de los inversores encuestados en la Comunidad de Madrid opera en zonas urbanas.

3. Expectativas de retorno del inversor informal madrileño de la inversión realizada

El inversor informal normalmente financia iniciativas de otras personas que, por regla general, son individuos próximos a su entorno:

FIGURA 20

Relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión

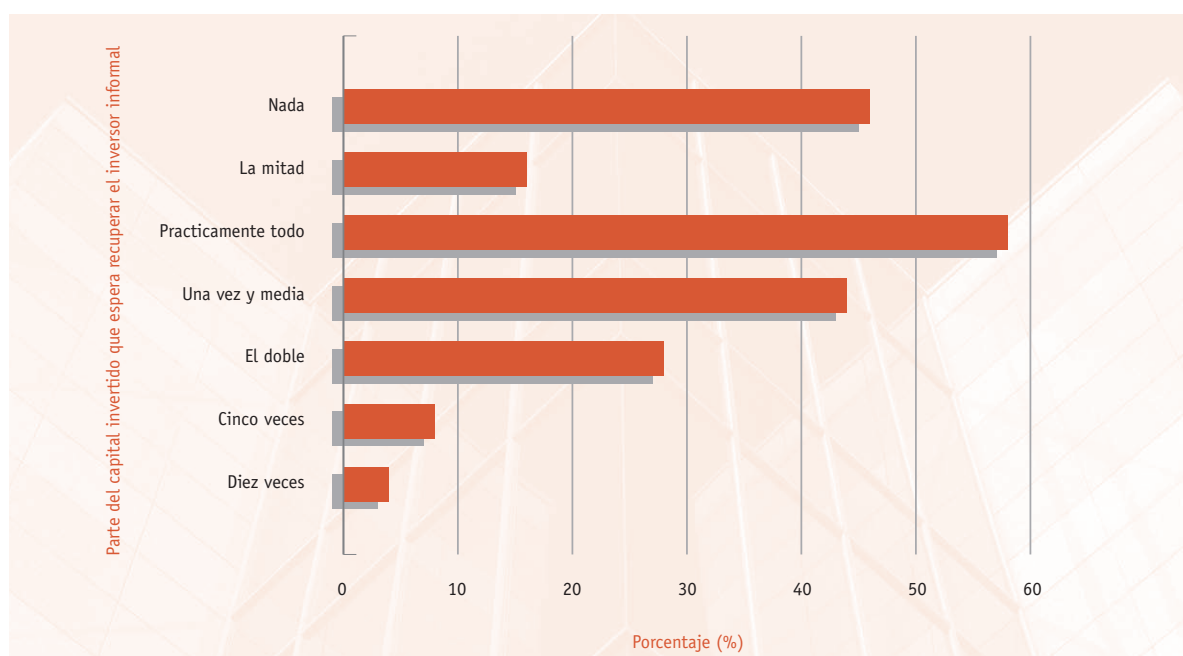


A continuación, se procede a evaluar las expectativas del inversor durante el proceso de financiación. Para ello, se ha investigado qué parte de la inversión espera recuperar, en cuánto tiempo y, además, si espera algún beneficio añadido a la recuperación del capital.

La **FIGURA 21** muestra que la mayoría (28,5%) espera recuperar todo el capital invertido, pero es muy notable el 23% que no espera recuperar nada y que, por consiguiente, invierte a fondo perdido. Asimismo, sumando porcentajes, se obtiene que, algo más de un 40% de estos inversores esperan obtener un beneficio de la inversión que, en el 14% de los casos duplica la inversión.

FIGURA 21

Cantidad de la inversión realizada que esperan recuperar los inversores informales



Por otro lado, la **FIGURA 22** muestra que la mayoría de los inversores que han financiado iniciativas de familiares directos no esperan recuperar nada, o como mucho la mitad de lo que han invertido, mientras que los que esperan tener un beneficio diversifican mucho más.

El tiempo de retorno de la inversión es muy variado, predominando el año (34,6%) y los dos años (26%). En la **FIGURA 23** se pueden ver estos resultados y el resto de la distribución de tiempos de retorno de inversiones informales esperados. También se puede comprobar en la **FIGURA 24** que la familia está presente en todos los tramos estudiados, predominando los 6 meses, los 20 años y la ausencia de retorno.

FIGURA 22

Cantidad de la inversión realizada que esperan recuperar los inversores informales y relación con el beneficiario

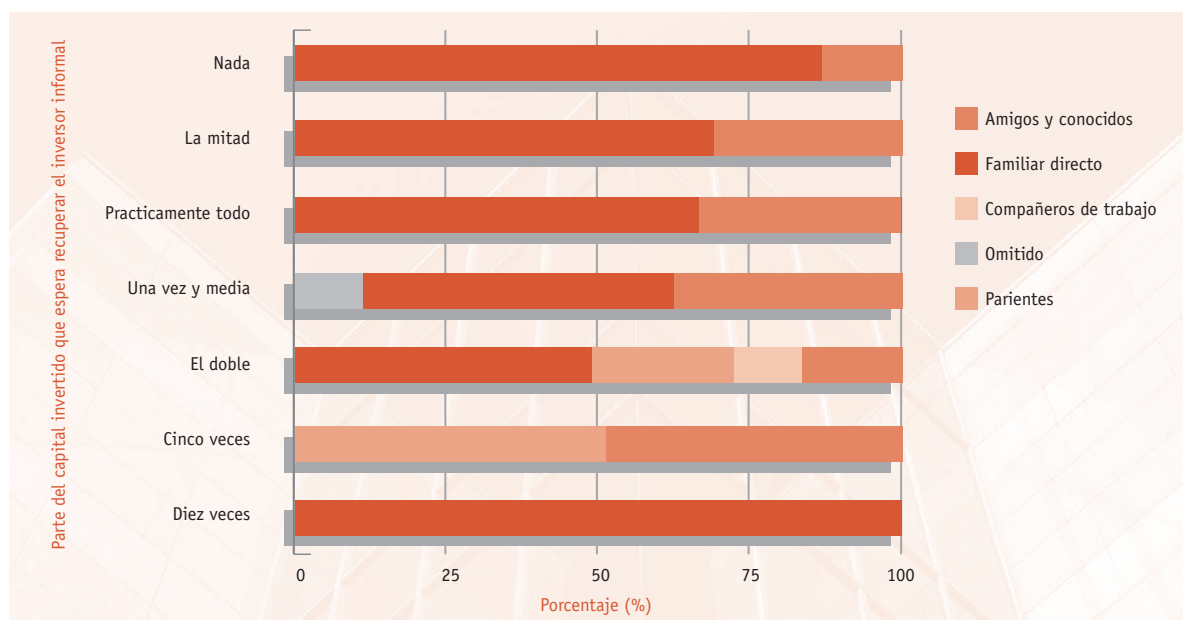


FIGURA 23

Tiempo estimado de retorno de la inversión de los inversores informales

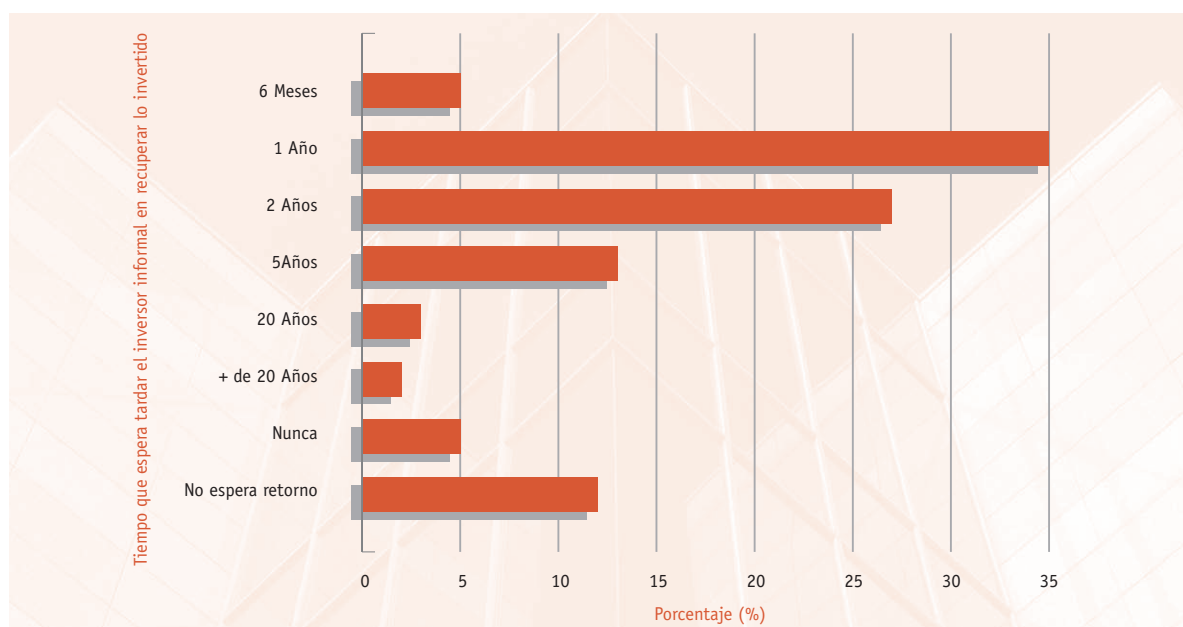
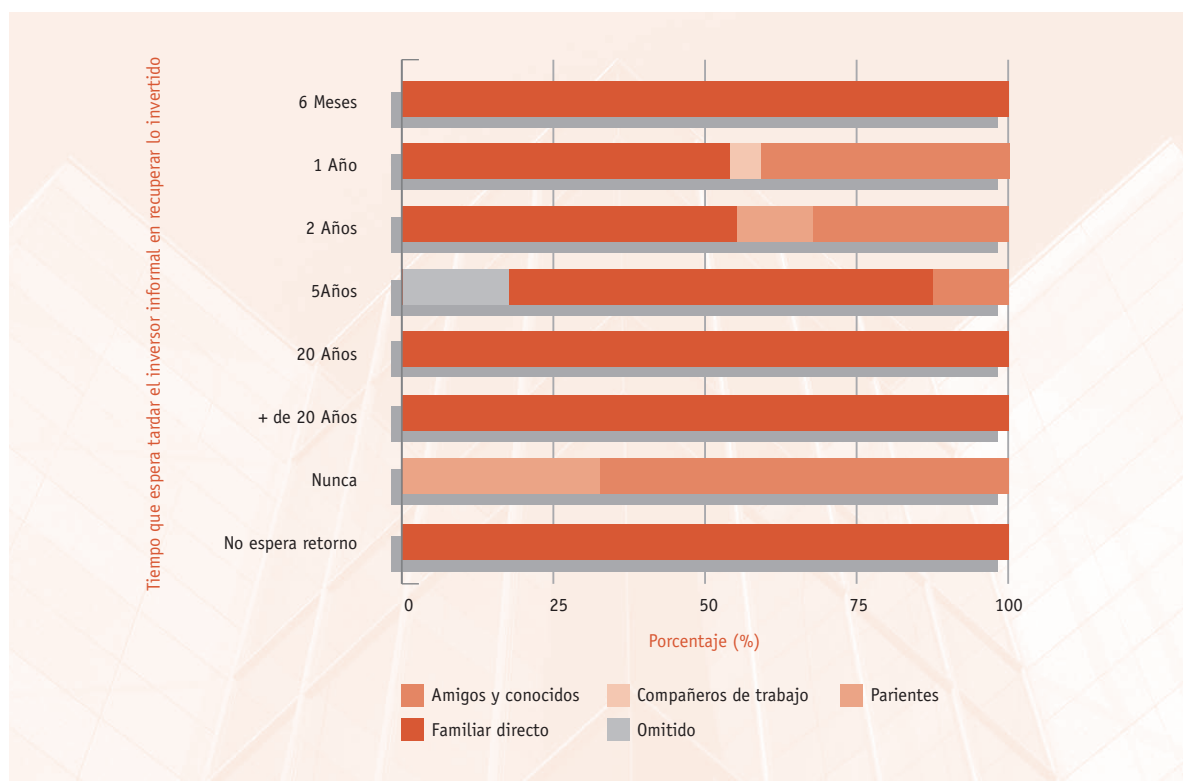


FIGURA 24

Tiempo estimado de retorno de la inversión de los inversores informales y relación que guardan con el beneficiario



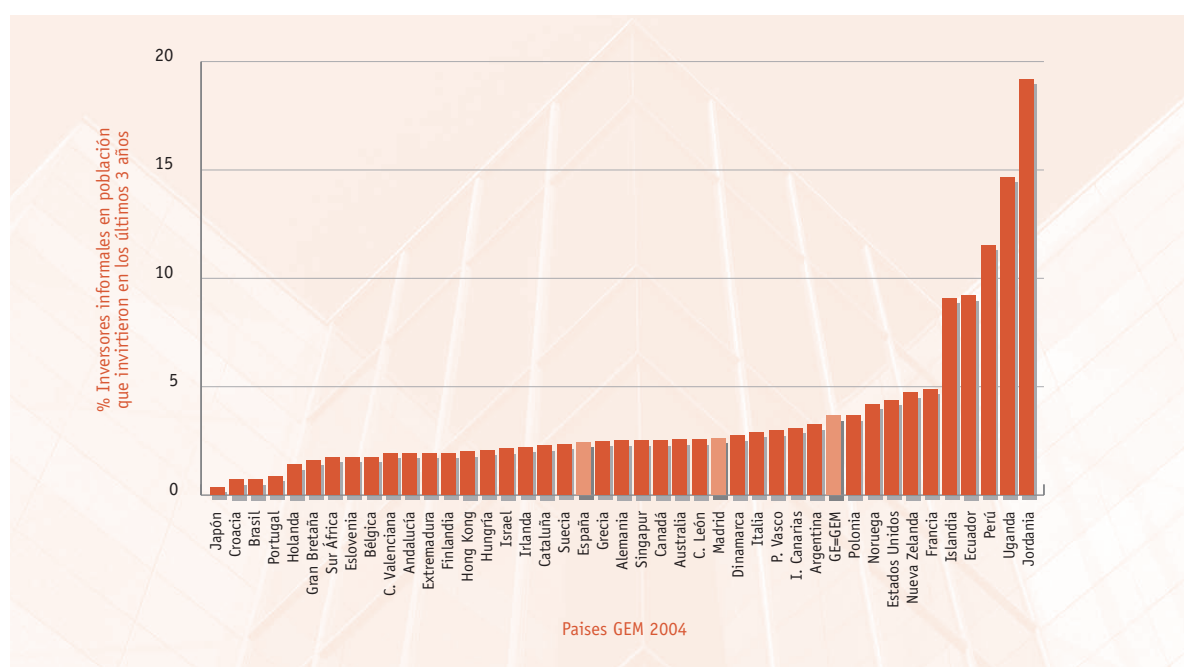
El inversor informal de la Comunidad de Madrid contribuye notablemente a rellenar el vacío de financiación que padecen los emprendedores durante la financiación de nuevas empresas. Habitualmente los inversores son personas del entorno cercano al emprendedor y que no esperan recibir beneficios inmediatos ni retornos de inversión. Así, a diez años vista de este tipo de inversión, el 28,6% no habrá tenido pérdidas, pero tampoco beneficios y el 40,8% habrá obtenido algún beneficio. Por consiguiente, la inversión informal no está “profesionalizada” en un 59,2% de los casos y, para el 40,8% restante, el beneficio obtenido se concentra principalmente en la duplicación de la inversión, habiendo casos en que se espera un beneficio menor y mayor a éste. Es de esperar que, en los próximos años, a medida que se van desarrollando las fuentes de financiación para emprendedores, este sector se vaya profesionalizando y constituyendo una vía de negocio interesante para personas que deseen efectuar inversión de capital.

4. Posición de la Comunidad de Madrid en el entorno GEM con respecto a la participación de la población adulta en actividades de inversión informal

El porcentaje de inversores informales en la población adulta de la Comunidad de Madrid se mantiene por debajo de la media de este indicador en el entorno GEM. En la **FIGURA 25** se aprecia que Madrid se sitúa ligeramente por debajo de la media GEM, pero por encima de la media de inversores informales en España.

FIGURA 25

Porcentaje de inversores informales en la población, que invirtieron en los 3 últimos años, en el entorno GEM. Indicadores para el año 2004



El porcentaje de inversores informales en la Comunidad de Madrid supone un 2,83% de la población adulta, lo cual proporciona una idea de su importancia en el contexto económico de esta región. En este sentido, Madrid está alineada con el resto de comunidades autónomas españolas, y sólo es superada por el País Vasco y las Islas Canarias (ver **FIGURA 26**).

El volumen de la inversión informal total realizada en la Comunidad de Madrid representa un 1,64% del PIB, valor superior al indicador del entorno GEM, y muy por encima de la mayoría de los países que se incluyen en el estudio. El Producto Interior Bruto de la Comunidad de Madrid representa un 17,35% del producto nacional, con un crecimiento del 2,9% entre el 2003 y el 2004, lo cual pone de manifiesto la importancia de esta región en el entorno económico español (ver **FIGURA 27**).

FIGURA 26

Comparación regional: porcentaje de inversores informales en la población, que invirtieron en los 3 últimos años. Indicadores del 2004

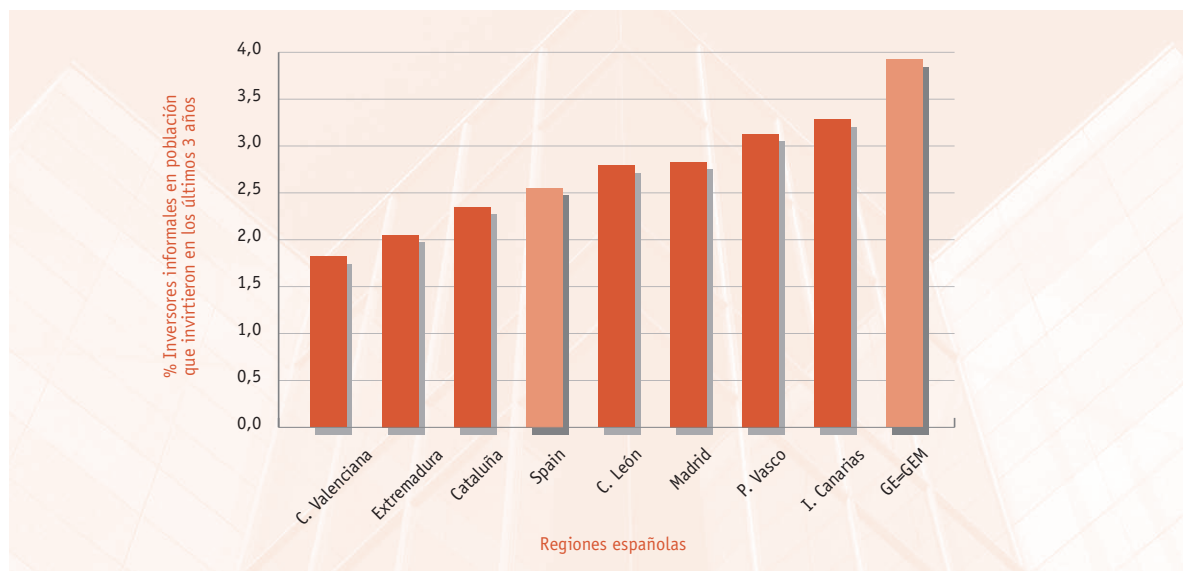
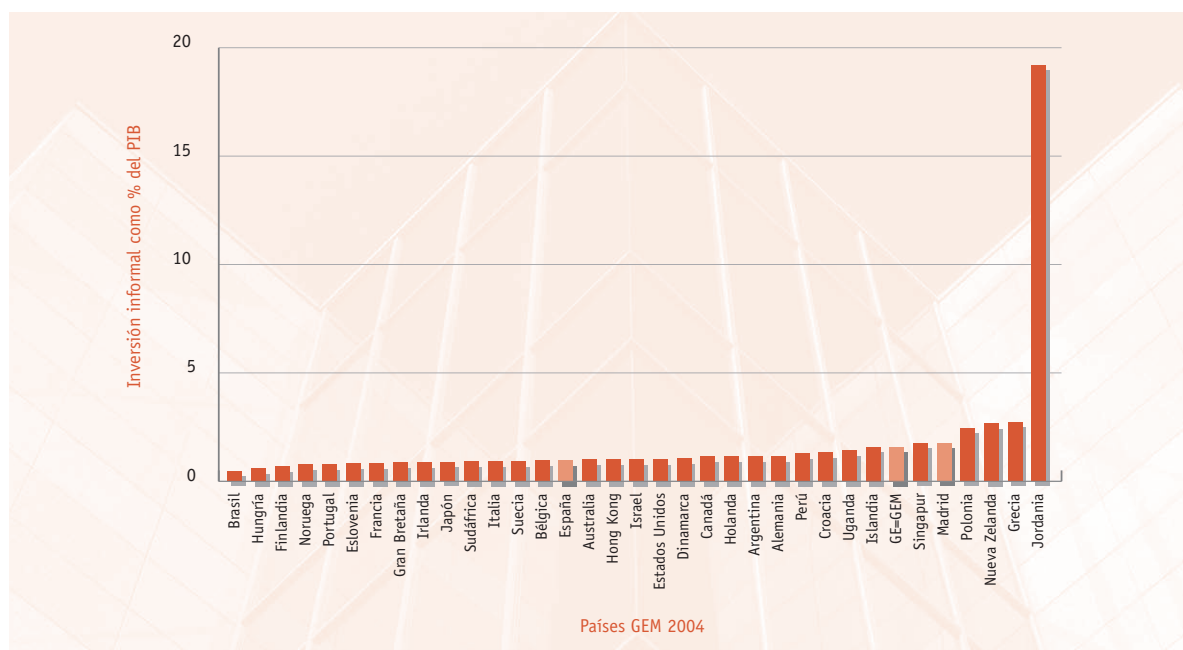


FIGURA 27

Volumen que representa la inversión informal total como porcentaje del PIB de los países del GEM para el año 2004



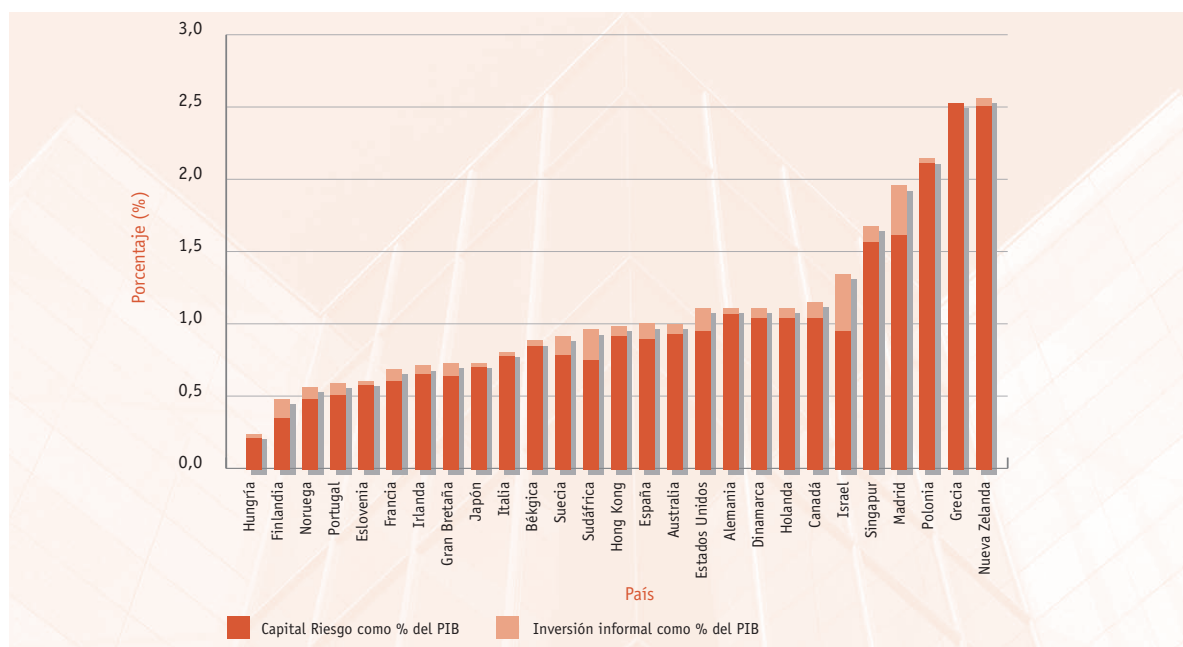
5. El papel del capital riesgo en la Comunidad de Madrid

La dificultad a la hora de encontrar financiación para las iniciativas emprendedoras es un denominador común en la mayoría de las regiones estudiadas. Para solventar este problema, la práctica totalidad de los emprendedores consiguen el capital necesario para comenzar a funcionar a partir de familiares directos, parientes, amigos y conocidos. Así, en el siguiente gráfico, se pone de manifiesto la notable diferencia existente entre ambas formas de financiación, con un claro predominio de la inversión informal como principal fuente de financiación.

En cuanto al capital riesgo en la Comunidad de Madrid, representa una inversión anual de 429 millones de euros en 2003, lo cual supone un 0,33% del PIB de la región en el mismo año. A pesar del reducido valor que representa, el capital riesgo en Madrid se sitúa por encima de la media española y de la totalidad de los países europeos, tal y como se muestra en la siguiente figura. En cuanto al entorno internacional, esta comunidad se sitúa en segundo lugar en cuanto a capital riesgo como porcentaje del PIB, sólo superada por Israel. Estos números pueden además verse significativamente ampliados en 2004 y 2005, debido a la existencia de un número reducido de grandes operaciones de capital riesgo que nos pondrían como región líder a nivel mundial (ver FIGURA 28).

FIGURA 28

Inversión informal frente a capital riesgo, ambos como % del PIB de los países GEM para el año 2004



Pero si observamos los datos del estudio nacional de la ASCRI del año 2004, recientemente publicado, vemos que tan sólo un nivel mínimo de las inversiones corresponden a capital semilla (media de 400.000) y arranque (media de 800.000). A nivel nacional la ASCRI menciona 5,7 millones de euros invertidos en capital semilla y 63,4 millones de euros en capital arranque

a nivel nacional, que corresponden a 15 y 75 operaciones respectivamente. En el informe regional no hay un desglose de estas inversiones, pero aún así su número es muy reducido si tenemos en cuenta que cubren todo el territorio nacional y todos los sectores de la economía. En una reciente conferencia en la EOI Escuela de Negocios el profesor D. José Martí Pellón, reconocido experto en la materia, citó la situación como preocupante (ver FIGURAS 29 y 30).

FIGURA 29

Capital riesgo como % del PIB de los países de la UE en el entorno GEM para el año 2004

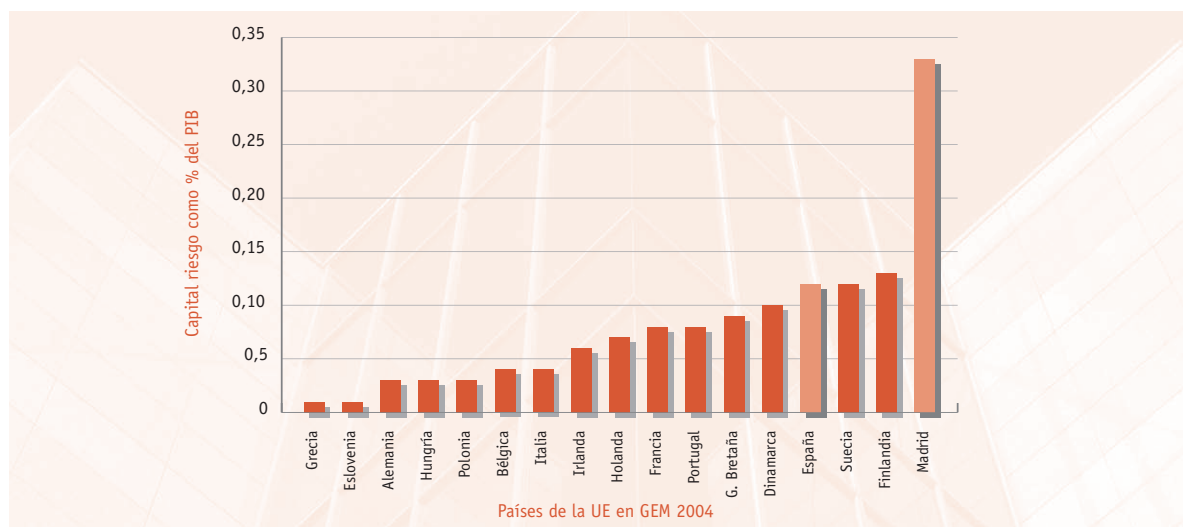
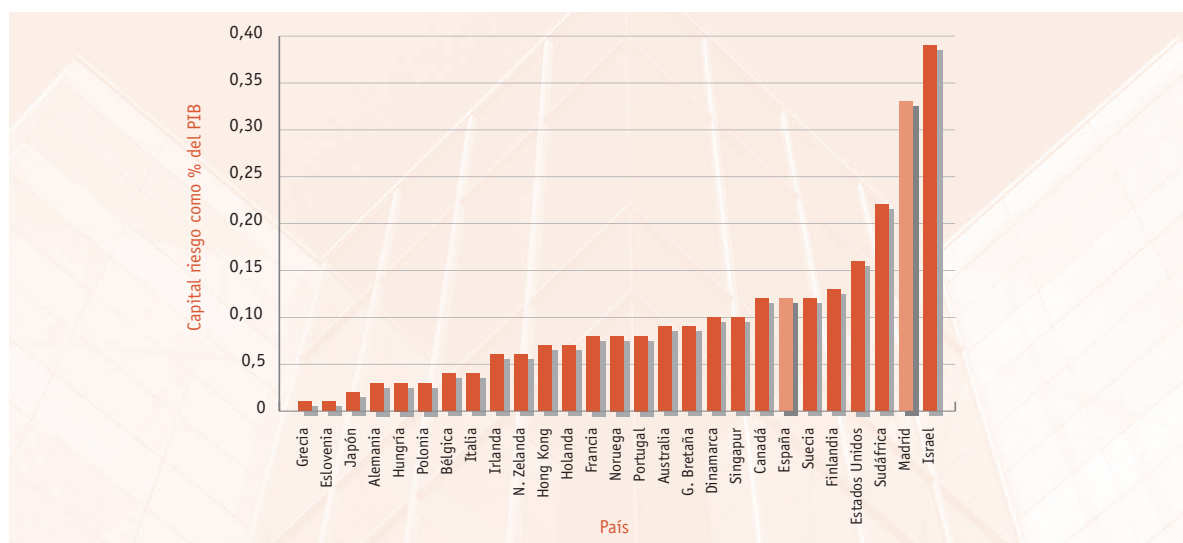


FIGURA 30

Comparativa internacional del capital riesgo como % del PIB



6. Financiación de las empresas nacientes (start-ups) de la Comunidad de Madrid

Según los resultados de la encuesta GEM, los emprendedores que están acometiendo una empresa naciente necesitan una media de 68.643,14 euros totales para la puesta en marcha de la empresa o servicio. El capital total necesario varía desde 5.000 a 210.000 euros. Estos y los resultados en percentiles se muestran en la siguiente **TABLA 19**.

