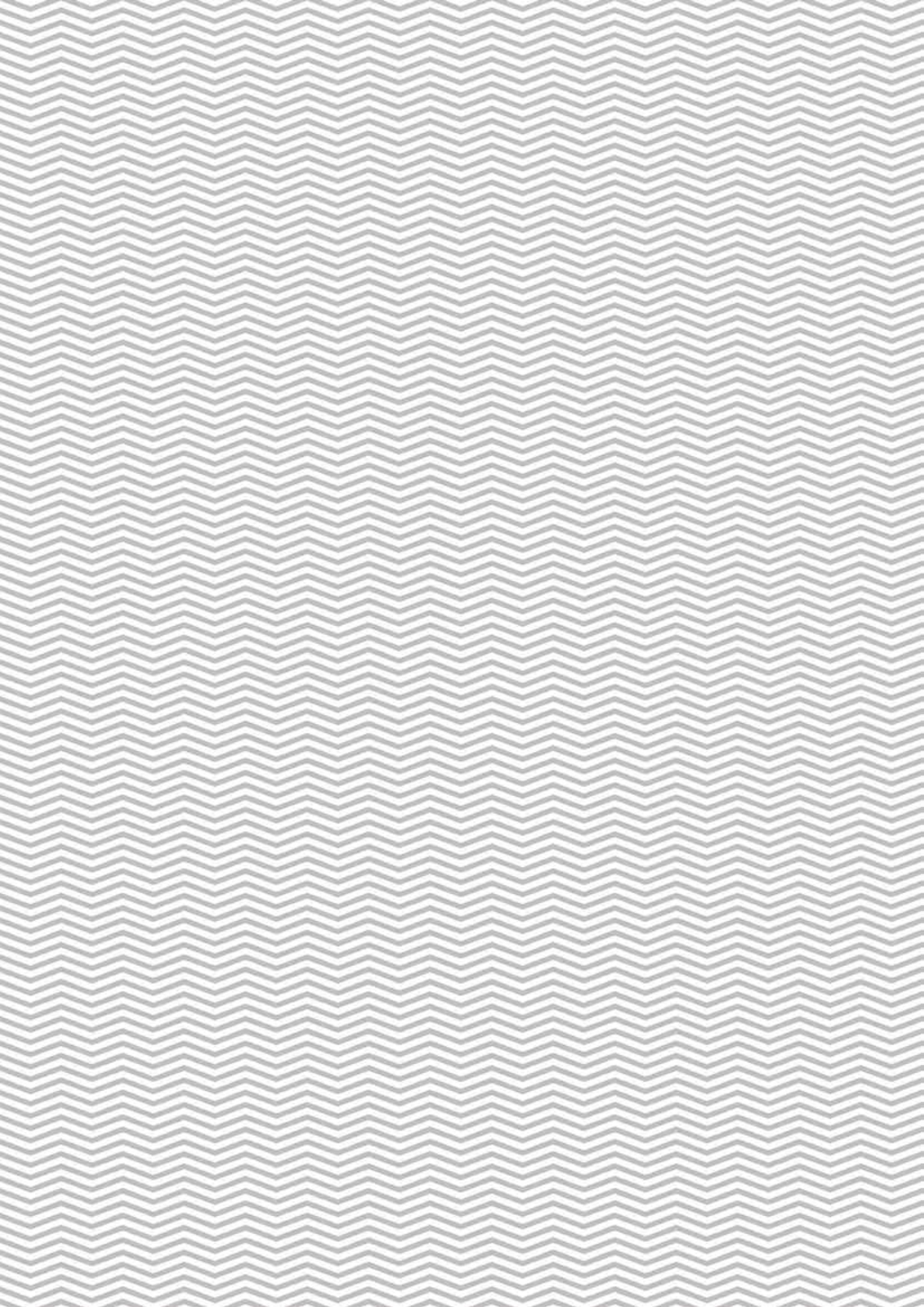




**Global Entrepreneurship Monitor
Informe 2012 | Ciudad de Madrid**





ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LA CIUDAD DE MADRID

GEM 2012

Informe GEM Global Entrepreneurship Monitor 2012

AUTORES

Iñaki Ortega Cachón (Director GEM-Madrid)
Isidro de Pablo López (Director Técnico GEM-Madrid)

Fernando Alfaro Ramos
Yolanda Bueno Hernández
Esther Caurín Arribas
Begoña Santos Urda
Iván Soto San Andrés
Esperanza Valdés Lías

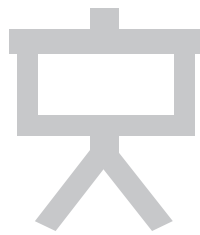
Un hombre con
una idea nueva es
un loco hasta que
la idea triunfa

- Mark Twain -

índice

PRESENTACIÓN	8
RELACIÓN DE LOS EQUIPOS INTEGRANTES DE LA RED GEM ESPAÑA 2011	10
INTRODUCCIÓN AL PROYECTO GEM	14
BALANCED SCORECARD	18
RESUMEN EJECUTIVO Y CONCLUSIONES	22
CAPÍTULO 1. ESTADO DE LAS CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER	28
CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE MADRID	36
CAPÍTULO 3. PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR	46
CAPÍTULO 4. ACTITUDES, CAPACIDADES Y MOTIVACIONES PARA EMPRENDER EN LA CIUDAD DE MADRID	58
CAPÍTULO 5. MOTIVACIONES PARA EMPRENDER EN LA CIUDAD DE MADRID	74
CAPÍTULO 6. LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS Y CONSOLIDADAS	80
CAPÍTULO 7. LA FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	88
CAPÍTULO 8. ASPECTOS SINGULARES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	94
ANEXOS	102

presentación



MADRID EMPRENDE

www.madridemprende.es

La actividad de promoción que Madrid Emprende desarrolla cubre todas las fases y aspectos relativos a la puesta en marcha de una empresa: elaboración del plan de negocio, constitución de la empresa, alojamiento empresarial, formación y asesoramiento especializado y financiación del nuevo proyecto.

Las actuaciones más destacadas de la agencia son:

- **RED DE VIVEROS DE EMPRESAS:** son nueve centros dedicados a la incubación de nuevos negocios, en los que se conjugan espacios especializados con servicios de acompañamiento empresarial. Esta red, que alberga más de 300 startups, ha recibido el sello de Centro Europeo de Empresas Innovadoras (CEEI-BIC).
- **FONDO SEED CAPITAL:** es un instrumento financiero dirigido a impulsar la inversión de business angels y entidades de capital riesgo en empresas gacelas. Tiene una dotación de cuatro millones de euros y capacidad para movilizar otros cuatro millones procedentes del sector privado.
- **TAX-FREE:** es una iniciativa destinada a reducir las cargas que soportan las nuevas empresas a través de la concesión de beneficios fiscales (reintegro del ICIO, IVTM y las tasas RSU y Vados) a todas las nuevas empresas de la ciudad así como del reembolso parcial de las cuotas a la seguridad social satisfechas por sus emprendedores.
- **EMPRENDER ONLINE:** una plataforma web que integra los servicios de tramitación telemática de licencias municipales en los PAITs del Estado, de forma que se pueden realizar todas las gestiones de constitución de empresas vía online.

MADRID EMPRENDE ES LA AGENCIA DEL AYUNTAMIENTO DE MADRID RESPONSABLE DE PROMOVER LA INICIATIVA EMPRESARIAL EN LA CAPITAL. DESDE SU CREACIÓN EN 2005, MADRID EMPRENDE HA ATENDIDO A MÁS DE 130.000 EMPRENDEDORES Y EMPRESARIOS -SOLO EN 2012, CASI 31.000 USUARIOS SE BENEFICIARON DE SUS SERVICIOS.

*relación de los
equipos integrantes
de la red gem
españa 2011*

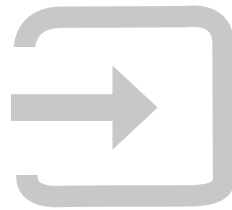


UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	UCEIF-CISE Fundación Xavier de Salas-GEM España Red Española de Equipos GEM	Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE) Ricardo Hernández (Director GEM-España) Alicia Coduras (Directora Técnica GEM-España) Álvaro Sancho González (Director de Comunicación y Desarrollo) Red Española de Equipos GEM	UCEIF-CISE Red Española de Equipos GEM Fundación Nebrija Fundación Rafael del Pino Ministerio de Industria, Energía y Turismo
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM Andalucía) Salustiano Martínez Ferro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón, Departamento de Indus- tria e Innovación Fundación Emprender en Aragón
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Agustín Sánchez Medina Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Gobierno de Canarias – Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Francisco Javier Martínez García (Director GEM - Cantabria) Ana Fernández Laviada (Coordinadora) Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández Jose Manuel López Fernández Marta Pérez Pérez Inés Rueda Sampedro Ana Mª Serrano Bedia Francisco M. Somohano Rodríguez	Santander. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda.
Cataluña	Institut D'Estudis Regionals i Metropolitans Universidad Autónoma de Barcelona	Yancy Vaillant (Director GEM-Cataluña UAB) Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña, UAB) Esteban Lafuente (Investigador principal IERMB/UPC) Eduardo Gómez Rodrigo Olivares Contreras Marc Figuls (IERMB) Manoj Bayan (UAB)	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupa- ment Econòmic Generalitat de Catalunya. Departament d'Em- presa i Ocupació

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno(Director GEM Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki	Fundación Horizonte XXII
C. Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM Comunidad Valenciana) Ignacio Mira Solves (Dirección técnica) Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Jover M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Lirios Alos Simó Domingo Galiana Lopera	Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (MPIVA) Air Nostrum Catral Export Fundación Juan Pellán-Pikolinos Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche
Extremadura	Fundación Xavier de Salsas (Universidad de Extremadura)	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura y Coordinador Regional) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunió Antonio Fernández Portillo	Fundación Xavier de Salas, Junta de Extremadura, Universidad de Extremadura, Avante Extremadura, CC. NN. Almaraz-Trillo, Fundación Academia Europea de Yuste, Ogesa S.A., Hoy Diario de Extremadura, El Periódico de Extremadura, Philip Morris Spain S. L., Palicrisa, Caja Rural de Extremadura, Urvicasa, Infostock, Imexdexta, Caja Duero, La Caixa, Gestyona S.L., Hotel Huerta Honda, Infocenter, Grupo Ros Multimedia, Garrigues, Cofex, Cetiex, Diputación de Badajoz, Fundación Cáceres Capital, Fundación Cívica
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Universidad de Santiago de Compostela	Araceli de Lucas Sanz (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López Ana Vázquez Eibes Norberto Penedo Rey Guillermo Villa González Enrique Gómez Fernández Placeres Conde Suárez Isabel Neira Gómez Sara Fernández López Nuria Calvo Babío Loreto Fernández Fernández	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Universidad de Santiago de Compostela (USC)
Madrid Ciudad	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid. Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE). Universidad Autónoma de Madrid	Iñaki Ortega Chacón (Director GEM-Madrid) Esther Caurín Arribas (Coordinadora) Iván Soto San Andrés Isidro de Pablo López (Director Técnico GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Comunidad de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez (Director GEM-Murcia) Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Universidades Empresa e Investigación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder) Crecemos con Europa Plan Emprendemos Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contén Pilart (Director GEM-Navarra) Martín Larraza Quintana Daniel Calvo Ibero	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)
País Vasco	Orkestra, instituto Vasco de Competitividad Deusto Business School Universidad del País Vasco Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	Iñaki Peña (Director del proyecto GEM País Vasco) José Luis González-Pernía Maribel Guerrero María Saiz Jon Hoyos Saioa Arando David Urbano	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinómetro (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director Gerente) Joaquín Vallés (Dirección y Coordinación Técnica)	Red Española de Equipos GEM Fundación Nebrija Fundación Rafael del Pino

*introducción al
proyecto gem*



El Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), es un Observatorio internacional de la actividad emprendedora en el que participan regularmente más de 55 naciones y que se realiza con carácter anual. Diseñado para proporcionar los elementos de análisis acerca del papel y del peso que tiene la iniciativa emprendedora en el desarrollo económico y social de las naciones, su modelo se estructuró como una derivación del modelo convencional del proceso de creación y consolidación de empresas.

GEM inició su andadura el año 1999, y, tras doce años de operaciones, ha demostrado la influencia del emprendimiento en el desarrollo económico, enriqueciendo la información y el conocimiento científico asociados a esta parcela en el ámbito global. Su influencia ha contribuido a un mejor conocimiento de la dinámica del fenómeno emprendedor en todos los países en que ha sido implementado, así como a un mejor conocimiento de la figura del emprendedor, sus características, las de las iniciativas que crea, así como de las condiciones de entorno bajo las que desarrolla su actividad.

El emprendimiento es un proceso (ver Figura 1) que se inicia con el germen de una idea y de la intención de emprender, que se traduce más adelante en la puesta en marcha de un proyecto, el cual pasa por una fase de consolidación y que, en una proporción indeterminada de casos, una vez consolidado, pasa a formar parte del tejido empresarial de un territorio, siendo múltiples las variables que intervienen en el mismo. El Observatorio GEM, cumple, entre otras misiones, la de proporcionar información exhaustiva y de calidad acerca de este proceso y de las principales variables que en él intervienen.

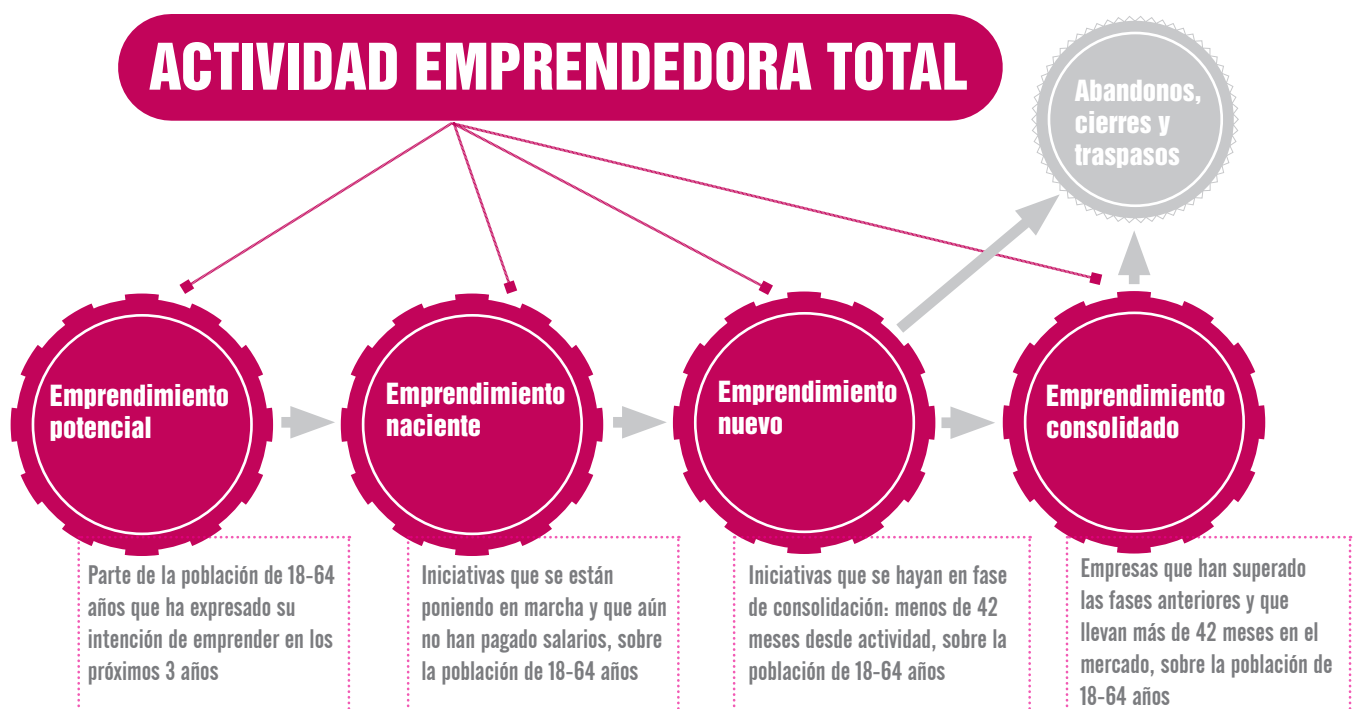


Figura 1. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM

España se asoció al Proyecto GEM el año 2000. El desarrollo de GEM en España ha dado lugar a un modelo propio con el que se ha logrado implementar la metodología del proyecto en las Comunidades y Ciudades Autónomas españolas por medio de una red de equipos regionales asociados. Actualmente, la red dispone de equipos en todo el territorio excepto en los casos de Baleares y La Rioja, cuyos datos son cubiertos por el consorcio GEM España a la espera de la creación de sus respectivos equipos.

El año 2012 se ha realizado el tercer informe de GEM de la ciudad de Madrid, primera capital de una nación en que se aplica GEM. Esta experiencia pionera es de la mayor relevancia en el seno del Observatorio, por cuanto su versión metropolitana constituye un desarrollo altamente deseado pero de compleja materialización, debido a la naturaleza altruista del Observatorio y a la necesidad de patrocinio para su realización efectiva.

El modelo español está siendo adoptado por otras naciones y es objeto de interés de muchas otras que están considerando la importancia de analizar con detalle las diferencias territoriales del emprendimiento en las diferentes zonas que constituyen una nación y que no tienen por qué ser homogéneas en sus niveles de desarrollo económico.

En ese sentido, la metodología GEM se ha afianzado como la más sólida para proporcionar información comparable entre territorios, ya se trate de naciones, regiones, ciudades o cualquier otro tipo de organización geográfica. La clave de esta metodología es la homogeneidad de las herramientas empleadas para recoger la información y el hecho de trabajar como fuente independiente complementada por las fuentes ya existentes sobre indicadores socioeconómicos, pero aportando datos que de ninguna otra forma se habrían podido obtener en muchos países debido a la falta de infraestructuras para elaborarlos.

En la Figura 2 se presenta el actual modelo teórico en que se sustenta el Proyecto GEM y las fuentes de información que lo nutren. Este modelo se ha ido perfeccionando desde el año 1999, cuando fue establecido por los creadores del Observatorio, Michael Hay (London Business School), William D. Bygrave (Babson College), Paul D. Reynolds (Babson College) y Erkkö Autio (Imperial College), a partir del avance en el conocimiento del fenómeno emprendedor que ha ido resultando de las investigaciones llevadas a cabo en el seno del proyecto.

Las fuentes de información del Observatorio GEM son:

- Encuesta a la población de 18-64 años de edad (APS), que sirve para obtener los principales indicadores sobre la actitud emprendedora de una población y sus rasgos característicos. Se administra entre abril y junio.
- Encuesta a los expertos en el entorno de emprender (NES), que sirve para valorar el estado de las principales variables de entorno que pueden condicionar el proceso emprendedor. Para ello se selecciona una muestra significativa de expertos del territorio a los que se administra una encuesta diseñada por GEM entre los meses de marzo y julio.

- Información secundaria procedente de fuentes contrastadas y consistentes en el tiempo, y que sirve para contrastar y complementar la información primaria recopilada por los recursos de GEM.

El lector puede encontrar información más detallada en los informes nacional y regionales que publican anualmente los equipos de la Red GEM Española (www.gem-spain.com), así como en el informe global y en los de otras naciones que se hallan a disposición del público en la web del Consorcio GEM: www.gemconsortium.org.