Ante este escenario no hay duda de que la financiación va a seguir siendo uno de los principales obstáculos para emprender por mucho que mejoren los de tipo burocrático, formación y cultura.

TABLA 19
Descripción del capital total necesario para poner en marcha una empresa naciente en la Comunidad de Madrid en el año 2004

Media		68.843,14
Mediana		49.000
Moda		30.000
Desv. típ.		57.897,849
Mínimo		5.000
Máximo		210.000
Percentiles	10	12.000,00
	20	21.000,00
	30	30.000,00
	40	45.000,00
	50	49.000,00
	60	60.000,00
	70	90.000,00
	80	100.000,00
	90	180.000,00

Los emprendedores tienen diversas alternativas para buscar financiación entre las que destacan: capital propio, créditos bancarios, inversión informal, subvenciones y ayudas, *leasing*, microcréditos, capital riesgo, redes de *business angels* y otras. La facilidad de acceso a cada una de ellas depende de muchos factores: sector de actividad, viabilidad del proyecto, expectativas de crecimiento y desarrollo, ubicación, estado del mercado y muchos más.

En referencia a la primera fuente, la disposición de capital propio y su inversión en la empresa naciente, la encuesta GEM del 2004 pone de manifiesto que el 30% de los emprendedores han puesto todo el capital necesario. Así, la **TABLA 20** muestra que, por término medio, un emprendedor pone casi el 70% del capital total necesario para poner en marcha la empresa naciente, mientras que el 50% de los emprendedores pone como máximo el 72%, siendo el caso más frecuente o moda, poner el 100% del capital.

TABLA 20

Descripción del porcentaje de capital total necesario para poner en marcha una empresa naciente que asume o invierte el propio emprendedor en la Comunidad de Madrid

Media		70,1516
Mediana		72,1154
Moda		100,00
Desv. típ.		28,44997
Mínimo		16,67
Máximo		100,00
Percentiles	10	31,2500
	20	33,3333
	30	50,0000
	40	66,6667
	50	72,1154
	60	88,8889
	70	100,0000
	80	100,0000
	90	100,0000

La encuesta GEM del 2004 proporciona una distribución de fuentes de financiación utilizadas por los emprendedores madrileños encuestados, en la que destacan los bancos por encima de la inversión informal, y llama la atención el bajo porcentaje de fondos procedentes de las ayudas gubernamentales (ver TABLA 21).

TABLA 21

Fuentes de financiación empleadas por los emprendedores en el 2004

EL EMPRENDEDOR RECIBIÓ FONDOS DE	% TOTAL 2004
Familia directa	16,4
Otros familiares	8,2
Compañeros de trabajo	1,4
Jefe	4,1
Amigos y conocidos	6,8
Inversores informales total	36,9
Bancos u otras instituciones financieras	57,5
Ayudas gubernamentales	2,7
Total fondos externos recibidos	60,2

7. ¿Qué espera obtener el emprendedor madrileño de la inversión realizada?

La principal causa que motiva al emprendedor a la hora de poner en marcha un negocio es sin lugar a dudas la promesa de los beneficios. Así, la mayoría de los emprendedores que han puesto en marcha una empresa naciente en el 2004 espera duplicar la inversión realizada (exactamente el 34% de los casos). En cifras generales, ninguno espera no recuperar nada de la inversión y únicamente un 3% cree que sólo recuperará la mitad, es decir, incurrirá en pérdidas. El 96% restante espera tener beneficios de su inversión, aunque de diversa importancia, según se puede apreciar en la **FIGURA 32** siendo el caso más frecuente el de duplicar la inversión, seguido de quintuplicarla. Por otro lado, los que han puesto más capital personalmente, esperan, como mínimo recuperarlo todo y, también, una parte, llegar a obtener 10 veces el capital inicial. El tiempo medio de recuperación de la inversión es de 2 años (ver **FIGURA 33**) y no está directamente relacionada con el porcentaje que ha puesto el propio emprendedor.

FIGURA 31

Retorno esperado por parte de los emprendedores de la inversión total efectuada en las empresas nacientes

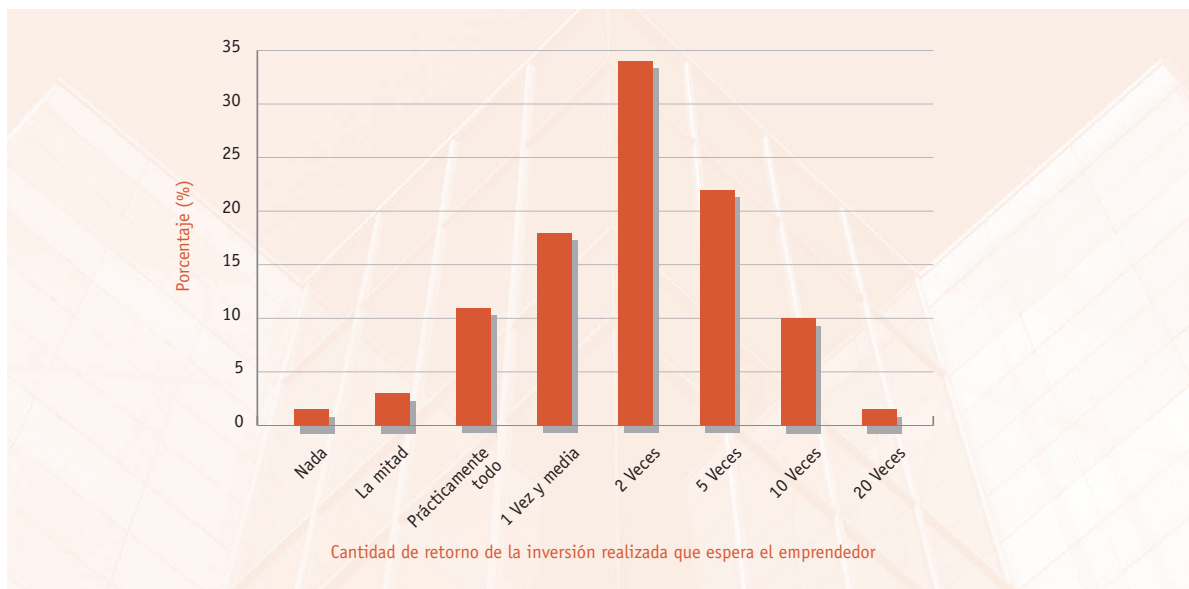


FIGURA 32

Retorno esperado por parte de los emprendedores de la inversión efectuada en las empresas nacientes, según el porcentaje de capital que han invertido personalmente

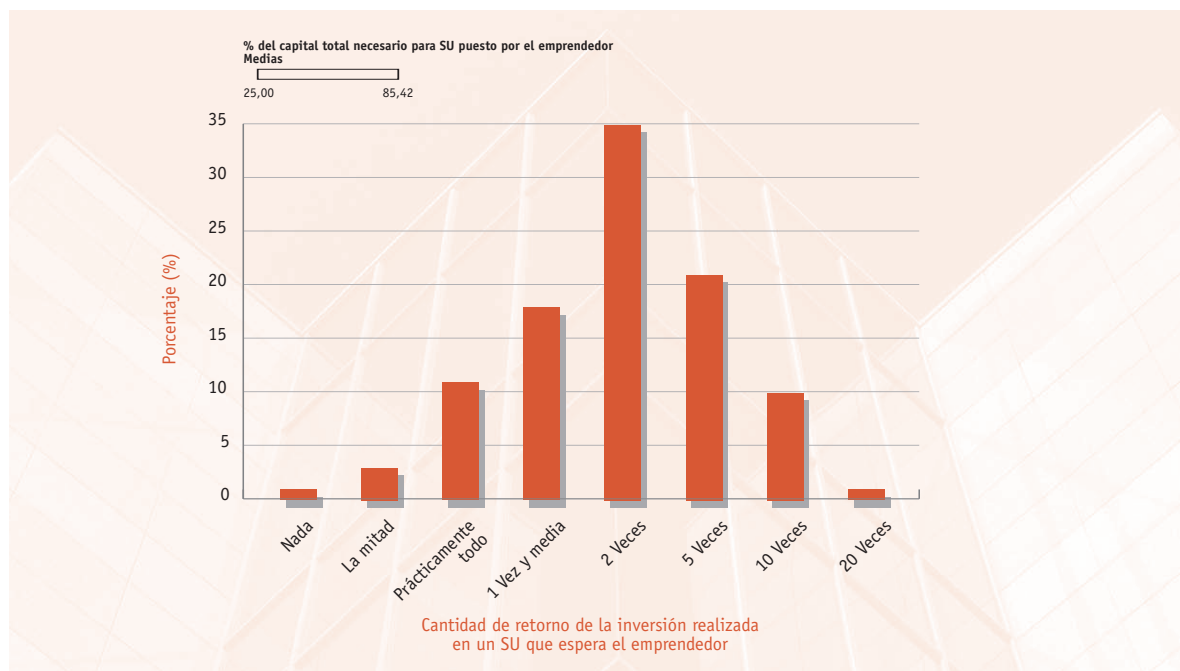
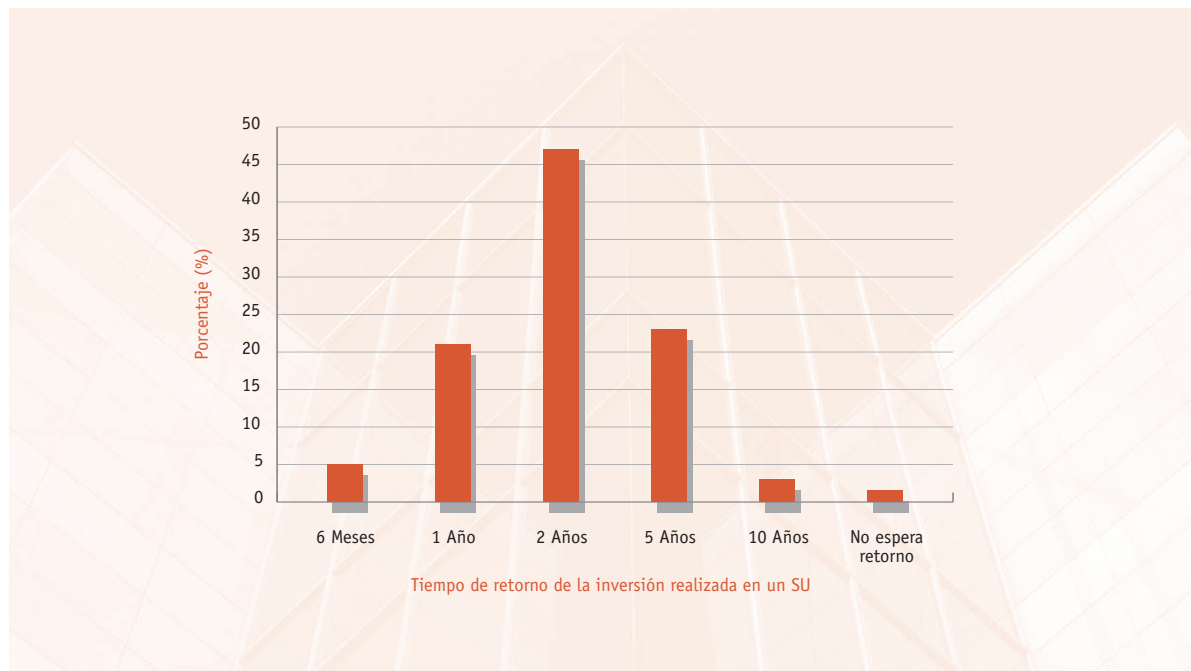


FIGURA 33

Tiempo estimado por parte de los emprendedores para recuperar la inversión total efectuada en la empresa naciente



Capítulo IV

EL PERFIL DEL EMPRENDEDOR DE LA COMUNIDAD DE MADRID

gem



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

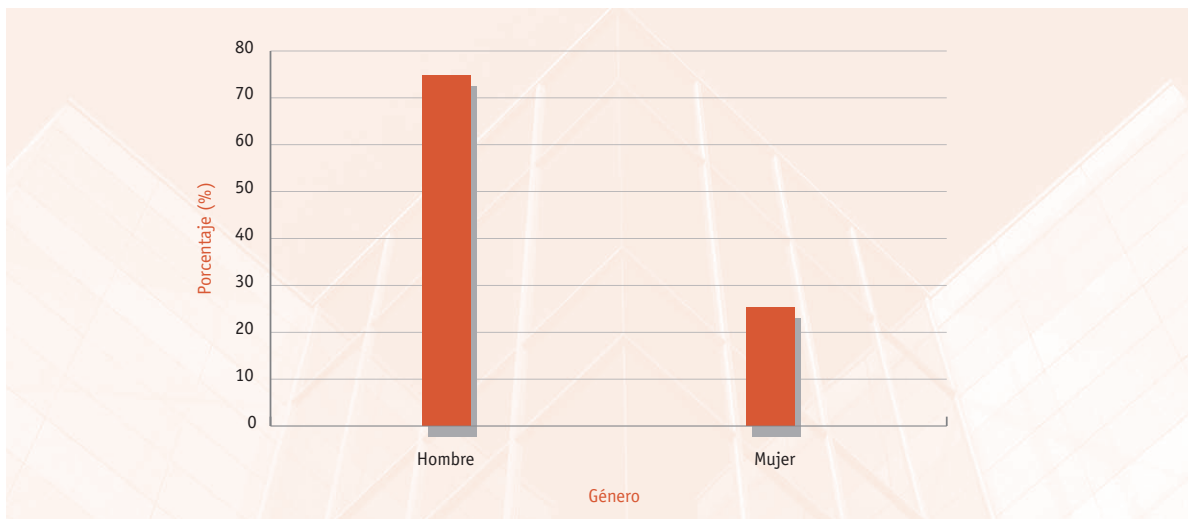
INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID

El análisis de las características y rasgos psicológicos del emprendedor ha sido objeto de una especial atención en la literatura sobre creación de empresas. Así, se ha ido gestando un marco teórico donde se identifican un conjunto de rasgos, aspiraciones y comportamientos extendido entre los emprendedores y empresarios, aunque no exclusivos de los mismos. En este capítulo se analiza el perfil del emprendedor madrileño en función de su edad, género, nivel de formación, situación económica, etc.

El perfil del emprendedor de la Comunidad de Madrid es el de un hombre (74,73% del total de emprendedores), de edad comprendida entre 35 y 44 años (42,90% de los casos), con estudios universitarios (46,15%), que dispone de una renta superior a la media (73,90%) y que pone en marcha un proyecto empresarial motivado por una oportunidad de negocio (91,20%).

FIGURA 34

El emprendedor de la Comunidad de Madrid según su género para el año 2004



Analizando la motivación para emprender por segmentos de edad, se observa que la creación de empresas por necesidad se localizó, durante el 2004, en los segmentos de edades comprendidos entre 35-44 años y 45-54 años. Si bien, como se refleja en la **FIGURA 35**, este resultado no debe ser entendido como la existencia de diferencias en la motivación para emprender según la edad de las personas, ya que, en dichos intervalos de edad, la actividad emprendedora por oportunidad es muy superior. Mientras, en el resto de segmentos de edad, los emprendedores crearon una empresa exclusivamente por una oportunidad de negocio.

FIGURA 35

El emprendedor de la Comunidad de Madrid por tipo de motivación y segmento de edad, en el año 2004

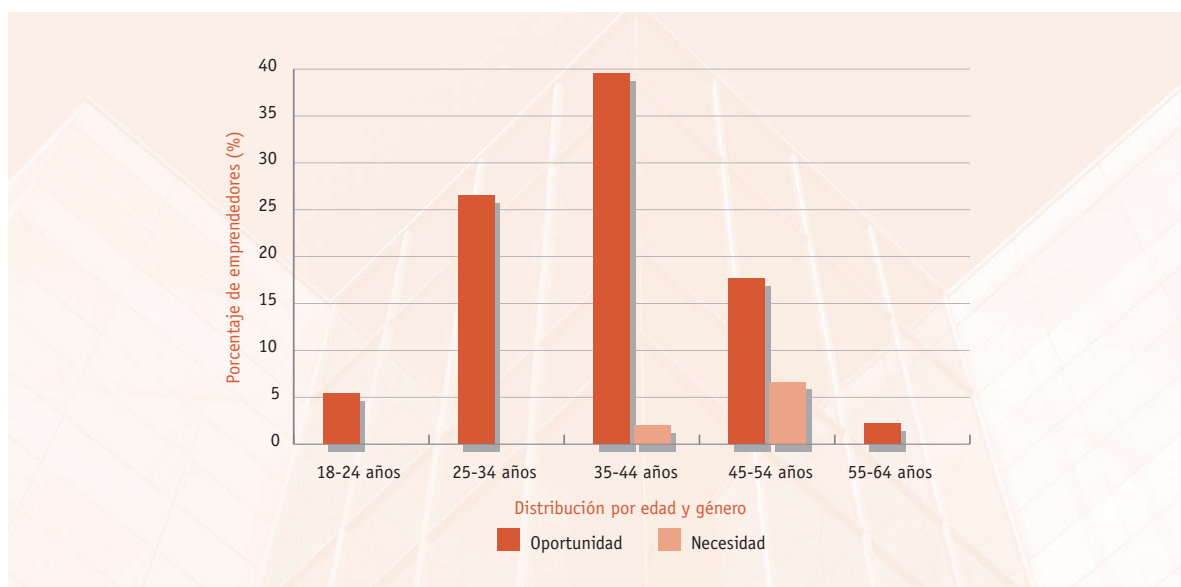
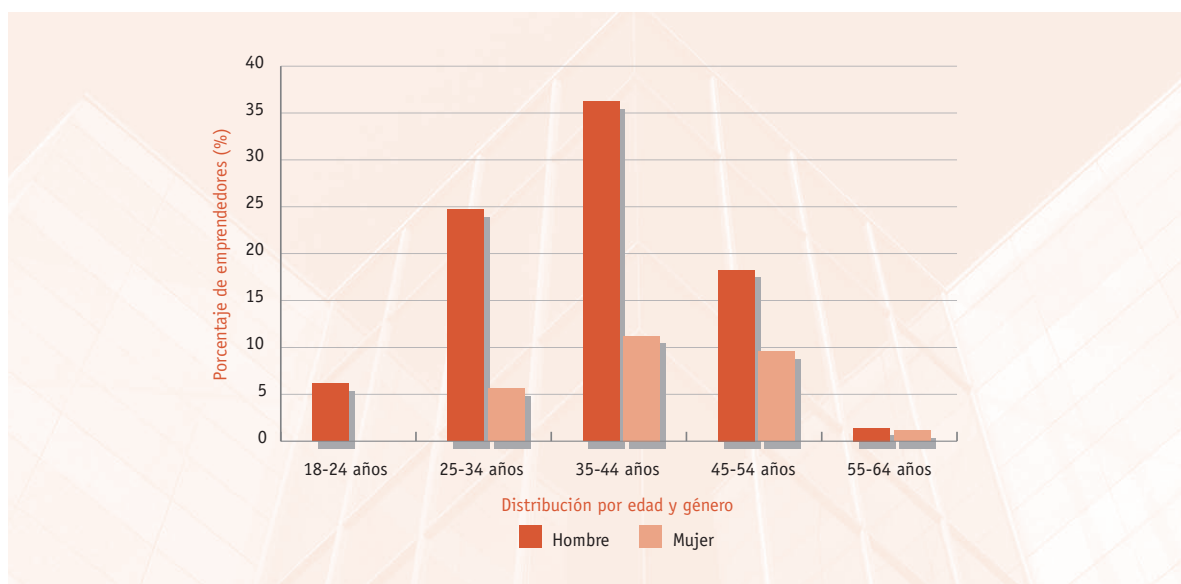


FIGURA 36

El emprendedor de la Comunidad de Madrid por segmentos de edad y género, para el año 2004



Atendiendo al género y edad de los emprendedores encuestados, en la **FIGURA 36** se observa como la mujer de la Comunidad de Madrid comienza a emprender más tarde (a partir de los 25 años) que el hombre (desde los 18 años). Sin embargo, no se manifiestan divergencias, de género o de edad, a la hora de valorar la posesión de conocimientos, habilidades y experiencia necesaria para crear su empresa, es decir, la mayoría de los emprendedores (89,01%) considera que posee los conocimientos y habilidades necesarias, igualmente, el 84,60% de estos no consideran el miedo al fracaso como un freno para la puesta en marcha de un negocio, valoración que disminuye al 51,81% en el caso de la población madrileña no emprendedora. En el caso de los hombres, el miedo al fracaso presenta una tendencia decreciente a medida que aumenta la edad hasta alcanzar los 45 años, momento a partir de cual comienza a incrementarse el peso de este factor.

En términos de nivel educativo (ver **TABLA 22**), aunque hay menos mujeres emprendedoras, existe mayor proporción de mujeres emprendedoras con formación superior que de hombres emprendedores. En algunas investigaciones, esta situación se ha justificado como la necesidad de la mujer de disponer una formación superior para suplir su falta de confianza a la hora de poner en marcha una empresa, pero según el informe Panorama Laboral 2004 de la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid, en nuestra región la población femenina presenta un nivel medio de estudios más alto (una media de 12,64 años de estudio, frente al 11,71 en los hombres de la Comunidad de Madrid), lo cual se debe a varios factores, destacando las menores tasas de abandono de la educación secundaria, una mayor participación de las mujeres en los estudios universitarios y una menor preferencia por los estudios de formación profesional.

TABLA 22
Desglose del nivel educativo del emprendedor de la Comunidad de Madrid por género y edad para el año 2004

NIVEL DE ESTUDIOS	HOMBRE	MUJER	18-24 AÑOS	25-34 AÑOS	35-44 AÑOS	45-54 AÑOS	55-64 AÑOS
No ha terminado sus estudios	36,76%	17,39%	33,33%	28,57%	38,46%	22,73%	33,34%
Tiene estudios secundarios	22,06%	21,74%	16,67%	23,81%	23,08%	13,64%	66,66%
Tiene estudios universitarios	41,18%	60,86%	50,00%	47,62%	38,46%	63,64%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Respecto a la distribución del nivel de renta por edades, en el año 2004 el emprendedor de la Comunidad de Madrid se ha caracterizado por disponer de una renta superior a la media, independientemente de su género. Si bien, se identifican mayores niveles de renta baja con los emprendedores más jóvenes, como se refleja en la **TABLA 23**.

TABLA 23

Desglose del nivel de renta del emprendedor madrileño por género y edad para el año 2004

NIVEL DE ESTUDIOS	HOMBRE	MUJER	18-24 AÑOS	25-34 AÑOS	35-44 AÑOS	45-54 AÑOS	55-64 AÑOS
Baja	7,8%	11,1%	75,0%	9,1%	0%	5,6%	33,33%
Media	17,6%	16,7%	0%	9,1%	66,7%	11,1%	33,33%
Alta	74,5%	72,2%	25,0%	81,8%	49,0%	83,3%	33,33%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

En los negocios puestos en marcha por los emprendedores no se aprecian grandes diferencias, en función de la edad o del género, el sector económico en el que estos emprenden (principalmente el sector servicios) y el número de propietarios que constituyen la empresa. En el caso del tamaño de las empresas, aunque el tamaño medio de las empresas es de 1 a 5 empleados cabe destacar que son los emprendedores con edades comprendidas entre 25 a 34 años, los que generan las empresas de más de 6 empleados, mientras que las empresas con un número de empleados superior a 20 son gestadas por emprendedores con una edad superior a los 35 años.

La posición de la Comunidad de Madrid, respecto al “emprendedor tipo” español, se caracteriza por tener un emprendedor con el mismo promedio de edad (41 años de media) pero con un nivel educativo superior (un 46,15% de media regional frente al 27% de la media nacional) al igual que el nivel de renta (con un 73,9% de media regional frente al 41% de la media nacional). Finalmente, cabe resaltar que la proporción de emprendedores según el género es bastante similar, cercano al 30% de mujeres emprendedoras españolas.

Capítulo V

LA MUJER EMPRENDEDORA DE LA COMUNIDAD DE MADRID

gem



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID

El análisis del fenómeno del emprendizaje desde la óptica del género es una de las líneas estratégicas que se están promoviendo desde instancias de la Unión Europea, sobre todo desde la preocupación acerca de los posibles obstáculos existentes para la mujer dentro de los procesos de creación de empresas.

Algunos estudios demuestran las mayores dificultades que tienen las mujeres para financiar sus proyectos empresariales especialmente debidas a la falta de credibilidad que observan las entidades financieras (Carter y Cannon, 1992). En este sentido, Carter (2000) ha identificado cuatro áreas que suponen barreras para las mujeres. La primera relacionada con las habilidades para conseguir financiación, la segunda asociada a las garantías que se les requieren, la tercera vinculada con las dificultades para entrar en redes informales de financiación y, en último lugar, la creación de estereotipos discriminatorios generales para con las mujeres.

En general, en todos los países la población de mujeres emprendedoras es inferior a la del hombre, como puede comprobarse en las FIGURAS 37 y 38 donde se representa la ratio mujer/hombre según el nivel de actividad emprendedora total y, también, desglosado en función del tipo de motivación para la creación de empresas para el conjunto de países y regiones participantes en el GEM.

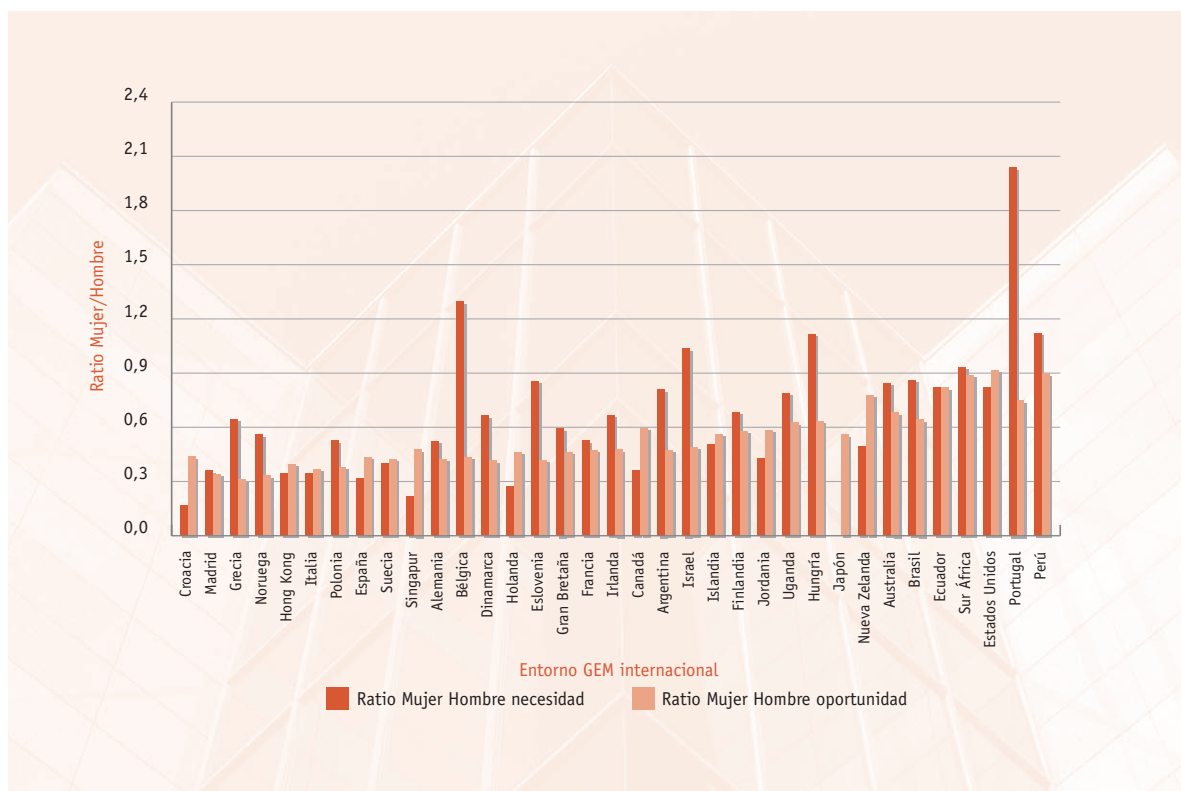
FIGURA 37

Ratio mujer/ hombre para la actividad emprendedora del 2004 en el entorno GEM



FIGURA 38

Ratio mujer/ hombre para la actividad emprendedora del 2004 en el entorno GEM según el tipo de motivación para emprender

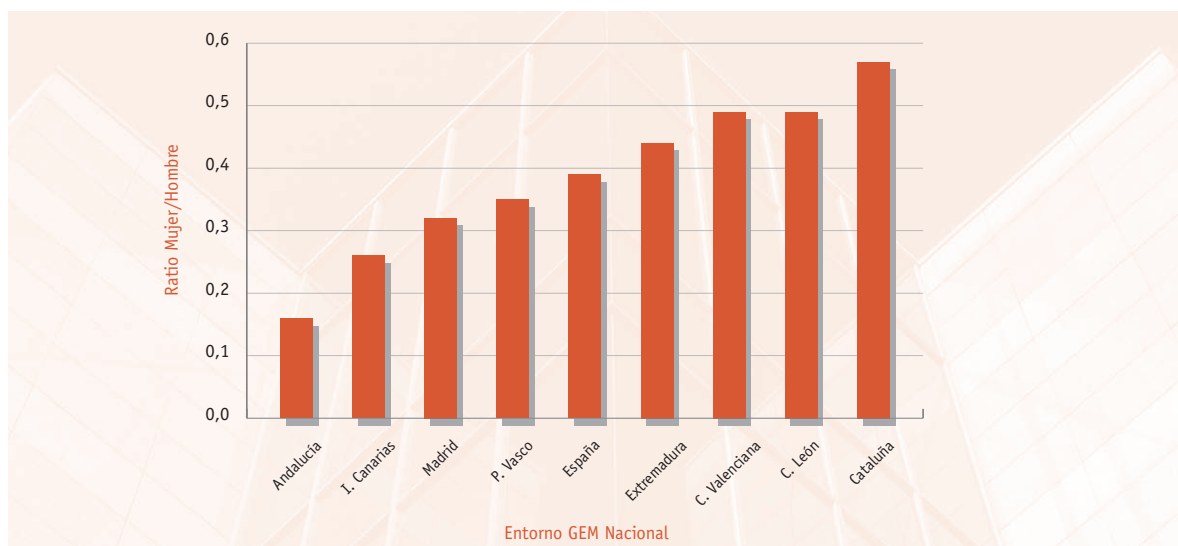


Dentro de este contexto internacional y en el marco de la Unión Europea, destaca la ratio mujer/hombre de Portugal donde en el año 2004 la proporción de mujeres y hombres emprendedores está casi igualada. No obstante, para el conjunto de países europeos participantes este ratio alcanza un valor medio de 0,45 que representa, dentro de la población de emprendedores europeos, una proporción de 4,5 mujeres por cada 10 hombres. Comparando la posición de España y de la Comunidad de Madrid, dentro del conjunto de países GEM, se percibe que en ambos casos la participación de la mujer no es muy elevada y es similar a la de países europeos como Croacia, Grecia, Italia, Noruega, Polonia y Suecia. De forma concreta, en el Informe GEM de nacional 2004 el 27% de los emprendedores españoles son mujeres, es decir, se estima la existencia de un total de 403.500 mujeres emprendedoras.