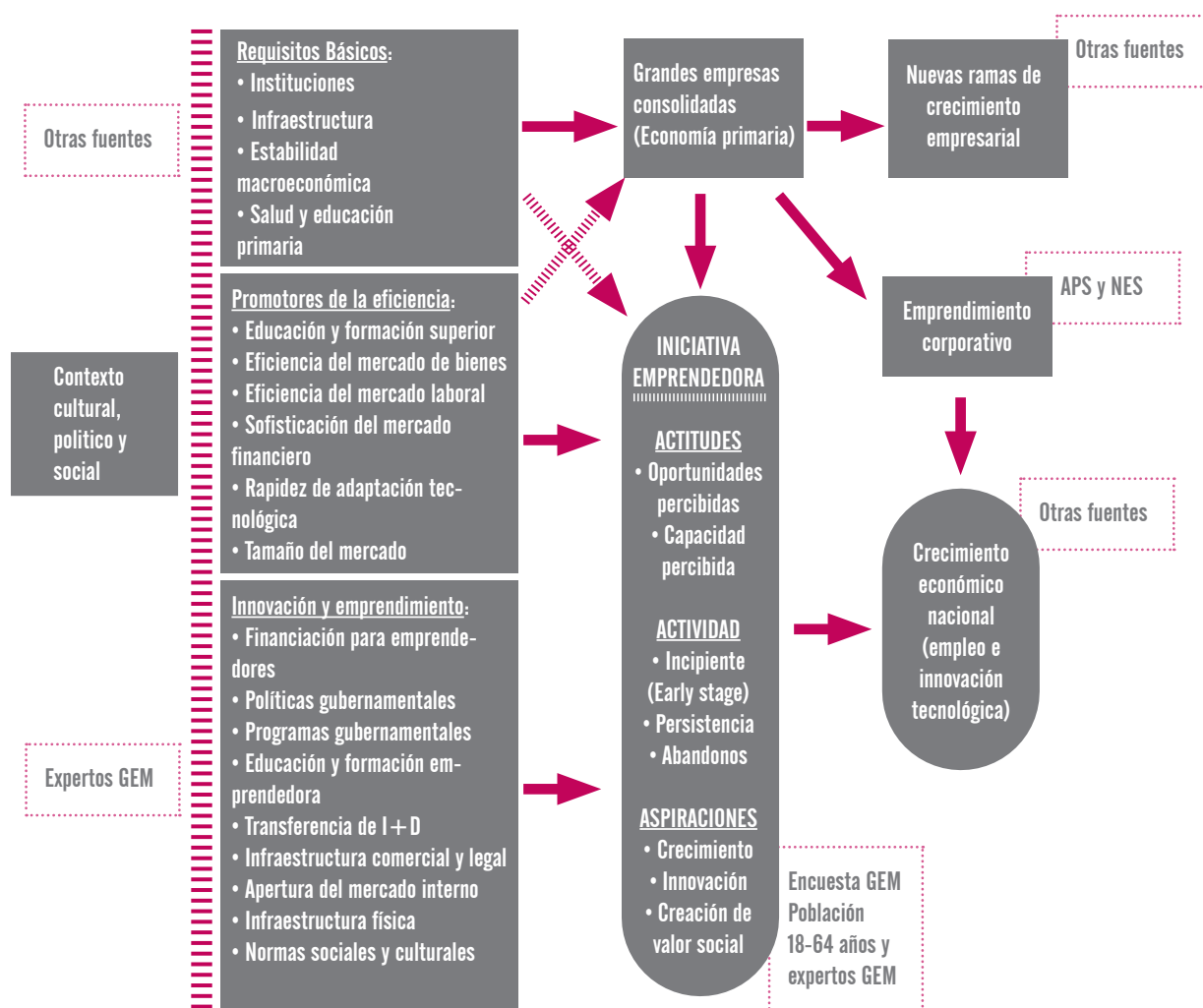
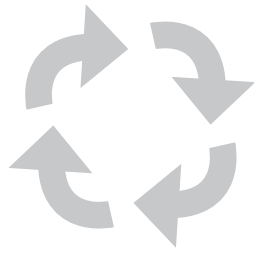


Figura 2. Modelo teórico del Proyecto GEM (Fuente: GEM Global, 2008. Bosma, ACS, Levie, Auto et al.)

balance scorecard



En la Tabla 1 adjunta se muestra la batería de indicadores comparativos de la actividad emprendedora de la ciudad de Madrid, así como las percepciones de los principales agentes observadores de este entorno. El formato de cuadro de mando que se presenta es el mismo en el Observatorio GEM a nivel mundial, lo que permite hacer análisis comparativos y evolutivos con gran facilidad.

Concepto: TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en España	MADRID CIUDAD 2010	MADRID CIUDAD 2011	MADRID CIUDAD 2012	COMPARACIÓN
Total	4,6%	5,6%	4,8%	+ + Bajo
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	3,2%	4,5%	2,7%	+ + Bajo
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,0%	7,2%	7,0%	Bajo

Concepto: distribución de la TEA, tomado como 100%	MADRID CIUDAD 2010	MADRID CIUDAD 2011	MADRID CIUDAD 2012	COMPARACIÓN
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	23,0%	21,7%	16,0%	+ + Bajo
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	75,9%	75,9%	82,5%	+ + Elevado
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	1,1%	2,4%	2,5%	+ Elevado
TEA del sector extractivo o primario	2,1%	3,6%	0,0%	+ + Bajo
TEA del sector transformador	14,6%	5,7%	17,8%	+ + Elevado
TEA del sector de servicios a empresas	41,7%	40,1%	36,4%	+ + Bajo
TEA del sector orientado al consumo	41,6%	50,6%	45,8%	+ + Bajo
TEA sin empleados	56,7%	77,5%	53,9%	+ + Bajo
TEA de 1-5 empleados	38,6%	21,1%	39,2%	+ + Elevado
TEA de 6-19 empleados	4,7%	1,4%	6,9%	+ + Elevado
TEA de 20 y más empleados	0,0%	0,0%	0,0%	± Igual
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	10,0%	25,0%	7,1%	+ + Bajo
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	4,2%	11,2%	5,5%	+ + Bajo
TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	8,1%	26,9%	18,6%	+ + Bajo
TEA iniciativas cuyo sector es de base tecnológica media o alta	14,4%	7,9%	15,4%	+ + Elevado
TEA iniciativas que exportan en algún grado	25,8%	27,9%	28,6%	+ Elevado
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	1,4%	0,5%	0,0%	+ Elevado
TEA iniciativas de emprendedores extranjeros de régimen general	10,3%	10,2%	8,8%	+ Bajo
TEA iniciativas de emprendedores extranjeros de régimen comunitario	6,5%	8,3%	1,7%	+ + Bajo

Concepto: actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	MADRID CIUDAD 2010	MADRID CIUDAD 2011	MADRID CIUDAD 2012	COMPARACIÓN
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	29,4%	24,5%	26,5%	+ Elevado
Percibe buenas oportunidades para emprender	19,3%	18,19%	18,4%	+ Elevado
Se auto reconoce habilidades y conocimientos para emprender	48,6%	47,09%	47,7%	± Igual
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	45,8%	47,74%	49,1%	+ Elevado
Posee espíritu competitivo	33,1%	32,93%	62,1%	+ + Elevado
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	6,3%	10,51%	11,1%	+ Elevado
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	2,0%	1,34%	1,3%	± Igual
Ha actuado como inversor informal o como Business angel	3,2%	3,12%	3,8%	+ + Elevado

Concepto: valoración media de los expertos de las condiciones de entorno	MADRID CIUDAD 2010	MADRID CIUDAD 2011	MADRID CIUDAD 2012	COMPARACIÓN
Financiación para emprendedores	2,37%	2,05%	2,07%	Algo mejor
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,56%	3,32%	3,01%	Algo peor
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,70%	2,53%	2,48%	Algo peor
Programas gubernamentales	3,00%	2,49%	3,00%	Algo Mejor
Educación y formación emprendedora etapa escolar	1,64%	1,56%	1,80%	Algo mejor
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	1,94%	2,20%	2,71%	Algo mejor
Transferencia de I + D	2,80%	2,09%	2,48%	Algo mejor
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	2,87%	2,73%	3,83%	Bastante mejor
Dinámica del mercado interno	2,20%	2,75%	2,55%	Algo peor
Barreras de acceso al mercado interno	2,73%	2,32%	2,75%	Algo mejor
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,97%	3,64%	3,89%	Algo mejor
Normas sociales y culturales	2,35%	2,57%	2,48%	Algo peor
Apoyo al emprendimiento femenino	3,12%	3,05%	3,11%	Algo mejor
Apoyo al emprendimiento de alto potencial de crecimiento	2,90%	3,25%	3,27%	± Igual
Valoración de la innovación desde el punto de vista empresarial	2,91%	3,06%	3,03%	± Igual
Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor	3,55%	3,62%	3,63%	± Igual
Valoración del estado de la legislación de propiedad intelectual	2,72%	2,88%	2,76%	Algo peor



*resumen ejecutivo
y conclusiones*



El tercer informe del Observatorio GEM sobre la ciudad de Madrid 2012 continúa enmarcándose en un entorno económico todavía muy afectado por la crisis financiera del Euro y la ralentización de las principales economías europeas, y que ha dado lugar a un periodo de estancamiento y recesión moderada en la economía española, con unas tasas de paro que han alcanzado máximos históricos durante el periodo analizado en este informe. Todo ello define un entorno económico en el que las exportaciones y la creciente internacionalización de las PYMEs en 2012 son el principal indicio de una recuperación que se resiste en el 2012, y con previsiones algo optimistas de que haya cambios en el 2013.

ESTADO DE LAS CONDICIONES DEL ENTORNO PARA EMPRENDER

En general, los expertos han valorado casi la totalidad de las condiciones del entorno por encima de la evaluación dada a estos aspectos en el año anterior, y para el conjunto español. Por tanto, se puede concluir que en 2012 la ciudad de Madrid es un territorio más favorable para emprender que el español. Esto corrobora la conclusión de distintos estudios realizados en los últimos años han situado a Madrid como uno de los territorios más favorables a la iniciativa empresarial de España. La condición mejor valorada es el acceso y disponibilidad de infraestructuras físicas; seguida de una percepción marcadamente positiva respecto de la innovación desde el punto de vista del consumidor y, en menor medida, del empresario; el fomento de los negocios de alto potencial; la infraestructura comercial; el apoyo a la mujer emprendedora; las prioridades y el apoyo que brindan las políticas públicas, y los programas de fomento de las administraciones públicas.

La ciudad recibe las valoraciones más bajas en materia de normas sociales y culturales, política fiscal y cargas burocráticas, transferencia de I+D, acceso a la financiación y, sobre todo, en lo que se refiere a la educación en etapa escolar. Sin embargo, estos resultados negativos no difieren substancialmente de los obtenidos en la encuesta realizada en el GEM nacional.

Puede decirse que el esfuerzo realizado por las Administraciones Públicas de Madrid en el último año para impulsar la creación de empresas es percibido por los representantes del ecosistema emprendedor, pues la prioridad y el apoyo en las políticas gubernamentales y los programas públicos de apoyo presentan diferenciales elevados. Por otro lado los expertos recomiendan que se desarrollen fórmulas que mejoren la financiación de las empresas y la potenciación de la educación emprendedora y la reducción de tasas y burocracia.

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL EN LA CIUDAD DE MADRID

En el año 2012 la tasa de emprendimiento potencial de la ciudad de Madrid se situaba en un 10,7%, algo por debajo de la media española (12,05%), que mejora respecto al año 2011, pero manteniendo un incremento sostenido en el tiempo. Sin embargo, el valor estimado de la TEA para Madrid en 2012 es de un 4,8%, experimentando un descenso del 20,83 % respecto al año anterior. El principal detonante de esta caída en la TEA ha sido en emprendimiento femenino, que ha pasado de un 4,5% en el 2011 a un 2,7% en el 2012, mientras que la TEA de los hombres se ha mantenido en unos niveles similares a los del pasado año. La diferencia entre el emprendimiento potencial y la actividad emprendedora real pone de manifiesto que las condiciones del entorno no se perciben todavía tan favorables como para convertir a muchos emprendedores potenciales en emprendedores de hecho. ponen de manifiesto que las condiciones del entorno no se perciben todavía tan favorables como para convertir a muchos emprendedores potenciales en emprendedores de hecho ponen de manifiesto que las condiciones del entorno no se perciben todavía tan favorables como para convertir a muchos emprendedores potenciales en emprendedores de hecho. Ampliando esta apreciación, se observan diferencias entre las tasas de actividad emprendedora locales, registrándose la más elevada en la Almendra Central (6,6%), la intermedia en la zona Norte (6,0%) y la más baja en la zona Sur-Sureste (3,3%) que es la que más hunde la TEA de la ciudad de Madrid.

La tasa de actividad consolidada mide el porcentaje de personas de la encuesta GEM que declara haber consolidado una actividad empresarial en el año anterior a la toma de opinión. En la ciudad de Madrid en el año 2012 esta tasa ha caído un 4,21%, alcanzando el 5,3%, una cifra ligeramente inferior a la del año anterior, pero bastante por debajo de la del conjunto de España, que también ha registrado una contracción. Finalmente, la tasa de abandono de la ciudad de Madrid se ha situado en el 2,01% de la población de 18-64 años, y apenas ha experimentado variación respecto al año anterior, aunque se sitúa dos décimas por debajo de la tasa de abandono total en España.

PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR

Como se ha señalado anteriormente, comparando los años 2010 y 2011 se aprecia que la TEA masculina tiene un comportamiento muy estable con un ligero descenso, no muy significativo, de 2 décimas. Sin embargo, la TEA femenina desciende 1,8 puntos, lo que puede justificar un estudio específico.

Analizando la situación y evolución de cada grupo de edad se observa que el grupo de 18-24 años muestra los valores más altos como emprendedores potenciales (un 14%), junto con el grupo de 25 a 34 años se encuentran los mayores valores en la fase de potenciales (un 34,1%), y muy bien representado en las fases relacionadas con la TEA

(naciente y nueva), con un 28,2%. El grupo de 35 a 44 años es el que más destaca en las fases naciente y nueva con un 40,5% y un 33,3 % respectivamente.

Analizando el origen geográfico de los emprendedores, en el 2012 se mantiene el crecimiento porcentual de los emprendedores de origen español, alcanzando el 89,5% del total, se frena algo el aumento porcentual de los extranjeros de régimen general y se frena el descenso que respecto a 2010 había sufrido el emprendimiento de origen comunitario. También destacan el importante incremento en los emprendedores con estudios secundarios que pasan del 15,3% al 28,20% y el también aumento de los emprendedores con estudios superiores que pasa del 28,2 al 46,5 %.

En cuanto a la capacitación técnica para emprender el Observatorio GEM indica que prácticamente la mitad de los emprendedores en fase naciente y nueva tienen formación específica para emprender (48%).

Finalmente, se observa que la mayoría de los emprendedores tienen una dedicación a tiempo total en sus proyectos, o bien están en una situación de paro, lo que es una muestra del compromiso que estas personas asumen con sus proyectos.

ACTITUDES, CAPACIDADES Y MOTIVACIONES PARA EMPRENDER EN LA CIUDAD DE MADRID

En la ciudad de Madrid un 18,37% de la población encuestada perciben la existencia de oportunidades para emprender. Analizando la ciudad por zonas, los empresarios de la zona Norte son los que perciben un mayor porcentaje de oportunidades (26,7%), y entre las personas no involucradas, los de la zona Sur - Sureste son los que en porcentaje perciben menos oportunidades, tan sólo un 11,8%. Un factor determinante de esta percepción es la disponibilidad de una red social para emprender, que en la ciudad de Madrid alcanza a un 26,46%, algo inferior a la media de española, con un 28,7%).

En la ciudad de Madrid la inmensa mayoría de la clase empresarial manifiesta disponer de los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para desarrollar un pequeño negocio, características que también se atribuye al cuarenta por ciento de la población no interesada en la actividad emprendedora. Esta actitud es coherente con la percepción del temor al fracaso que en el colectivo empresarial y emprendedor afecta al 32,6% de la población, mientras que en el no emprendedor alcanza un 55%.

Por otro lado, la labor de los medios de comunicación resulta imprescindible a la hora de transmitir los resultados del proceso emprendedor en un territorio. En la ciudad de Madrid aproximadamente el 50% de la población ha apreciado esta labor en el 2012. Respecto al año anterior, el porcentaje se ha incrementado de forma significativa, un 16%, en el colectivo de empresarios.

LAS MOTIVACIONES PARA EMPRENDER EN LA CIUDAD DE MADRID

En la ciudad de Madrid el 84,1% de las iniciativas emprendedoras surgen para aprovechar una oportunidad, el 13,6% por necesidad y un 2,4% por otros motivos. En las motivaciones subyacentes al aprovechamiento de oportunidades, sigue predominando la búsqueda de independencia (65,6%), seguido del ánimo de lucro (21,1%) y el de mantener los ingresos (9,8%). Respecto al conjunto del país, en la ciudad de Madrid se observa un incremento relativo del emprendimiento por oportunidad, como lo corrobora el hecho de que el mayor porcentaje de las empresas nacientes (84%) emprenden por oportunidad y tan sólo un 13,6% lo hacen por necesidad. Por tanto, se puede señalar la presencia de un emprendimiento de calidad en la ciudad de Madrid, al tener una TEA por necesidad relativamente baja.

LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS CONSOLIDADAS

En la ciudad de Madrid, como es de esperar, la mayor parte de la actividad naciente (74,40%) aún no está registrada, ya que aún están en la fase de puesta en marcha. Sin embargo, es relevante que un 25,6% de esta actividad ya esté registrada para realizar sus operaciones. Respecto a las actividades nuevas (llevan operando entre 3 y 42 meses) la situación se invierte. Las actividades registradas suponen el 82,8% y, un 17,20% se encuentran en situación irregular. En el caso de actividades en fase consolidada, aumentan notablemente las actividades registradas hasta el 93,30%, quedando en situación irregular el 6,70%.

La distribución sectorial de la actividad en fase emprendedora en la ciudad de Madrid es similar a la del año anterior, predominando el sector orientado al consumo (45,8%) y el sector de servicios a otras empresas (36,4%), seguidos del sector transformador (17,8%). Una parte importante de las iniciativas de la ciudad de Madrid, tanto en fase emprendedora como consolidada, se dedica a prestar servicios a empresas. Este sería un rasgo distintivo respecto al conjunto de España.

Por otra parte, el 46,1% de las iniciativas en fase emprendedora en 2012 cuentan con empleados, mejorando desde el 22,5% del año anterior. Este ascenso en el número de empleados ha sido superior al que se ha producido a nivel nacional, que ha pasado del 29% de las iniciativas con empleados en 2011 al 43% en 2012.

Las iniciativas en fase emprendedora han tenido un cambio de tendencia en 2012 respecto a los años anteriores. Ha disminuido el porcentaje de iniciativas completamente innovadoras en 2,6 puntos respecto a 2011, situándose en el 22,4% de las iniciativas en 2012. Algo más acentuado ha sucedido con las que se consideran algo innovadoras que son el 16,8%, 10,2 puntos menos que el año anterior. Por tanto, han aumentado notablemente las que no se consideran innovadoras, llegando a ser el 60,7% de las iniciativas. Algo parecido se muestra para las iniciativas consolidadas en la ciudad de Madrid, ya que el 7,3% se consideran completamente innovadoras (por encima del total nacional), el 6,7% son algo innovadoras y el 86,3% no son innovadoras.

En cuanto a la internacionalización de la actividad empresarial es de resaltar que ha aumentado notablemente el número de las que exportan más del 75% de su actividad, hasta el 14,3%. Es relevante que en la ciudad de Madrid sea un 28,7% de las iniciativas las que tiene actividad exportadora, todavía por encima del promedio español.