Desde un contexto regional, durante el año 2004, la iniciativa de la mujer en la puesta en marcha de un negocio ha sido superior, a la media española, en Cataluña, Castilla y León, Comunidad de Valencia y Extremadura, seguidas por el País Vasco y la Comunidad de Madrid, quedando a una mayor distancia, Islas Canarias y Andalucía (ver FIGURA 39).

FIGURA 39

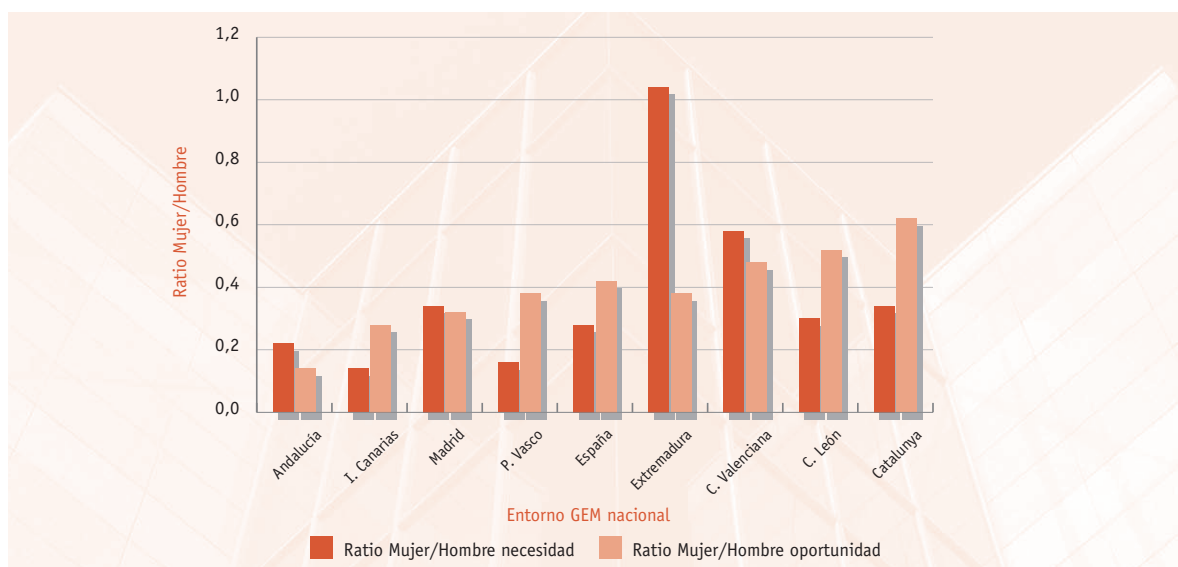
Ratio mujer/ hombre para la actividad emprendedora del 2004 en el entorno GEM nacional



No obstante, en la FIGURA 40 se aprecia como en Extremadura hay una mayor proporción de mujeres en la actividad emprendedora motivada por necesidad. Al igual que en los casos de la Comunidad de Valencia y de Andalucía y, con un menor grado, en la Comunidad de Madrid.

FIGURA 40

Ratio mujer/ hombre para la actividad emprendedora del 2004 en el entorno GEM nacional, según el tipo de motivación para emprender



Las emprendedoras de la Comunidad de Madrid representan un 26,27% del conjunto de emprendedores de la región, es decir, para el año 2004 se estima la existencia de un total de 45.650 mujeres frente a 128.134 hombres. Sus características socioeconómicas principales configuran a una mujer que emprende mayoritariamente con un promedio de edad de 41 años (39,13%), que posee un nivel educativo universitario (el 60,87%), un nivel de renta superior a la media (72,22%) y emprende mayoritariamente por una oportunidad de negocio (91,31%).

FIGURA 41

Distribución del perfil de la emprendedora de la C. de Madrid en función de la edad

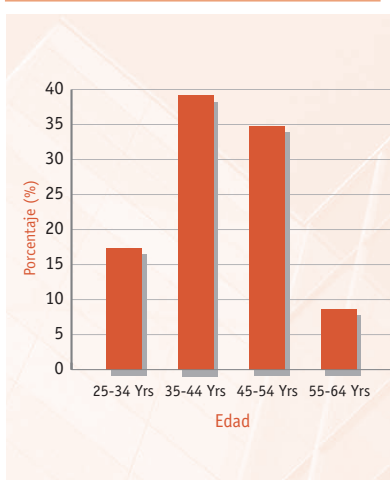


FIGURA 42

Distribución del perfil de la emprendedora de la C. de Madrid en función del nivel educativo

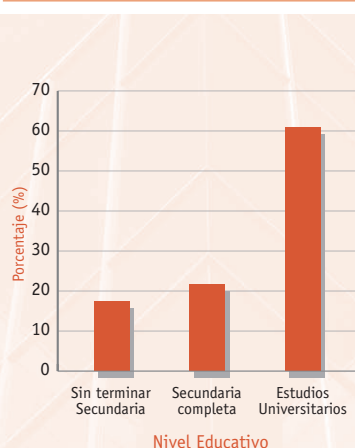
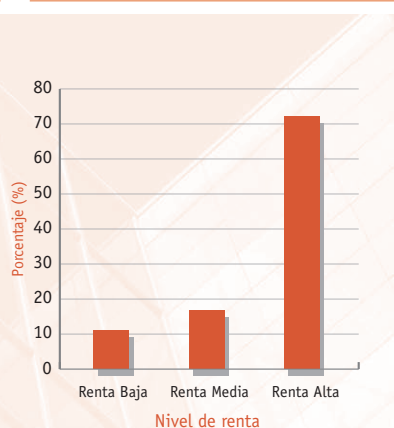


FIGURA 43

Distribución del perfil de la emprendedora de la C. de Madrid en función del nivel de renta



Según el Informe GEM *Women and Entrepreneurship* 2004, existen relaciones significativas entre la decisión de llevar a cabo la puesta en marcha de un negocio con factores como la percepción de una oportunidad, la consideración de la mujer sobre el grado de conocimientos, habilidades y experiencia para comenzar un negocio por cuenta propia, el nivel educativo y el conocimiento previo de otros emprendedores, de forma que a medida que se incrementa el grado de estos factores la mujer se muestra más propensa para iniciar un proyecto empresarial. Del conjunto de mujeres de la Comunidad de Madrid encuestadas que, a su vez, han sido emprendedoras en el año 2004, se desprenden las siguientes opiniones acerca de los factores mencionados (ver FIGURAS 44 a 47):

- Las mujeres emprendedoras con niveles educativos inferiores a estudios universitarios no han conocido, en los dos últimos años, a ningún emprendedor (39, 1% de los casos), por el contrario, el 50% de las mujeres con estudios superiores sí han conocido algún emprendedor.
- El 91,3% de las encuestadas opina que el miedo al fracaso no ha sido un freno para crear su empresa.

- El 91,3% de las mujeres encuestadas considera que posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesaria para crearla.
- Sobre la percepción de oportunidades, las encuestadas no parecen muy optimistas ya que el 47,8% considera que no habrá buenas oportunidades en los próximos seis meses.

FIGURA 44

Distribución del grado de conocimiento de otros emprendedores, de las mujeres emprendedoras, en función del nivel educativo

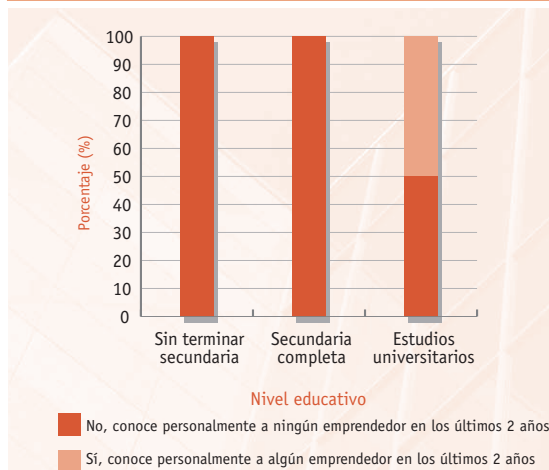


FIGURA 45

Distribución del miedo al fracaso de las mujeres emprendedoras, en función del nivel educativo

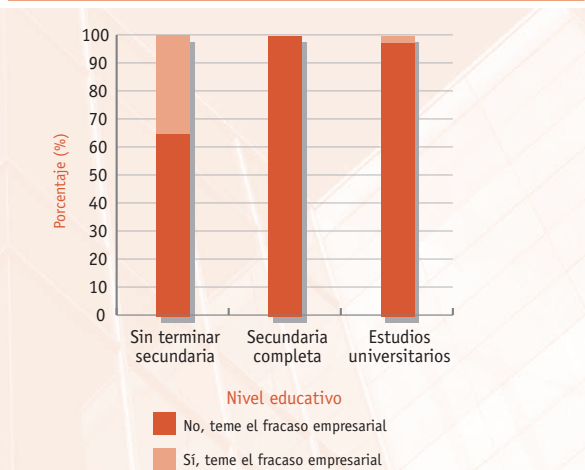


FIGURA 46

Distribución del grado de consideración sobre la posesión de conocimientos, habilidades y experiencia de las mujeres emprendedoras, en función del nivel educativo

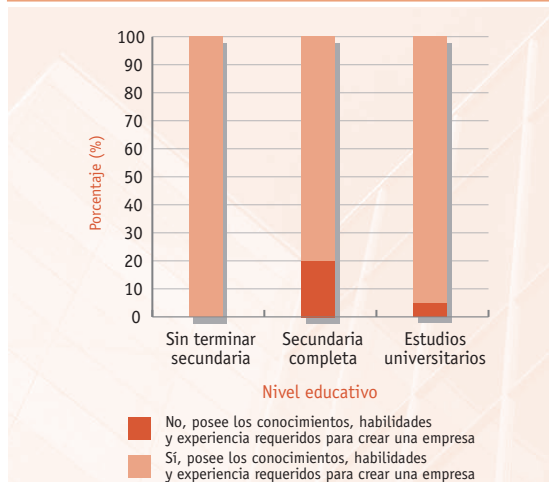
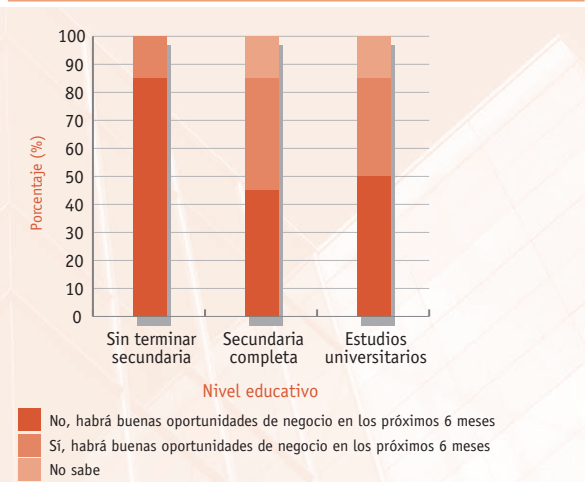


FIGURA 47

Distribución de la opinión sobre las expectativas de buenas oportunidades de negocio, en los próximos seis meses, de las mujeres emprendedoras, en función del nivel educativo



1. Los negocios creados por las mujeres

En general, los negocios puestos en marcha en la Comunidad de Madrid tanto por hombres como mujeres se centran sobre todo en el sector servicios. El 78,25% de las emprendedoras encuestadas considera que existe mucha competencia y los servicios ofrecidos no son nuevos en el 78,25% de los casos. Como se refleja en la **FIGURA 48**, este colectivo de mujeres se ha orientado más en los subsectores de venta al por mayor, hostelería y restauración, construcción y servicios a empresas. A su vez, cabe destacar como se diversifica el nivel de actividad de las emprendedoras encuestadas según su nivel educativo, observándose una mayor heterogeneidad en las actividades económicas de las empresas creadas para las mujeres con estudios universitarios (ver **FIGURA 49**).

FIGURA 48
Distribución de la actividad emprendedora de las mujeres madrileñas por sectores de actividad

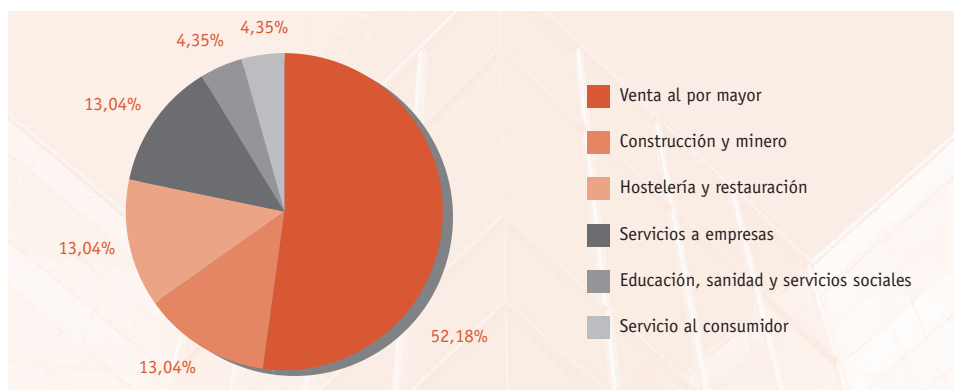
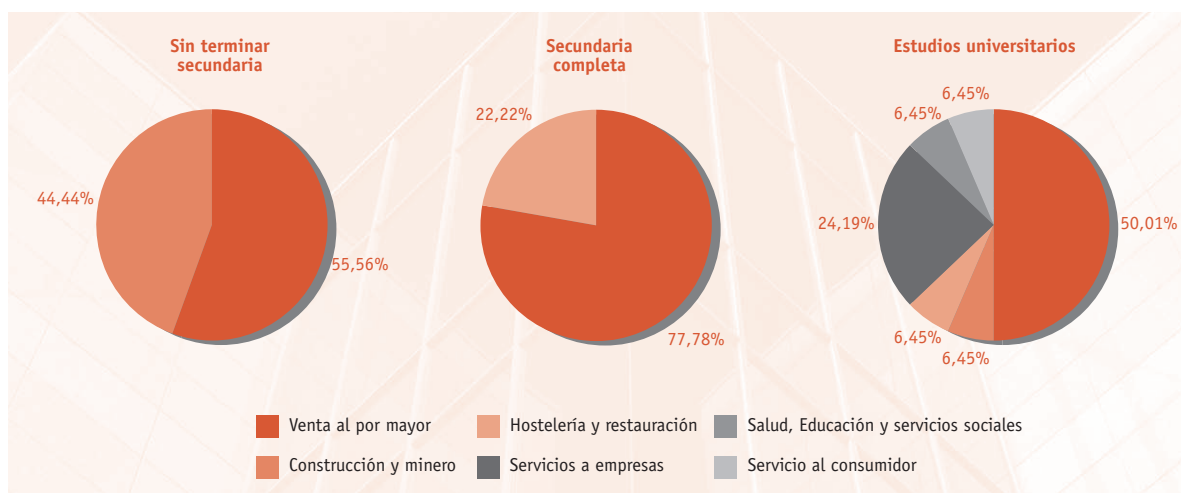


FIGURA 49
Distribución de la actividad emprendedora de las mujeres madrileñas por sectores de actividad y en función del nivel educativo



En lo que respecta a los aspectos financieros, no aparecen diferencias de género en torno al capital necesario para poner en marcha el proyecto empresarial. El 50% de las encuestadas ha necesitado invertir 30.000 y la principal fuente de financiación, durante el 2004, ha sido la familia. En la encuesta del GEM, la tendencia femenina acerca del uso o disponibilidad de tecnologías innovadoras, que pueda mejorar la productividad de sus empresas, son relativamente bajas ya que en el 82,5% de los casos la tecnología utilizada existía hace un año. Por último, el tamaño medio de las empresas creadas, por las mujeres encuestadas, se circunscribe al perfil de las PYMES madrileñas con un tamaño medio de 3 empleados.

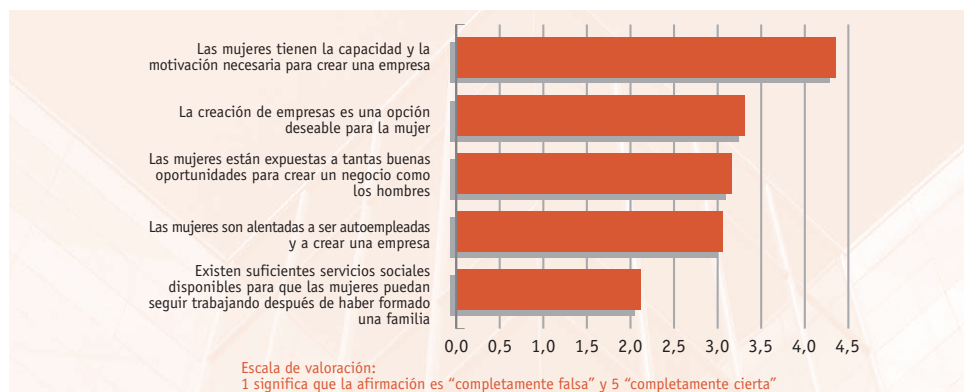
2. El apoyo institucional a la mujer emprendedora en la Comunidad de Madrid

Las actuaciones públicas encaminadas a asegurar la creación de empresas y el desarrollo de las existentes representan una de las herramientas claves del amplio abanico de iniciativas englobadas en la política de la PYME. Así, las distinciones entre diferentes perfiles de emprendedores, como los jóvenes, las mujeres, los desempleados, las minorías raciales, etc. han orientado la intervención de las políticas generales de desarrollo, las políticas regionales, las políticas de educación y las políticas de empleo, en aras de promover el espíritu emprendedor, hacia la creación de programas, dispositivos y ayudas específicas y ajustadas a las necesidades de cada uno de los casos. El conjunto de las siguientes figuras recogen las valoraciones regionales, realizadas por los expertos encuestados, sobre el apoyo institucional para promover la creación de empresas por parte de las mujeres.

Así, en la Comunidad de Madrid los expertos opinan que las mujeres de la Comunidad de Madrid tienen la capacidad y la motivación necesaria para una empresa pero consideran que todavía no está socialmente aceptado como una opción profesional deseable entre las mujeres, ni, tampoco, se percibe que se fomente entre las mujeres el autoempleo o la creación de empresas. Igualmente, los expertos consideran que el acceso a buenas oportunidades para crear un negocio debe continuar mejorando. Por último, los expertos manifiestan la necesidad de seguir mejorando los servicios sociales para facilitar la conciliación de la vida profesional de las mujeres con su vida familiar.

FIGURA 50

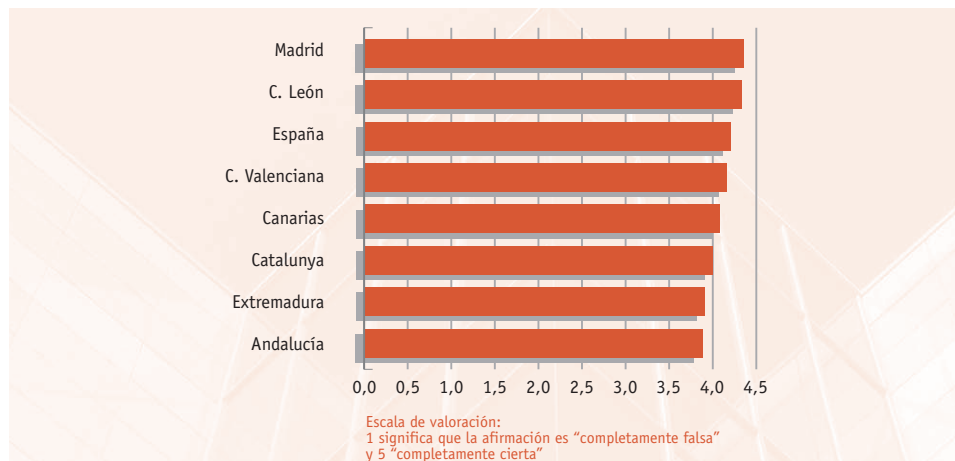
Percepción de los expertos sobre la capacidad y conocimientos de la mujer para emprender en la Comunidad de Madrid para el año 2004



Para el conjunto de Comunidades Autónomas participantes, los expertos han valorado positivamente la posesión de las capacidades y habilidades de las mujeres para emprender coinciden, siendo la Comunidad de Madrid donde los expertos han manifestado la mayor valoración (ver **FIGURA 51**).

FIGURA 51

Percepción de los expertos sobre la capacidad y conocimientos de la mujer para emprender en el entorno del GEM nacional



Todavía no existe una cultura emprendedora arraigada en la sociedad española, según la opinión de los expertos, se puede observar cómo en todas las Comunidades Autónomas, participantes en el GEM, la creación de empresas, por parte de las mujeres, nos constituye una opción profesional deseable, ni tampoco parece que entre las mujeres se fomente dicha creación y el auto-empleo (ver **FIGURAS 52 y 53**).

FIGURA 52

Percepción de los expertos sobre la consideración de la creación de empresas como una opción profesional deseable para la mujer en el entorno del GEM nacional

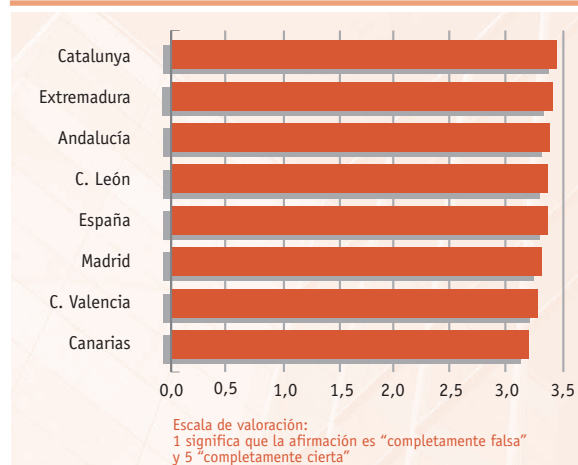
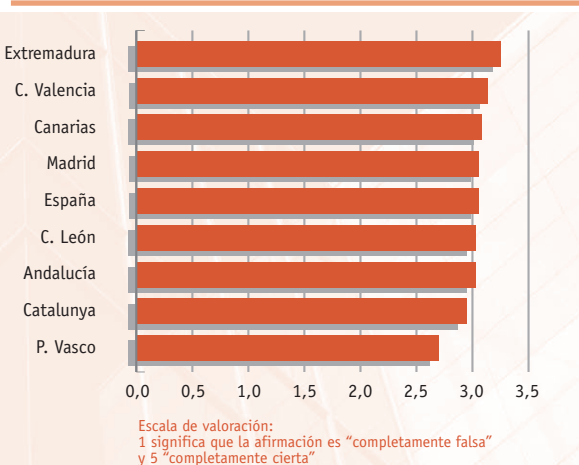


FIGURA 53

Percepción de los expertos sobre el fomento del auto-empleo o la creación de empresas entre las mujeres en el entorno del GEM nacional



Los esfuerzos de las actuaciones públicas deben continuar apoyando el acceso de las mujeres a las buenas oportunidades de negocio. De acuerdo con los resultados expuestos en la **FIGURA 54** parece que, en opinión de los expertos, en todas las regiones todavía existen obstáculos que están ralentizando el *entrepreneurship* en este grupo. Uno de ellos es la falta de suficientes servicios sociales disponibles para facilitar a las mujeres la conciliación de su vida profesional y familiar (ver **FIGURA 55**).

FIGURA 54

Percepción de los expertos sobre el acceso de las mujeres a buenas oportunidades de negocio en el entorno del GEM nacional

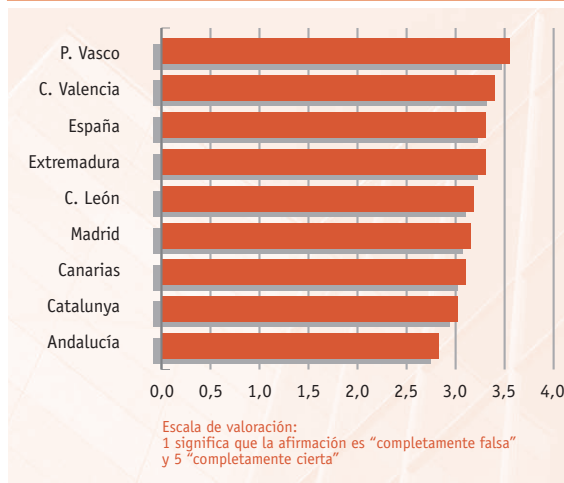
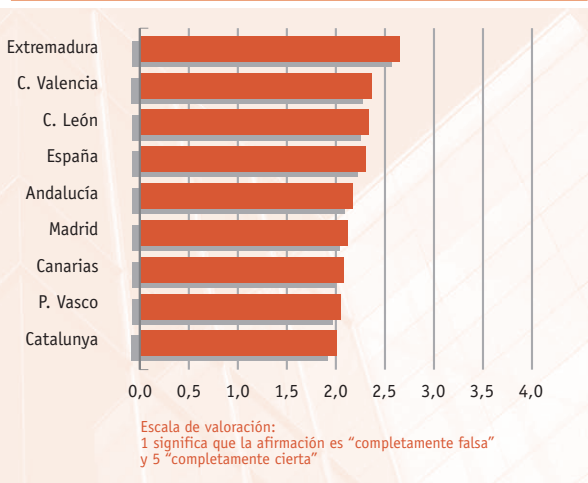


FIGURA 55

Percepción de los expertos sobre el fomento del auto-empleo o la creación de empresas entre las mujeres en el entorno del GEM nacional



La Unión Europea a través de diferentes líneas directivas, que viene desarrollando a lo largo de los años, ha establecido un cuerpo jurídico y de actuación para promover el avance de los servicios sociales en los estados miembros y alcanzar igualdad de oportunidades en todos los terrenos. Dentro del contexto nacional, el Plan Integral de Apoyo a la Familia 2001-2004 introduce, entre uno de sus objetivos, diferentes medidas orientadas a impulsar, desarrollar e incrementar los servicios de apoyo familiar e introducir fórmulas flexibles que permitan compatibilizar las responsabilidades laborales y familiares, no sólo de las mujeres, sino también de los hombres. Sin embargo, pese al esfuerzo realizado, todavía debe continuar el apoyo de las actuaciones públicas para impulsar un cambio de sensibilidad en toda la realidad laboral y fomentar actitudes favorables que permitan alcanzar un punto de equilibrio ideal en el reparto de las responsabilidades familiares y laborales.

Capítulo VI

LA EXISTENCIA DE OPORTUNIDADES, LA MOTIVACIÓN Y LA CAPACIDAD DE LA POBLACIÓN PARA EMPRENDER

gem

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR



INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID

Cabría esperar un incremento de la actividad emprendedora de un país o región cuando mejora la percepción de oportunidades para emprender por parte de su población adulta. En el presente capítulo, se describen las principales opiniones sobre la percepción de oportunidades, la motivación y la capacidad de la población para la creación de empresas desde una doble perspectiva. Por un lado, desde la consideración de la población activa encuestada y, por otro, a través del contraste de la opinión del panel de expertos, compuesto por profesionales y empresarios que poseen un amplio conocimiento sobre el proceso de creación y desarrollo de empresas: apoyo financiero, políticas y programas gubernamentales, educación y formación, normas sociales y culturales, transferencia de I+D, apertura de mercados, infraestructura comercial, profesional y física.

1. La percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad de Madrid en el año 2004

Las investigaciones del Proyecto GEM han logrado encontrar relaciones lineales positivas entre la opinión de la población, acerca de la percepción de oportunidades de negocio para emprender y el nivel de actividad emprendedora. Por el contrario, este tipo de relación no parece encontrarse entre la opinión de los expertos, sobre la existencia de oportunidades de negocio, y el nivel de actividad emprendedora. Aspecto, este último, que puede estar justificado, según los informes nacionales del Instituto de Empresa, en la posible existencia de una visión más amplia, por parte de los expertos, a la hora de percibir oportunidades de negocio y que, finalmente, no llegan a desarrollarse como nuevos negocios.

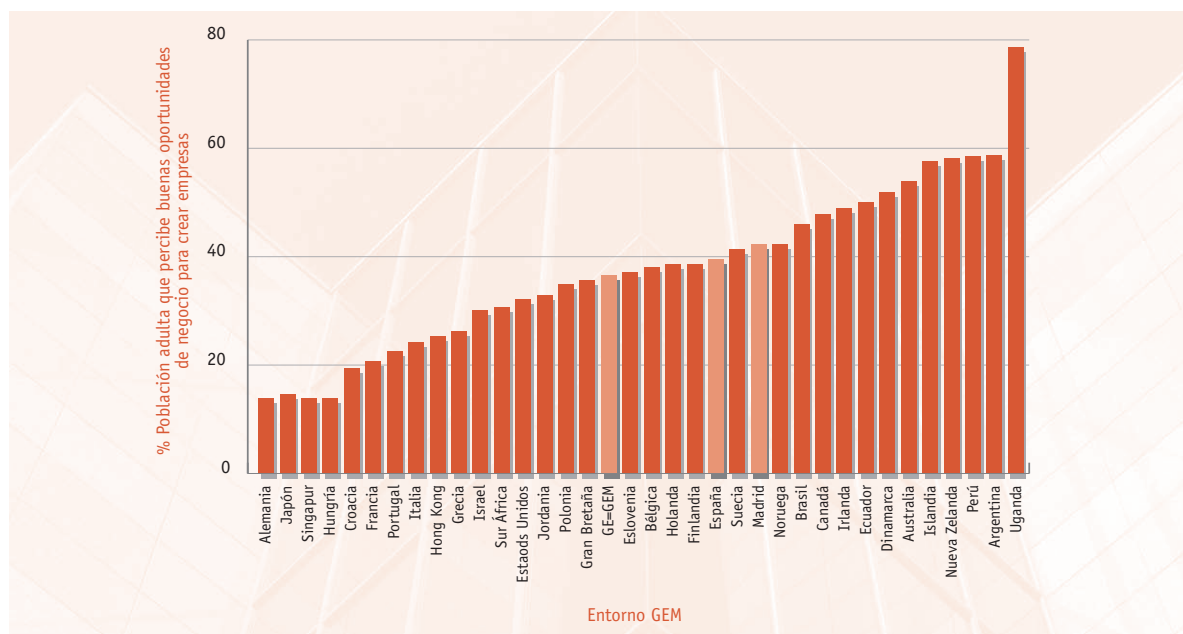
En la **FIGURA 56** se representa el porcentaje de población adulta (con edad entre 18-64 años) que consideró, durante el proceso de entrevistas telefónicas, que habría buenas oportunidades para crear una empresa en su país durante los meses de julio-diciembre del año 2004. En este sentido, en el conjunto de países participantes en el Proyecto GEM, el porcentaje de población que percibe buenas oportunidades no parece superar el umbral del 50% salvo en el caso de Uganda (78,68%), Argentina (56,64%), Perú (56,24%), Nueva Zelanda (55,45%), Islandia (55,01%) y Australia (51,24%). Estas percepciones de la población pueden estar apoyadas sobre la base de las alteraciones del escenario económico internacional a medio plazo, y que durante el periodo de entrevistas a la población se vislumbraba la existencia de una buenas perspectivas mundiales en términos generales tanto para los países desarrollados como en desarrollo, aunque el año 2004 culminó con un escenario de moderada desaceleración y ligero enfriamiento de la economía internacional.

Dentro del contexto europeo destacan Alemania (13,45%), Hungría (16,65%) y Croacia (19,27%) como los países donde sus poblaciones son más pesimistas en cuanto a su percepción sobre la existencia de buenas oportunidades para emprender. Frente a los países más optimistas como Islandia (55,01%), Dinamarca (49,18%), Irlanda (45,09%), Noruega (41,22%), Suecia (40,84%) y España (39,32%). En general, el escenario europeo se ha caracterizado por un deterioro económico durante el año 2004. Factores políticos y económicos como la debilidad de las economías alemana y francesa, el precio del petróleo, la debilidad de sector exterior europeo, la reforma del

pacto de estabilidad y crecimiento, entre otros, han favorecido el establecimiento de un clima de desconfianza y de reducción de la credibilidad europea.

FIGURA 56

Porcentaje de la población en edad de trabajar que percibe buenas oportunidades para crear una empresa entre julio-diciembre de 2004 en el entorno GEM

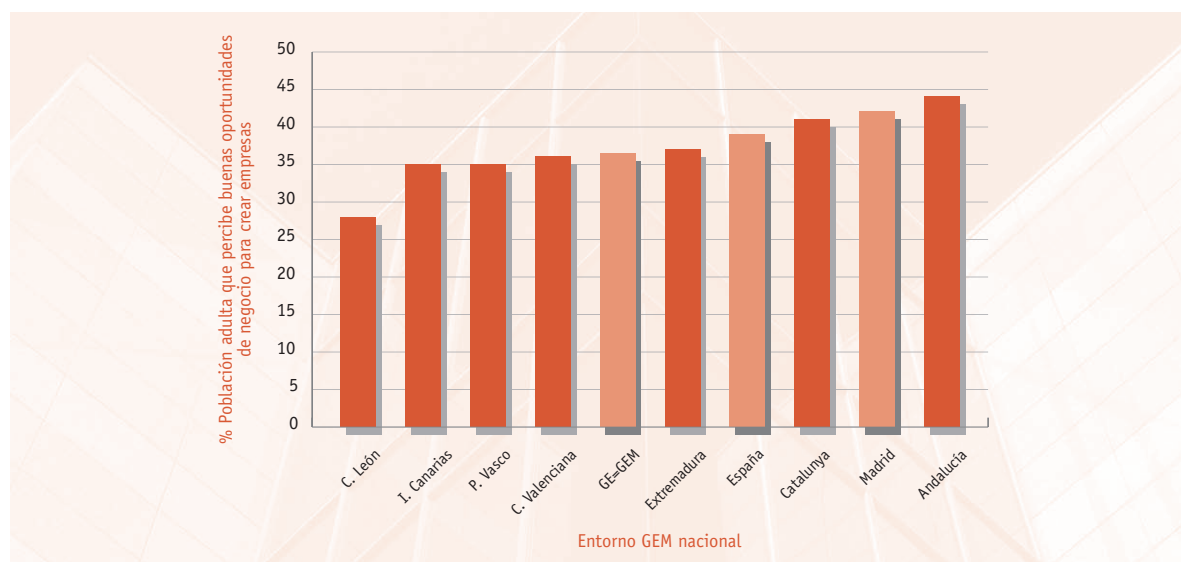


Seguidamente, en la FIGURA 57 se representa el porcentaje de población adulta (con edad entre 18-64 años) que durante el proceso de entrevistas telefónicas percibía la existencia de buenas oportunidades para crear una empresa en su Comunidad Autónoma durante los meses de julio-diciembre del año 2004.

En el contexto regional, la opinión generalizada de la población destaca por su cautela. En las Comunidades Autónomas de Andalucía (43,02%), Madrid (41,06%) y Cataluña (40,43%) la población encuestada se manifestó más optimista que la media española (39,32%), mientras que Castilla y León (27,82%) fue la comunidad donde se expresó la opinión más pesimista. Aunque en el conjunto de Comunidades Autónomas ha existido un comportamiento homogéneo en el ciclo expansivo de las economías regionales, y el crecimiento regional ha tendido a la convergencia (Informe Hispalink, 2004), las incertidumbres internacionales y, en especial las europeas, afectan al conjunto de regiones de forma diferente. Por ello, las percepciones de la población encuestada pueden haber tenido en cuenta la disminución del proceso inversor en España, el comportamiento de los tipos de interés, la recuperación de las economías europeas, la ampliación de la UE a 25 miembros, el encarecimiento del petróleo, la fortaleza del euro y su influencia en la pérdida de competitividad en las exportaciones, etc. También, puede deberse a la escasez de una cultura emprendedora en la sociedad española que todavía no impulsa suficientemente la inquietud por buscar oportunidades de negocio y crear empresas.

FIGURA 57

Porcentaje de la población en edad de trabajar que percibe buenas oportunidades para crear una empresa entre julio-diciembre de 2004 en el entorno GEM nacional



Por otro lado, acudiendo al panel de expertos para conocer su percepción de oportunidades para emprender en el entorno del GEM obtenemos una respuesta moderada. En la **TABLA 24** se reflejan las opiniones de los expertos para el conjunto de países GEM, para el conjunto de países europeos participantes, para el caso español y el de la Comunidad de Madrid.

TABLA 24

Percepción de oportunidades de negocio según los expertos para el entorno del GEM, para los países europeos, España y la Comunidad de Madrid
Escala: 1 = completamente falso a 5 = completamente cierto

VALORACIÓN MEDIA DE LOS EXPERTOS DE LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES	MEDIA DEL GEM	MEDIA PAÍSES EUROPEOS	MEDIA EN ESPAÑA	MEDIA EN LA C. DE MADRID
En mi país/ región, hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,41	3,25	3,28	3,70
En mi país/ región, las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	3,46	3,32	3,64	3,63
En mi país/ región, hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	3,43	3,31	3,15	3,30
En mi país/ región, es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	3,14	3,03	2,58	2,59
En mi país/ región, hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	3,12	2,86	2,65	2,86

En todos los casos se observa homogeneidad en la opinión del conjunto de expertos cuyas opiniones parecen coincidir con la valoración realizada por la población adulta y que manifiestan unas expectativas de optimismo moderado. En general, todos los expertos afirman positivamente que tanto en su país como en su región existen muchas y buenas oportunidades para la creación de empresas, si bien existe una valoración superior en el caso de la Comunidad de Madrid. Sin embargo, los expertos consideran que no es tan evidente la oportunidad de creación de empresas de rápido crecimiento. También, se manifiesta un aumento de oportunidades para crear empresas en los últimos cinco años, aunque dicho incremento no puede ser tildado de “aumento considerable”.

En cuanto a la opinión sobre la explotación de las oportunidades de negocio por parte de la población, los expertos consideran que no resulta fácil para las personas explotar oportunidades de negocio, así como, advierten que perciben más oportunidades de negocio que gente preparada para explotarlas.

Finalmente, en las FIGURAS 58 a 62 se representan las opiniones de los expertos para cada Comunidad Autónoma. De este modo, se reflejan las divergencias y homogeneidades que puedan surgir de cada análisis regional.

FIGURA 58

Valoración media de los expertos sobre la existencia de buenas oportunidades de negocio para la creación de empresas en el año 2004

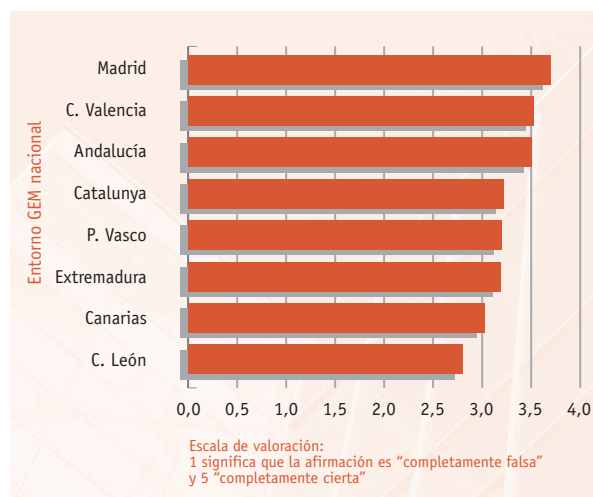
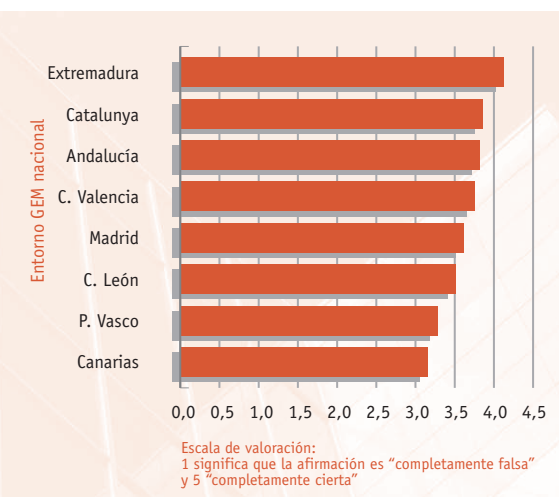


FIGURA 59

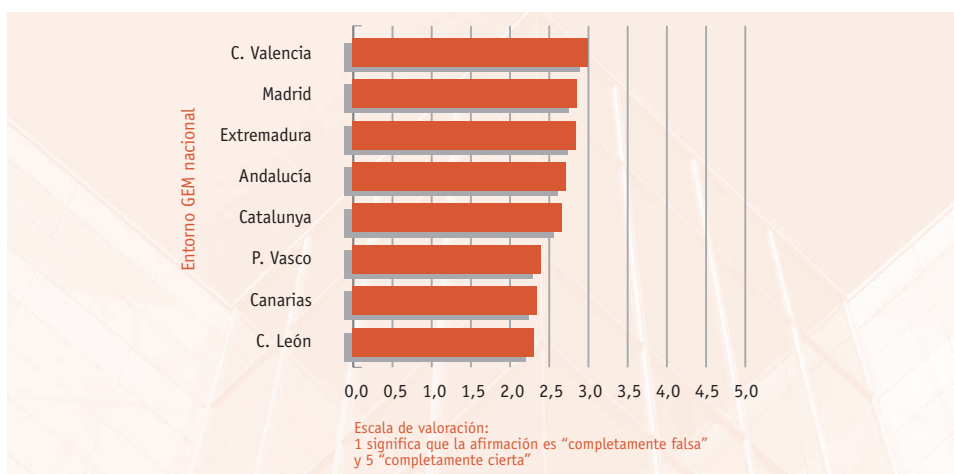
Valoración media de los expertos sobre el incremento considerable de las buenas oportunidades para la creación de empresas en los últimos cinco años



Gráficamente se observa como la Comunidad de Madrid ocupa la primera posición en cuanto a la percepción de los expertos sobre la existencia de oportunidades de negocio para crear empresas en el año 2004. En cuanto al incremento considerable de buenas oportunidades de negocio durante los últimos cinco años, los expertos de las Comunidades de Extremadura, Cataluña, Andalucía y Valencia parecen haber observado un cambio mayor que los expertos de la Comunidad de Madrid, donde la existencia de buenas oportunidades para crear empresas parecen persistir en el tiempo, incrementándose de forma más gradual.

FIGURA 60

Valoración media de los expertos sobre la existencia de muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento en el año 2004



Sobre la creación de empresas de rápido crecimiento en las diferentes regiones españolas, los expertos consideran que no hay tantas oportunidades de negocio. En la Comunidad de Valencia, los expertos se muestran más optimistas seguidos por la opinión expresada en las Comunidades de Madrid, de Extremadura y de Andalucía.

FIGURA 61

Valoración media de los expertos sobre la facilidad para las personas de aprovechar las oportunidades de negocio para crear empresas

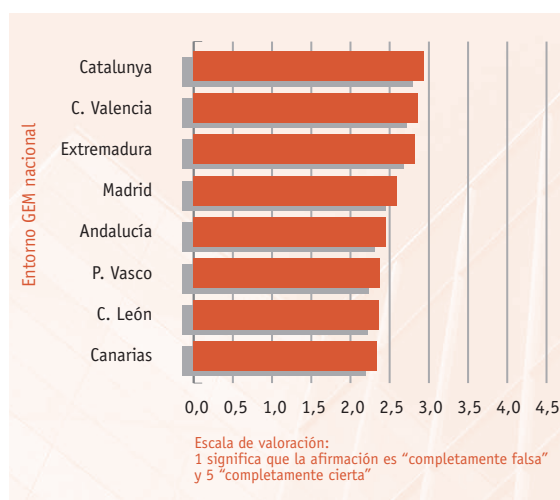
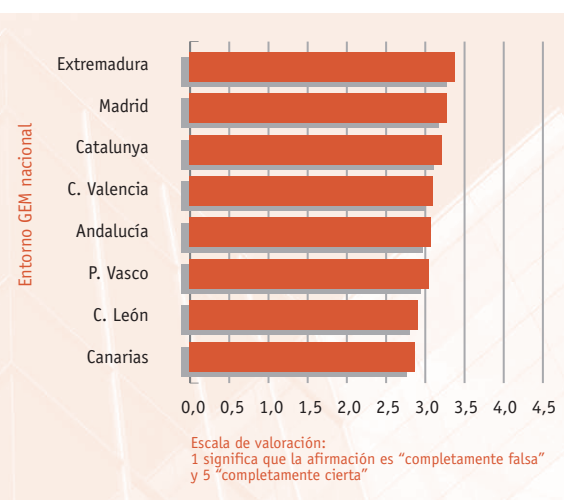


FIGURA 62

Valoración media de los expertos sobre la existencia de más oportunidades de negocio que personas preparadas para explotarlas



En cuanto a la facilidad de las personas para convertir un proyecto empresarial en una empresa, todos los expertos regionales expresan una valoración similar. En general, no parece una tarea fácil para las personas aprovechar las oportunidades de negocio y crear una empresa. Aunque dentro de las dificultades parece que en la Comunidad de Cataluña los emprendedores tendrían menos dificultades, seguidos por las Comunidades de Valencia, de Extremadura y de Madrid, según los expertos.

2. La motivación y la capacidad de la población de la Comunidad de Madrid para emprender

La motivación del emprendedor para aprovechar una oportunidad de negocio y comenzar una aventura empresarial es el motor tanto para hacer realidad un proyecto empresarial como para mantener el espíritu emprendedor a lo largo de las diferentes etapas de la empresa y afrontar las barreras que surgen durante la actividad empresarial. En este apartado, se analizan los resultados de la población de la Comunidad de Madrid encuestada, sobre la creación de empresas y la capacidad de las personas para poner en marcha un negocio. Posteriormente, se contrasta con la percepción de los diferentes expertos.

Para el 64,5% de la población madrileña encuestada crear una empresa es una opción profesional atractiva (ver FIGURA 63) ya sea por un interés de alcanzar la independencia económica, la puesta en marcha de propias ideas, la autorrealización personal, por necesidad, etc. Sin embargo, se observa que la consideración social de la figura del empresario de éxito no está tan clara. Pese a los esfuerzos por mejorar la imagen del empresario, un 48,85% de los encuestados opina que un empresario de éxito goza de un alto prestigio social frente al 47,35% que no lo considera así (ver FIGURA 64).

FIGURA 63

Porcentaje de personas que consideran que comenzar un negocio es una opción profesional atractiva

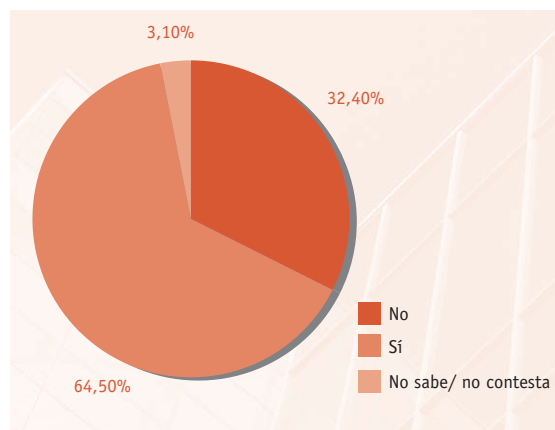
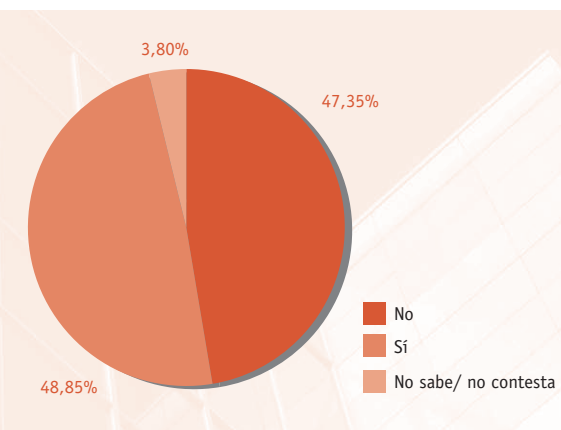


FIGURA 64

Porcentaje de personas que consideran que una persona con éxito empresarial tiene un alto prestigio social



Un elemento característico y destacado en la mayoría de investigaciones sobre el perfil del emprendedor es el conocimiento de otros emprendedores o la existencia de un emprendedor en la familia. En este sentido, el 70,75% de los encuestados no ha conocido a ningún emprendedor durante los años 2002 y 2003 (ver FIGURA 65).

Igualmente la difusión de las buenas prácticas acerca del proceso de creación de empresas, así como las causas desencadenantes del fracaso empresarial, o las acciones de apoyo a las pymes como la formación de empresarios, las ayudas para la inversión en tecnología, la ayudas financieras, etc. constituyen un conjunto de mecanismos claves para incentivar el espíritu emprendedor.

En este sentido, en la FIGURA 66 se observa que el 61,55% de las población madrileña encuestada ha contestado que no ve, a menudo, noticias sobre nuevos empresarios de éxito en los medios de comunicación y el 92,35% afirma que no ha tenido conocimiento de ninguna acción gubernamental de apoyo al nuevo empresario, aparecida en prensa, radio o televisión (ver FIGURA 67).

FIGURA 65

Porcentaje de personas que han conocido a un emprendedor en los últimos dos años

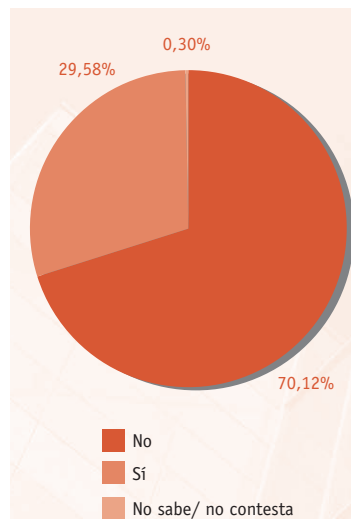


FIGURA 66

Porcentaje de personas que a menudo ven en los medios de comunicación noticias sobre nuevos negocios de éxito

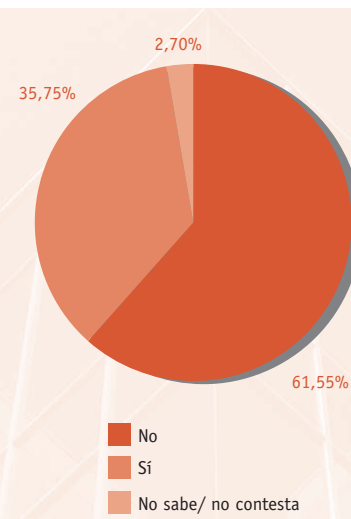
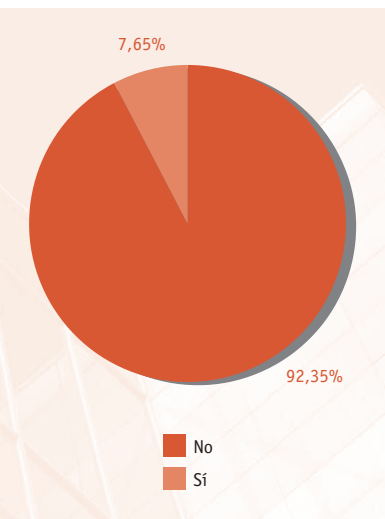


FIGURA 67

Porcentaje de personas que han conocido alguna acción gubernamental a través de la prensa, radio o televisión



Estos últimos resultados pueden estar explicados por el número de actuaciones y la amplitud de cobertura de las mismas que parecen estar generando confusión entre los potenciales emprendedores. Otro factor puede ser el hábito de lectura de la población de la Comunidad de Madrid. Según el Estudio de Hábitos de Lectura de la Comunidad de Madrid 2004, elaborado por la Unidad de apoyo al libro y fomento de la lectura de la Subdirección General de Bibliotecas, el 73,2% de la

población es un lector ocasional o frecuente de prensa diaria. Dentro de este grupo, el 75,6% lee periódicos de información general y sólo el 5,7% lee prensa económica. Por otro lado, el 46,7% de las personas que utilizaron internet para buscar información, durante los meses de enero y marzo de 2004, sólo el 2% consultó periódicos y revistas digitales, el 28,3% buscó información profesional útil para su trabajo y el 29,9% buscó información sobre ocio.

Con anterioridad, se indicaba el interés de la creación de empresas como una opción profesional atractiva para la población de la Comunidad de Madrid encuestada. No obstante, al preguntar por las expectativas de los mismos de cara a poner en marcha un negocio, en los próximos tres años, el 95,05% de los encuestados no tienen intención de crear su propia empresa (ver **FIGURA 68**). Este resultado viene a confirmar las conclusiones de diferentes informes o estudios como el Flash Eurobarómetro 160 "Espíritu empresarial" y el Informe GEM España 2004.

Así, se pone de manifiesto como las personas son conscientes de la dedicación y constancia en el proceso de la creación de empresa para alcanzar el éxito. Por ello, en el estudio sobre el espíritu empresarial del Eurobarómetro, las principales alegaciones realizadas por los europeos ante su preferencia por ser empleados en lugar de empresarios son la obtención de unos ingresos fijos, la estabilidad del empleo, la aversión al riesgo o a un clima económico desfavorable, entre otros.

FIGURA 68

Porcentaje de personas que están pensando en poner en marcha un nuevo negocio en los próximos tres años

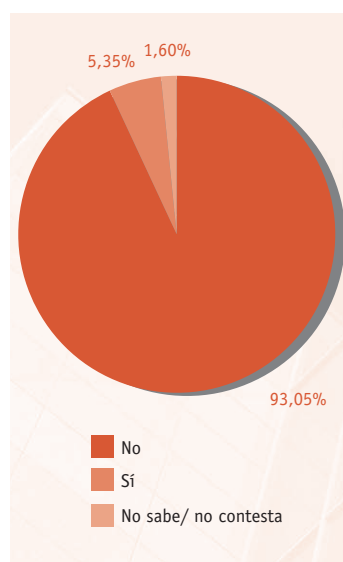


FIGURA 69

Porcentaje de personas que consideran que el miedo al fracaso NO le supone un freno para crear una empresa

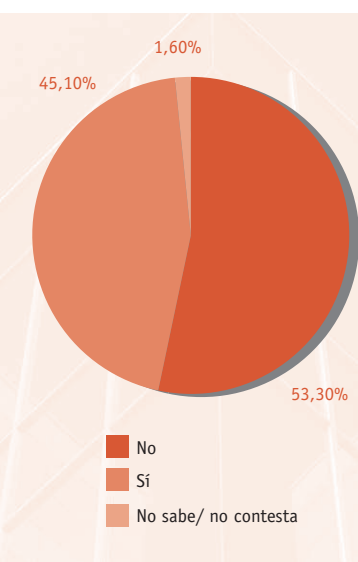
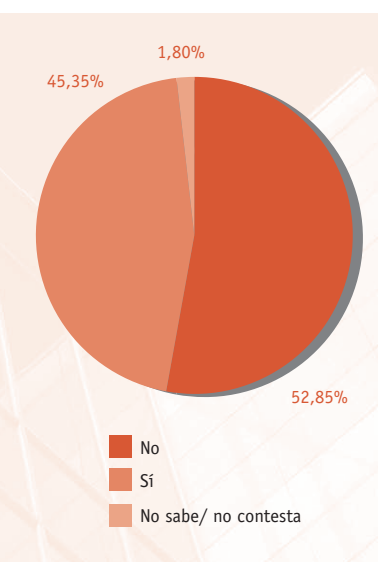


FIGURA 70

Porcentaje de personas que consideran que tiene los conocimientos, habilidades y experiencia requerida para poner en marcha una empresa



Igualmente, el miedo al fracaso podría atribuirse como un obstáculo a la creación de empresas ya que el 45,10% de los madrileños encuestados consideran que el miedo al fracaso les supone un freno para crear una empresa, mientras que el 53,3% no lo cree así (ver FIGURA 69).

Una valoración similar es la que recibe la percepción de las capacidades poseídas por parte de los encuestados. El 52,85% considera que no posee los conocimientos, habilidades y experiencia necesaria para poner en marcha un negocio frente al 45,35% que indica poseer las capacidades necesarias (ver FIGURA 70).

Finalmente, indagando en el grado de conocimiento de la población sobre los servicios y ayudas a la creación de empresas, el 87,65% de la población de la Comunidad de Madrid encuestada no conoce ningún tipo de acción, servicio o programas de apoyo a la creación de empresas (ver FIGURA 71). El 96,55% de los encuestados no ha contactado con ninguna institución o programa, de apoyo al emprendedor y la puesta en marcha de un negocio (ver FIGURA 72).