LA FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

La aportación de capital más habitual para poner en marcha una empresa en la ciudad de Madrid oscila entre los 3.000€ y los 18.000€. Otro dato interesante es que el 40% de los emprendedores ha aportado a partir de sus propios recursos el 100% de lo requerido para el inicio del negocio, superando a la media nacional, que se sitúa en el 30%. Esto significa que el 60% de los emprendedores ha necesitado recurrir a fuentes ajenas para financiar sus proyectos, siendo necesario que la financiación externa, en particular la privada, fluya de forma óptima.

En la ciudad de Madrid el porcentaje de población de 18-64 años que han invertido en los últimos tres años en un negocio ajeno ha sido del 3,14%, tasa ligeramente superior a la registrada en 2011, un 3,12%, y es muy superior a la media nacional, situada en 2,7%. En la inmensa mayoría de los casos, un 91,6%, existe algún tipo de relación previa entre el inversor y el beneficiario.

ASPECTOS SINGULARES DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Hay algunas cuestiones que merecen una mención especial al analizar la actividad emprendedora en la ciudad de Madrid. Así, la mayoría de los emprendedores desempeña su actividad desde locales externos a su hogar (67,68%), seguidos de los que la desarrollan desde su hogar (21,95%) y, en menor medida, por los que tienen un alto grado de movilidad (7,93%) u otros (2,4%).

Por otro lado, se observa una predominancia de emprendedores varones sobre las mujeres, especialmente en el colectivo de emprendedores nacientes y nuevos, en una proporción que se aproxima al 70% de hombres y un 30% de mujeres. Y esta situación se da aún a pesar de que la aceptación social de que la mujer desarrolle un proyecto emprendedor obtiene una puntuación de 3,19 sobre 5 puntos. En la misma línea se reconoce que las mujeres tienen la capacidad y motivación necesarias para crear una empresa que los hombres, con una puntuación de 4,52. Todo ello apunta hacia la necesidad de una intervención especial para fomentar la iniciativa emprendedora femenina.

CAPÍTULO 1.

**ESTADO DE LAS
CONDICIONES DE
ENTORNO PARA EMPRENDER**

¹ Cabe destacar el Diagnóstico Territorial de la OCDE (2008) y los tres estudios anuales de Merco Ciudad (2008, 2009 y 2010).

Según el modelo teórico de GEM, el estado de las condiciones del entorno para emprender de un territorio (ver Figura 1) influyen tanto en la existencia y captación de oportunidades por parte de la población como en la capacitación de ésta para emprender. Lo cual, a su vez, incide en la magnitud de la actividad emprendedora total. Debido a este carácter condicionante sobre el emprendimiento, el presente informe se inicia precisamente con el examen de los factores que configuran el entorno empresarial de la capital.

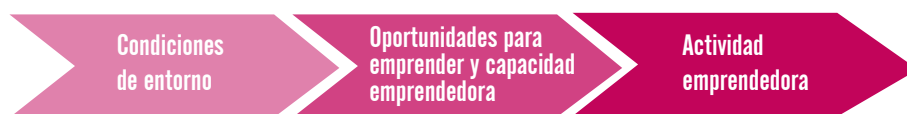
En relación con el estado de las condiciones, distintos estudios¹ realizados en los últimos años han situado a Madrid como uno de los territorios más favorables a la iniciativa empresarial de España. Las tres ediciones del GEM de la ciudad de Madrid que se han elaborado hasta la fecha, y muy especialmente la de 2012, vienen a confirmar esta idea, otorgando a la capital una puntuación superior a la media española en la mayoría de las condiciones valoradas por los expertos.

Como en años anteriores, la condición mejor valorada es, como en las dos ediciones anteriores del GEM ciudad de Madrid, la que atañe al acceso y disponibilidad de infraestructuras físicas. Le sigue una percepción marcadamente positiva respecto de la innovación desde el punto de vista del consumidor y, en menor medida, del empresario; el fomento de los negocios de alto potencial; la infraestructura comercial; el apoyo a la mujer emprendedora; las prioridades y el apoyo que brindan las políticas públicas, y los programas de fomento de las administraciones públicas.

Por el contrario, los expertos consideran que debe mejorar el entorno empresarial de Madrid en cuanto a la protección de la propiedad intelectual, las barreras del mercado interior, la educación empresarial postescolar y la dinámica del mercado local.

La ciudad recibe las valoraciones más bajas en materia de normas sociales y culturales, política fiscal y cargas burocráticas, transferencia de I+D, acceso a la financiación y, sobre todo, en lo que se refiere a la educación en etapa escolar. Como se verá más adelante, estos resultados negativos no difieren substancialmente de los obtenidos en la encuesta realizada en el GEM nacional.

Figura 1. El entorno y su impacto: modelo teórico



La política de fomento de la iniciativa empresarial de la Agencia de Desarrollo Madrid Emprende actúa sobre buena parte de las condiciones que valoran los expertos con objeto de mejorar el clima emprendedor de la ciudad. Si bien durante los primeros años de andadura la Agencia concentró sus esfuerzos en la creación de infraestructuras empresariales –especialmente la Red de Viveros de Empresas- desde 2011 ha puesto el foco en atajar algunas de las deficiencias que han destacado los expertos, principalmente, la dificultad de acceso a la financiación, el insuficiente arraigo del espíritu emprendedor y la burocracia en la creación de empresas. Actualmente el Ayuntamiento de Madrid está ultimando un proyecto de Ordenanza destinado a propiciar un marco normativo más flexible y ágil para empresarios y emprendedores que deroga normas obsoletas que dificultan la actividad económica, adecua el contenido de disposiciones vigentes a la coyuntura y a los nuevos usos empresariales, innova en el ordenamiento municipal introduciendo figuras jurídicas inspiradas en buenas prácticas internacionales, y marca el camino para que la administración municipal siga avanzando en este terreno en los próximos años.

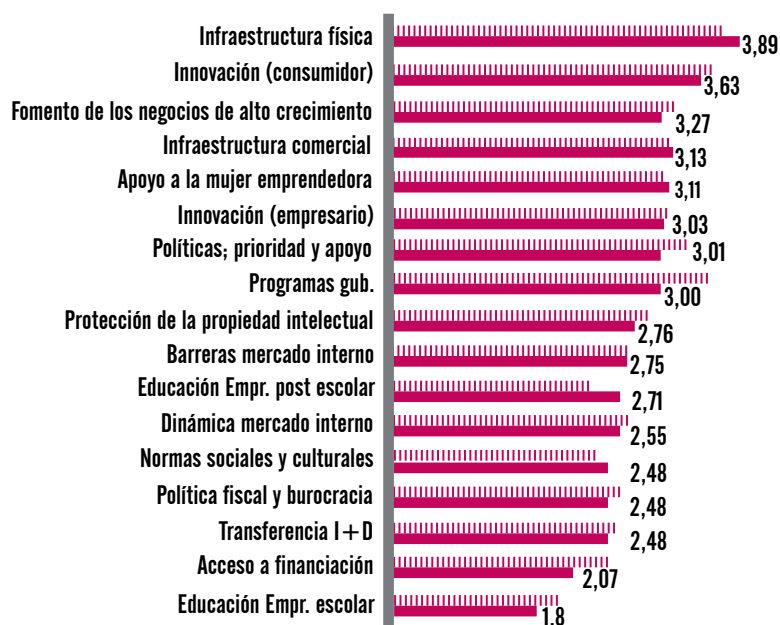


Figura 2. Valoración media comparativa de los expertos GEM de la ciudad de Madrid respecto a las principales condiciones de entorno que inciden en el proceso emprendedor

..... 2011
 ————— 2012

Las cifras que aparecen en la gráfica son los datos referidos al año 2012

En cuanto a la evolución de las valoraciones respecto a las de 2011, mejoran sustancialmente las relativas a la dotación de infraestructuras físicas y la educación emprendedora en etapa post-escolar; registran ligeros repuntes las normas sociales y culturales, el apoyo a la mujer emprendedora, el fomento de los negocios de alto crecimiento y las infraestructura comercial; permanece estable la opinión agregada relativa a las barreras del mercado interno, y el resto de los indicadores muestran ligeras caídas, a excepción del acceso a la financiación y los programas gubernamentales en los que el descenso es más acentuado.

La comparación de los resultados de la encuesta a expertos del GEM ciudad de Madrid con la del GEM España indica que, en términos generales, las condiciones del entorno madrileño son más favorables para la actividad emprendedora que la media nacional.

Las valoraciones en las que más destaca Madrid respecto de España son la educación universitaria y profesional, el impulso de empresas de alto crecimiento y el compromiso de las políticas públicas con el fomento del emprendimiento. Las diferencias con las opiniones de los expertos nacionales en estos tres casos superan el 15%, lo que viene a señalar una de las principales fortalezas del entorno empresarial de la capital.

Condiciones del entorno	Ciudad de Madrid (%)	España (%)	Diferencia (%)
Infraestructura física	3,89	3,98	-2,26
Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor	3,63	3,47	4,61
Apoyo del alto crecimiento	3,27	2,92	11,99
Infraestructura comercial	3,13	3,04	2,96
Apoyo a la mujer emprendedora	3,11	3,12	-0,32
Valoración de la innovación desde el punto de vista de las empresas	3,03	2,79	8,60
Políticas; prioridad y apoyo	3,01	2,68	12,31
Programas gubernamentales	3,00	2,79	7,53
Protección propiedad intelectual	2,76	2,51	9,96
Barreras en el mercado interno	2,75	2,46	11,79
Educación Emprendedora en etapa pos-escolar	2,71	2,34	15,81
Dinámica del mercado interno	2,55	2,79	-8,60
Transferencia I+D	2,48	2,34	5,98
Normas sociales y culturales	2,48	2,34	5,98
Políticas fiscal y burocracia	2,48	2,59	-4,25
Acceso a la financiación	2,07	2,06	0,49
Educación Emprendedora en etapa escolar	1,8	1,52	18,42

Tabla 1: Comparativa de las condiciones del entorno de la ciudad de Madrid y de España que hacen los expertos del GEM

También es significativa la distancia respecto de la media española en lo que se refiere a las barreras del mercado interno, la protección de la propiedad intelectual, la innovación desde el punto de vista empresarial y los programas de fomento de la administración pública.

La ventaja del entorno madrileño es menos intensa en las valoraciones referidas a la innovación desde la óptica del consumidor, la transferencia de conocimiento, la cultura y la infraestructura comercial.

Sólo hay cuatro ámbitos en los que Madrid recibe una puntuación más baja que el entorno nacional. De éstos, es la dinámica del mercado interno la que recibe la peor valoración relativa. Lo cual parece contradecir la información que arrojan indicadores objetivos como la evolución del PIB y la tasa de paro, que reflejan un mejor comportamiento de la economía madrileña. Este hecho podría deberse a que los expertos tienen unas expectativas más elevadas para Madrid en relación con este aspecto. Las diferencias con España son más pequeñas en cuanto a la política fiscal y burocrática y la infraestructura física. En lo que respecta al apoyo a la mujer emprendedora, la distancia con el GEM nacional es anecdótica.

Una conclusión que se puede extraer de estas valoraciones es que el esfuerzo realizado por las Administraciones Públicas de Madrid en el último año para impulsar la creación de empresas es percibido por los representantes del ecosistema emprendedor, pues la prioridad y el apoyo en las políticas gubernamentales y los programas públicos de apoyo presentan diferenciales elevados. Respaldan esta conclusión ámbitos en los que la actuación pública también puede ser intensa como el fomento de las empresas de alto crecimiento y los obstáculos del mercado interior. No obstante, los expertos consideran que es insuficiente lo que se ha hecho en materia de eliminación de burocracia y cargas fiscales así como en el apoyo al emprendimiento femenino.

Asimismo, se puede concluir del análisis de los resultados que el ecosistema emprendedor madrileño ofrece condiciones más favorables que la media española para el desarrollo de proyectos empresariales de gran potencial. Así, junto a la educación en la etapa postescolar y el fomento de los negocios gacela, reciben una alta puntuación relativa la innovación desde el punto de vista del consumidor y del empresario, así como la transferencia de I+D.

En la Tabla 2 se relacionan los temas citados por los expertos GEM como principales obstáculos y apoyos para emprender en la ciudad de Madrid. Se confirma así que algunas de las fortalezas del entorno emprendedor de la ciudad de Madrid, en opinión de los encuestados, tienen directamente que ver con las administraciones.

Llama la atención que, a pesar del agravamiento de la crisis durante 2012, la dinámica de la economía sea citada como un obstáculo sólo por el 13,8% de los expertos, y, sobre todo, que la cuarta parte de ellos vea en ella una ventaja.

Principales obstáculos para el emprendimiento en la ciudad de Madrid		Principales apoyos para el emprendimiento en la ciudad de Madrid	
Financiación	79,3%	Programas públicos	53,6%
Normas sociales y culturales	48,3%	Políticas públicas	25,0%
Tasas y burocracia	41,4%	Clima económico	25,0%
Políticas públicas	37,9%	Normas sociales y culturales	14,30%
Clima económico	13,8%	Acceso a infraestructura física	14,30%
Capacidad emprendedora	10,3%	Mercado laboral y empleo	10,7%
Educación y formación emprendedora	10,3%	Transferencia de I + D	7,1%
¿Con qué temas tienen que ver las recomendaciones que han propuesto para mejorar las condiciones de entorno?			
Financiación	65,4%		
Educación emprendedora.	50,0%		
Tasas y burocracia	42,3%		
Programas públicos	38,5%		
Políticas públicas	26,9%		
Normas sociales y culturales	26,9%		

Tabla 2: Factores de entorno más destacables para los expertos en la ciudad de Madrid

En cuanto a las recomendaciones, es en el desarrollo de fórmulas que mejoren la financiación de las empresas donde hay más consenso entre los representantes del ecosistema emprendedor, seguido de la potenciación de la educación emprendedora y la reducción de tasas y burocracia. Los expertos recomiendan también adoptar medidas encaminadas a potenciar los programas públicos, impulsar políticas públicas favorables al fenómeno emprendedor y propiciar un cambio en los valores y actitudes presentes en la sociedad.

Dado que las respuestas de los expertos en este apartado de la encuesta son abiertas, es importante tener en cuenta que, al realizar su clasificación, se ha aplicado el criterio de distinción entre el concepto de política pública y el de programa gubernamental. Así, una política pública es una posición básica o curso de acción seleccionado por el gobierno para orientar las decisiones respecto a una necesidad o situación de interés público, siendo sus principales fuentes de expresión la Constitución, el Código Político, las Leyes, el Programa de Gobierno y los pronunciamientos oficiales del gobierno. En cambio, un programa gubernamental, es un conjunto de proyectos dirigidos a una o más metas comunes, existiendo diversos tipos en función de su amplitud y ámbito de aplicación.

Las políticas públicas definen un orden de prioridad y el ámbito de acción del gobierno en el tratamiento de los problemas o necesidades, según su naturaleza y urgencia, mientras que un programa viene descrito por acciones y servicios concretos, que obedecen a un propósito, estableciendo el por qué y para qué existe y el resultado que se quiere alcanzar con su implementación. Así, por ejemplo, las políticas definen los requisitos de tramitación de una empresa, mientras que un programa puede ofrecer ayudas para su puesta en marcha o desarrollo en función de determinadas características de la misma.

Obstáculos

- La crisis financiera está impidiendo el acceso a la financiación.
- Apoyos muy centrados en empresas de base tecnológica y poco acordes al perfil real de muchos emprendedores.
- Dispersión de los apoyos entre los municipios, la comunidad autónoma y la administración central.
- El sistema educativo desarrolla aversión al riesgo.
- Retraimiento del consumo y del mercado (crisis).
- Regulaciones prolijas, detalladas y poco racionales, tanto laborales como sectoriales, urbanísticas, mercantiles y fiscales.
- La insuficiente relación entre emprendedores e inversores en los sectores menos atractivos.
- Las cuotas de la seguridad social del autónomo son muy altas.
- Desconocimiento de todos los recursos a disposición de los emprendedores.
- Falta de formación de los jóvenes en la exigencia, la autonomía personal y la iniciativa.
- Déficit fiscal y deuda de las Administraciones Públicas.
- Grandes empresas frente a pymes. Negociación precios y periodos de pago.

Apoyos

- Madrid es una potencia económica dentro de España.
- Buena disponibilidad de parques tecnológicos.
- La situación de desempleo hace que la gente busque oportunidades de autoempleo.
- Alto nivel científico y técnico.
- Medidas liberalizadoras de la administración pública.
- La concienciación de que es el tejido de Pymes el que puede ayudar en la reducción del desempleo.
- Inmigración de personal cualificado o con espíritu emprendedor procedente de Iberoamérica, China y Europa.
- La creación de puentes entre empresa y universidad mediante incubadoras.
- Red de viveros para alojamiento de empresarios con empresas noveles.
- Políticas activas de empleo a nivel municipal.
- La capacitación de la mano de obra.
- Implantación de mecanismos online para la tramitación de nuevas empresas.
- La reducción de barreras de entrada en muchos campos con las nuevas tecnologías.
- El tamaño del mercado del mercado.

Recomendaciones

- Mejora de la educación para que la sociedad esté familiarizada con la cultura empresarial.
- Creación de programas de acompañamiento y ayuda en fases siguientes a la creación de la empresa.
- Potenciar instrumentos financieros como los microcréditos y los business angels.
- Introducir en enseñanza reglada y en televisión contenidos pro emprendedores.
- Cambio en el modelo educativo que anime y favorezca el emprendimiento.
- Ofrecer más apoyos a emprendedores en sectores distintos de Internet.
- Poner en valor la figura del empresario.
- Desarrollar marcos legislativos más sencillos y que favorezcan otras estructuras empresariales (centros especiales de empleo, empresas de inserción, cooperativas).
- Promover la financiación con horizonte largo plazo.
- Reducción de la regulación a la mitad o menos, flexibilización o supresión del 90% de la normativa.
- Financiar proyectos mixtos universidad empresa.
- Crear desde lo público instituciones especializadas en fomentar el espíritu emprendedor.
- Reducir las cuotas al RETA y facilitar la pluriactividad a nivel de seguridad social.

Tabla 3. Selección de respuestas abiertas proporcionadas por los expertos GEM ciudad de Madrid 2012

CAPÍTULO 2.

**ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
Y DINÁMICA EMPRESARIAL
EN LA CIUDAD DE MADRID**

La medida de la actividad emprendedora según la metodología del Observatorio GEM se hace identificando cuatro estadios en el proceso de emprender, que se representan en la Figura 1. De ellos, los dos centrales son los más relacionados con la actividad emprendedora, pues se ajustan a las circunstancias de un proyecto empresarial. Por ello constituyen el núcleo de la medida de la iniciativa emprendedora según la metodología GEM, y a ellos se asocia la TEA, o Tasa de Actividad Emprendedora, que es el principal referente para realizar estudios comparativos sobre emprendimiento.

Figura 1. Las etapas del proceso emprendedor según la metodología GEM



ACTIVIDAD EMPRENDEDORA POTENCIAL EN LA POBLACIÓN

El Observatorio GEM identifica a los emprendedores potenciales como aquellas personas de 18 a 64 años que afirman tener la intención de poner en marcha un negocio o actividad de autoempleo en los próximos 3 años.

En el año 2012 la tasa de emprendimiento potencial de la ciudad de Madrid se situaba en un 10,7%, algo por debajo de la media española (12,05%), que mejora respecto al año 2011, pero manteniendo un incremento sostenido en el tiempo. Esta evolución puede ser indicio de

nuevos incrementos en la TEA de los próximos años, probablemente por la toma de conciencia de la ciudadanía sobre el papel que puede tener la iniciativa emprendedora como medio para superar la actual situación de destrucción de empleo, y de configurar un futuro profesional estable basado en las capacidades del propio individuo. En años venideros habrá que analizar si estas cifras, tan positivas en cuanto a actitudes hacia el emprendimiento, se traducen en creación real de empresas. A ello ha de contribuir necesariamente la adecuada configuración de los factores del entorno para emprender, que se han analizado en el capítulo anterior.