FIGURA 71

Porcentaje de personas que conoce algún servicio o programa de apoyo a la creación de empresas

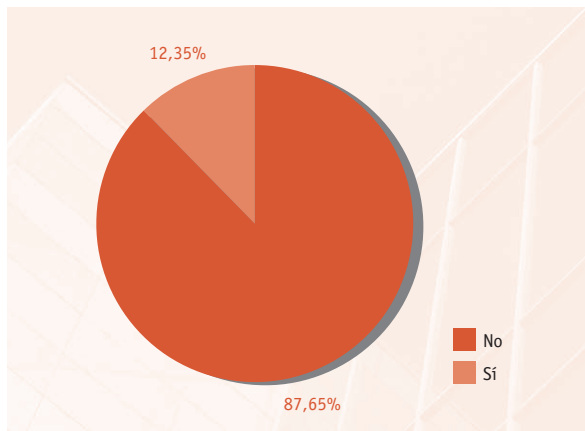
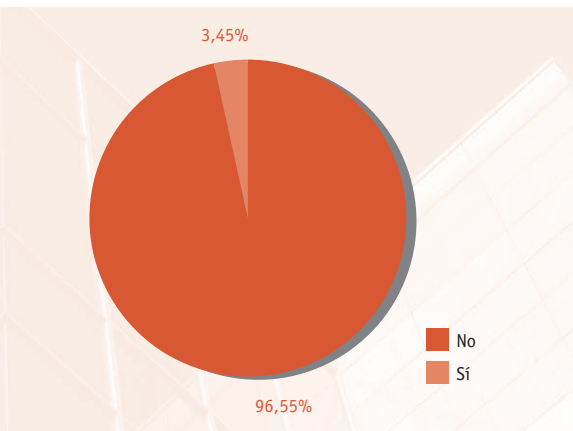


FIGURA 72

Porcentaje de personas que ha contactado con alguna institución o programa de apoyo a la creación de empresas



Las causas de estos resultados están justificadas en un amplio abanico de factores. En primer lugar, al no existir una cultura emprendedora arraigada en la sociedad de forma que, mayoritariamente, las personas prefieren ser asalariados en lugar de empresarios. La imagen social de la figura del empresario que a pesar de haber cambiado en los últimos años todavía deben realizarse esfuerzos por mejorar la percepción social de dicha figura. El bajo fomento del espíritu emprendedor desde la enseñanza primaria, secundaria, universitaria, etc.

A este respecto, la existencia de numerosas actuaciones encaminadas a impulsar el espíritu emprendedor, apoyar a los potenciales empresarios y la creación de empresas necesita de mayores niveles de coordinación, por parte de todos los agentes públicos implicados, en cuanto a la difusión y comunicación de sus actuaciones e iniciativas.

Desde el punto de vista de los expertos se obtienen unas conclusiones similares a las expresadas por las personas de la Comunidad de Madrid encuestadas.

En la **TABLA 25**, se recogen las opiniones de los expertos para el conjunto GEM, el conjunto de países europeos participantes, para el caso Español y de la región madrileña.

TABLA 25

Percepción de la motivación para crear una empresa según los expertos del entorno del GEM, para los países europeos, España y la Comunidad de Madrid
Escala: 1 = completamente falso a 5= completamente cierto

VALORACIÓN MEDIA DE LOS EXPERTOS DE LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES	MEDIA DEL GEM	MEDIA PAÍSES EUROPEOS	MEDIA EN ESPAÑA	MEDIA EN LA C. DE MADRID
En mi país/ región, la creación de empresas está considerada como una manera adecuada para enriquecerse	3,34	3,24	3,16	3,08
En mi país/ región, la mayoría de la gente considera que convertirse en empresario es una opción profesional deseable	2,99	2,87	2,87	2,86
En mi país/ región, la mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes	3,43	3,20	3,12	3,13
En mi país/ región, los empresarios que tienen éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social	3,49	3,32	3,55	3,48
En mi país/ región, es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,36	3,12	3,30	3,38

Las opiniones de los diferentes conjuntos de expertos convergen entre ellos. Ante la afirmación sobre la motivación de la creación de empresas como un modo para hacerse rico, todos los expertos confirman que este elemento es un motivo para los emprendedores, si bien, no es la principal razón que impulsa a los emprendedores a poner un negocio. Sobre la consideración de la creación de empresas como una opción profesional deseable, los expertos manifiestan que ésta no es una opción convincente para la sociedad, en general. Así, en el caso del concepto del empresario, los expertos opinan que no es cierto ni falso que la gente los considere como individuos competentes, ni tampoco parece claro que gocen de un gran reconocimiento y prestigio social. Por último, con la valoración de los expertos se confirma la necesidad de incrementar las noticias sobre empresarios de éxito en los medios de comunicación.

En las **FIGURAS 73 a 77**, se representa la valoración de los expertos sobre la motivación para crear una empresa para el conjunto de regiones españolas participantes en el Proyecto GEM.

Como puede observarse en la **FIGURA 73**, los expertos de todas las regiones tienden a coincidir sobre la motivación de las personas para la creación de una empresa. Atendiendo a los resultados, los expertos manifiestan que hacerse rico a través de la creación de empresas no es una de las principales motivaciones. Según otras investigaciones, entre las principales causas que impulsan a las personas hacia la creación de empresas se encuentran la independencia personal y la

puesta en marcha de ideas propias. Dentro del conjunto de opiniones expresadas, en las Comunidades de Cataluña, de Valencia y de Andalucía los expertos han manifestado una valoración ligeramente más positiva sobre esta motivación.

FIGURA 73

Valoración media de los expertos sobre la consideración de la creación de empresas como una manera adecuada para enriquecerse

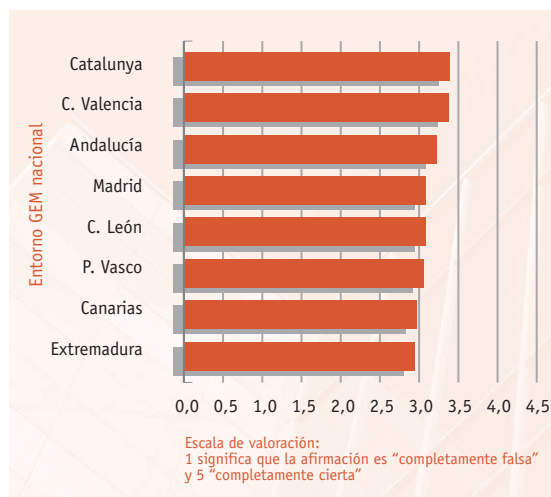
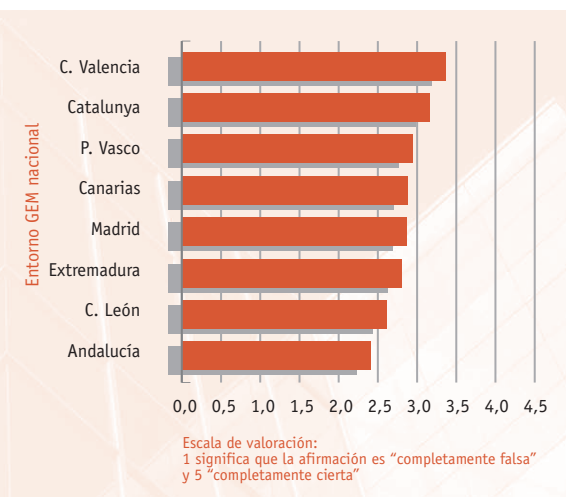


FIGURA 74

Valoración media de los expertos sobre la consideración de convertirse en empresario como una opción profesional deseable



En la FIGURA 74, destaca la estimación de los expertos de la Comunidad de Andalucía quienes consideran que, en su región, ser empresario no es una opción profesional deseada. Sin embargo, pese a que en todas las regiones esta cuestión no está clara parece que en las Comunidades de Valencia y Cataluña existe cierta mejoría respecto al resto de regiones.

En la FIGURA 75, es nuevamente en Cataluña y Valencia donde los expertos han manifestado una opinión ligeramente más positiva, con relación al resto de regiones participantes, sobre la consideración de los empresarios como individuos competentes. Sin embargo, en cuanto al reconocimiento y prestigio social de los empresarios, los expertos de Valencia y País Vasco han otorgado una valoración mayor, si bien no existen grandes diferencias, siendo Andalucía, una vez más, la Comunidad con la menor valoración en los dos casos (ver FIGURA 76).

Finalmente en la FIGURA 77, en la Comunidad de Valencia, País Vasco y Cataluña se ha valorado de forma ligeramente superior la aparición de noticias sobre empresarios de éxito en los medios de comunicación. Aunque, en general se desprende la necesidad de incrementar, en todas la regiones, los esfuerzos por mejorar la difusión de buenas prácticas empresariales.

FIGURA 75

Valoración media de los expertos sobre la consideración de los empresarios como individuos competentes

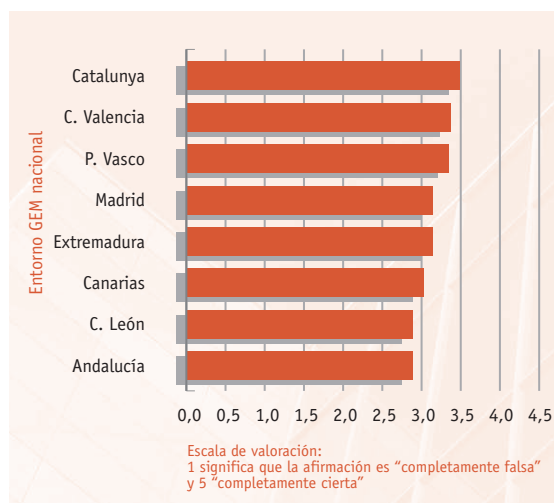


FIGURA 76

Valoración media de los expertos sobre la consideración de convertirse en empresario como una opción profesional deseable

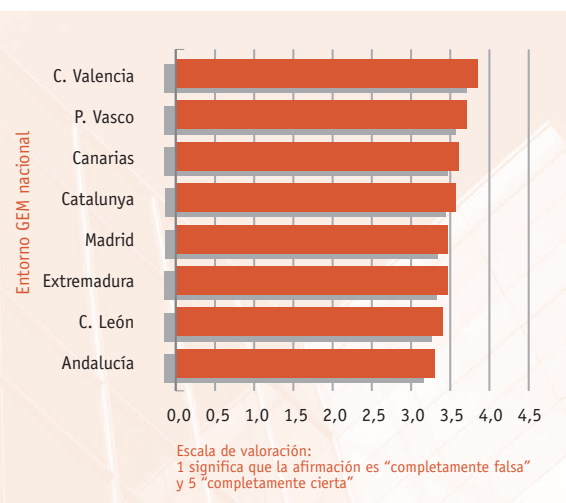
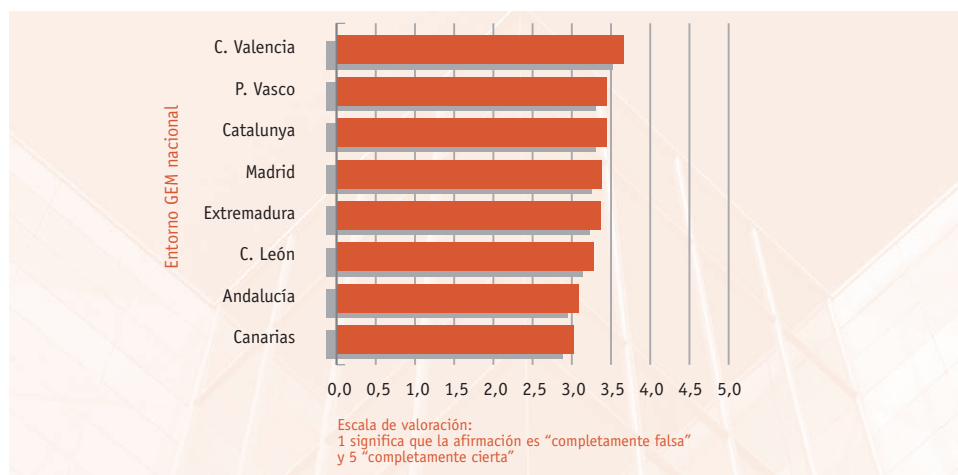


FIGURA 77

Valoración media de los expertos sobre la frecuencia de noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito



A continuación, se aborda la opinión de los expertos sobre las capacidades de las personas, pertenecientes a su país o región, para crear una empresa. Nuevamente, la **TABLA 26** muestra las valoraciones medias para los diferentes entornos del GEM, observándose un consenso en las opiniones de los expertos.

TABLA 26

Percepción de la capacidad de las personas para crear una empresa, según los expertos, para el entorno GEM, los países europeos, España y la Comunidad de Madrid
Escala: 1 = completamente falso a 5= completamente cierto

VALORACIÓN MEDIA DE LOS EXPERTOS DE LAS SIGUIENTES AFIRMACIONES	MEDIA DEL GEM	MEDIA PAÍSES EUROPEOS	MEDIA EN ESPAÑA	MEDIA EN LA C. DE MADRID
En mi país/ región, la mayoría de la gente piensa que crear una nueva empresa o un negocio de rápido crecimiento es fácil	2,51	2,55	2,31	2,48
En mi país/ región, mucha gente está capacitada para dirigir una pequeña empresa	2,48	2,57	2,79	2,64
En mi país/ región, mucha gente tiene experiencia en la creación de nuevas empresas	2,44	2,46	2,34	2,1
En mi país/ región, mucha gente tiene una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio	2,68	2,67	2,51	2,43
En mi país/ región, mucha gente está capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa	2,60	2,66	2,67	2,35

Para todas las afirmaciones realizadas, los expertos han manifestado la carencia de preparación de las personas tanto para gestionar los recursos necesarios para crear una empresa, como la carencia de los conocimientos, habilidades y experiencias necesarias para hacer realidad un proyecto empresarial. Por todo ello, los expertos opinan que las personas no tienen una gran capacidad de reacción ante las buenas oportunidades de negocio y entienden que para las personas la creación de empresas es una tarea costosa.

Siguiendo con la comparativa regional, en las **FIGURAS 78 a 82** se representan las opiniones de los expertos regionales sobre cada afirmación.

En general, se sigue observando la convergencia en las opiniones de los expertos regionales. Si bien, cabe destacar la valoración de los expertos de la Comunidad de Madrid sobre su percepción en torno a la experiencia de los madrileños en la creación de empresas y sobre la capacidad de los mismos para organizar los recursos necesarios en la creación de una empresa. En ambos casos, los expertos han manifestado la valoración más baja respecto al resto de regiones.

FIGURA 78

Valoración media de los expertos sobre su percepción de la facilidad para las personas para crear una nueva empresa o un negocio de rápido crecimiento

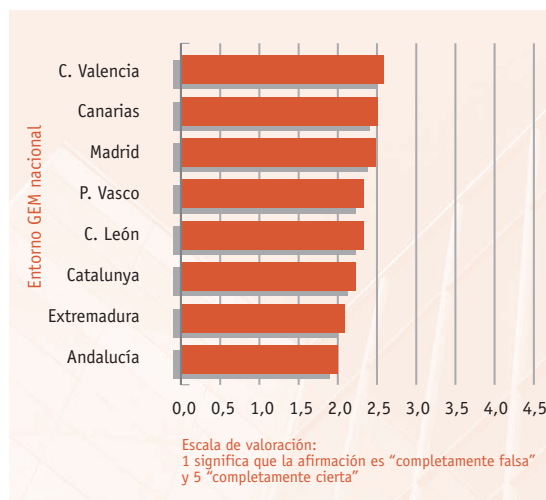


FIGURA 79

Valoración media de los expertos sobre su percepción de la capacidad de las personas para dirigir una pequeña empresa

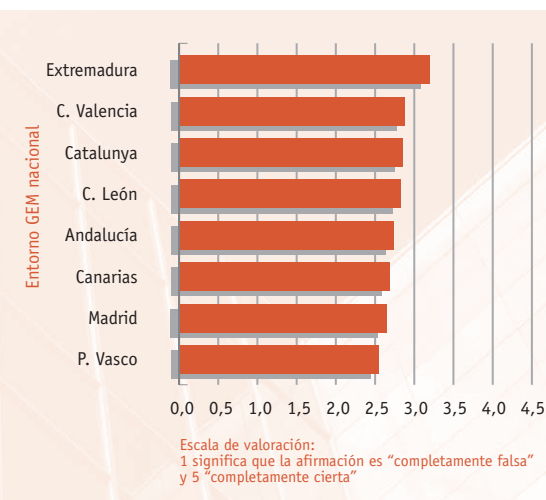


FIGURA 80

Valoración media de los expertos sobre su percepción de la experiencia de las personas en la creación de nuevas empresas

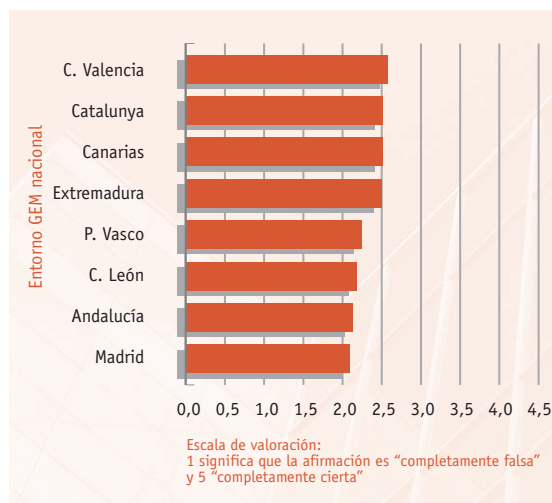


FIGURA 81

Valoración media de los expertos sobre su percepción de la capacidad de reacción de las personas ante buenas oportunidades de negocio

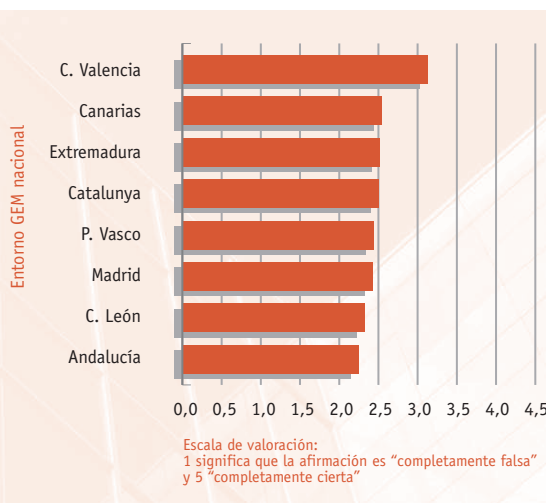
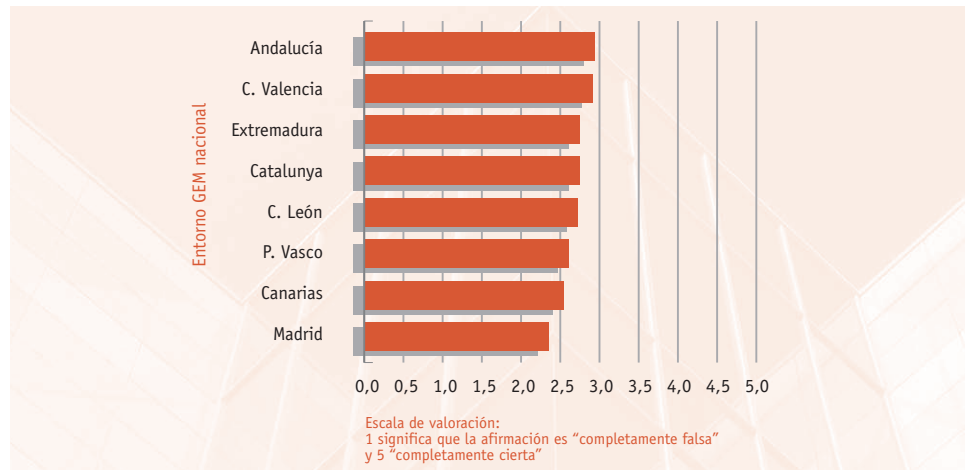


FIGURA 82

Valoración media de los expertos sobre su percepción de la capacidad de las personas para organizar los recursos necesarios para crear una empresa



Capítulo VII

LAS CONDICIONES ESPECÍFICAS DEL ENTORNO

gem



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID

En este apartado los 36 expertos entrevistados han valorado la influencia del entorno socio-económico sobre el proceso de creación de empresas en la Comunidad de Madrid. Este conjunto de factores, descritos en el modelo conceptual del proyecto GEM, pueden incidir en la actividad emprendedora de la región ya sea actuando como un obstáculo o como un factor de apoyo. Concretamente no estamos refiriendo a las siguientes condiciones de entorno:

- El apoyo financiero
- Las políticas gubernamentales
- Los programas gubernamentales
- La educación y la formación
- La transferencia de tecnológica y el I+D
- La infraestructura comercial y profesional
- La apertura del mercado interno
- El acceso a la infraestructura física
- Las normas sociales y culturales

Dentro del proceso de entrevistas a los expertos, se analizan este conjunto de factores socio-económicos mediante la valoración de un conjunto de afirmaciones, a través de una escala Likert de 1 a 5 puntos. Así, los expertos exponen su grado de acuerdo con cada una de las afirmaciones realizadas, de manera que 1 significa= la afirmación es completamente falsa y 5= la afirmación es completamente cierta.

Posteriormente, los expertos entrevistados responden tres preguntas abiertas. En la primera pregunta los expertos identifican tres frenos a la actividad emprendedora. En la segunda pregunta, los expertos identifican tres apoyos o factores que están favoreciendo la creación de empresas. Y en la tercera y última pregunta, los expertos proponen tres medidas o recomendaciones que podrían impulsar la actividad emprendedora en la Comunidad de Madrid.

El conjunto de respuestas es analizado y agrupado en función de su relación con cada uno de las condiciones de entornos. Así en la **TABLA 27**, los expertos valoran los factores socio-económicos que pueden estar obstaculizando la creación de empresas en la región durante el año 2004 y en los que sería necesario realizar una adaptación, en mayor medida, a la realidad actual.

Durante el año 2004, los expertos han propuesto que deben realizarse acciones de mejora en varios aspectos clave que inciden sobre el proceso de creación de empresas en la Comunidad de Madrid, sobre todo el apoyo financiero, los programas gubernamentales, las normas sociales y culturales y la educación y la formación. Todos estos factores también han sido señalados por el conjunto de expertos de las restantes regiones españolas participantes, aunque no siguen el mismo orden de importancia.

TABLA 27

Obstáculos a la creación empresarial en la Comunidad de Madrid durante el año 2004. Ordenados de mayor a menor incidencia en el fomento de creación empresarial

OBSTÁCULOS A LA CREACIÓN EMPRESARIAL	PORCENTAJE DE RESPUESTA DE CADA TEMA SOBRE EL TOTAL DE RESPUESTAS DE LOS EXPERTOS EN EL AÑO 2004
Apoyo financiero	21,8 %
Programas gubernamentales	15,5%
Normas sociales y culturales	14,5%
Educación y formación	13,6%
Políticas gubernamentales	7,3%
Motivación y capacidad emprendedora	6,4%
Transferencia de I+D	5,5%
Contexto político, social e intelectual	4,5%
Acceso a infraestructura física	4,5%
Infraestructura comercial y profesional	1,8%
Clima económico	1,8%
Estado del mercado laboral	1,8%
Apertura de mercado, barreras	0,9%
Total	100%

En la **TABLA 28** se muestra la opinión de los expertos sobre aquellas condiciones de entorno donde se están realizando mayores esfuerzos por favorecer la actividad emprendedora en la Región madrileña.

TABLA 28

Apoyos a la creación empresarial en la Comunidad de Madrid durante el año 2004. Ordenados de mayor a menor incidencia en el fomento de creación empresarial

FACILITADORES A LA CREACIÓN EMPRESARIAL	PORCENTAJE DE RESPUESTA DE CADA TEMA SOBRE EL TOTAL DE RESPUESTAS DE LOS EXPERTOS EN EL AÑO 2004
Programas gubernamentales	18,8%
Clima económico	14,6%
Apoyo financiero	9,4%
Contexto político, social e intelectual	9,4%
Transferencia de I+D	7,3%
Estado del mercado laboral	7,3%
Educación y formación	6,3%
Normas sociales y culturales	5,2%
Acceso a infraestructura física	5,2%
Infraestructura comercial y profesional	5,2%
Políticas gubernamentales	4,2%
Motivación y capacidad emprendedora	4,2%
Apertura de mercado, barreras	3,1%
Total	100%

Entre el conjunto de factores que han favorecido la creación de empresas en la Comunidad de Madrid durante el año 2004, los expertos destacan los programas gubernamentales y el clima

económico. Con una menor incidencia, les siguen el apoyo financiero y el contexto político, social e intelectual. Con una menor incidencia, les siguen el apoyo financiero y el contexto político, social e intelectual. Igualmente, existe una opinión generalizada entre el conjunto de expertos del territorio español al señalar como aspectos que favorecen la creación de empresas, en sus regiones, el clima laboral y los programas gubernamentales. Si bien, se observa una mayor heterogeneidad en las opiniones a la hora de valorar la incidencia favorable de los restantes factores en la actividad emprendedora de sus correspondientes regiones.

Finalmente, en la **TABLA 29** se reflejan la clasificación de las áreas de preocupación donde los expertos recomiendan tomar medidas para impulsar el proceso de creación de empresas.

TABLA 29

Áreas donde se recomienda tomar medidas para mejorar a la creación empresarial en la Comunidad de Madrid. Ordenados de mayor a menor prioridad

FACILITADORES A LA CREACIÓN EMPRESARIAL	PORCENTAJE DE RESPUESTA DE CADA TEMA SOBRE EL TOTAL DE RESPUESTAS DE LOS EXPERTOS EN EL AÑO 2004
Educación y formación	22,7%
Programas gubernamentales	21,6%
Apoyo financiero	20,6%
Políticas gubernamentales	9,3%
Transferencia de I+D	8,2%
Acceso a infraestructura física	6,2%
Infraestructura comercial y profesional	3,1%
Normas sociales y culturales	2,1%
Motivación y capacidad emprendedora	2,1%
Contexto político, social e intelectual	2,1%
Apertura de mercado, barreras	1%
Clima económico	1%
Total	100%

Dentro del conjunto de condiciones de entorno donde deberían tomarse medidas para mejorar a creación de empresas en la Comunidad de Madrid, los expertos señalan la educación y la formación, los programas gubernamentales y el apoyo financiero como aspectos más acuciantes dentro de la región. Y si se compara con las recomendaciones del conjunto de expertos del territorio nacional²¹ se observan una gran similitud en las áreas recomendadas.

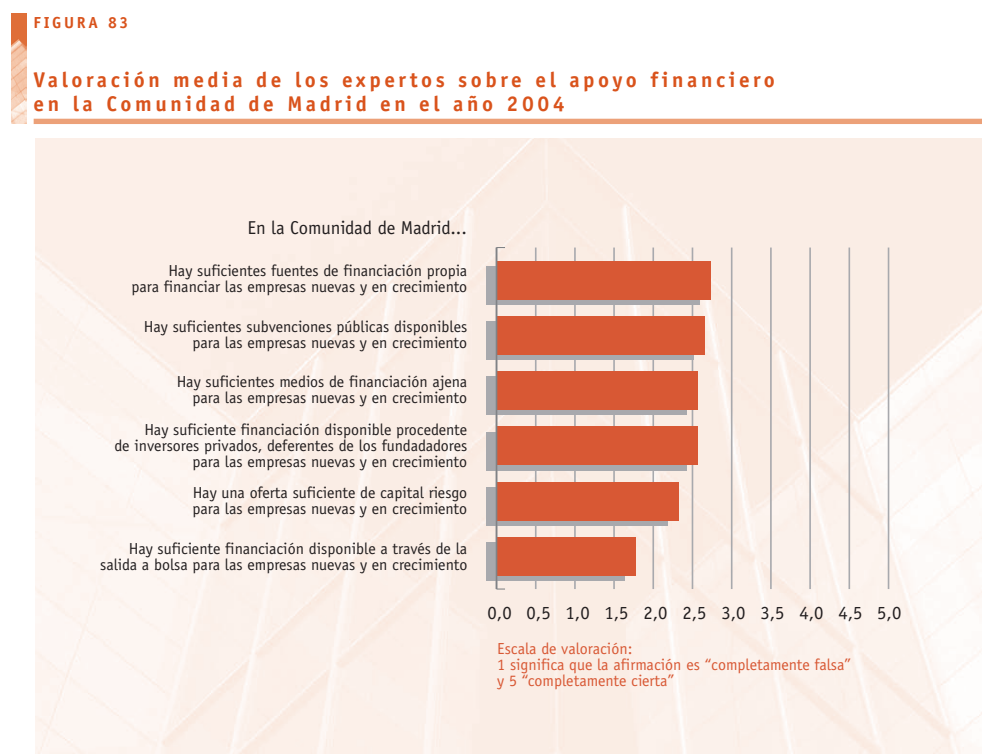
A continuación, se analizan detalladamente las condiciones de entorno. Así, en cada subapartado se especifican una síntesis de las repuestas, a las preguntas abiertas, de los expertos sobre las causas por las cuales cada condición de entorno está frenando o apoyando la actividad emprendedora en la región y se introducen un resumen de las recomendaciones expuestas por los expertos.

²¹ Ver informe Ejecutivo GEM España 2004, Instituto de empresa.

1. Apoyo financiero

Existe una respuesta generalizada acerca de la escasez de recursos financieros para apoyar la creación de empresas. Los expertos indican que los medios de financiación como la inversión privada, la financiación ajena, las subvenciones públicas y el capital riesgo no tienen una oferta suficiente como para cubrir las necesidades de los emprendedores.

En la **FIGURA 83**, se muestra la valoración media aportada por los expertos a cada afirmación sobre el apoyo financiero a la creación de empresas.



En opinión de los expertos, dentro del sistema de apoyo financiero existen elementos que están actuando como un obstáculo que frena la actividad emprendedora en la Comunidad de Madrid.

Las líneas o fórmulas financieras no están adaptadas a las necesidades y realidad de los emprendedores. El acceso a la financiación externa sin necesidad de aval o garantía es muy complicado. Tampoco, existe una cultura de apoyo al emprendedor ya que la creencia en las capacidades es éste son bajas.

El concepto de sociedad o fondo de capital riesgo no parece haber sido entendido. El capital riesgo inicia sus evaluaciones con inversiones excesivamente altas y apenas existe capital semilla para la consolidación de la empresas durante las primeras etapas.

El sistema de subvenciones de capital y otras ayudas está burocratizado y las exigencias de documentación y avales, así como los tiempos de pago, resultan excesivamente largos provocando su ineficiencia.

Por otro lado, los expertos señalan que existe una iniciativa por adaptar el sistema financiero mediante la puesta en marcha de medidas para paliar la escasez financiera como, por ejemplo los microcréditos, y junto con el estado actual de los tipos de interés está favoreciendo el endeudamiento del emprendedor y apoyando la creación de empresas en la Región madrileña.

Finalmente, entre las recomendaciones expuestas por los expertos para mejorar el actual sistema financiero proponen fomentar un cambio cultural y una auténtica asunción de riesgo por parte del conjunto de agentes públicos y privados. Incrementar los créditos blandos y el capital semilla y reducir los plazos de entrega de las subvenciones que apoyan la creación de empresas.

2. Políticas Gubernamentales

Desde diferentes esferas administrativas y de investigación se viene promoviendo el espíritu emprendedor como pieza clave de la competitividad, crecimiento económico y bienestar social. La Unión Europea en sus diversas instancias y cumbres está fomentando el debate y la inserción de este talante dentro de las agendas políticas tanto en materia de apoyo empresarial como en el marco de la educación.

La agenda pública lleva varios años considerando el apoyo a la creación de empresas como área estratégica, especialmente las empresas de base tecnológica²². Dicho apoyo se concreta principalmente en tres factores; entorno (con la creación de infraestructuras de soporte), estrategias (con el desarrollo de programas y servicios) y emprendedores (con el despliegue de acciones de formación y creación de un espíritu emprendedor con un tratamiento específico para colectivos de jóvenes, mujeres, desempleados, etc.).

Cabe aquí hacer referencia, sin profundizar en todos los existentes, a programas con el vivero virtual de empresas promovido por la Fundación para el Conocimiento Madri+d que en 2003 logró crear 14 nuevas empresas de base tecnológica (www.madrimasd.org) acciones de carácter europeo en las que participa la región de Madrid como el proyecto SPRING 2 (dentro del programa PAXIS), el Foro Gate2Growth o el ya finalizado proyecto PRIACES (Política Regional Integrada de Apoyo a la Investigación de Empresas Spin-Off); la iniciativa Madrinnova con sus apoyos a

²² En este caso, cabe resaltar el marco que ha supuesto la LOU (Art. 83) manifestando un propósito inequívoco para el fomento y promoción de la creación de empresas de base tecnológica que permitan la transferencia y aplicación de los resultados de investigación, contribuyendo así a la innovación y, por tanto, al bienestar social.

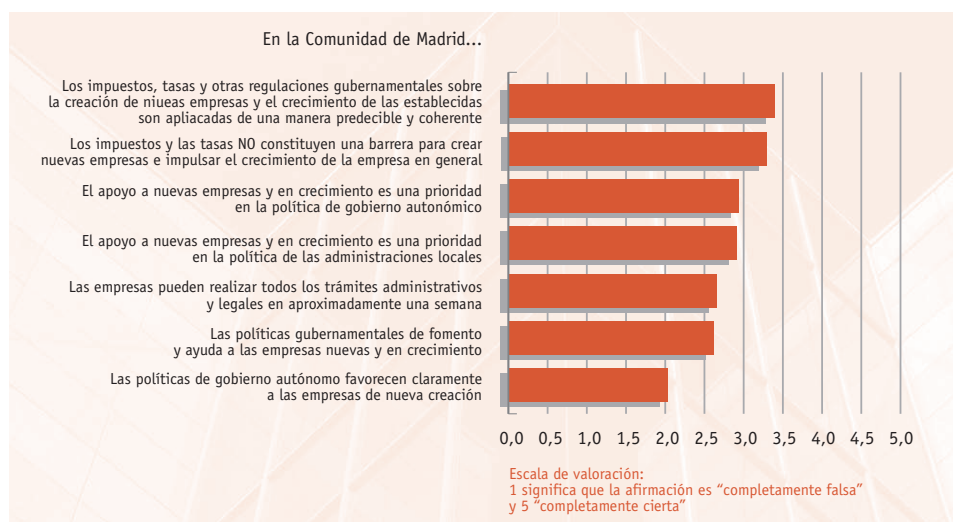
la creación de infraestructuras que apoyan y acogen nuevos proyectos empresariales, además del programa IDEAM como acción de apoyo a los emprendedores liderada por IMADE.

En el caso de las políticas gubernamentales, los expertos consideran que en el año 2004 los impuestos y tasa no constituyen una barrera para crear empresas y son aplicados de una manera predecible y coherente (ver **FIGURA 84**).

Por el contrario, los expertos estiman que el apoyo a la creación de empresas y el apoyo a la pyme no es percibido por los agentes económicos de la región como una prioridad en las políticas del gobierno autonómico y de las administraciones locales. Por esta razón, consideran que el fomento y el apoyo de dicha políticas no está resultando plenamente efectivo.

FIGURA 84

Valoración media de los expertos sobre las políticas gubernamentales en la Comunidad de Madrid en el año 2004



En este sentido, los expertos recomiendan que en el diseño de las acciones que desarrollen programas de fomento del espíritu emprendedor se concreten sus objetivos, con una apuesta decidida por los sistemas de información telemáticos. Estiman, asimismo, que puede percibirse una cierta acumulación de actuaciones en lugar de una verdadera política de apoyo a la creación de empresas. En el reciente V Foro de la PYME se consideró necesario desarrollar un gran plan del Emprendedor en la Comunidad de Madrid con la participación de las instituciones representativas de la región.

3. Programas Gubernamentales

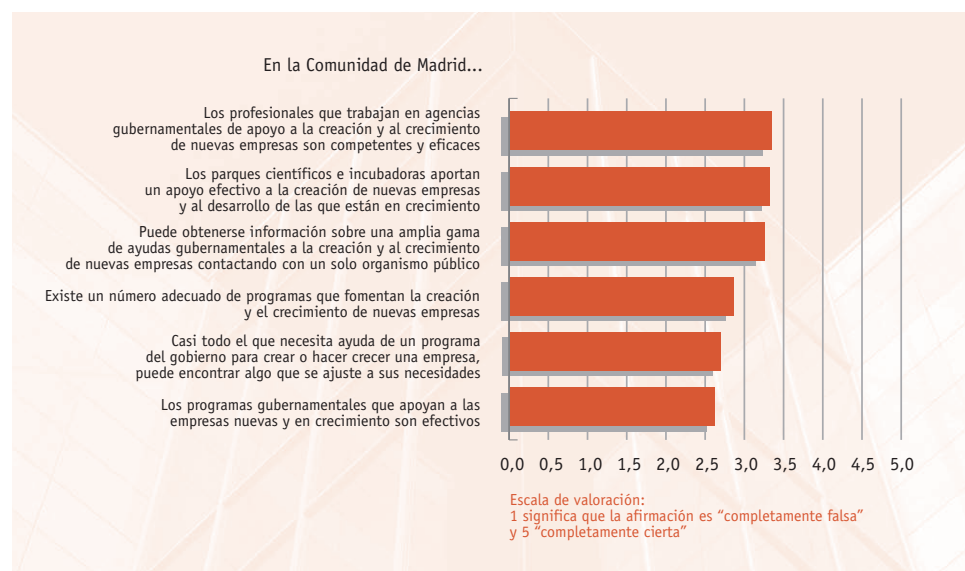
Los programas gubernamentales son el aspecto más debatido por los expertos. Gráficamente se refleja la existencia de una opinión difusa, es decir, los expertos consideran que no es "ni cierto

ni falso” que los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales, de apoyo a la creación de empresas, sean competentes y eficaces (ver **FIGURA 85**).

Igualmente, no es “ni cierto ni falso” la existencia de un único organismo público para obtener información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación de empresas o al desarrollo de las existentes o que los parques científicos e incubadoras estén aportando un apoyo afectivo a la creación de empresas.

FIGURA 85

Valoración media de los expertos sobre los programas gubernamentales en la Comunidad de Madrid, en el año 2004



Los expertos señalan que no existe un número adecuado de programas que fomenten la creación de empresas, algunos opinan que es necesario incrementar los programas y otros expresan que es necesario disminuir su número. También, los expertos estiman que los emprendedores que necesitan ayuda no encuentran algo que se ajuste a sus necesidades, dentro de un programa del gobierno. Y, por lo tanto, valoran que los programas gubernamentales no son efectivos (ver **FIGURA 85**).

Dentro de la actividad pública de fomento de creación de empresas es necesario incidir sobre ciertos elementos que dificultan la eficacia de los programas gubernamentales dirigidos a incrementar la vitalidad empresarial en la Comunidad de Madrid. Los expertos indican que ante el elevado número de actuaciones y la amplitud en su cobertura es necesario alcanzar una mayor coordinación de los programas gubernamentales entre todas las instituciones implicadas (conserjerías, ayuntamientos, ministerios, cámaras, asociaciones, etc.) porque sino estaremos ante una gestión de los recursos poco eficaz. Además, todavía existe mucha burocracia ya que se solicitan muchos requerimientos para tramitar por parte de los agentes públicos ante la falta de comunicación entre los mismos y la respuesta en las resoluciones de todos los trámites realizados es lenta.

Igualmente existen aspectos positivos en la intervención pública, realizada a través del desarrollo de los programas gubernamentales. En este sentido, los expertos destacan los procesos de modernización puestos en marcha en las administraciones públicas que paulatinamente están disminuyendo la burocracia. El esfuerzo por adaptar las actuaciones a las necesidades reales de la sociedad mediante el desarrollo de nuevas estrategias y programas públicos encaminados a la promoción de iniciativas que cubran todas las etapas del proceso de creación de empresas. También, los expertos reconocen la importancia de la continuidad de los programas públicos a largo plazo, así como la aparición de programas específicos para aquellos segmentos poblacionales que tiene mayores dificultades para acceder al proceso de creación de empresas.

De acuerdo con las opiniones expresadas, los expertos recomiendan algunas propuestas para mejorar como reforzar las instituciones públicas con más recursos humanos, continuar con el empeño por simplificar las labores administrativas mediante la introducción de criterios claros para realizar los trámites de creación de una empresa. Hacer extensiva la experiencia de la “Ventanilla Única Empresarial” para realizar todos procedimientos de tramitación de las empresas de nueva creación.

Mejorar la coordinación entre las instituciones, el gobierno regional y local, universidades y tejido empresarial, así como aunar los esfuerzos entre instituciones públicas y privadas para evitar los esfuerzos aislados “empujar todos en la misma dirección y evitar la dispersión”.

Realizar más campañas informativas sobre la creación de empresas y elaborar un mapa identificador de ayudas y pasos a seguir para crear una empresa, es decir, crear una única página web donde se informe homogéneamente de todas las instituciones, programas y ayudas.

Introducir servicios gratuitos de asesoramientos y tutorización durante los primeros años de la empresa e introducir más beneficios fiscales durante los primeros años.

4. Educación y formación en creación de empresas

Desde diferentes esferas administrativas y de investigación se viene promoviendo el espíritu emprendedor como pieza clave de la competitividad, crecimiento económico y bienestar social. La Unión Europea en sus diversas instancias y cumbres está fomentando el debate y la inserción de este talante dentro de las agendas políticas tanto en materia de apoyo empresarial como en el marco de la educación.

El valor de emprender se encuentra en el tránsito de tiempo y espacio existente entre el sistema educativo y el mercado laboral, no obstante, su incidencia está recayendo de forma casi completa en el lado del trabajo, quedando fuera del marco educativo.

El emprendizaje requiere de cualidades (iniciativa, confianza, creatividad, riesgo, etc.), habilidades sociales (cooperación, trabajo en equipo, liderazgo, etc.) y habilidades técnicas o de gestión para su correcto despliegue.

Así, la Ley Orgánica 10/2002, de 23 de diciembre, de Calidad de la Educación recoge, por primera vez, una referencia expresa al espíritu emprendedor.

Sin embargo, la sociedad española demuestra una preferencia por el trabajo por cuenta ajena, ya que el sistema educativo no ha ingresado el fomento del espíritu emprendedor en sus planes de estudio, poniéndose de manifiesto una clara discordancia entre el mundo académico y las competencias demandadas por el mercado laboral.

Entre los expertos existe una sensibilidad generalizada hacia la necesidad de formar al emprendedor como paso previo a la creación de su empresa. No obstante, la formación sobre la creación empresarial desde la educación primaria, secundaria, universitaria y la formación profesional (FP) ayudan no sólo a conseguir las cualidades necesarias para gestionar y dirigir una empresa si no, también, para generar una cultura emprendedora y el reconocimiento y aceptación de la figura del empresario.

En la **FIGURA 86**, los expertos valoran la educación y formación sobre proceso de creación de empresas dentro de la Comunidad de Madrid. Así, salvo para los estudios universitarios en Administración de Empresas, los expertos indican la escasa educación y formación tanto en los valores del espíritu emprendedor, como en los conocimientos sobre los principios de una economía de mercado.

FIGURA 86

Valoración media de los expertos sobre los programas gubernamentales en la Comunidad de Madrid, en el año 2004



Concretamente, los expertos apuntan los siguientes aspectos como elementos del sistema educativo que están obstaculizando la creación de empresas en la región, la carencia de valores culturales del espíritu emprendedor, ni tampoco habilidades empresariales en los planes educativos de la enseñanza primaria, secundaria y universitaria, lo que supone un desconocimiento generalizado de las oportunidades que brinda el emprendizaje. En general, la necesidad de definir una política de fomento a la creación de empresas dentro de los contenidos académicos.

Para suplir esta carencia los expertos recomiendan reformar el sistema educativo y mejorar los planes educativos de forma que durante el periodo de enseñanza primaria se estimulen valores y hábitos como la creatividad, la confianza y la iniciativa personal, mediante juegos didácticos y concursos. Durante la enseñanza secundaria se desarrollen las habilidades y capacidades para la toma de decisiones y conocimientos sobre las políticas industriales y empresariales con un enfoque europeo. Posteriormente, en la etapa de educación superior fomentar el trabajo en equipo y el desarrollo de un espíritu innovador. Acciones que renovará la consireación social de la figura del empresario.

5. Transferencia de conocimientos e I+D

En la Comunidad de Madrid, los expertos expresan que la ciencia y tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas, aunque no existe un apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas, a través de la creación de empresas (ver **FIGURA 87**).

FIGURA 87

Valoración media de los expertos sobre la transferencia de conocimiento y de I+D en la Comunidad de Madrid, en el año 2004



A su vez, los expertos consideran que el acceso a las nuevas tecnologías no parece ser el mismo entre las empresas nuevas y las establecidas y, en general, las empresas no se pueden costear las últimas tecnologías. Y las ayudas y subvenciones, para adquirir dicha tecnología, no son suficientes y adecuadas.

Según la opinión de los expertos, la transferencia de conocimientos y la I+D no ha sido valorada como uno de los principales obstáculos de la creación de empresas en la Comunidad de Madrid, pero tampoco ha destacado por tener un papel relevante como apoyo actividad emprendedora en la Comunidad de Madrid, durante el año 2004. Por ello, a pesar de la concentración de actividades investigadoras de las universidades y centros de investigación y la existencia una base científica de I+D, destacan que en la Comunidad de Madrid los resultados de la transferencia de conocimientos y tecnología no son los esperados. Es más, apuntan la falta de conexión universidad-empresa y de un sistema de cooperación entre empresarios e investigadores.

Por otro lado, los expertos creen conveniente potenciar los parques científicos, tecnológicos, viveros de empresas y centros de emprendedores como espacios para la creación de empresas y de orientación y asesoramiento para consolidar las actividades empresariales generadas. Además, consideran que los parques científicos y tecnológicos deben servir como punto de conexión entre la universidad-empresa y ayudar a utilizar la capacidad tecno-científica de la Comunidad de Madrid. Algún experto mencionó la posibilidad de crear una estructura pública-privada de gestión de proyectos de alta tecnología.

6. Normas culturales y sociales

En general, la sociedad de la Comunidad de Madrid necesita promover e impulsar el espíritu emprendedor e innovador entre todos los sus agentes. Según los expertos, las actuales normas sociales no estimulan la creatividad, la innovación y la asunción de riesgo empresarial. Tampoco, enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal. Pero sí parece que existe un cierto grado de reconocimiento del éxito individual. Finalmente, para los expertos no resulta evidente que las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo, más que la comunidad, el responsable de gestionar su propia vida (ver **FIGURA 88**)

La falta de espíritu emprendedor ha sido considerada como un obstáculo a la creación de empresas durante el año 2004. Así, los expertos destacan la falta de cultura emprendedora en todos los estamentos sociales y la consideración social del empresario, siendo esta poco favorecedora. Esta situación, refleja la escasa capacidad de los individuos para asumir riesgos y optar por la creación de empresas como una opción profesional. El miedo al fracaso impide la creación de empresas.

FIGURA 88

Valoración media de los expertos sobre las normas culturales y sociales en la Comunidad de Madrid, en el año 2004



Los expertos proponen el estímulo del espíritu emprendedor a través de varias vías. Por un lado, la introducción de valores culturales como la creatividad, la asunción de riesgos desde las primeras etapas del proceso educativo hasta la educación superior. Por otro, promocionar el espíritu emprendedor a través de las acciones de difusión (charlas, jornadas, programas de formación) para concienciar a las personas sobre la creación de empresas como vía de desarrollo profesional. Difundir y reconocer el conjunto de actividades y actuaciones realizadas por todos los agentes implicados en el apoyo y fomento de la actividad emprendedora.

7. Acceso a infraestructuras comerciales y profesionales

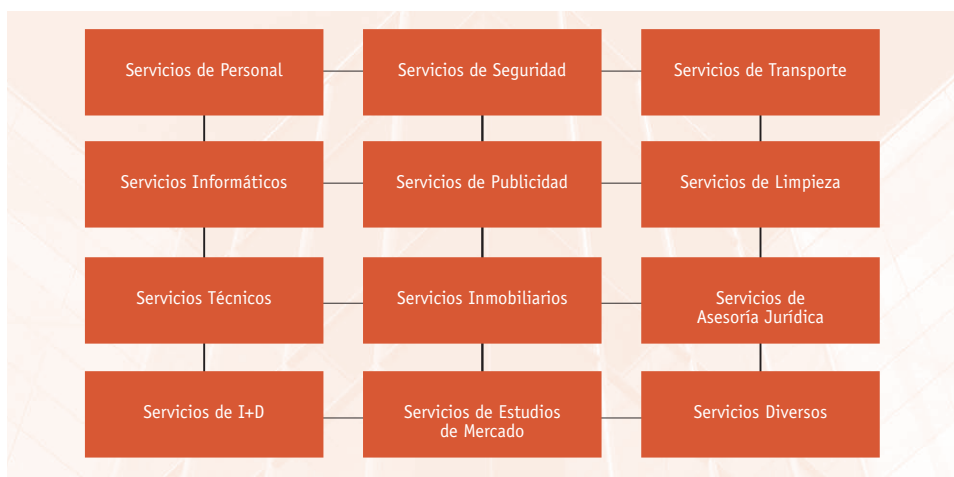
La estructura productiva de la Comunidad de Madrid se caracteriza por el importante peso del sector terciario a todos los niveles (contribución económica, de empleo, etc.). Así, Madrid se convierte en la capital española de los servicios a empresas, actividad que, como input intermedio, influye decisivamente en la capacidad competitiva de la región.

Este sector representa el carácter de concentración empresarial que se produce en Madrid, actuando como imbricador de las relaciones económicas entre diferentes áreas de actividad.

Para clarificar el alcance de este tipo de servicios la FIGURA 89 se presenta un ejemplo de tareas que lo delimitan, desplegando un doble efecto muy relevante para el proyecto GEM, por un lado, el impacto en la creación de empresas dentro del sector, y por otro, el efecto facilitador (como oferta específica) para la creación de organizaciones en cualquier tipo de área.

FIGURA 89

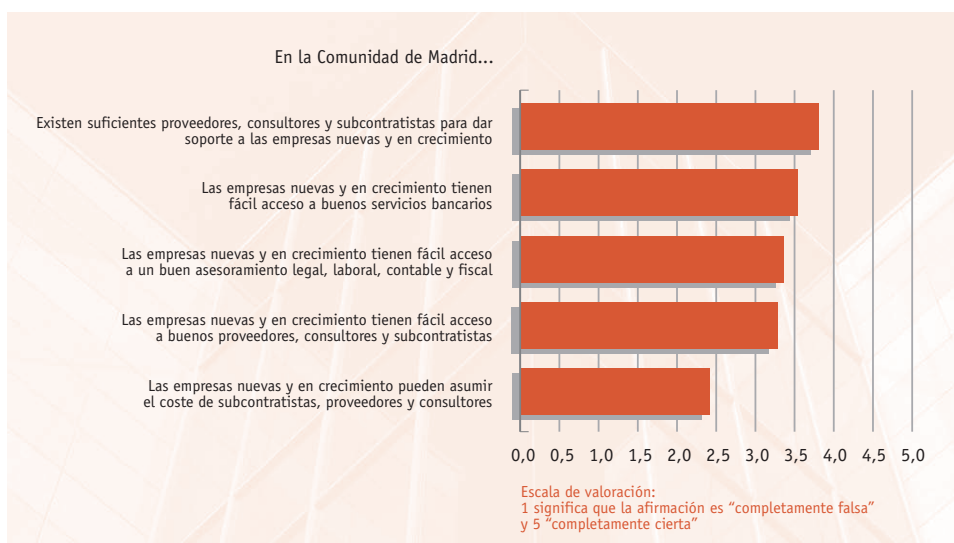
Alcance del sector servicios a empresas



La región de Madrid ostenta un importante grupo de profesionales para facilitar el proceso de creación de empresas. Por ello, los expertos reconocen que existen suficientes servicios de profesionales de consultores, proveedores y subcontratistas para dar soporte a la pymes y que tienen fácil acceso tanto a buenos servicios profesionales como servicios bancarios. Sin embargo, los expertos matizan que no todas las empresas pueden asumir los costes de dichos servicios (ver FIGURA 90).

FIGURA 90

Valoración media de los expertos sobre el acceso a infraestructuras comerciales y profesionales en la Comunidad de Madrid, en el año 2004



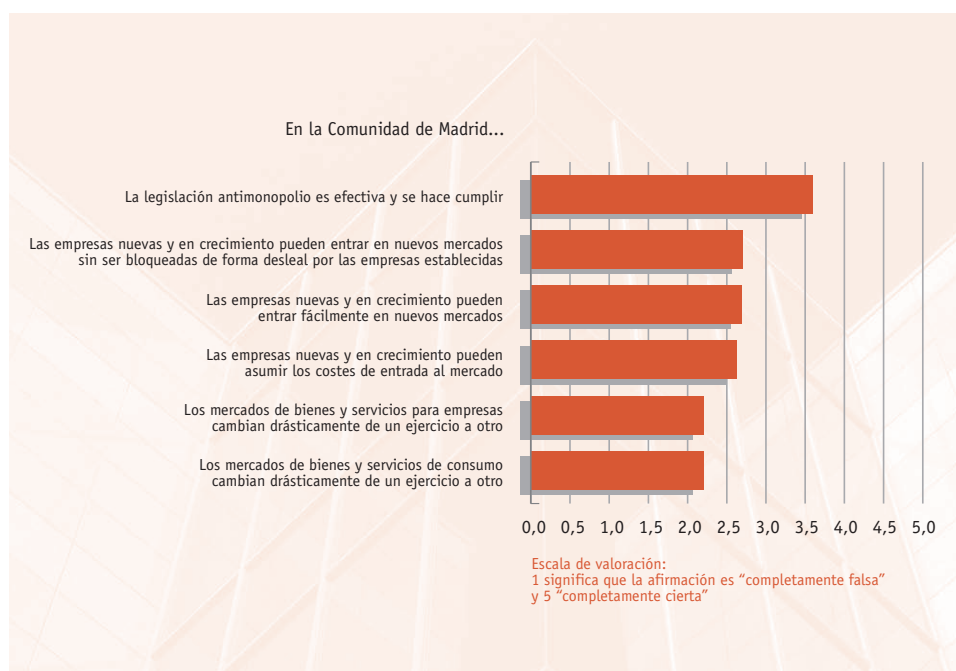
Cabe destacar algunas recomendaciones propuestas por los expertos como el fomento del asesoramiento a los emprendedores de empresas de base tecnológica durante los primeros años de la empresa. Introducción de gestores profesionales con experiencia empresarial, orientados a la ejecución de los proyectos y capaces de gestionar, con criterios de rentabilidad, cualquier nueva iniciativa. Fomentar el asociacionismo empresarial como medio para transferir los conocimientos profesionales y empresariales y para obtener reducción de costes por operaciones comunes, etc. Introducir subvenciones de consultaría para los mejores proyectos empresariales de forma que los emprendedores cuenten con apoyo cualificado durante sus primeros pasos.

8. Apertura y comportamiento del mercado interno

Según los expertos, los mercados de bienes y servicios de consumo y de bienes y servicios para empresas no muestran una tendencia a cambiar drásticamente de un ejercicio para otro. Por otro lado, se valora positivamente la efectividad de la legislación antimonopolio y su cumplimiento. No obstante, en opinión de los expertos, las empresas no pueden entrar fácilmente en nuevos mercados, ni asumir los costes de entrada al mismo y son bloqueadas por las empresas establecidas (ver FIGURA 91).

FIGURA 91

Valoración media de los expertos sobre el grado de apertura y comportamiento del mercado interno en la Comunidad de Madrid, en el año 2004

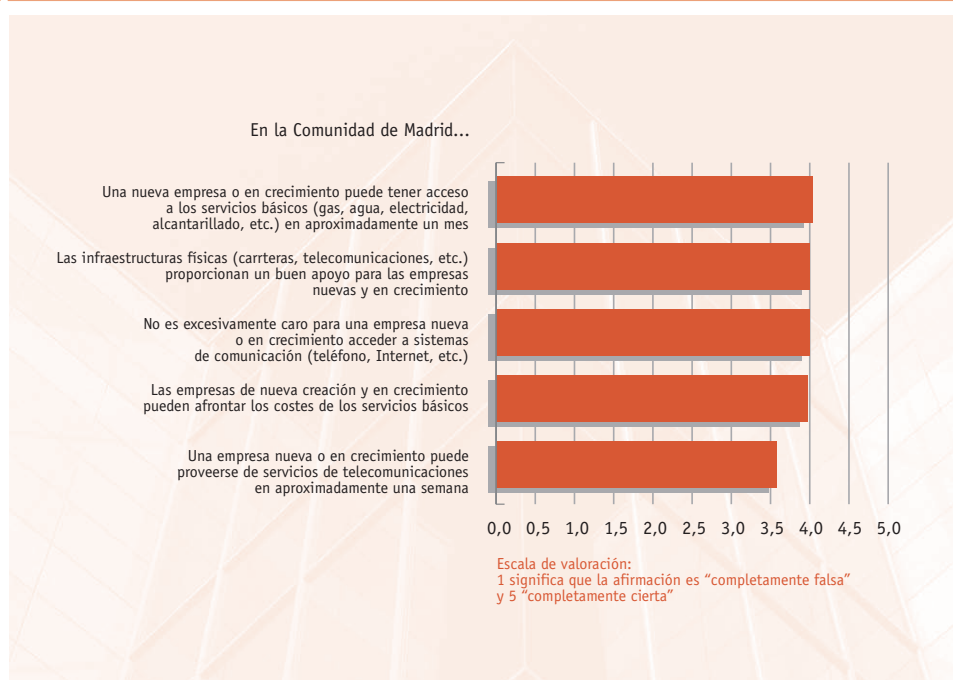


9. Acceso a infraestructuras físicas

La Comunidad de Madrid posee una excelente infraestructura viaria, así como de una infraestructura de telecomunicaciones y de dotación de servicios básicos que contribuyen a fortalecer la actividad productiva de las empresas. En la **FIGURA 92**, los expertos opinan que este conjunto de infraestructuras proporcionan un buen apoyo para fomentar la creación de empresas en esta región. Además, las empresas pueden proveerse de servicios básicos (agua, gas, electricidad, etc.) en aproximadamente un mes y de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana. Y al contrario que en los servicios profesionales, las empresas sí pueden asumir los costes de los servicios básicos y de telecomunicaciones.