Tabla 1. Análisis comparativo de la iniciativa emprendedora potencial en la ciudad de Madrid

	Ciudad de Madrid		España	
	2011	2012	2011	2012
Tasa de emprendimiento potencial	10,5%	10,7%	9,7%	12,05%
Población Emprendedora Potencial (personas)	220.995	222.215	2.899.834	3.700.000≈

Estas valoraciones afectan a un volumen importante de la población potencialmente emprendedora en España, a la que la ciudad de Madrid aporta más del 6% del total.

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA REGISTRADA Y SU EVOLUCIÓN.

Como es bien sabido, la tasa de actividad emprendedora total, denominada TEA, es el porcentaje de iniciativas que tienen entre 0 y 42 meses de vida en el mercado sobre la población residente de 18-64 años, y constituye la parte central del proceso emprendedor analizado por GEM. El valor estimado de dicha tasa para Madrid en 2012 es de un 4,8%, experimentando un descenso del 20,83 % respecto al año anterior. Su desglose puede analizarse en la Figura 2.



Figura 2: Tasa total de actividad emprendedora y sus componentes en la ciudad de Madrid en el año 2012

Estas tasas han experimentado una caída muy significativa respecto al año anterior, habiendo pasado la tasa de actividad emprendedora naciente de un 3,5% a un 2,8%, y la tasa de actividad emprendedora nueva de un 2,3% a un 2,0%, volviendo, prácticamente, a los niveles del año 2010. Como puede analizarse en base a los datos del Balanced Scorecard, el principal detonante de esta caída en la TEA ha sido en emprendimiento femenino, que ha pasado de un 4,5% en el 2011 a un 2,7% en el 2012. Este fenómeno puede requerir un estudio específico, pero por sí mismo puede explicar la diferencia entre la TEA del 2011 y la del 2012 para la ciudad de Madrid. Dentro de la tónica de que estas cifras pueden interpretarse como la materialización del cambio de actitud de los ciudadanos hacia el emprendimiento como opción profesional detectado al analizar la iniciativa emprendedora potencial, también ponen de manifiesto que las condiciones del entorno no se perciben todavía tan favorables como para convertir a muchos emprendedores potenciales en emprendedores de hecho.

Esto significa que, de las 2.076.780 personas que tiene la ciudad de Madrid entre los 18 y los 64 años, según el censo municipal de 2012, había 58.180 iniciativas en fase naciente y 99.685 actividades en fase emprendedora, incluyendo los casos de autoempleo.

También se han estimado los indicadores de actividad emprendedora en las tres principales zonas de la ciudad de Madrid (Norte, Almendra Central, y Sur-Sureste). Se observan diferencias entre las tasas de actividad emprendedora locales, registrándose la más elevada en la Almendra Central (6,6%), la intermedia en la zona Norte (6,0%) y la más baja en la zona Sur-Sureste (3,3%) que es la que más hunde la TEA de la ciudad de Madrid.

ACTIVIDAD EMPRESARIAL CONSOLIDADA Y EVOLUCIÓN

La tasa de actividad consolidada mide el porcentaje de personas de la encuesta GEM que declara haber consolidado una actividad empresarial en el año anterior a la toma de opinión. En la ciudad de Madrid en el año 2012 esta tasa ha caído un 4,21%, alcanzando el 5,3%, una cifra ligeramente inferior a la del año anterior, pero bastante por debajo de la del conjunto de España, que también ha registrado una contracción, como se muestra en la Tabla 2. Este resultado merece un análisis específico, pues puede tener muchas interpretaciones, que tanto pueden abarcar desde el diferente dinamismo del tejido empresarial madrileño, muy terciarizado y sensible a factores externos tales como la confianza del consumidor y el crecimiento del paro, como a una mayor dificultad para consolidar un proyecto empresarial en este año en que la crisis económica se ha manifestado con especial virulencia.

La tasa de actividad consolidada en las tres zonas de la ciudad de Madrid muestra una evolución coherente con la de actividad en fase emprendedora, si bien, la más elevada corresponde a la Zona Norte (7,1%), seguida de la Zona Central (5,3%) y la Zona Sur-Sureste (4,6%).

Tabla 2. Iniciativa emprendedora total y consolidada en la ciudad de Madrid y análisis comparativo

	Ciudad de Madrid		España	
	2011	2012	2011	2012
Tasa de emprendimiento total (TEA)	5,9%	4,8%	5,8%	5,7%
Tasa de iniciativas consolidadas	5,8%	5,3%	8,9%	8,74%

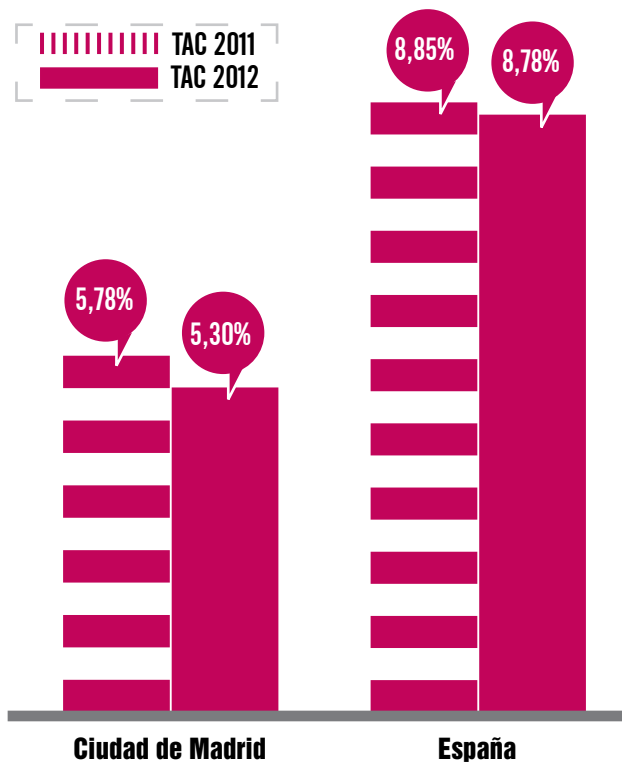


Figura 3: Tasa de actividad consolidada en la ciudad de Madrid y comparación con España

CESES DE ACTIVIDAD REGISTRADA Y EVOLUCIÓN

La tasa de abandono corresponde al porcentaje de personas de esa misma franja poblacional que declara haber abandonado una actividad en los doce meses previos a la encuesta GEM. Esta opción puede tener diferentes salidas, según la situación del propio proyecto empresarial, y las circunstancias personales del empresario.

La tasa de abandono de la ciudad de Madrid se ha situado en el 2,01% de la población de 18-64 años, y apenas ha experimentado variación respecto al año anterior, aunque se sitúa dos décimas por debajo de la tasa de abandono total en España, como se puede apreciar en la Figura 4, un dato positivo en la situación actual.

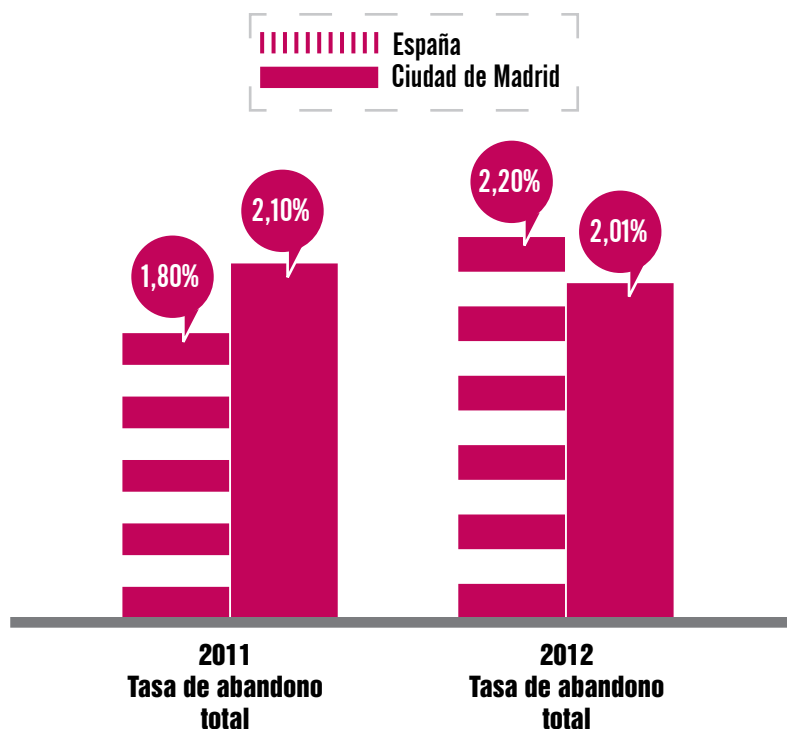


Figura 4. Análisis comparativo de la Tasa de Abandono total de la ciudad de Madrid

Tabla 3: Desglose de la Tasa de Abandono de iniciativas empresariales en la población de 18-64 años en la ciudad de Madrid

	2011		2012	
	Tasa	Nº Empresas	Tasa	Nº Empresas
Tasa Abandonos por Cierre	1,34	28.620	1,27	26.375
Tasa Abandonos por Traspaso	0,67	14.310	0,53	11.007
Tasa total Abandonos	2,01	42.929	1,8	37.382

En la Tabla 3 puede apreciarse que en un 29,44% de los abandonos el proyecto empresarial ha continuado activo en otras manos, y en todos los casos sin sufrir cambios en cuanto al tipo de negocio. La tasa real de negocios cerrados ha sido del 1,27%, algo más reducida que la media española (1,46%), y su elevación a la población de 18-64 años arroja una estimación de 26.375 entidades. Por otro lado, la tasa de traspasos o ventas ha sido un 0,53%, que, elevado a la población empresarial, supone 11.007 actividades. Los motivos del abandono más frecuentemente citados son: la falta de rentabilidad, los problemas para obtener financiación y la oportunidad de vender o de emprender un nuevo negocio. Al comparar estos datos con los de la media española, se ha observado que en la ciudad de Madrid se da una menor proporción de casos en que el negocio se abandona porque no era rentable, mientras que ha habido una mayor proporción de casos en que el motivo principal del abandono han sido los problemas para obtener financiación.

POSICIONAMIENTO DE LA CIUDAD DE MADRID EN EL CONTEXTO ESPAÑOL

En la Figura 5 se muestra la comparativa de la TEA de la ciudad de Madrid con el resto de las regiones de España. En ella puede observarse que la ciudad de Madrid ocupa una posición intermedia en el conjunto de España, algo por debajo de la media nacional. Analizando la evolución respecto al año anterior, se aprecia un incremento significativo de la TEA en la mayoría de las regiones, si bien la media nacional ha descendido apenas una décima porcentual.

Figura 5: Tasa de actividad emprendedora de la ciudad de Madrid en relación con otras regiones de España



Por tanto, aunque la TEA de la ciudad ha descendido respecto al año anterior, sin embargo se mantiene en cotas razonables en el contexto nacional.

En capítulos posteriores se realizará un análisis más pormenorizado de las causas que pueden justificar esta posición.



CAPÍTULO 3.

**PERFIL SOCIOECONÓMICO
DEL EMPRENDEDOR**

En este capítulo, se presenta el perfil medio de los emprendedores de la ciudad de Madrid en el año 2012. Asimismo, se realizan comparaciones con otras referencias de ámbito regional y nacional.

Para ello se ha utilizado la información proporcionada por los entrevistados, población adulta residente en la ciudad de Madrid, en la encuesta GEM 2012 y que se hallaban involucrados en algún tipo de iniciativa empresarial.

Como es bien sabido, el proceso emprendedor, según lo define GEM, distingue cuatro fases: emprendedores potenciales, emprendedores nacientes, emprendedores nuevos, y empresarios consolidados. Conviene recordar que la TEA, principal indicador de GEM, se refiere al emprendedor naciente y el nuevo, por lo que a lo largo de todo el capítulo se hará principalmente referencia a ambos colectivos tratados de forma unificada.

Las variables analizadas se agrupan en tres categorías:

- Características demográficas: el sexo, la edad y el origen de las personas.
- El capital humano: el nivel de estudios y la posesión de formación específica para emprender.
- Aspectos situacionales: el nivel de renta, el status laboral y el tamaño medio del hogar.

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS: SEXO, EDAD Y PROCEDENCIA

En las Figuras 1, 2 y 3 y en las Tablas 1 y 2 se muestra la situación respecto a sexo, edad y procedencia de los individuos implicados en las etapas del proceso emprendedor para la ciudad de Madrid.

En cuanto al sexo, se aprecia un predominio del hombre sobre la mujer en todas las etapas del proceso emprendedor.

Este predominio se ha acentuado especialmente en las fases que se integran en el principal indicador de GEM, la TEA. Mejoran algo las cifras del emprendimiento femenino en la fase de Emprendedores Potenciales y descienden los abandonos femeninos respecto del año pasado.

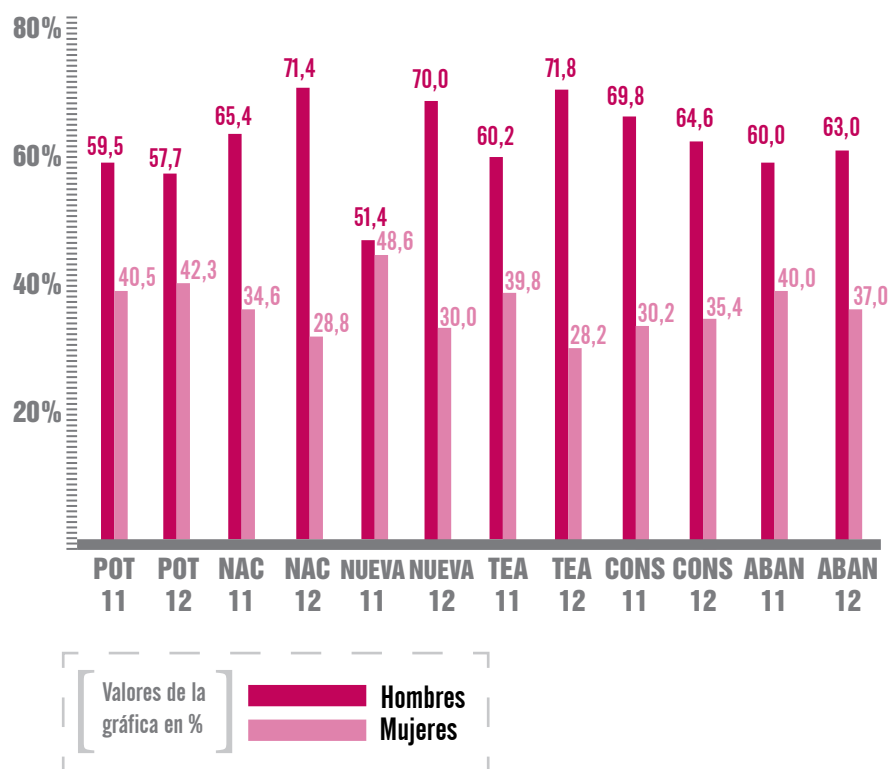


Figura 1: Emprendedores por género (ciudad de Madrid, 2011).

La TEA en los estratos de población masculina y femenina de 18-64 años de la ciudad de Madrid en el año 2012 ha sido, respectivamente, del 7 % y del 2,7 %.

Comparando los años 2010 y 2011 se aprecia que la TEA masculina tiene un comportamiento muy estable con un ligero descenso, no muy significativo, de 2 décimas. Sin embargo, la TEA femenina desciende 1,8 puntos. Así pues ambos indicadores se separan aún más que el año pasado, estando por debajo de los niveles del año 2010.

Tabla 1: Tea Masculino y femenino (Ciudad de Madrid, 2010, 2011 y 2012)

	TEA MASCULINO	TEA FEMENINO
2010	6%	3,20%
2011	7,20%	4,50%
2012	7,00%	2,70%

En cuanto a las tasas de actividad emprendedora en función del género en las tres zonas de la ciudad de Madrid consideradas en este estudio, si bien la TEA femenina desciende en las tres zonas, destaca la bajada de la TEA femenina en la zona del sur-sureste donde se sitúa en 0,8% (véase Figura 2).

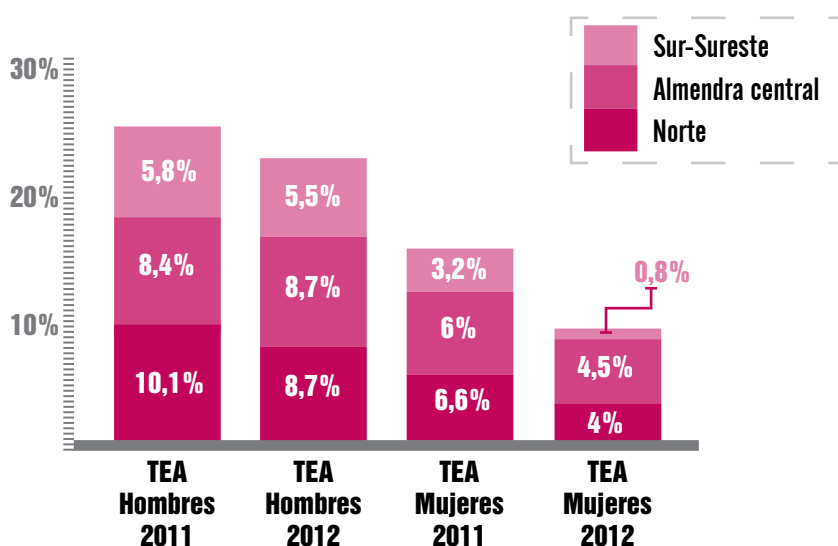


Figura 2: Distribución del sexo en las distintas zonas de la ciudad de Madrid

Al analizar la TEA desde la perspectiva de la edad (véase Tabla 2) se aprecia cómo se contraen todos los grupos de edad a favor del tramo de 35-44 años, que presenta un claro liderazgo con un 38% de todas las iniciativas. Este primer puesto era ocupado en el estudio de 2011 por el tramo comprendido entre los 25 y 34 años.

Analizando la situación y evolución de cada grupo de edad se observa que el grupo de 18-24 años muestra los valores más altos como emprendedores potenciales (un 14%), siendo menores en el resto. Este grupo ha sufrido un retroceso en sus posiciones en la TEA pasando de un 6,8 a un 2,8%.

En el grupo de 25 a 34 años se encuentran los mayores valores en la fase de potenciales, un 34,1%, y en las fases incluidas en la TEA con un 28,2 %, en los emprendedores consolidados en este grupo se encuentra una menor concentración (10,3%). Este grupo ha sufrido un descenso importante en la TEA pasando del 37 al 28,2%.

El grupo de 35 a 44 años es el que más destaca en las fases naciente y nueva con un 40,5% y un 33,3% respectivamente, pero sufre un descenso en la consolidación que pasa de un 45,3% a un 33,3% e incrementa significativamente el número de abandonos pasando del 19% al 50%.

El grupo de 45 a 55 años observa una discreta mejoría en todos los ratios, especialmente destaca la mejoría en nacientes y nuevos lo que hace que en la TEA pase de un 12,5% a un 26,8%. También mejoran las cifras de consolidación y de abandono ya que estas últimas disminuyen.