FIGURA 92

Valoración media de los expertos sobre el acceso a las infraestructuras físicas en la Comunidad de Madrid, en el año 2004



A pesar del buen estado de las infraestructuras físicas, los expertos manifiestan la necesidad de continuar con los esfuerzos por mantener y modernizar físicas infraestructuras así como aquellas incorporar las mejoras de la sociedad de la información, aspectos fundamentales para el desarrollo de empresas competitivas.

anexo I

BIBLIOGRAFÍA

gem



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID

- Arundel, Anthony (2004): "IB RESULTS". *Trend Chart Statistical Papers Series*. December 15, 34 p.
<http://trendchart.cordis.lu/scoreboards/scoreboard2004/pdf/innobarometer%202004_MERIT%20analysis.pdf>
- Begley, T. M.; Tan, W. L.; Schoch, H. (2005): "Politico-Economic Factors Associated with Interest in Starting a Business: A Multi- Country Study". *Entrepreneurship theory and practice*, vol. 29, nº 1, pp. 35-55.
<<http://www.blackwell-synergy.com/doi/pdf/10.1111/j.1540-6520.2005.00068.x>>
- Bueno, E.; Merino, C. (2005): "Servicios de apoyo a la innovación en los Parques Científicos y Tecnológicos: La gestión de los activos intangibles". En: Parques Científicos y Tecnológicos y Universidades en el Sistema de Incubación de Empresas de Base Tecnológica, Málaga, próxima publicación.
- Bueno, E; Merino, C. (2005): "El capital intelectual y la creación de empresas en la Sociedad del Conocimiento", Congreso ACEDE, 2005. La Laguna. (en evaluación)
- Bueno, E.; Ordóñez, P. (Eds.) (2004): "Innovation and learning in the knowledge-based economy: challenges for the firm". *International Journal of Technology Management*, Vol. 17, Nº 6/7, pp. 531-532.
- Bueno, E. (2003): "El reto de emprender en la sociedad del conocimiento: el capital de emprendizaje como dinamizador del capital intelectual". En: Genescá, E. et al. (Eds.): *Creación de Empresas: homenaje al profesor José María Veciana Vergés*, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, pp. 251-266.
- Bueno, E. (2002): "Globalización, sociedad red y competencia. Hacia un nuevo modelo de empresa". *Revista de Economía Mundial*, Nº 7, pp. 23-37.
- Bueno, E. (2002): "La sociedad del conocimiento: un nuevo espacio de aprendizaje de las personas y organizaciones". *Revista valenciana d'estudis autonòmics*, Nº 37, pp. 21-42.
- Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España; Fundación INCYDE (2001): *La Creación de Empresas en España: Análisis por Regiones y Sectores*, Servicio de Estudios de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España, Madrid.
<https://www.camaras.org/publicado/CSCExtranet/repositorio/estudios/pdf/otras_pub/crea_emp/creacion.pdf>
- Consejo Superior de Cámaras de Comercio (2005): *Espíritu Empresarial en España, Europa y Estados Unidos*, Servicio de Estudios del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Madrid.
<https://www.camaras.org/publicado/CSCExtranet/repositorio/estudios/pdf/otras_pub/esp_emp05.pdf>
- CEPYME (2004): "Informe sobre la estructura empresarial española". Madrid, mayo 2004. Fuente: DIRCE 2003. (Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa). 29 p.
<<http://www.cepyme.es/docu/DIRCE03.pdf>>
- Comisión Europea (2003): *European Innovation Scoreboard. Technical Paper No 3: Regional innovation performances*, November 28. Enterprise Directorate-General, Brussels. A publication from the Innovation/SMEs Programme. 36 p.
<http://trendchart.cordis.lu/scoreboards/scoreboard2003/pdf/eis_2003_tp3_regional_innovation.pdf>

Comisión europea (2005): *Libro verde de la innovación*. Diciembre. 87 p. ES/13/95/55220800.P00 (FR) aq/rc

<http://www.madrimasd.org/proyectoseuropeos/documentos/doc/Libro_verde_innovacion.pdf>

Comisión para la elaboración de la Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral de España (2005): *Memoria sobre la situación socioeconómica y laboral de España 2004: propuesta. Capítulo I: Panorama Económico*. Consejo Económico y Social, Madrid. 31 de mayo. 185 p.

<<http://www.ces.es/turcana/servlet/noxml?id=CesColContenido%20M01117633930875~S2553769~Nmemoria%202004.pdf&mime=application/pdf>>

Consejería de Cultura y Deportes de la Comunidad de Madrid (2004): *Estudio sobre hábitos de lectura en la Comunidad de Madrid*. Comunidad de Madrid. Consejería de Cultura y Deportes de la Comunidad de Madrid. 27 p.

<<http://gestion.madrid.org/bpcm/descargas/habitoslectura.pdf>>

Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid; Universidad Antonio de Nebrija (2005): *La Comunidad de Madrid horizonte 2015: informe de síntesis*. Madrid, diciembre de 2004. 98 p.

<<http://www.nebrija.com/prospectiva-madrid-2014/documentos-prospectiva/sintesis.pdf>>

Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid (2004): *Conclusiones de las Jornadas de Trabajo del Foro PYME Madrileña*. Madrid, 96 p.

Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid; Agencia Financiera de Madrid (2003): *Agencia financiera de Madrid: Memoria de actuaciones 2002*. Madrid, 60 p.

<www.madrid.org/ceconomia/financiera/actuaciones_2002.pdf>

Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid (2004): *Panorama laboral 2004: informe final*, Diciembre, 58 p.

<http://www.madrid.org/staticFiles/site_102822357/cit_13710/Panorama_laboral_2004.pdf>

COTEC (2004): *El sistema español de innovación: situación en 2004. Libro blanco*. Coedición realizada por el Departamento de Ciencia, Tecnología y Universidad del Gobierno de Aragón y el Instituto Tecnológico de Aragón. Julio.

<<http://www.cotec.es/publica/informes/LibroBlanco2004.html>>

De la Vega, I., Coduras, A., Justo, R. y Cruz, C. (2005): *Global Entrepreneurship Monitor, "Informe Ejecutivo GEM España 2004"*, Instituto de la Empresa. Madrid, 135p.

Dirección General de Economía de la Comunidad de Madrid (2005): *Sociedades mercantiles [Notas de difusión mensuales]*, febrero, 14 de abril, [3 p.]

Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa (2005): *Estadísticas SLNE 14042005*. 14/04/2005. 5 p.

<<http://www.ipyme.org/estadisticas/Estadisticas%20SLNE.pdf>>

EDIS (2001): *Datos y cifras de la mujer en Madrid*. Área de Promoción de la Igualdad y Empleo del Ayuntamiento de Madrid, Madrid, 261 p. [Presentación del libro "Datos y cifras de la mujer en Madrid"]

EOS Gallup Europe (2004): "Entrepreneurship". *Flash Eurobarometer*, n° 160, June.

<http://europa.eu.int/comm/public_opinion/flash/fl160_en.pdf>

EOS Gallup Europe (2004): "Innobarometer 2004". *Flash Eurobarometer*, n° 164. November .

<http://europa.eu.int/comm/public_opinion/flash/fl164_en.pdf>

HISPALINK (2004): "Modelización regional integrada". *Spanish regional economic Outlook = Situación actual y perspectivas de las regiones de España: Informe semestral*, junio, n° 18, 58 p.

<https://www.camaras.org/publicado/CSCExtranet/repositorio/estudios/pdf/publicaciones/Hispalink_inf_junio2004.pdf>

ICO (2004): "Situación Económica de Comunidad de Madrid". *Notas de Economía Regional*. 22 de enero, 15 p.

<<http://www.ico.es/web/resources/00016517attachment.pdf>>

INE (2004): "Estructura y Demografía Empresarial. Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 de enero de 2004". *Notas de prensa INE*. 11 de agosto. 4 p.

<<http://www.ine.es/prensa/np340.pdf>>

INE (2004): "Estadística sobre actividades en I+D 2003. Resultados provisionales". *Notas de prensa INE*. 25 de noviembre. 4 p.

<<http://www.ine.es/prensa/np349.pdf>>

Maria Minniti, Pia Arenius, Nan Langowitz (2005): *Global Entrepreneurship Monitor, "2004 Report on Women and Entrepreneurship"*, Babson College y London Business School, 44p.

<<http://www.gemconsortium.org/>>

Martí Pellón, J. (2001): *El capital riesgo en la Comunidad de Madrid: 1991 – 2000*. Consejería de Economía e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid y Agencia Financiera de Madrid. Madrid, 248p.

<http://www.webcapitalriesgo.com/download/Ficheros_I.htm>

Martí Pellón, J., Salas de la Hera, M., y Alférez, A. (2004): "Informe ASCRI 2004: Capital Riesgo & Private Equity en España", Madrid, 48p.

<[http://www.ascrri.org/ASCRri/ASCRriDocs.nsf/b08ef6f953e97176c125685600006cc2/209dd8cd3f09e3f5c1256d2e0034dec5/\\$FILE/informeASCRri2004.pdf](http://www.ascrri.org/ASCRri/ASCRriDocs.nsf/b08ef6f953e97176c125685600006cc2/209dd8cd3f09e3f5c1256d2e0034dec5/$FILE/informeASCRri2004.pdf)>

Martí Pellón, J. (2004): *El capital riesgo en España*, Primer semestre 2004. [Notas de difusión semestral], Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 43p.

<<http://www.webcapitalriesgo.com/>>

Martí Pellón, J., Salas de la Hera, M., y Alférez, A. (2005): "Informe ASCRI 2005: Capital Riesgo & Private Equity en España", Madrid, 48p.

<[http://www.ascrri.org/ASCRri/ASCRriDocs.nsf/b08ef6f953e97176c125685600006cc2/eb7edb762576c973c1256fe003828e5/\\$FILE/Informe%20ASCRri%20CR%20y%20PE%202005%20_version%20pdf.pdf](http://www.ascrri.org/ASCRri/ASCRriDocs.nsf/b08ef6f953e97176c125685600006cc2/eb7edb762576c973c1256fe003828e5/$FILE/Informe%20ASCRri%20CR%20y%20PE%202005%20_version%20pdf.pdf)>

Merino, C. (2004): *Gestión de la información y del capital intelectual, propuesta de un modelo integrador: el modelo INFOCAP*. Tesis doctoral.

Observatorio de la Fundación Sagardoy (2005): "Tercera parte: la conciliación de la vida laboral y familiar en la negociación colectiva en la Comunidad de Madrid". En: *Informe 2004 del Observatorio de la Fundación Sagardoy sobre Conciliación trabajo/familia*, pp. 177-240.
<http://www.madrid.org/staticFiles/site_102822357/cit_13710/14-Informe-observatorio.pdf>

Observatorio ocupacional, Dirección Provincial de Madrid (2004): *Informe del mercado de trabajo: Madrid 2003*. 26 p.
<<http://www2.inem.es/Observatorio/Observatorio/Publicaciones/InfEmpPROV/A2004/IMT%20madrid%202003.pdf>>

Pacheco Bello; Myrna; Benyakhlef Dominguez, Myriam; Calero Medina, Clara (coord.); Modrego Rico, Aurélia; Torres, M^a Dolores de (col.) (1999): "Generación de Conocimiento e Innovación Empresarial: 21 experiencias en la región de Madrid". *Colecciones madri+d*. Dirección General de Investigación de la Comunidad de Madrid, Madrid. 122 p.
<http://www.madrimasd.org/informacionidi/biblioteca/publicacion/doc/generacion_conocimiento.pdf>

Pia Arenius, Zoltan J. Acs, Michael Hay y Maria Minniti (2005): *Global Entrepreneurship Monitor, "2004 Executive Report*. Babson College y London Business School. London, 52p.
<<http://www.gemconsortium.org/document.asp?id=364>>

Plaz, R.; González, N. (2004): "La Gestión del Conocimiento Organizativo: Dinámicas de agregación de valor en la organización". *Economía Industrial*, N° monográfico, próxima publicación.

Pulido, Antonio; Ros, José Luís; Braña, Francisco Javier; Dones, Milagros; López, Ana (2004): *Situación y predicción de la Economía madrileña*. Instituto L. R. Klein – Centro Stone, Madrid. Diciembre, 121 p.
<http://www.ceprede.com/forest/pdf/Situacion_y_prediccion_de_la_economia_madrilena.pdf>

Red IRE (2004): "Innovación en el sector servicios". *Innovación regional en Europa*, n° 7, diciembre. 8 p.
<<http://www.innovating-regions.org/download/IRE%207-ES.pdf?CFID=34174&CFTOKEN=95198836>>

Rodríguez Pomedá, J. (2001): "Aprendizaje organizativo y nueva economía: hacia la frontera del conocimiento en dirección y organización de empresas". *Madri+d*, N° 1, pp. 67-88.

Universidad Autónoma de Madrid (2004): *Panorama laboral de la Comunidad de Madrid: informe: Análisis económico de los principales fenómenos ocurridos en el mercado de trabajo en la Comunidad de Madrid durante 2004 y previsiones de empleo para 2005*. Comunidad de Madrid, Consejería de Empleo y Mujer, Dirección General de Empleo, Noviembre. 327 p.
<http://www.madrid.org/staticFiles/site_102822357/cit_13710/PL_UAM.pdf>

William D. Bygrave y Stephen A. Hunt (2005): *Global Entrepreneurship Monitor, "2004 Financing Report"*. Babson College y London Business School, 35p.
<<http://www.gemconsortium.org/document.asp?id=365>>

L. R. Klein (2004): *Tendencias: Informe de dirección*. núm. 44, 10 marzo. 6 p.
<<http://www.uam.es/otroscentros/klein/index2.htm>>

L. R. Klein (2004): *Tendencias: Informe de dirección*. núm. 45, junio. 6 p.
<<http://www.uam.es/otroscentros/klein/index2.htm>>

L. R. Klein (2004): *Tendencias: Informe de dirección*. núm. 46, septiembre. 6 p.
<<http://www.uam.es/otroscentros/klein/index2.htm>>

L. R. Klein (2004): *Tendencias: Informe de dirección*. núm. 47, diciembre. 6 p.
<<http://www.uam.es/otroscentros/klein/index2.htm>>

anexo II

RELACIÓN DE AUTORES DEL INFORME GEM 2004
DE LA COMUNIDAD DE MADRID

gem



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID

Coordinador del Proyecto: **Eduardo Bueno Campos**
(eduardo.bueno@uam.es)

Catedrático de Economía de la Empresa (Área de Organización de Empresas) en la Universidad Autónoma de Madrid (UAM), Doctor en Ciencias Económicas, Codirector del Parque Científico de Madrid y Director del Instituto Universitario de Investigación de Administración del Conocimiento e Innovación de Empresas (IADE) y de su Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento (CIC).

Investigador principal: **Carlos Merino Moreno**
(carlos.merino@uam.es)

Licenciado en Administración de Empresas y Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad Carlos III de Madrid. Doctor en Organización de Empresas por la Universidad Autónoma de Madrid y profesor de esta universidad. Actualmente, es investigador y coordinador de Investigación del I.U. IADE y coordinador de los servicios de innovación del Parque Científico de Madrid.

Investigador principal: **Lidia Villar Mártel**
(lidia.villar@uam.es)

Licenciada en Ciencias Económicas por la Universidad Autónoma de Madrid (UAM), Doctorando en Contabilidad y Organización de empresas de la UAM. Actualmente es investigadora del Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento (CIC) del Instituto Universitario de Investigación IADE.

Investigador asociado: **Miguel Palacios**
(mipalacios@etsii.upm.es)

Ingeniero Industrial por la UPM, Master en Electrónica por la Ecole Centrale Paris y MBA por el MIT Sloan School of Management. Actualmente profesor asociado de Administración de Empresas de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales (E.T.S.I.I.) de la Universidad Politécnica de Madrid (U.P.M.).

Investigador asociado: **Tindaro del Val**
(tval@etsii.upm.es)

Ingeniero Industrial por la UPM, especialidad en Organización Industrial. Realización del último año de estudios en Grenoble (Francia), dentro del programa Erasmus. Actualmente es responsable de marketing en la Competición de Creación de Empresas Actúaupm (financiada por la U.P.M.).

anexo III

INFORME SOBRE LA ACTIVIDAD DE LAS EMPRESAS
DE BASE TECNOLÓGICA DEL CENTRO DE
EMPRENDEDORES DE BASE TECNOLÓGICA (CEBT)

gem



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID

El análisis del fenómeno emprendedor no solamente tiene significado desde la óptica de su percepción social, sino que se vincula con el estudio de la realidad acotada a la muestra específica de los emprendedores, considerando la especial relevancia de aquellos que pretenden la creación de empresas de base tecnológica dado su potencial e impacto en la competitividad regional.

De esta forma, el equipo de coordinación del proyecto GEM ha acordado con el Sistema Madri+d, dentro del marco de apoyo institucional formalizado, la posibilidad de complementar el informe GEM con diferentes resultados de estudios concretos realizados de la dinámica de actividades especialmente del Centro de Emprendedores de Base Tecnológica (CEBT) como iniciativa ya consolidada dentro de la estrategia del Plan Regional de Investigación Científica e Innovación Tecnológica de la Comunidad de Madrid.

En este caso, a finales de 2004 se concluyó un trabajo de campo específico relacionado los emprendedores vinculados con el CEBT y que sin duda reportan un valor añadido importante para su configuración como anexo del informe GEM.

1. Introducción

Desde su creación, en enero de 2000, el CEBT (antiguo Vivero Virtual de la Comunidad de Madrid) ha trabajado con numerosos proyectos que han descrito situaciones y realidades distintas, según el caso. Por esta razón, y siguiendo con la línea de trabajo del CEBT, se ha propuesto poner en marcha un sistema de seguimiento periódico de los proyectos, tratando de detectar aquellos factores que puedan influir en la evolución de los mismos.

2. Metodología de la encuesta

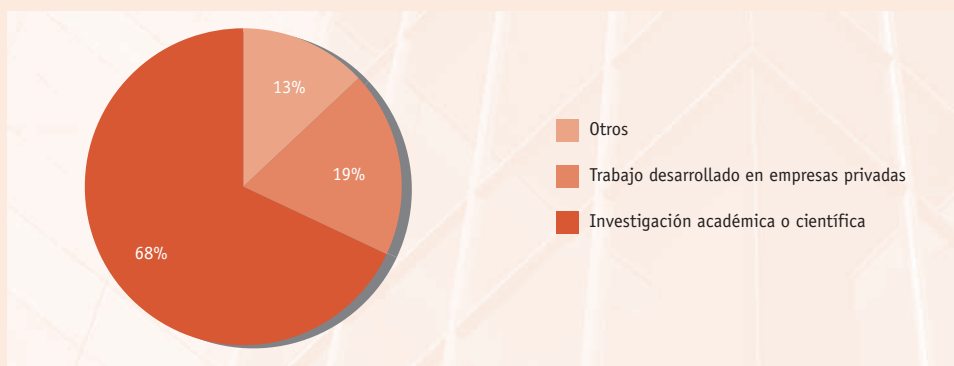
- a) Público objetivo. La encuesta iba dirigida a todos los emprendedores que hayan pasado por el CEBT, haciendo especial hincapié en aquellos que están actualmente dirigiendo su empresa.
- b) Estructura. La encuesta se estructuró en tres bloques claramente diferenciados que trataron de recopilar información relevante de cada una de las variables que hayan podido intervenir en el proceso y evolución del proyecto o de la compañía.
 - El primer bloque se centró en los antecedentes del proyecto. En esta sección se trató de recopilar información acerca del:
 - Origen del proyecto.
 - Número de socios.
 - Capital invertido y origen del capital.
 - Elementos influyentes en la evolución del proyecto.
 - El segundo bloque, denominado actividad empresarial, trató de recopilar información sobre la situación actual de la compañía, como:
 - La actividad que desarrolla la empresa.
 - El personal que la conforma.
 - Los principales obstáculos que ha tenido durante los primeros años.
 - Destino de los recursos financieros.
 - En el último, denominado perspectivas, se preguntó acerca de:
 - La estrategia de la empresa.
 - Las necesidades futuras para el desarrollo de la empresa.

Además, se sondeó acerca de los servicios que serían más interesantes para las compañías. Todo el proceso se concretó en el envío de 53 cuestionarios recibiendo 28 respuestas.

3. Resultados

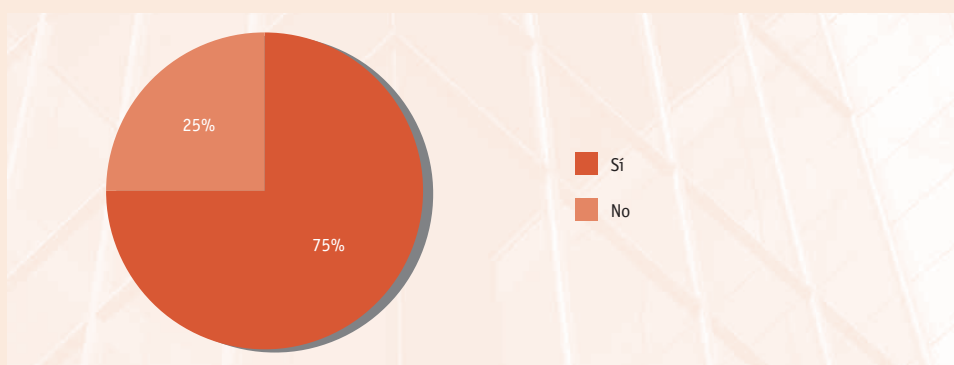
Bloque A. Antecedentes

Origen de la idea empresarial

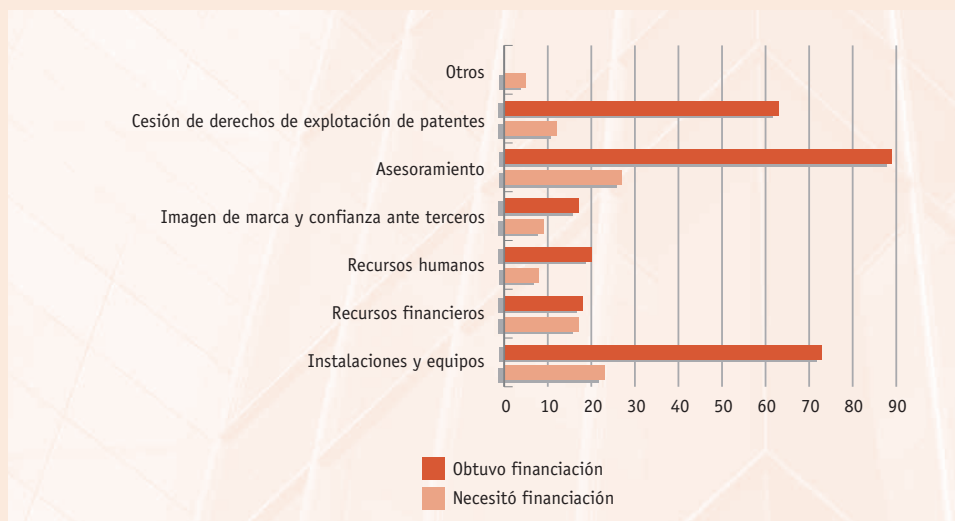


El 68% de los proyectos han surgido de investigaciones académicas o científicas.
El 19% proceden de trabajos desarrollados en empresas privadas.

¿El proyecto empresarial requería de apoyo institucional?

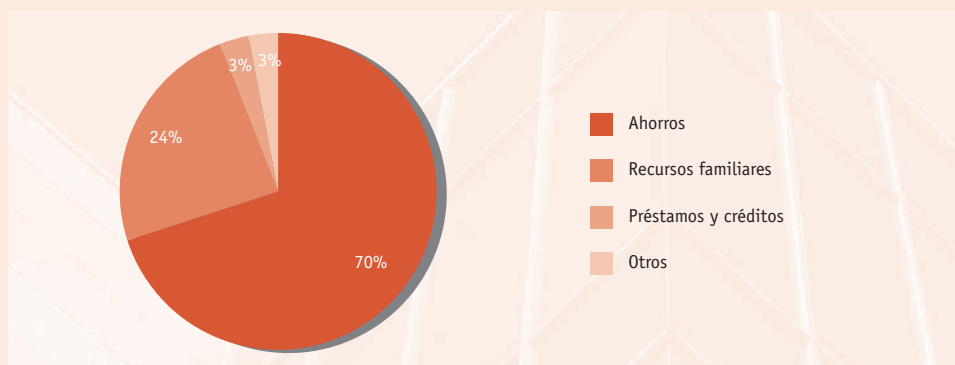


Tipo de apoyo institucional requerido por las empresas



El 75% de los proyectos requerían de apoyo institucional previo, fundamentalmente del tipo de asesoramiento (27%), instalaciones y equipos (23%) y recursos financieros (17%), siendo el asesoramiento el que se obtuvo con mayor frecuencia (89%).

Origen del capital de entrada



En número medio de socios que iniciaron el proyecto fue de 4 personas. La inversión media inicial resultó ser de aproximadamente 48.011 Euros, aunque la más frecuente estaba comprendida entre los 3.000 y los 30.000 Euros, proveniente en la mayoría de los casos de ahorros (70%) y recursos familiares (24%).

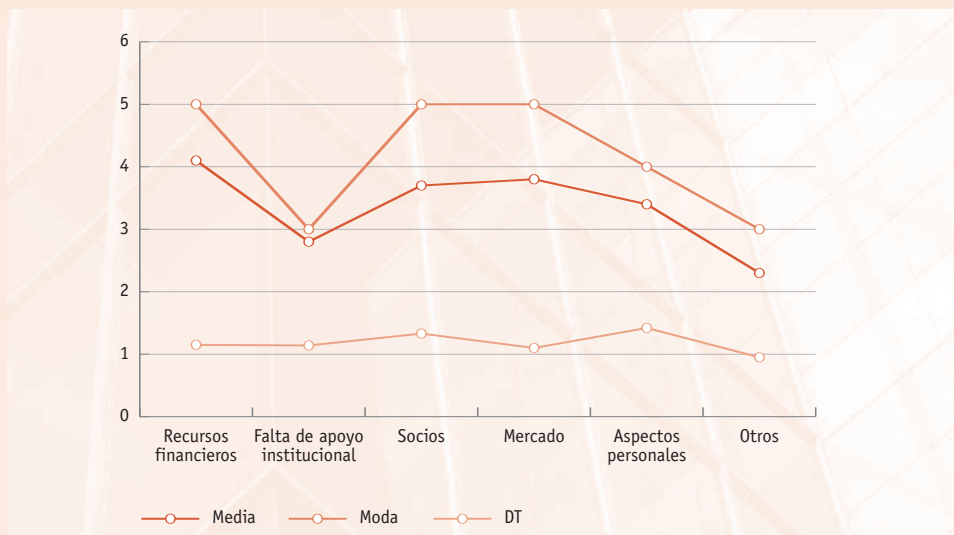


FACTORES QUE HAN INFLUIDO EN LA EVOLUCIÓN DEL PROYECTO (VALORACIÓN DE 1 A 5)

	MEDIA	MODA	DT
Recursos financieros	4,1	5	1,15
Falta de apoyo institucional	2,8	3	1,14
Socios	3,7	5	1,33
Mercado	3,8	5	1,10
Aspectos personales	3,4	4	1,42
Otros	2,3	3	0,95



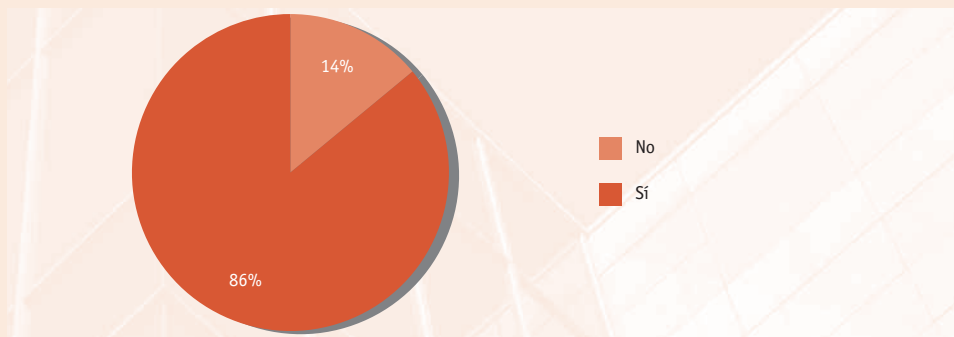
Factores que han influido en la evolución del proyecto



Los principales factores que influyeron en la evolución del proyecto fueron, en orden de importancia, los financieros, el mercado, los socios y los aspectos personales mientras que la falta de apoyo institucional no afectó en gran medida.

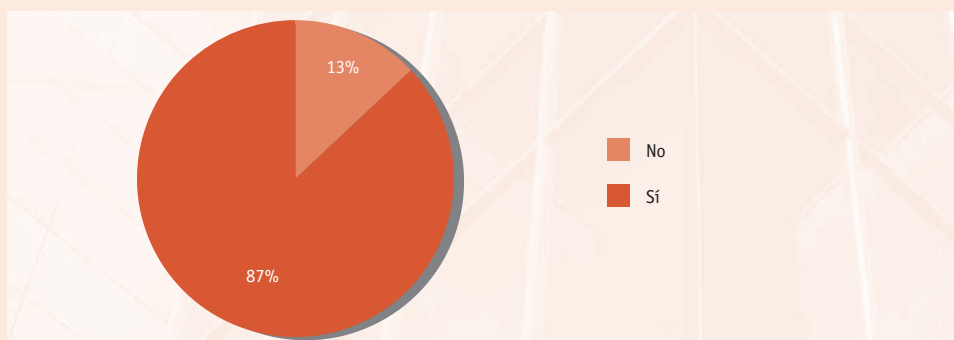
Bloque B. Actividad empresarial.

¿Sigue manteniendo relación con la Universidad?

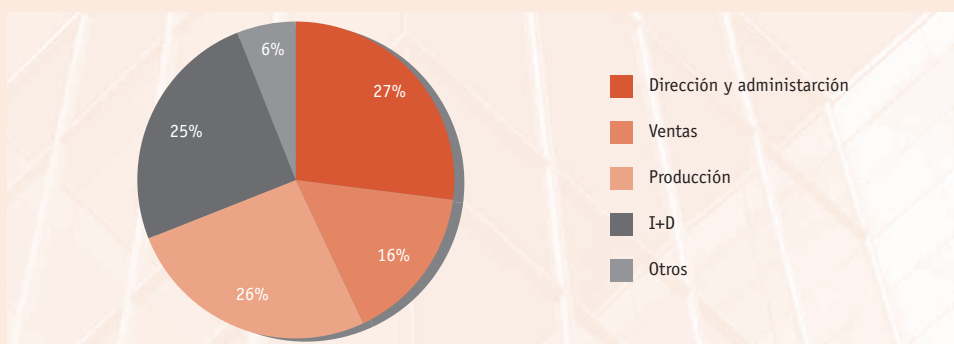


La mayor parte de las empresas sigue manteniendo relación con su institución (86%).