Edad	Potencial		Naciente		Nueva		TEA		Consolidada		Abandono	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
18-24	11,8	14,0	7,5	4,8	8,6	0,0	6,8	2,8	2,3	1,3	6,5	3,6
25-44	35,9	34,1	37,7	28,6	34,3	26,7	37,5	28,2	9,3	10,3	19,4	17,9
35-44	32,7	32,3	30,2	40,5	37,1	33,3	33,0	38,0	45,3	33,3	19,4	50,0
45-54	11,8	14,6	13,2	21,4	11,4	33,3	12,5	26,8	26,7	28,2	35,5	17,9
55-64	7,8	4,9	11,3	4,8	8,6	6,7	10,2	4,2	16,3	26,9	19,4	10,7

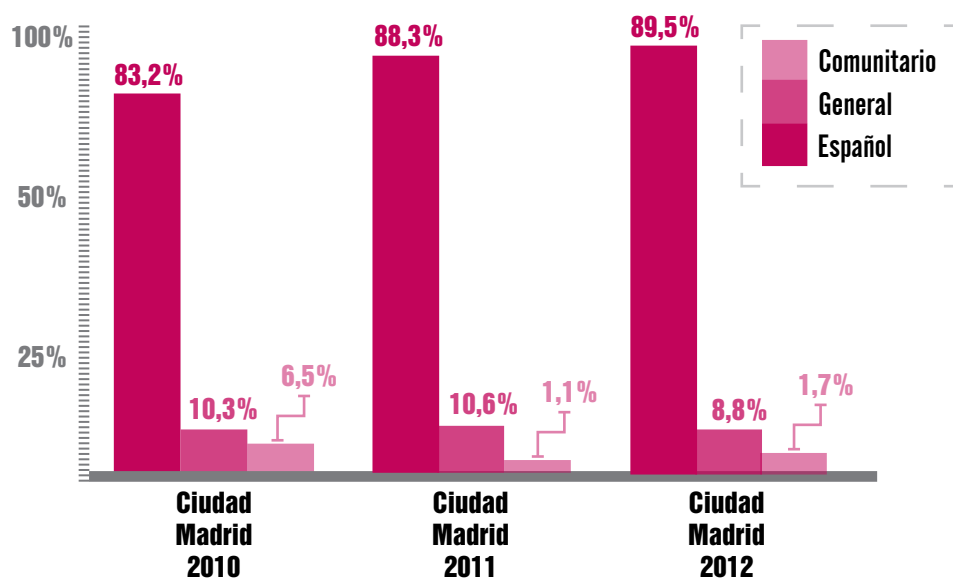
Tabla 2: Distribución de la edad en las distintas fases del proceso emprendedor 2012 (datos en %)

Finalmente en el último tramo de edad, 55 a 64 años, observamos un descenso en las tres primeras fases (potenciales nacientes y nuevas) y una mejoría en la consolidación y el abandono.

En cuanto al origen de las personas emprendedoras, el observatorio GEM España considera relevante estimar qué parte del total de emprendedores se debe a personas cuyo origen no es español. Puesto que se ha demostrado que el trasfondo cultural y económico de los países de origen influye en el comportamiento emprendedor de las personas que emigran, es importante distinguir entre los extranjeros que proceden de países en vías de desarrollo y los que proceden de países desarrollados.

Para el análisis de los datos se han distinguido dos grupos distintos en función del origen de los emprendedores. Por un otro lado, los emprendedores de régimen comunitario, los países más representados continúan siendo Francia, Alemania, Reino Unido e Italia, y, por otro lado, los extranjeros de régimen general, que proceden mayoritariamente de países latinoamericanos como México, Perú, Colombia y Venezuela.

Figura 3: Tasa de actividad emprendedora de la población de Madrid de 18-64 años según el régimen de residencia de las personas en la ciudad de Madrid 2010, 2011 y 2012



Se mantiene el crecimiento porcentual de los emprendedores de origen español, se frena algo el aumento porcentual de los extranjeros de régimen general y se frena el descenso que respecto a 2010 había sufrido el emprendimiento de origen comunitario.

CAPITAL HUMANO: ESTUDIOS REGLADOS Y FORMACIÓN EMPRENDEDORA ESPECÍFICA

Las Figuras 4 y 5 muestran los datos relativos al nivel de estudios y si el emprendedor ha recibido algún tipo de formación específica relacionada con la creación y gestión de empresas.

En cuanto a los estudios reglados, la literatura científica subraya la estrecha relación que existe entre el nivel de educación y la actitud hacia el emprendimiento, así como con las características de las actividades que se ponen en marcha. En general, se viene observando que a mayor nivel de educación, mejor calidad media de las actividades emprendedoras.

Se considera que el nivel de educación puede influir y orientar la elección del tipo de negocio, en el diseño con equipos más o menos nutridos de socios, en el tipo de financiación, en la creación de empleo, la innovación, la diversificación y otros muchos detalles relacionados con la calidad de la iniciativa.

Para el análisis de los datos, GEM clasifica a las personas en función de su nivel de educación de forma que puede proporcionar información muy desagregada de esta variable: Sin estudios, primaria, secundaria, superior y postgrado.

Respecto al nivel de estudios se aprecia que hay una gran variabilidad (véase Figura 4), aunque podría decirse que en todas las fases del emprendimiento predominan de forma tradicional los iniciativas promovidas por personas con estudios superiores.

Al considerar la TEA, que incluye las fases de naciente y nuevo, destacan los importantes incrementos en los emprendedores con estudios secundarios que pasan del 15,3 al 28,2 % (13 puntos) y el también aumento de los emprendedores con estudios superiores que pasa del 28,2 al 46,5 % (16 puntos). Descienden por el contrario las iniciativas de los emprendedores con estudios primarios, pasando del 14,1 al 7% y de los estudiantes con estudios de posgrado que pasan del 42,4 al 18,3 %.

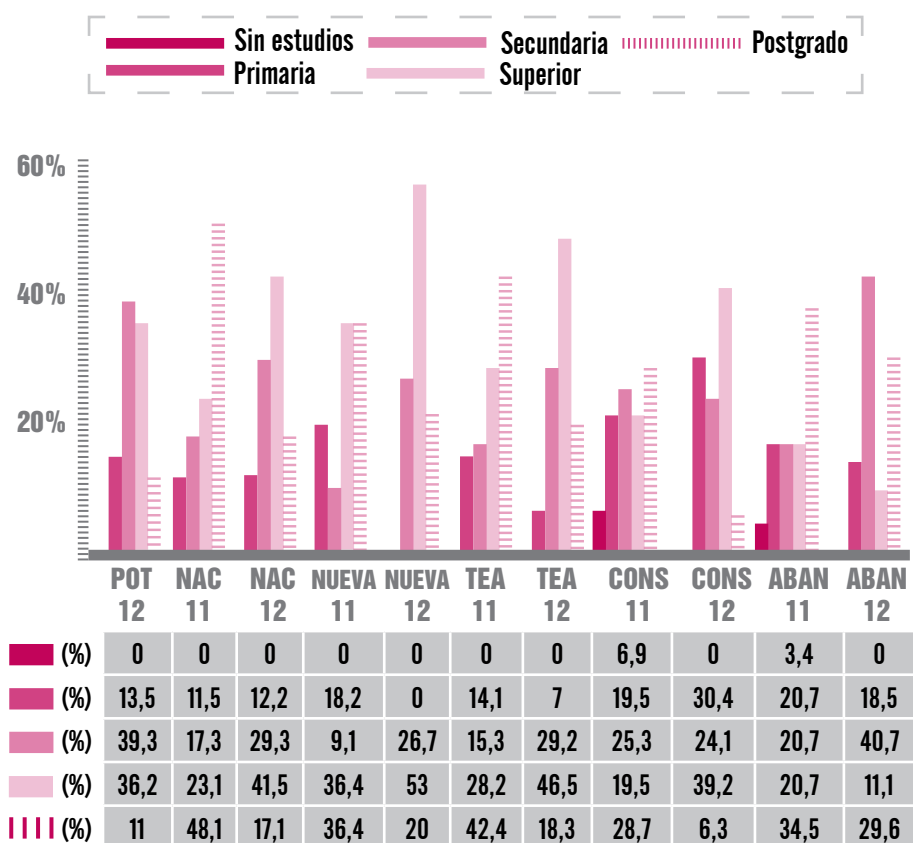
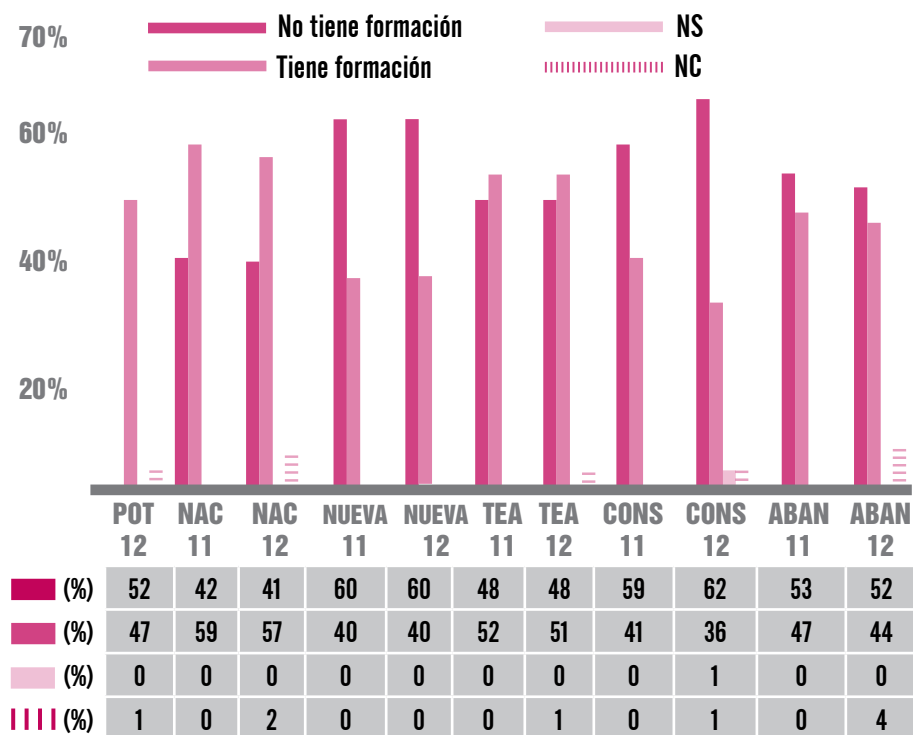


Figura 4: Distribución del nivel de estudios en las distintas fases del proceso emprendedor 2012

Figura 5: Distribución de la posesión de formación específica para emprender entre los involucrados en las distintas fases del proceso emprendedor



En cuanto a la posesión de formación específica para el emprendimiento se puede apreciar que no hay grandes diferencias respecto de 2011, pues se mantienen los mismos porcentajes en las fases incluidas en la TEA (naciente y nueva), y se observa un ligero descenso entre los emprendedores potenciales, consolidados y que abandonan.

Así pues prácticamente la mitad de los emprendedores en fase naciente y nueva tienen formación específica para emprender (48%). Si se desciende al detalle de las dos fases que se incluyen en la TEA (naciente y nueva) se observa que entre los emprendedores nacientes hay un mayor porcentaje que ha recibido formación específica para emprender frente a quienes se encuentran en la fase nueva.

ASPECTOS SITUACIONALES: NIVEL DE RENTA FAMILIAR, SITUACIÓN FAMILIAR Y CIRCUNSTANCIAS LABORALES

La Figura 6 y las tablas 3 y 4 muestran los datos relativos a la situación laboral en el momento de la encuesta, así como el nivel de renta familiar.

Antes de comenzar a tratar la renta familiar, cabe destacar que la cuestión de los propios ingresos resulta una pregunta complicada y sensible para los encuestados que muestran una alta tasa de absentismo, es decir, no contestan. Es por ello, que conviene ser cauto a la hora de analizar los resultados y sacar conclusiones. En cualquier caso conviene subrayar que se mantiene el predominio de niveles de renta del tercio superior según la tabla del GEM.

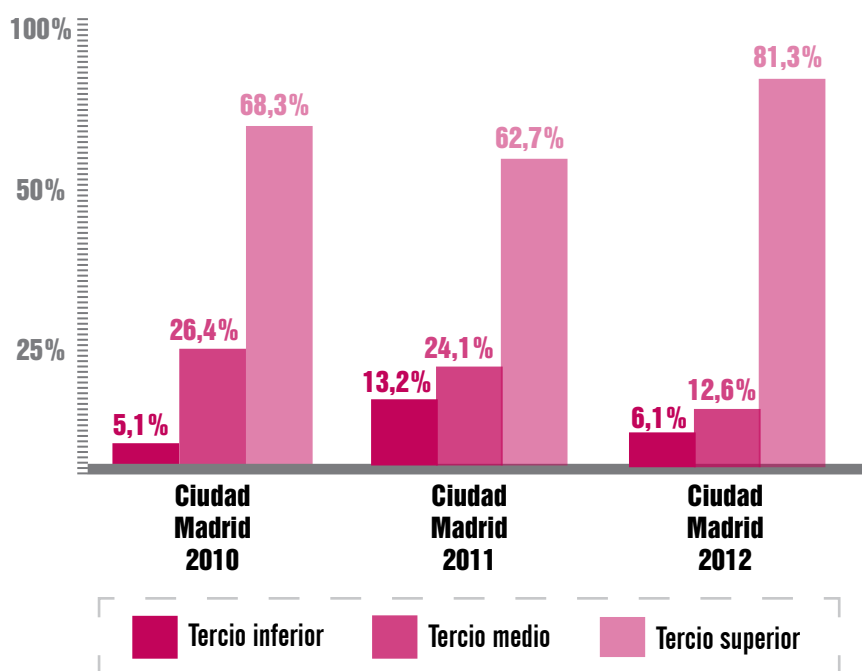


Figura 6: Tasa de actividad en fase emprendedora por nivel de renta en la ciudad de Madrid 2010, 2011 y 2012

En relación a la situación laboral de los emprendedores, en la Tabla 3 se presenta la situación correspondiente a las distintas fases: potencial, naciente, nueva, TEA (que incluye las dos fases anteriores), consolidados y abandono. Se observa que la mayoría de los emprendedores tienen una dedicación a tiempo total en sus proyectos, o bien están en una situación de paro, lo que es una muestra del compromiso que estas personas asumen con sus proyectos.

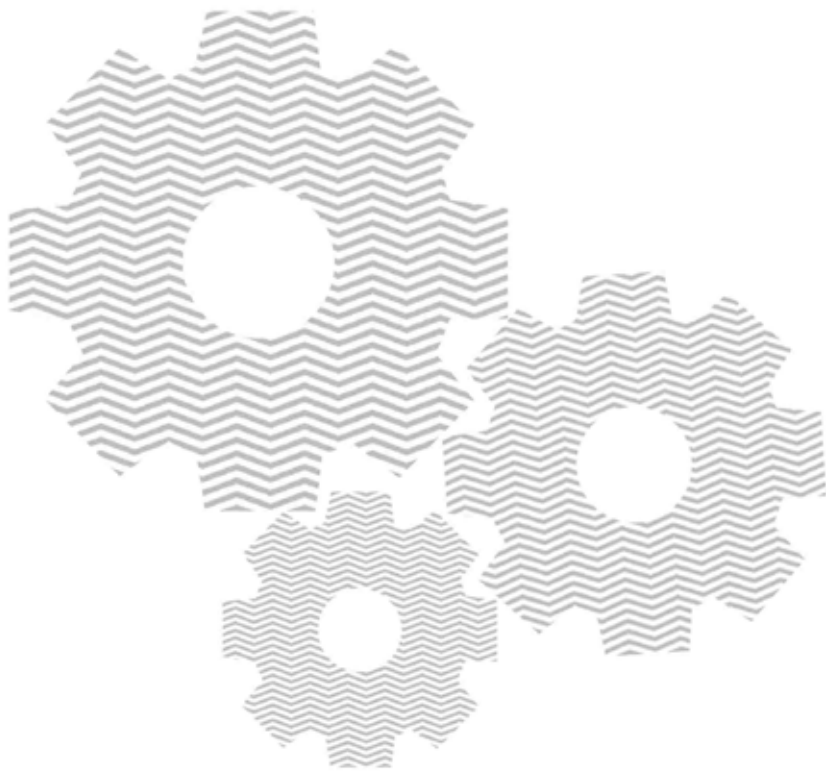
Tabla 3: Situación laboral de los emprendedores en las diferentes etapas del proceso de emprender (%)

Tipo de Emprendedor	Potencial		Naciente		Nuevo		TEA		Consolidado		Abandono	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Tiempo completo o parcial	60,6	48,5	56,6	77,5	97,1	70,7	72,7	86,7	96,6	98,7	76,7	53,6
Solo a tiempo parcial	9,7	9,8	5,7	1,4	0	0	3,4	3,35	2,3	0	0	17,9
Jubilado	0,6	1,2	1,9	0	0	0	1,1	0	0	0	3,3	3,6
Labores del hogar	3,2	1,8	3,8	1,4	0	2,4	2,3	0	0	0	0	0
Estudiante	6,5	9,8	5,7	1,4	0	2,4	3,4	0	0	0	0	3,6
Paro, otros casos	19,4	28,8	26,4	18,3	2,9	24,40	17	10	1,1	1,3	20	21,4

En la Tabla 4 se observa que el tamaño medio de la unidad familiar de la que procede el emprendedor apenas ha variado en estos años.

Tabla 4: Tamaño medio del hogar de los involucrados en las distintas fases del proceso emprendedor (nº de personas)

	Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono
Tamaño medio del hogar 2012	3,19	3	3,02	2,96	3,14	3,2
Tamaño medio del hogar 2011	3,21	2,93	3,21	3,04	3,16	3,15



CAPÍTULO 4.

**ACTITUDES, CAPACIDADES Y
MOTIVACIONES PARA
EMPRENDER EN LA CIUDAD
DE MADRID**

En este capítulo se aborda la presencia de determinados valores, actitudes y capacidades en la población como factores que justifican la aparición de futuros emprendedores, y que puede dar sentido a la estimación que el Observatorio GEM realiza del denominado “emprendimiento potencial”.

ACTITUDES Y CAPACIDADES PARA EMPRENDER

El emprendimiento es un proceso que se inicia gracias a la existencia de emprendedores potenciales; personas que pueden, o no, estar involucradas en este tipo de actividad, pero que independientemente de este hecho, muestran actitudes e incluso capacidad para poder desarrollar una iniciativa emprendedora.

La literatura académica ha mostrado en numerosos trabajos que la presencia de determinados valores y actitudes en las personas aumenta las posibilidades de que puedan convertirse en emprendedoras. Entre estas características hay que destacar: la capacidad de percibir oportunidades, la posesión de red social emprendedora, la posesión de habilidades y conocimientos para emprender, el grado de miedo al fracaso y el espíritu competitivo. A continuación se analizan el estado de cada uno de estos factores en la población de la ciudad de Madrid.

	Ciudad de Madrid			España	Desviación Ciudad de Madrid / España 2011
	2011	2012	%Variación	2012	
Percepción de oportunidades para emprender					
No Empresarios	16,2	17,8	9,9%	12,9	37,9%
Empresarios	25,5	23,5	-7,8%	19,6	19,9%
Red social de emprendimiento					
No Empresarios	21,5	24,1	12,1%	28,3	-14,8%
Empresarios	37,1	47,4	27,7%	48,3	-1,8%
Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender					
No Empresarios	39,8	43,1	8,3%	44,2	-2,5%
Empresarios	76,5	88,5	15,7%	86,9	1,8%
No tienen temor al fracaso					
No Empresarios	51,5	52,1	1,2%	45,1	15,5%
Empresarios	40,3	32,6	-19,1%	58,7	-44,4%

Tabla 1: Evolución de las Actitudes y Capacidades para Emprender en la ciudad de Madrid

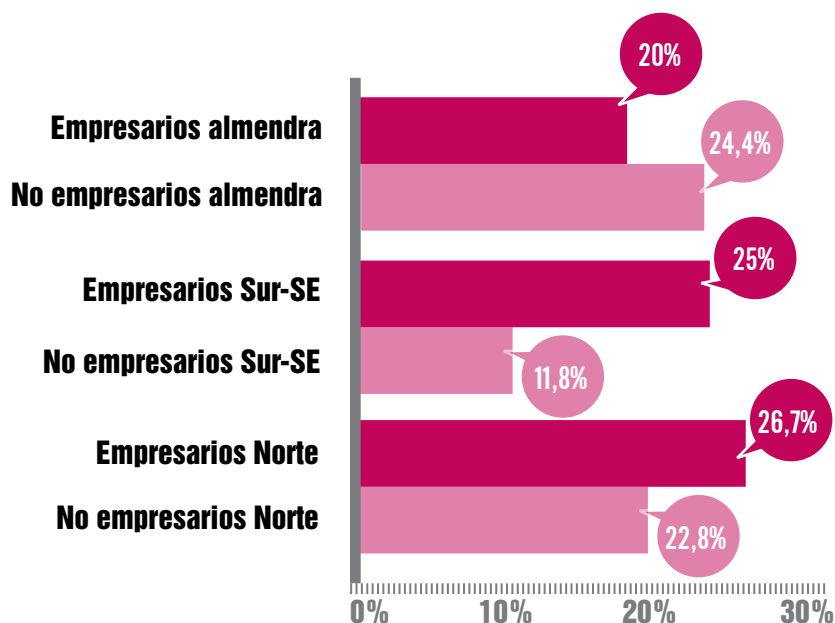
PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER

Uno de los aspectos fundamentales que se debe analizar para comprender la capacidad emprendedora de una determinada zona geográfica, es la percepción que tiene su población de la existencia de oportunidades que los impulsen a poner en marcha su propio negocio.

En la ciudad de Madrid un 18,37% de la población encuestada perciben la existencia de oportunidades para emprender. Analizando la ciudad por zonas, los empresarios de la zona Norte son los que perciben un mayor porcentaje de oportunidades (26,7%), y entre las personas no involucradas, los de la zona Sur - Sureste son los que en porcentaje perciben menos oportunidades, tan sólo un 11,8%.

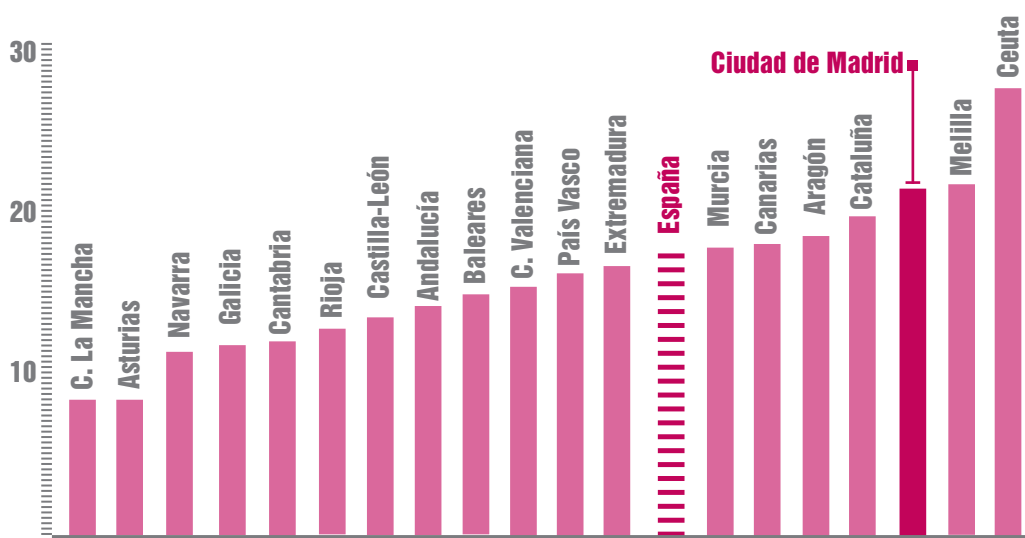
Comparando estas cifras con datos del año anterior, en la ciudad de Madrid se ha apreciado un incremento de percepción de oportunidades en el colectivo de empresarios (9,88%) frente a un descenso en el de la población no involucrada (-7,84%).

Figura 1: Percepción de la existencia de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses entre la población involucrada en el proceso emprendedor y entre la población no involucrada en el mismo.



En relación con las comunidades autónomas de España, Madrid presenta una elevada valoración en la percepción de oportunidades (18,37%), muy por encima de la media (13,9%), tan sólo superado por Melilla y Ceuta.

Figura 2: Percepción de oportunidades para emprender en el contexto de España (% población 2012)

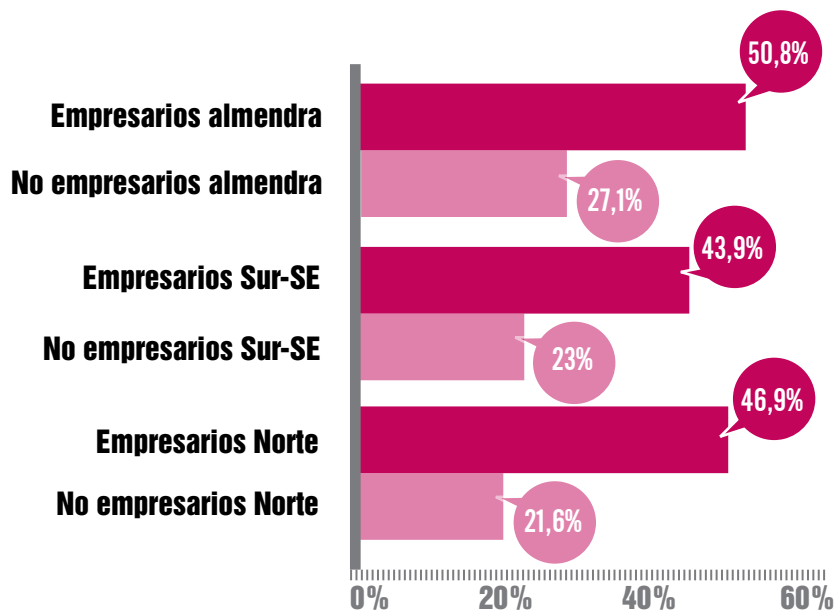


RED SOCIAL DE EMPRENDIMIENTO

La posesión de cierta red social entendida como tener conocimiento de otros emprendedores, aumenta las posibilidades de que las personas se interesen por el fenómeno emprendedor e incluso, de que lleguen a desear imitarlo.

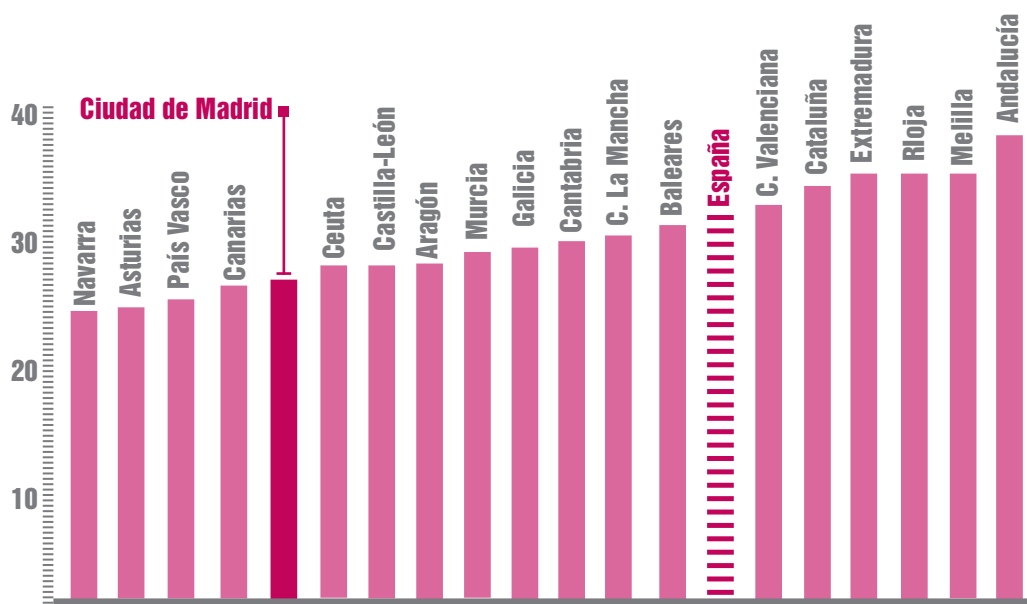
Analizando la ciudad por zonas, se aprecian diferencias significativas entre la población involucrada en el proceso emprendedor y la que no lo está. El 50,8% de los empresarios de la Almendra Central declaran poseer red social, frente a tan sólo un 21,6% de los no involucrados en la zona Norte.

Figura 3: Posesión de red social emprendedora entre la población involucrada en el proceso empresarial y entre la población no involucrada en el mismo (2012)



En relación con la comunidades autónomas de España, el porcentaje de la población de la ciudad de Madrid que manifiesta poseer una red social para emprender, es relativamente bajo (26,46%) muy alejado de la media de España (28,7%).

Figura 4: Posesión de Red social emprendedora en el contexto de España (% población 2012)

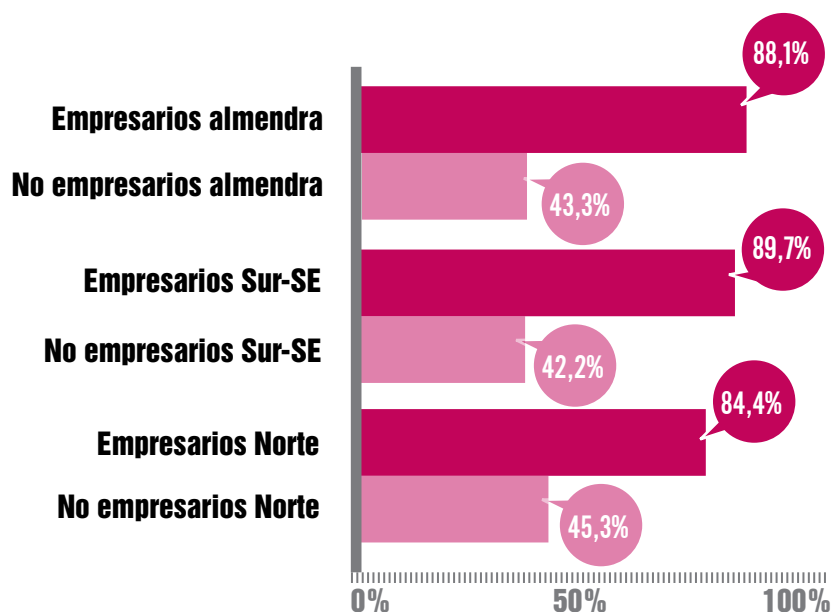


POSESIÓN DE CONOCIMIENTOS, HABILIDADES Y EXPERIENCIA PARA EMPRENDER

El tener conocimientos, habilidades y experiencia para emprender es un factor que favorece el proceso emprendedor. El Observatorio GEM evalúa este factor a través de datos de auto reconocimiento de la posesión de dichos conocimientos, diferenciado de nuevo al colectivo de personas involucradas en el proceso empresarial de los que no lo están.

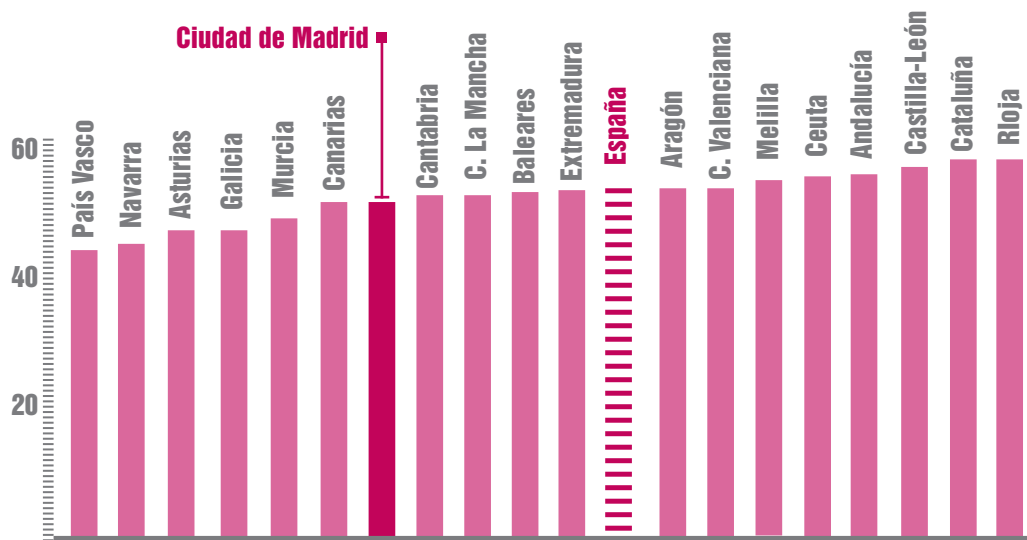
En la ciudad de Madrid la inmensa mayoría de la clase empresarial manifiesta disponer de los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para desarrollar un pequeño negocio, características que también se atribuye al cuarenta por ciento de la población no involucrada. Este es un dato importante porque supone una cierta garantía para el desarrollo del emprendimiento potencial y del que se pueda llevar a cabo por necesidad.

Figura 5: Auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender entre la población involucrada en el proceso emprendedor y entre la población no involucrada en el mismo.



Comparando estas cifras con las del año anterior se observa un incremento torno al 15,69% % en la población involucrada, y cerca del 8,29% en la población de no empresarios. En relación con las comunidades autónomas no existen diferencias muy significativas entre los porcentajes de las comunidades. Son cifras que denotan que nuestra población está capacitada para acometer la puesta en marcha de negocios.

Figura 6: Auto reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender en el contexto de España (% población 2012)

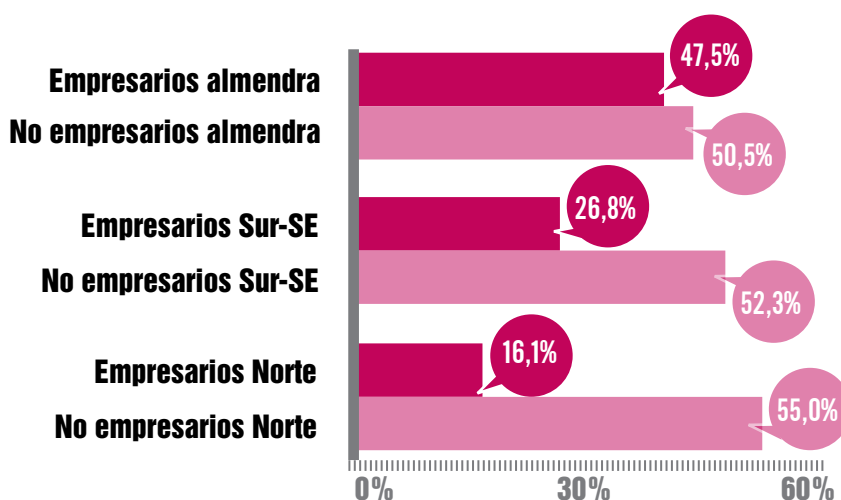


EL TEMOR AL FRACASO COMO UN OBSTÁCULO PARA EMPRENDER

El temor al fracaso es uno de los obstáculos tradicionales que deben vencer las personas a la hora de tomar la decisión de emprender. Se trata de un estigma más arraigado en las sociedades en las que el emprendimiento no forma parte de la cultura social. En España, desde la implantación del Observatorio GEM, se ha venido observando una evolución positiva en cuanto a su arraigo en la sociedad, aunque en los últimos años el deterioro de la situación económica y la práctica ausencia de alternativas de trabajo por cuenta ajena hayan propiciado que se haya reducido el coste de oportunidad de la generación de empleo por cuenta propia, y se sea más tolerante frente al riesgo del fracaso.

En la ciudad de Madrid los porcentajes de población que manifiestan temor al fracaso dan a entender que no supone un importante obstáculo al emprendimiento. Como se observa en la Figura 7, en términos generales el colectivo no involucrado (52,1%) es más temeroso que el colectivo empresario (32,6%), pero el comportamiento en las tres zonas es totalmente diferente, en la zona Norte hay tan sólo un 16,1% de los empresarios que tienen temor al fracaso frente al 55% de los no involucrados. En la Almen-dra el comportamiento de ambos colectivos es prácticamente similar. Y en el Sur-Sureste el porcentaje de población que tiene temor al fracaso es el doble en el colectivo no involucrado respecto al colectivo de empresarios.

Figura 7: Porcentaje de temor al fracaso por zonas entre la población involucrada en el proceso emprendedor y entre la población no involucrada en el mismo (% población 2012).



En comparación con la media nacional los colectivos han tenido un comportamiento diferente, en el colectivo no involucrado, el porcentaje de población que manifiesta temor al fracaso, supera en más de un 15% a la media nacional, sin embargo en el colectivo empresarios, el porcentaje es un 40% inferior a la media de España, apuntando una cierta ventaja en esta actitud frente a la media nacional.

Respecto al resto de las comunidades, la ciudad de Madrid es la que menor temor al fracaso manifiesta. En este sentido se puede decir que esta actitud en la población favorece la asunción del riesgo y por tanto del proceso emprendedor.

Figura 8: No Temor al fracaso entre la población en el contexto de España (% población 2012)



APOYO SOCIAL AL EMPRENDIMIENTO

Como complemento al análisis de actitudes y capacidades realizado en el epígrafe anterior hay que considerar la influencia que otros elementos relativos a las normas socio-culturales pueden tener en los comportamientos individuales. En esta línea el Observatorio GEM analiza aspectos relacionados con la percepción que el individuo tiene sobre la competitividad, rasgo que se considera deseable en un emprendedor, la valoración del emprendimiento como carrera profesional y el estatus social y económico que le puede proporcionar y la labor que los medios de comunicación pueden ofrecer divulgando y difundiendo los resultados del proceso emprendedor.

	Ciudad de Madrid			España	Desviación Ciudad de Madrid / España 2011
	2011	2012	%Variación	2012	
Carácter competitivo de la Sociedad					
No Empresarios	31,8	38,2	20,1%	27,8	37,4%
Empresarios	37,4	35,2	-5,9%	30,2	16,5%
Preferencia del emprendimiento como opción profesional					
No Empresarios	58,9	57,3	-2,7%	63,7	-10,0%
Empresarios	57,9	56,4	-2,6%	63	-10,4%
Estatus profesional					
No Empresarios	66,4	64,6	-2,71%	64,5	0,15%
Empresarios	60,7	53,2	-12,36%	59,0	-10,9%
Cobertura de medios					
No Empresarios	46,7	46,9	0,43%	64,5	-37,5%
Empresarios	47,0	54,7	17,4%	59	-7,8%

Tabla 2: Evolución del Apoyo Social al Emprendimiento en la ciudad de Madrid.

Todos ellos son aspectos que reflejan la percepción que la población entrevistada tiene sobre el apoyo y reconocimiento social al proceso emprendedor, y que aportará indicios para justificar su comportamiento.