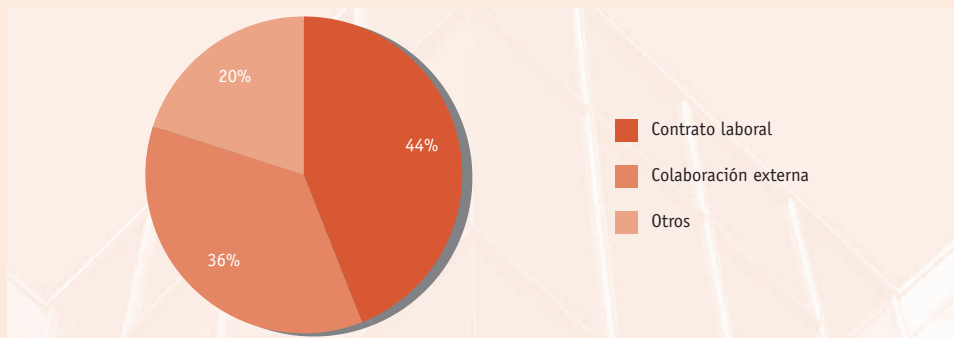
Tipología de personal - 1



Tipología de personal - 2

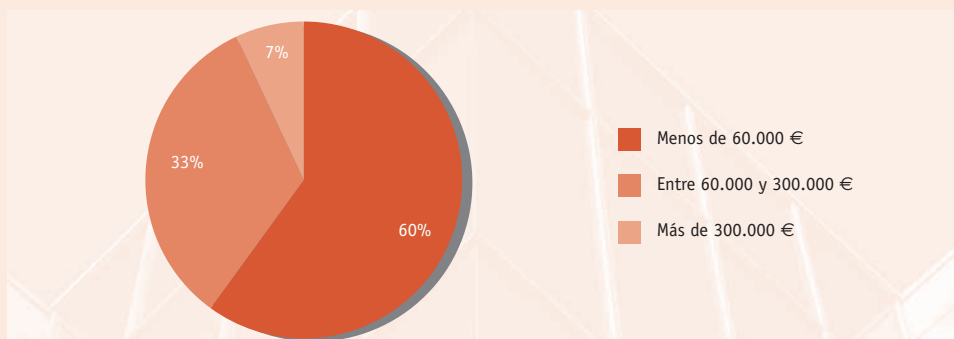


Modalidad de relación laboral más utilizada



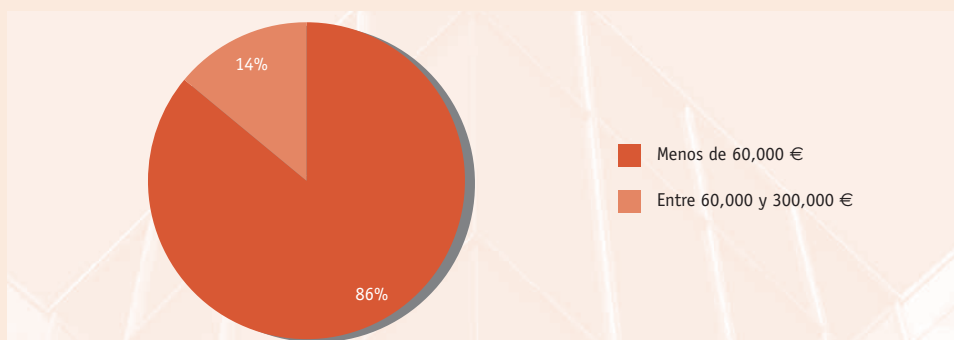
La mayoría de los trabajadores de la empresa es titulada (87%) y está vinculada por contrato laboral (44%).

Facturación anual de las empresas



El 60% de las compañías tiene una facturación inferior a 60.000 Euros y el 33% factura entre 60.000 y 300.000 Euros. Todas facturan menos de 1.000.000 de Euros, por lo que la tasa de imposición sobre sus beneficios es del 30%.

Facturación actual en exportación



Del 25% de empresas que ha iniciado una actividad exportadora, el 86% factura actualmente menos de 60.000 Euros en exportación.

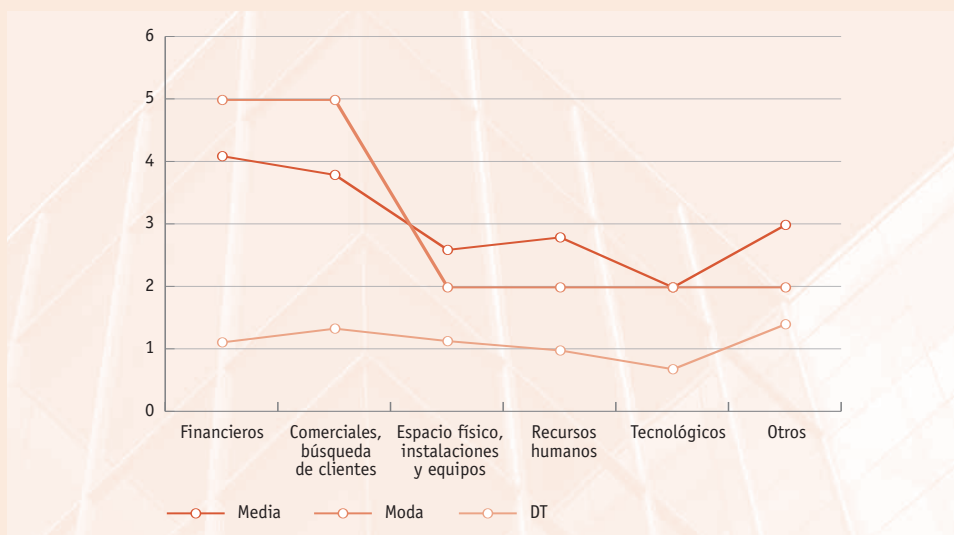


PRINCIPALES PROBLEMAS DURANTE LOS PRIMEROS AÑOS (VALORACIÓN DE 1 A 5)

	MEDIA	MODA	DT
Financieros	4,1	5	1,12
Comerciales, búsqueda de clientes	3,8	5	1,34
Espacio físico, instalaciones y equipos	2,6	2	1,14
Recursos humanos	2,8	2	0,99
Tecnológicos	2,0	2	0,69
Otros	3,0	2	1,41

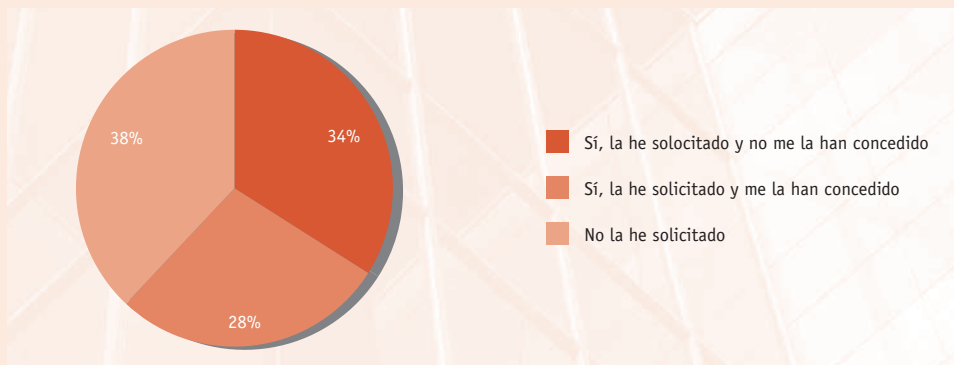


Principales problemas durante los primeros años



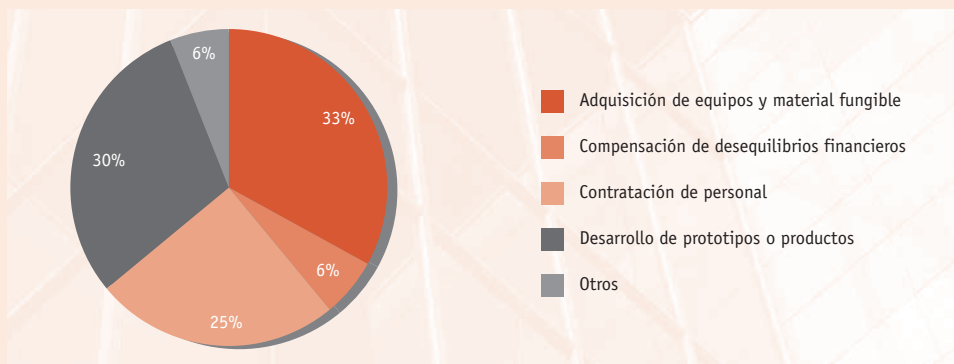
Los principales problemas que se han encontrado durante los primeros años han sido fundamentalmente los financieros y los comerciales y de búsqueda de clientes, mientras que los más irrelevantes fueron la tecnología y los referidos al espacio físico.

¿Ha pedido algún tipo de ayuda o subvención pública para el lanzamiento de la empresa? ¿se la han concedido?



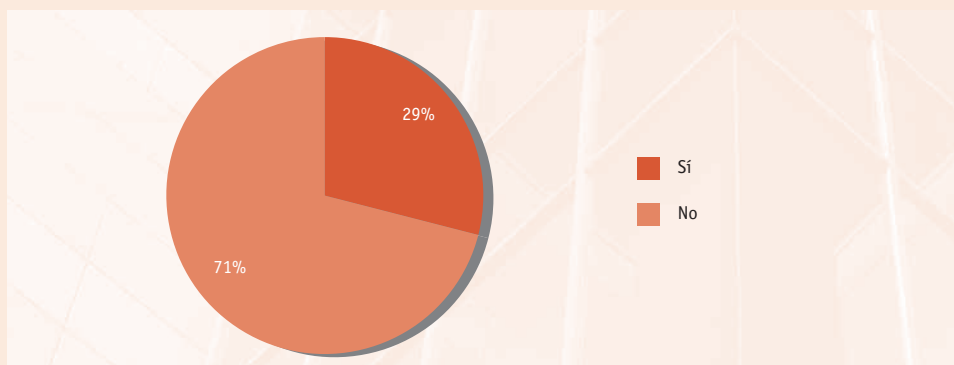
El 62% de los encuestados ha solicitado en algún momento una ayuda, y sólo el 28% la ha conseguido. El origen de esta ayuda provino fundamentalmente de la Comunidad de Madrid y del CDTI.

¿Ha pedido algún tipo de ayuda o subvención pública para el lanzamiento de la empresa? ¿se la han concedido?

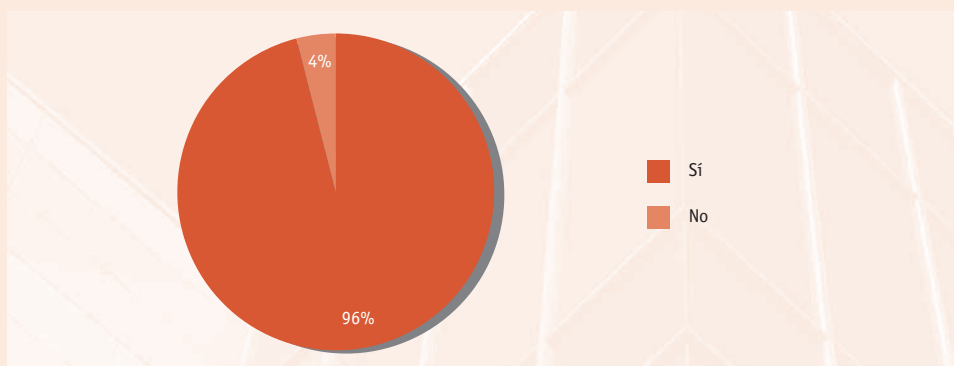


Los recursos financieros de la empresa se han destinado fundamentalmente a la adquisición de equipos y material fungible (33%), al desarrollo de prototipos o productos (30%) y a la contratación de personal (25%).

¿Ha cambiado el estatus legal de la empresa y el número de socios?



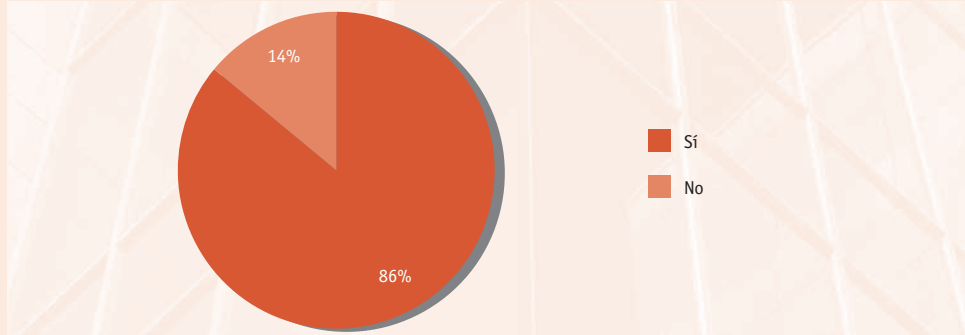
¿La línea de negocio sigue siendo la inicial?



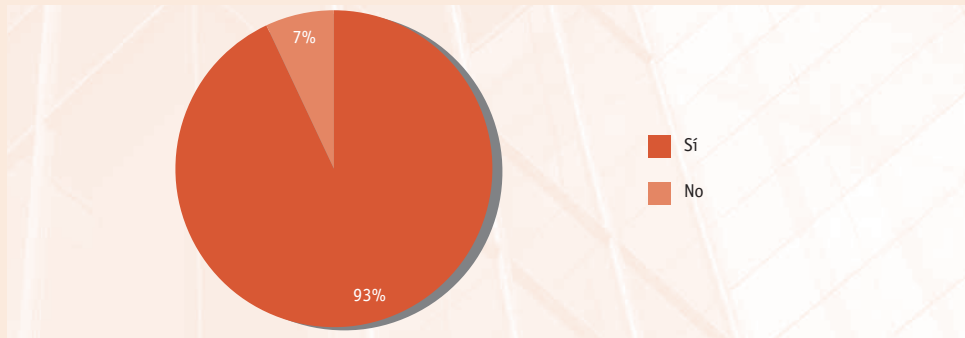
La mayoría de las empresas conservan el estatus social inicial y mantienen la misma línea de negocio.

Bloque C. Perspectivas.

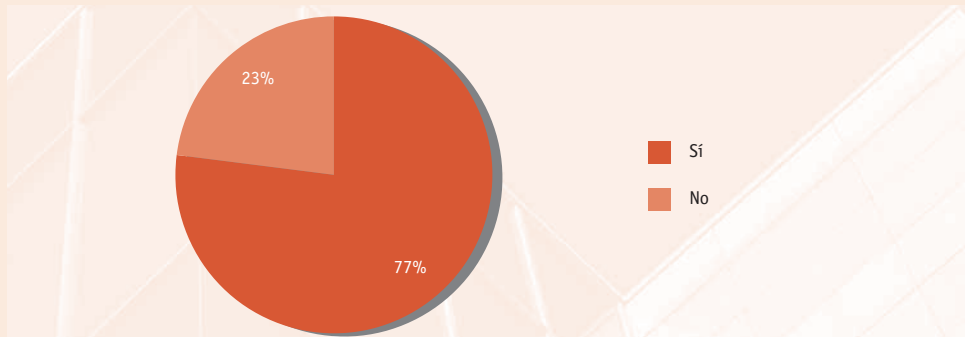
¿Tiene definida la estrategia de la empresa para los próximos 2-3 años?



¿Tiene previsto el lanzamiento de nuevos productos/servicios en los próximos 2-3 años



¿Algunos de ellos será protegible a través de instrumentos de protección industrial o intelectual?



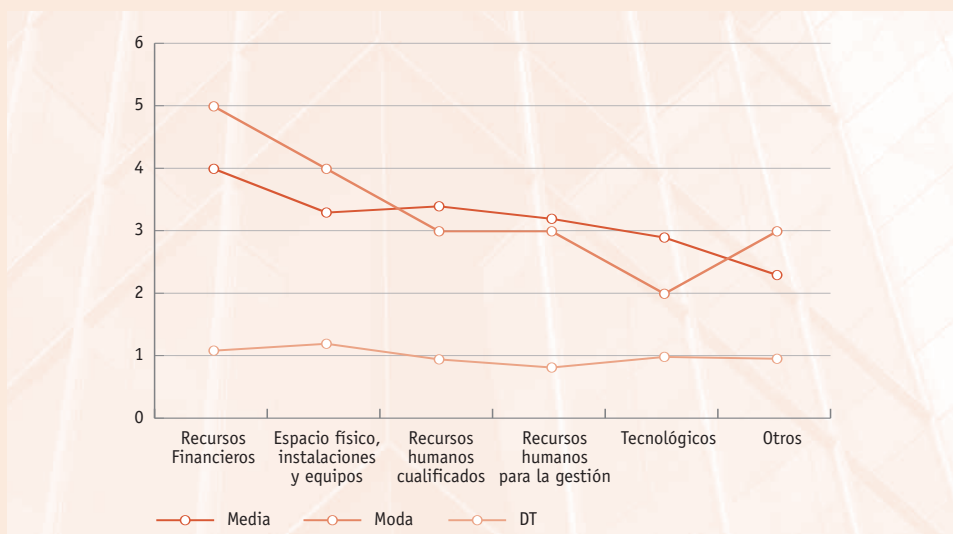
La mayoría de las empresas encuestadas expresan tener definida una estrategia de futuro y prevén el desarrollo de nuevos productos/servicios en los próximos 2-3 años, con una tendencia favorable hacia la protec-

ción intelectual o industrial. Además, el 82% piensa que sus perspectivas de negocio para los dos próximos años van a ser mejores.

PRINCIPALES NECESIDADES PARA LOS PRÓXIMOS 2 AÑOS (VALORACIÓN DE 1 A 5)

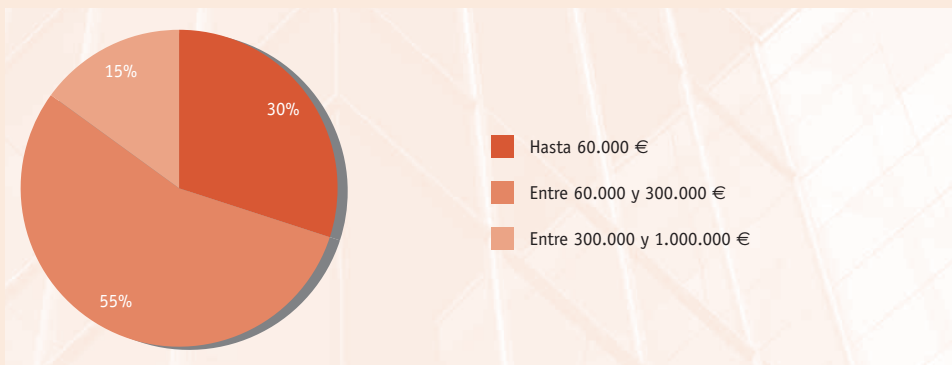
	MEDIA	MODA	DT
Recursos financieros	4,0	5	1,09
Espacio físico, instalaciones y equipos	3,3	4	1,20
Recursos humanos cualificados	3,4	3	0,95
Recursos humanos para la gestión	3,2	3	0,82
Tecnológicos	2,9	2	0,99
Otros	2,3	3	0,96

Principales necesidades para los próximos 2 años

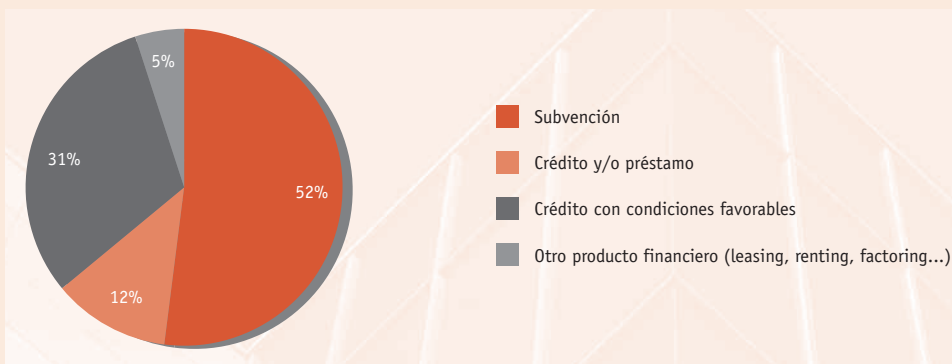


Las principales necesidades que manifiestan tener para los próximos años serán, en orden de importancia, las financieras, seguidas del espacio físico y los recursos humanos.

¿En caso de que fueran recursos financieros, cuál sería la cantidad aproximada?



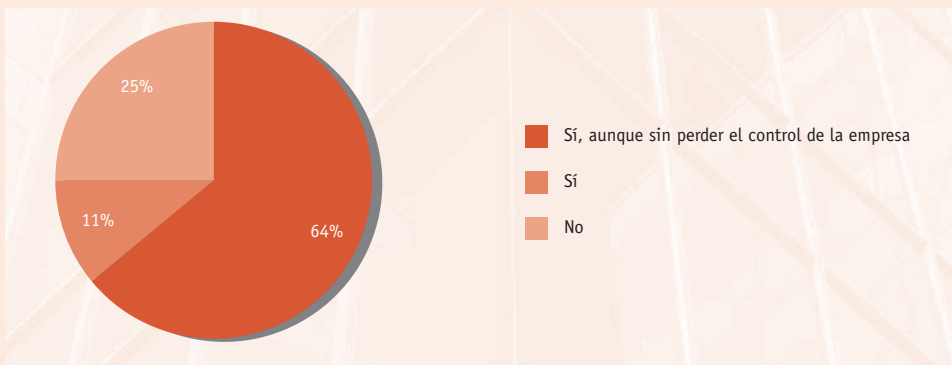
Necesidad de recursos financieros ¿cuál sería la fórmula más adecuada según su situación



Las necesidades financieras oscilan entre los 60.000 Euros a 300.000 Euros, preferiblemente en forma de subvención (52%) o créditos con condiciones favorables (31%).

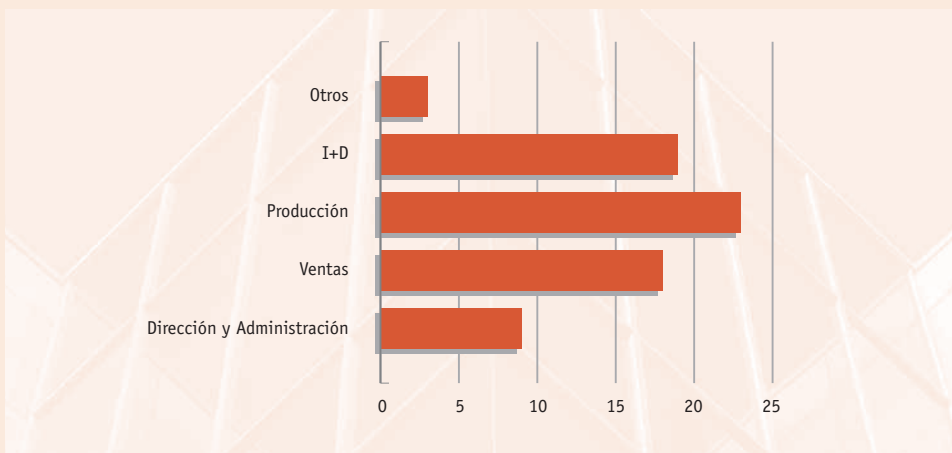
El tipo de interés medio al que los empresarios estarían dispuestos a endeudarse sería del 2%, aunque el valor más frecuente en la muestra ha sido del 5%.

Estaría dispuesto a permitir que una empresa de capital riesgo o inversor participase en su empresa para que el proyecto saliera adelante?

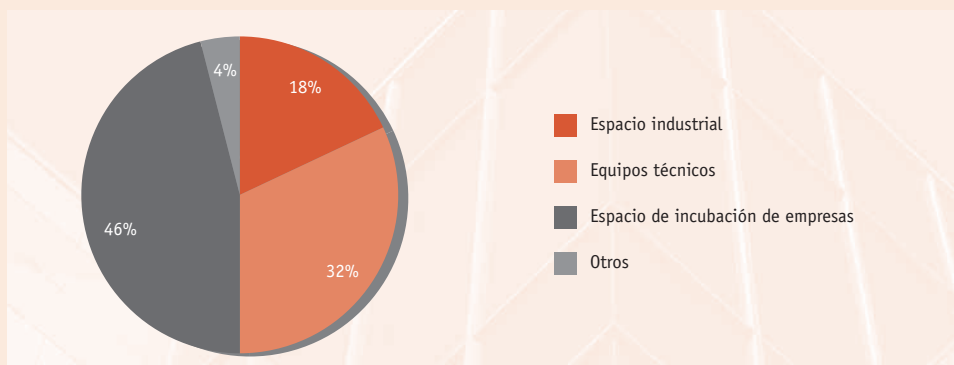


El 64% de las empresas estaría dispuesta a permitir la entrada de financiación a través de la fórmula del capital riesgo, siempre y cuando no pierdan el control de la compañía.

Necesidad de recursos humanos

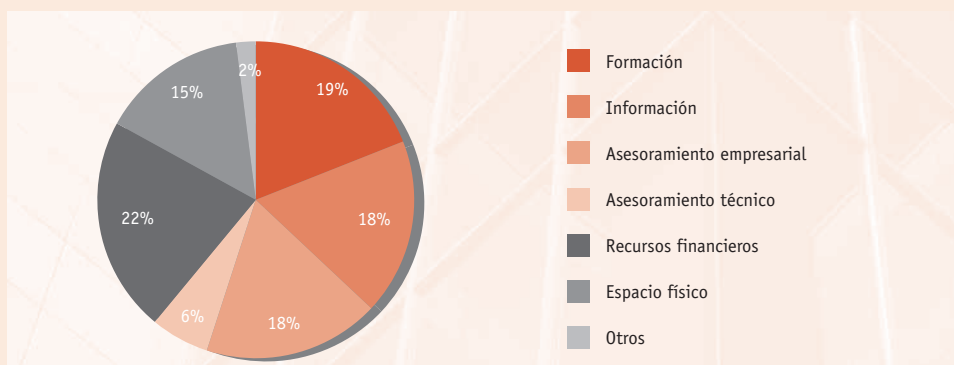


Necesidad de instalaciones físicas



En aquellos casos en los que se requiera de instalaciones, el 46% necesitaría que estas fueran del tipo de espacios para la incubación de empresas, seguido de equipos técnicos (32%).

¿Qué tipo de apoyo le gustaría recibir de una estructura como el CEBT



Entre los diferentes tipos de apoyo que les gustaría recibir de un programa como el CEBT, manifiestan como primera opción los recursos financieros (22%), seguidos de formación (19%), información (18%), asesoramiento empresarial (18%), espacio físico (15%) y asesoramiento técnico (6%).

Alguno de los emprendedores encuestados han manifestado que sería de gran interés para ellos obtener servicios comunes para la gestión de empresas, es decir, contabilidad, gestorías y similares.

4. Conclusiones

- Las compañías surgidas a través del programa CEBT han sido creada por una media de 4 socios, con una inversión media inicial de 46.500 Euros (aunque la más frecuente estuvo comprendida entre los 3.000 a 30.000 Euros), procedente de ahorros en la mayoría de los casos y de recursos familiares.
- El 59% tiene una facturación media inferior a los 60.000 Euros y no han iniciado actividad exportadora. Las compañías tienen una estructura de micropyme y se ha optado con mayor frecuencia por la fórmula de contratación laboral y por el papel de socios para mantener la plantilla. La mayor parte de las empresas están formadas por personal titulado.
- Durante los primeros años de vida, las empresas se han encontrado con diversos problemas, destacando los financieros y los comerciales y de búsqueda de clientes, mientras que los más irrelevantes fueron la tecnología y los referidos al espacio físico.
- Los recursos financieros de la empresa se han destinado fundamentalmente a la adquisición de equipos y material fungible, al desarrollo de prototipos o productos y a la contratación de personal.
- La mayoría de las empresas conservan el estatus social inicial y mantienen la misma línea de negocio. Así, también expresan tener definida una estrategia de futuro y prevén el desarrollo de nuevos productos/servicios en los próximos 2-3 años, con una tendencia favorable a la protección intelectual o industrial.
- Para solventar los problemas financieros, el 64% de las empresas ha solicitado en algún momento una ayuda, aunque sólo el 40% la ha conseguido. El origen de esta ayuda provino fundamentalmente de la Comunidad de Madrid y del CDTI. Las necesidades financieras oscilan entre los 60.000 y los 300.000 Euros, preferiblemente en forma de subvención o créditos con condiciones favorables. El interés medio al que estarían dispuestos a endeudarse sería del 2%, aunque el valor más frecuente en la muestra ha sido del 5%.
- El 63% de las empresas estaría dispuesta a permitir la entrada de financiación a través de la fórmula del capital riesgo, siempre y cuando no pierdan el control de la compañía.
- Para los años futuros, las principales necesidades serían, en orden de importancia, las financieras, seguidas del espacio físico y los recursos humanos.
- En aquellos casos en los que se requiera de instalaciones, el 60% necesitaría que éstas fueran del tipo de espacios para la incubación de empresas, seguido de equipos técnicos.
- De entre lo que les gustaría recibir de un programa como el CEBT, han manifestado como primera opción los recursos financieros, seguidos de formación, información, asesoramiento empresarial, espacio físico y, por último, asesoramiento técnico. Algunos otros han indicado que sería de gran interés para ellos obtener servicios comunes para la gestión de empresas, es decir, contabilidad, gestorías y similares.

gem

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO 2004
COMUNIDAD DE MADRID