CARÁCTER COMPETITIVO DE LA SOCIEDAD

La competitividad es un rasgo que se considera deseable en un emprendedor. El Observatorio GEM mide la presencia de esta característica entre la población preguntándoles su preferencia por una sociedad igualitaria desde el punto de vista de la renta. La lógica que subyace en este análisis es que las personas con rasgos más competitivos son aquellas que manifiestan tener preferencia por una sociedad no igualitaria.

En la ciudad de Madrid los resultados indican que no hay diferencias significativas entre el colectivo involucrado y el no involucrado, quizás algo más significativo en la zona del Sur-Sureste.

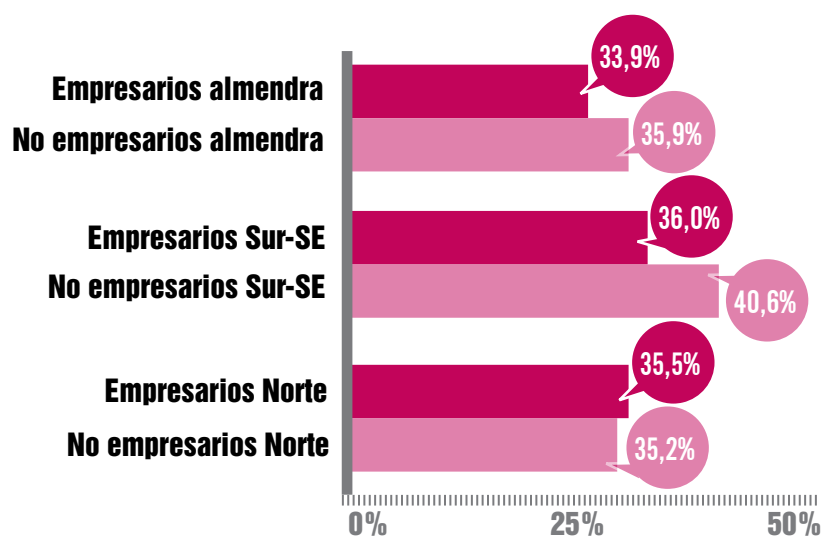


Figura 9: Porcentaje de población por zonas de la ciudad de Madrid que desean una sociedad desigualitaria (% población 2012).

La evolución en los últimos años ha presentado pequeñas variaciones, lo que significa que cada vez es mayor el porcentaje de la población que no desean esa igualdad y abogan por una sociedad más competitiva. En el último año se ha incrementado el porcentaje de población de la ciudad de Madrid que desea una sociedad más competitiva, o lo que aquí se está denominando una sociedad menos igualitaria, y, a diferencia de otros años, el incremento ha sido algo más significativo en el colectivo “no involucrados”.

Comparándola con el resto de España, en la ciudad de Madrid el porcentaje de población no involucrada que no desea una sociedad igualitaria en los últimos años es de 38,2 % frente al 27,8% de la media nacional mientras que en el colectivo de empresarios es del 35,2 % frente al 30,2% de la media nacional.

Esto mismo se puede interpretar en la siguiente figura, donde la ciudad de Madrid es la comunidad con un mayor porcentaje de población que prefiere una sociedad desigualitaria.



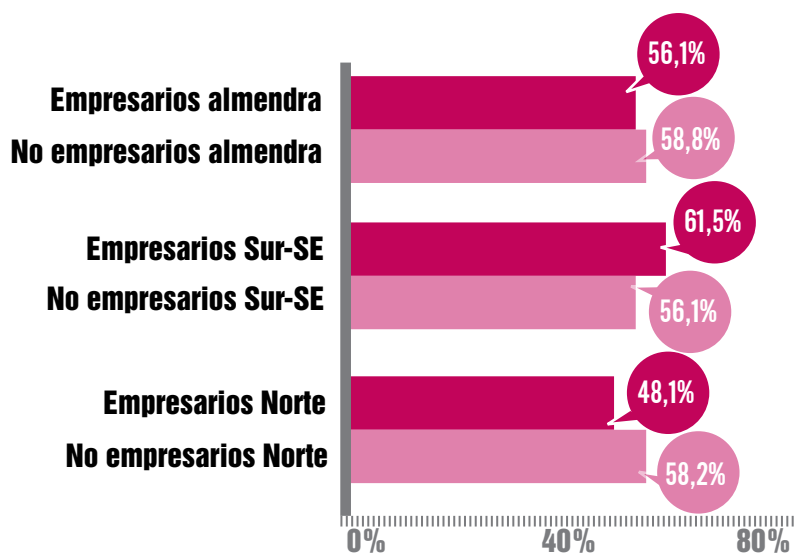
Figura 10: Porcentaje de población que desea una sociedad desigualitaria en el contexto de España (% población 2012)

PREFERENCIA POR EL EMPRENDIMIENTO COMO OPCIÓN PROFESIONAL

Otra actitud con un importante impacto en la promoción de la actividad emprendedora en la población de cualquier territorio es la valoración del emprendimiento como carrera profesional.

En España alrededor del 64% de la población adulta piensa que emprender es una buena opción profesional. Sin embargo, en la ciudad de Madrid los porcentajes son un 10% inferior tanto en la población empresarial (56,4%) como en la no relacionada con el proceso empresarial (57,3%). Pero llama la atención que tanto en la media nacional como en Madrid, el porcentaje en la población no involucrada es algo superior a la población empresarial.

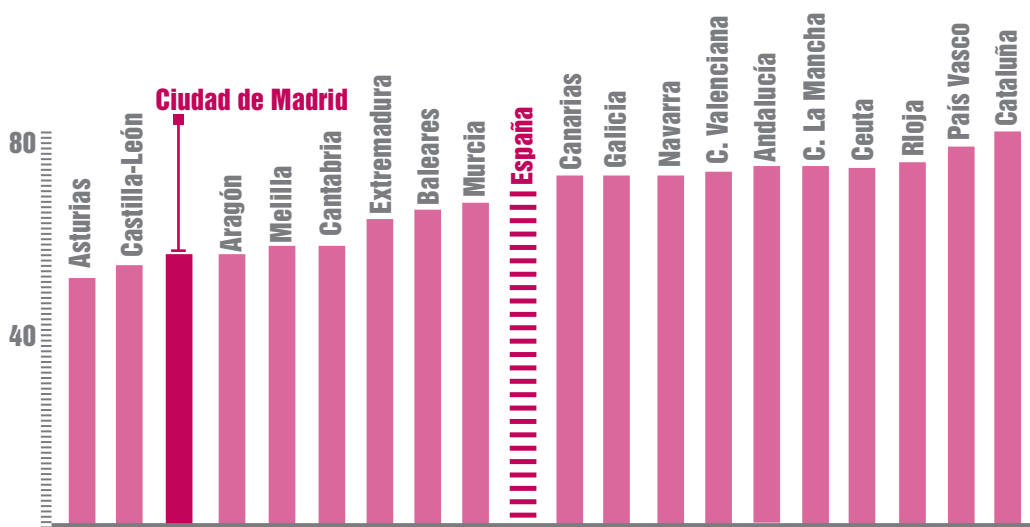
Figura 11: Porcentaje de población por zonas de la ciudad de Madrid que piensa que emprender es una buena opción profesional (% población 2012).



Respecto a años anteriores, la actual situación de incertidumbre y preocupación derivada de la crisis y las dificultades que están teniendo los empresarios, se está traduciendo en la ciudad de Madrid en una disminución de este porcentaje en los últimos años sobre todo en los no involucrados en el proceso emprendedor. Es importante que se agilicen políticas que cambien esta tendencia y fomentar que la actividad emprendedora se visualice como una opción profesional.

Si se compara con el resto de las comunidades, puede constatar que en la ciudad de Madrid, en los últimos años, el porcentaje de personas que piensan que emprender es una buena opción profesional es de los más reducidos.

Figura 12: Porcentaje de población que piensa que emprender es una buena opción profesional en el contexto de España (% población 2012)



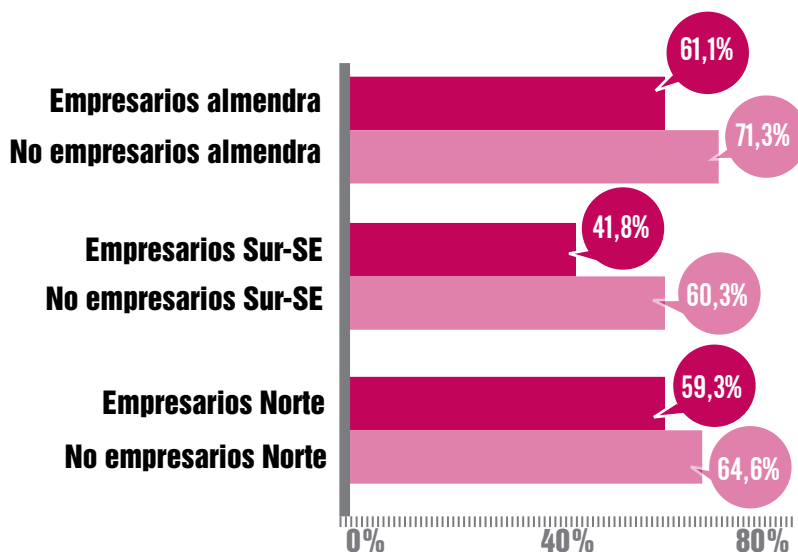
EMPRENDIMIENTO DE ÉXITO Y ESTATUS SOCIAL Y ECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR

Como complemento a la valoración realizada anteriormente sobre el emprendimiento como carrera profesional, también se analiza si los encuestados consideran que el emprendedor que alcanza el éxito puede lograr un estatus social y económico elevado.

Esta valoración en la ciudad de Madrid es similar a la media nacional, en torno al 65%. Mientras que entre la población no involucrada estos porcentajes se han mantenido en los últimos años y se aproximan a los de la media nacional, entre la población involucrada el porcentaje lleva cayendo en los últimos años siendo actual un 10 por ciento inferior a la media nacional.

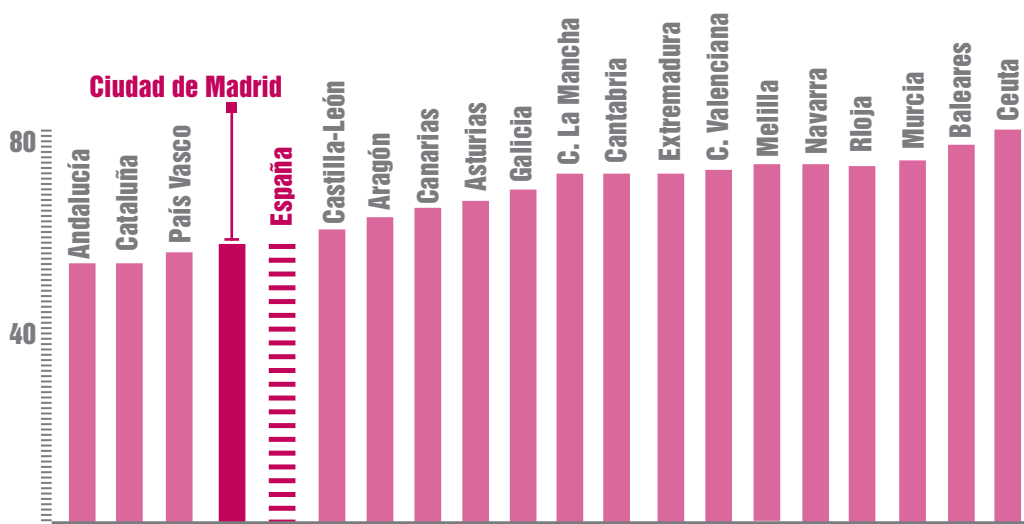
Dentro de la ciudad de Madrid se observan diferencias significativas entre el colectivo de empresarios, mientras que los de la zona Norte y la Central tienen una opinión muy similar, los de la zona Sur Sureste, aunque consideran que el emprendimiento es una buena opción profesional muestran más prudencia, un treinta por ciento menor, a la hora de afirmar que se puede alcanzar un estatus social económico y social elevado.

Figura 13: Porcentaje de población por zonas de la ciudad de Madrid que piensa que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica (% población 2012).



En el contexto del resto de España, la tasa de población que piensa que el emprendimiento exitoso puede lograr un estatus social y económico elevado es similar a la media nacional, no existiendo diferencias muy significativas entre las comunidades.

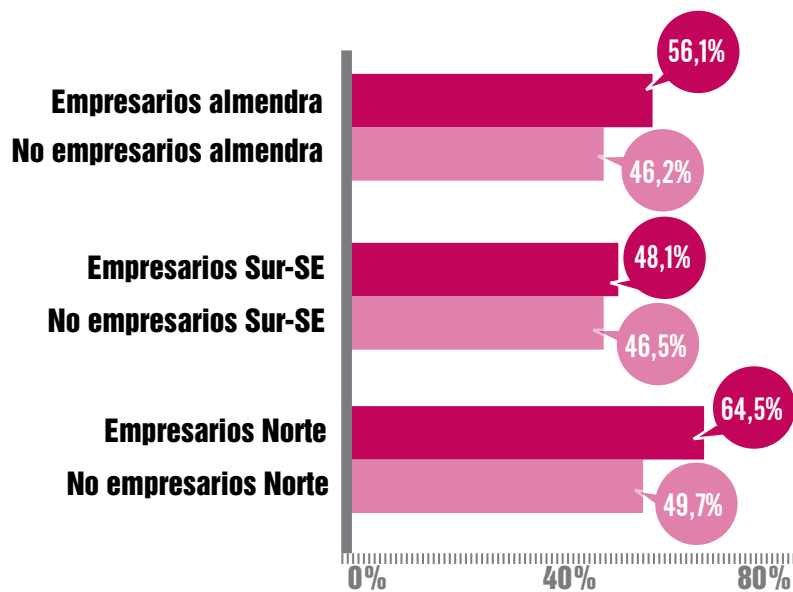
Figura 14: Porcentaje de población que piensa que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica en el contexto de España (% población 2012)



COBERTURA DE MEDIOS

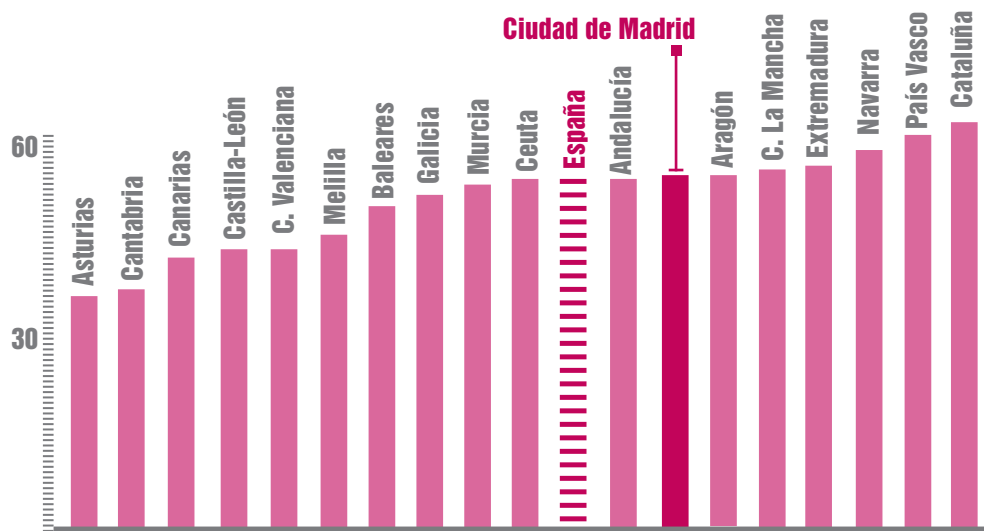
La labor de los medios de comunicación resulta imprescindible a la hora de transmitir los resultados del proceso emprendedor en un territorio. En la ciudad de Madrid aproximadamente el 50% de la población ha apreciado esta labor en el 2012. Respecto al año anterior, el porcentaje se ha incrementado de forma significativa, un 16%, en el colectivo de empresarios. Según el detalle por zonas, parece que un mayor porcentaje del colectivo de empresarios opina a favor de la cobertura que realizan los medios de comunicación, en especial los de la zona Norte.

Figura 15: Porcentaje de población que piensa que los medios de comunicación difunden los resultados del proceso emprendedor (% población 2012).



En comparación con el resto de las Comunidades de España, la ciudad de Madrid (47,71%) se encuentra por encima de la media, en este aspecto si existe una dispersión más significativa entre las comunidades, estando la ciudad de Madrid entre las que más valoran este factor.

Figura 16: Porcentaje de población que piensa que los medios de comunicación difunden los resultados del proceso emprendedor en el contexto de España (% población 2012)



Por tanto, estos datos nos llevan a realizar una reflexión sobre el papel que podría jugar los medios de comunicación como dinamizadores del proceso emprendedor y el camino que a España, y a la ciudad de Madrid, le falta por recorrer.



CAPÍTULO 5.

**MOTIVACIONES PARA
EMPRENDER EN LA CIUDAD
DE MADRID**

Conocer el proceso emprendedor de un país o ciudad no sólo conlleva analizar la Tasa de Actividad Emprendedora, o TEA. También es necesario analizar la motivación que subyace a las iniciativas emprendedoras para intuir la calidad de las mismas, y explicar la tendencia de tales procesos.

Para analizar las diferentes motivaciones que llevan a las personas a emprender, el Observatorio GEM clasifica las iniciativas emprendedoras en tres categorías en función del tipo de motivación que las impulsó: por aprovechamiento de una oportunidad, por necesidad o falta de alternativas de trabajo o por otros motivos.

Asimismo, el Observatorio GEM se ha interesado en investigar si el aprovechamiento de oportunidades, obedece a un deseo de alcanzar una mayor independencia laboral, al ánimo de lucro de querer aumentar significativamente el nivel de renta, al simple hecho de mantener los ingresos o actual nivel de renta, o por otros motivos como pueden ser el desarrollo o diversificación de un negocio familiar, etc. Son los que en la Figura 1 se denomina “motivaciones subyacentes”.

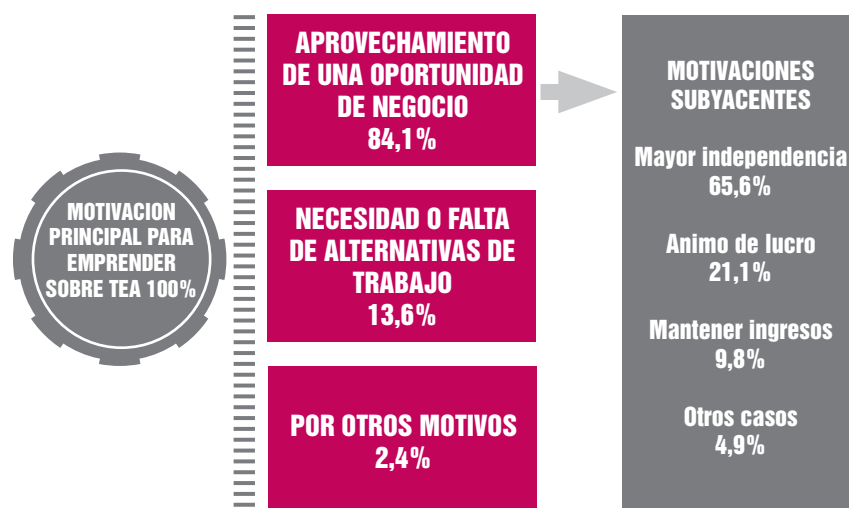


Figura 1: Desglose de la actividad emprendedora total en función de la principal motivación de creación de las iniciativas.

Al observar la evolución que han tenido los indicadores principales y subyacentes de motivación en el último año vemos pocas variaciones en las “motivaciones principales”, el 84,1% de las iniciativas emprendedoras surgen por el hecho de aprovechar una oportunidad, el 13,6% por necesidad y un 2,4% por otros motivos. En las motivaciones subyacentes al aprovechamiento de oportunidades, sigue predominando la búsqueda de independencia (65,6%), seguido del ánimo de lucro (21,1%) y el de mantener los ingresos (9,8%).

Comparando con los datos de años anteriores se pone de manifiesto un ligero aumento del emprendimiento por oportunidad, y, en el caso de la ciudad de Madrid, a diferencia de la media nacional, hay un descenso del emprendimiento por necesidad, lo cual constituye un signo positivo para la calidad del emprendimiento. Por otra parte, la búsqueda de una mayor independencia es la motivación que ha experimentado mayor incremento, en detrimento del ánimo de lucro o de la de mantener ingresos, que han descendido significativamente en Madrid. Comportamiento contrario al que se produce a nivel nacional.

Profundizando en la composición de la Tasa de Actividad Emprendedora, el mayor porcentaje de las empresas nacientes (84%) emprenden por oportunidad y tan sólo un 13,6% lo hacen por necesidad. En las consideradas Empresas Nuevas, ninguna afirma que la necesidad haya sido el motivo que le ha llevado a emprender, ahora bien, sólo el 37% manifiestan que su motivo fue puramente aprovechar una oportunidad, el 63% restante menciona, que parcialmente, el motivo de su emprendimiento fue el de aprovechar una oportunidad. Por tanto es posible que dentro de este último colectivo se combinen los dos principales motivos de emprendimiento, la oportunidad y la necesidad.

		Ciudad de Madrid			España		
		2010	2011	2012	2010	2011	2012
MOTIVOS PRINCIPALES	Oportunidad	75,9	75,9	84,1	73	71,6	72,3
	Necesidad	23,0	21,6	13,6	25,4	25,8	25,6
	Otros motivos	1,1	2,5	2,4	1,7	2,5	21,0
MOTIVOS SUBYACENTES	Mayor independencia	41,2	32,8	65,6	43,3	38,7	38,0
	Ánimo de Lucro	44,7	36,7	21,1	35,0	33,3	32,5
	Mantener ingresos	9,5	22,1	9,8	16,5	19,4	19,0
	Otro caso	4,6	8,4	3,5	5,2	8,6	10,5

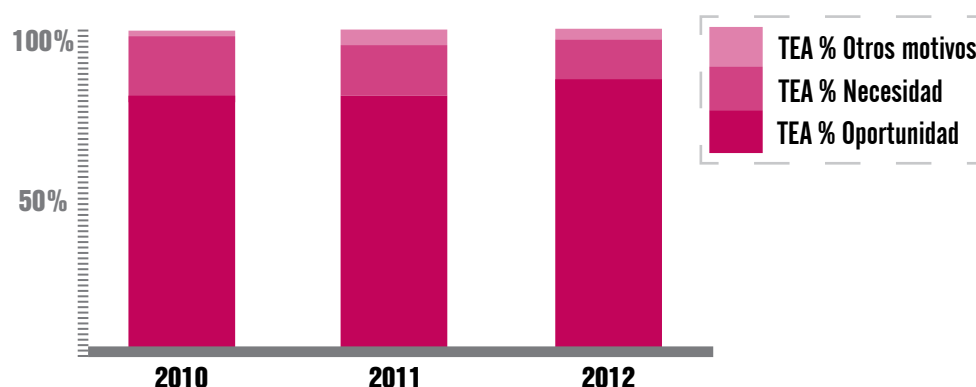
Tabla 1: Desglose de la actividad emprendedora total (%) en función de la principal motivación de creación de las iniciativas.

Tabla 2: Tipo de comportamiento emprendedor de la actividad emprendedora de la ciudad de Madrid 2012.

	Empresas Nacientes 2,8%	Empresas Nuevas (menos de 42 meses) 2,0 %	Actividad Emprendedora Total (menos de 42 meses) 4,8%
Necesidad	13,6%	0%	13,6%
Oportunidad pura	42,6%	36,9%	42,6%
Oportunidad parcial	41,5%	63,1%	41,5%
Otros motivos	2,4%	--	2,4%

Llama la atención que en los últimos años el motivo principal de la actividad emprendedora sea aprovechar una oportunidad total o parcialmente. Es previsible que dentro del colectivo que ha manifestado que emprenden por aprovechar parcialmente una oportunidad también lo hagan parcialmente por necesidad. Interpretación que estaría más acorde con la actual coyuntura económica.

Figura 2: Evolución de la distribución de la tasa de actividad emprendedora de la ciudad de Madrid en función de su principal motivación (% del TEA total)



Analizando la distribución de la tasa de actividad emprendedora por tipos de motivación en el resto de las comunidades, se percibe que en todas el principal motivo sigue siendo el de aprovechar una oportunidad de negocio. A este respecto en la TEA de la ciudad de Madrid, que como ya hemos comentando en 2012 es algo inferior a la media de España, el porcentaje que manifiesta emprender por oportunidad es prácticamente similar, siendo ligeramente inferior el porcentaje que manifiesta emprender por necesidad. La ciudad de Madrid está entre las cinco primeras comunidades con mayor porcentaje de la TEA por aprovechamiento de una oportunidad y muy próxima a la media nacional.

Sin embargo en el porcentaje de motivación por necesidad, la ciudad de Madrid junto con Asturias son las comunidades con menores porcentajes muy alejados de la media nacional. Por tanto, se puede señalar la presencia de un emprendimiento de calidad en la ciudad de Madrid, al tener una TEA por necesidad relativamente baja.

Figura 3: Distribución de la TEA en función de su motivación por Comunidades (2012)

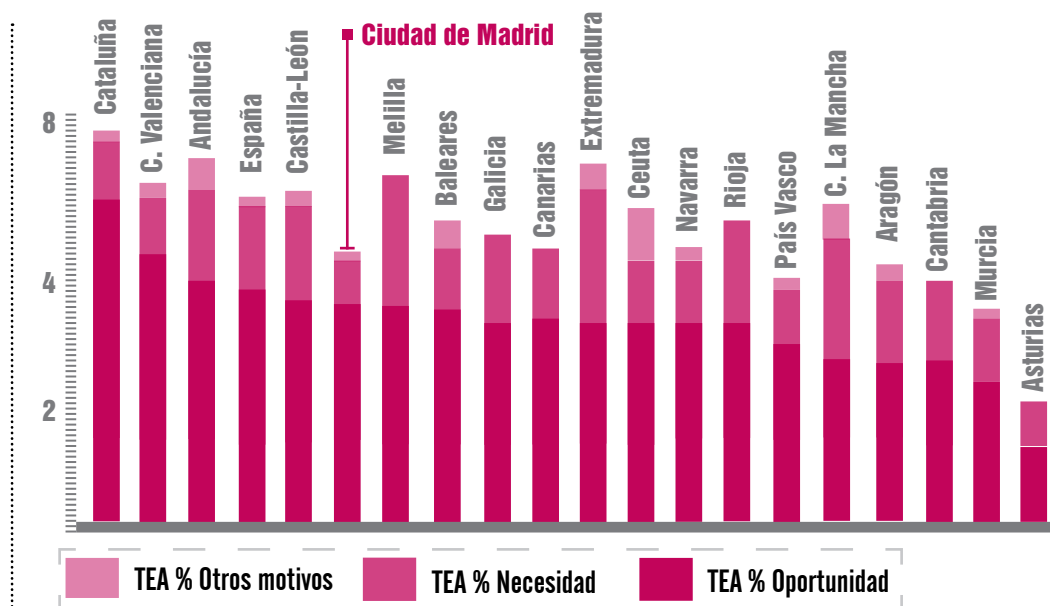


Figura 4: Tasa de Actividad Emprendedora por aprovechamiento de una oportunidad en el 2012 por Comunidades (en %)

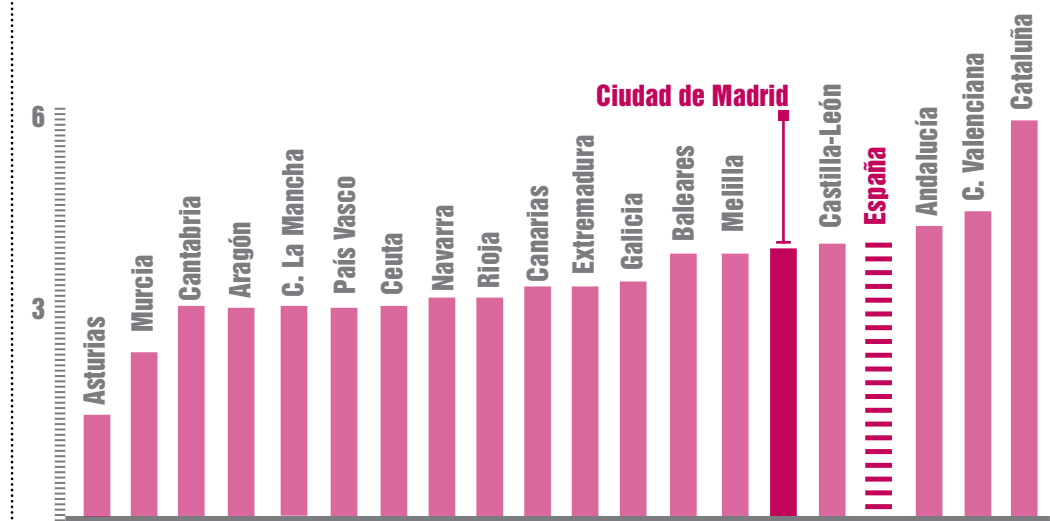


Figura 5: Tasa de Actividad Emprendedora por necesidad en 2012 por Comunidades (en %)



Comparando la evolución que estos porcentajes han tenido respecto al año anterior, se puede observar en la Tabla 3 la tendencia que se ha producido en cada una de las comunidades. Prácticamente en la mayoría ha descendido el emprendimiento por oportunidad, mientras que el emprendimiento por necesidad se ha visto incrementado, justificado por la situación económica actual.

	TEA %Op		Var.	TEA %Nec		Var.	TEA %Otro		Var.
	2012	2011		2012	2011		2012	2011	
ANDALUCÍA	4,2	3,5	↑	1,6	2,1	↓	0,3	1,2	↓
ARAGÓN	3,2	3,7	↓	1,3	1,5	↓	0,1	0,1	=
ASTURIAS	1,7	1,49	↑	0,5	0	↑	0,09	0	↑
BALEARES	3,9	3,3	↑	1,1	1	↑	0,3	0	↑
CANARIAS	3,4	5,8	↓	1,3	1,0	↑	0	0,1	↓
CANTABRIA	3,2	2,1	↑	1,2	1,5	↓	0	0,1	↓
C LEÓN	4,1	5,4	↓	1,5	1,0	↑	0,2	0	↑
C.L. MANCHA	3,2	3,7	↓	2,1	2,1	=	0,3	0	↑
CATALUÑA	5,6	5,3	↑	1,8	1,3	↑	0,1	1,5	↓
ESPAÑA	4,1	4,1	=	1,5	1,5	=	0,1	1,5	↓
EXTREMADURA	3,4	4,7	↓	1,5	1,1	↑	0,2	0,2	=
GALICIA	3,5	3,6	↓	1,6	0,8	↑	0	0,2	↓
Ciudad de MADRID	4	4,4	↓	0,8	1,2	↓	0,1	0,14	↓
MURCIA	2,6	4,0	↓	1,2	2,1	↓	0,1	0,3	↓
P.VASCO	3,3	2,8	↑	0,9	1	↓	0,1	0,1	=
NAVARRA	3,3	4,5	↓	1	0,7	↑	0,1	0,3	↓
RIOJA	3,3	4,5	↓	2,1	0	↑	0	0,5	↓
C VALENCIA	4,4	4,3	↑	1,3	2,4	↓	0,1	0,1	=

Tabla 3: Evolución de la distribución de la tasa de actividad emprendedora de la ciudad de Madrid en función de su principal motivación 2012.

La elevada tasa de paro española del período analizado puede impulsar el emprendimiento como alternativa ante la falta de empleo. Esta motivación por necesidad no ofrece garantías sobre la calidad del proceso emprendedor. Pero en el caso de la ciudad de Madrid, no se ha incrementado el porcentaje de emprendimiento por necesidad ni tampoco el emprendimiento por oportunidades, reflejando una recesión de la TEA que no favorece a la situación actual.

CAPÍTULO 6.

**LAS CARACTERÍSTICAS DE
LAS INICIATIVAS
EMPREDEDORAS Y
CONSOLIDADAS**

El Observatorio GEM analiza una serie de características distintivas de las iniciativas emprendedoras, diferenciándolas para aquellas que se encuentran en fase emprendedora y en fase consolidada. Éstas serán analizadas de forma individual en este capítulo para la ciudad de Madrid, ofreciendo datos comparativos con el promedio nacional.

REGISTRO EMPRESARIAL

En el año 2012 es la primera vez que se mide en el observatorio GEM España el porcentaje de iniciativas emprendedoras y empresariales que indican haberse dado de alta en el Registro Mercantil. Esta información permite valorar la proporción de actividad que cumple con los requisitos exigidos para operar económicamente.

Tabla 1:
Porcentaje de iniciativas dadas de alta en el Registro Mercantil

Tipo de actividad	Ciudad de Madrid 2012				España 2012			
	Naciente	Nueva	TEA	Consolidada	Naciente	Nueva	TEA	Consolidada
Registrada	25,60	82,80	48,60	93,30	35,50	85,20	56,00	96,00
No registrada	74,40	17,20	51,40	6,70	64,50	14,80	44,00	4,00

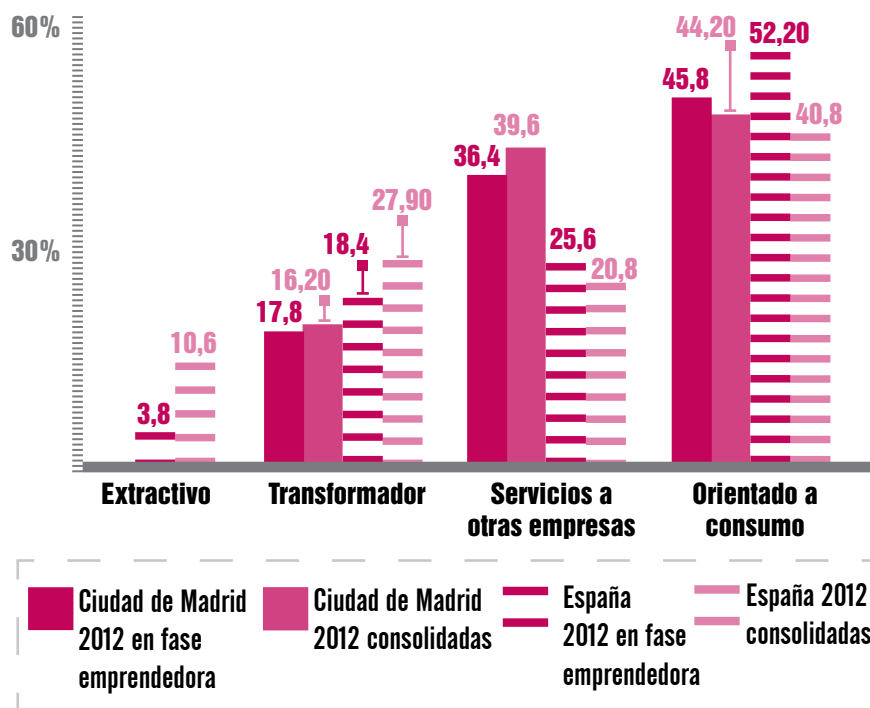
En la ciudad de Madrid, como es de esperar, la mayor parte de la actividad naciente (74,40%) aún no está registrada, ya que aún están en la fase de puesta en marcha. Sin embargo, es relevante que un 25,6% de esta actividad ya esté registrada para realizar sus operaciones. Respecto a las actividades nuevas (llevan operando entre 3 y 42 meses) la situación se invierte. Las actividades registradas suponen el 82,8% y, un 17,20% se encuentran en situación irregular. En el caso de actividades en fase consolidada, aumentan notablemente las actividades registradas hasta el 93,30%, quedando en situación irregular el 6,70%.

SECTOR DE ACTIVIDAD

La distribución sectorial de la actividad en fase emprendedora en la ciudad de Madrid es similar a la del año anterior, predominando el sector orientado al consumo (45,8%) y el sector de servicios a otras empresas (36,4%), seguidos del sector transformador (17,8%). En este año no se registran datos de actividad emprendedora en el sector extractivo. Los dos sectores predominantes disminuyen ligeramente respecto al año anterior y se incrementa el sector transformador en casi 12 puntos respecto a 2011.

Las iniciativas en fase consolidada de la ciudad de Madrid también realizan su actividad mayoritariamente en el sector orientado a consumo (44,2%) y en el sector de servicios a empresas (39,6%). El sector transformador ocupa al 16,2% de las iniciativas. Respecto al año anterior se ha producido una fuerte caída en las iniciativas del sector transformador (más de 13 puntos) y extractivo (más de 1 punto), con el consiguiente incremento de casi 9 puntos en el sector orientado al consumo y más de 6 puntos en el sector de servicios a empresas.

Figura 1: Distribución de las iniciativas en fase emprendedora y consolidada de la ciudad de Madrid en función del sector de actividad comparada con el conjunto de España.



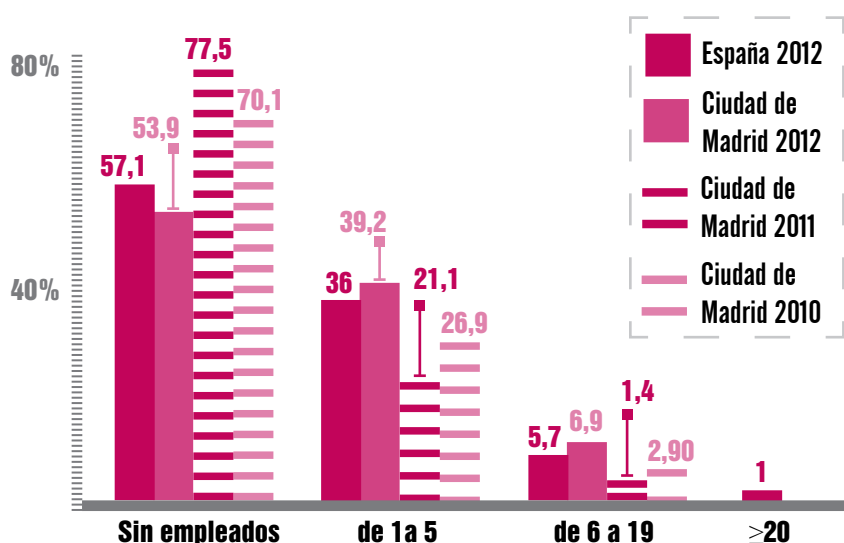
Una parte importante de las iniciativas de la ciudad de Madrid, tanto en fase emprendedora como consolidada, se dedica a prestar servicios a empresas. Este sería un rasgo distintivo respecto al conjunto de España. Ha sido relevante el crecimiento que han experimentado las iniciativas en fase emprendedora en el sector transformador y las iniciativas consolidadas en el sector orientado al consumo y de servicios a otras empresas.

DIMENSIÓN DEL EMPLEO

La dimensión del empleo en 2012 ha cambiado de tendencia en la ciudad de Madrid respecto al año anterior, tanto para las iniciativas en fase emprendedora, como para las consolidadas. Esta misma tendencia se ha seguido en el territorio nacional para las iniciativas en fase emprendedora, pero es la contraria a lo apuntado por las iniciativas consolidadas del conjunto español.

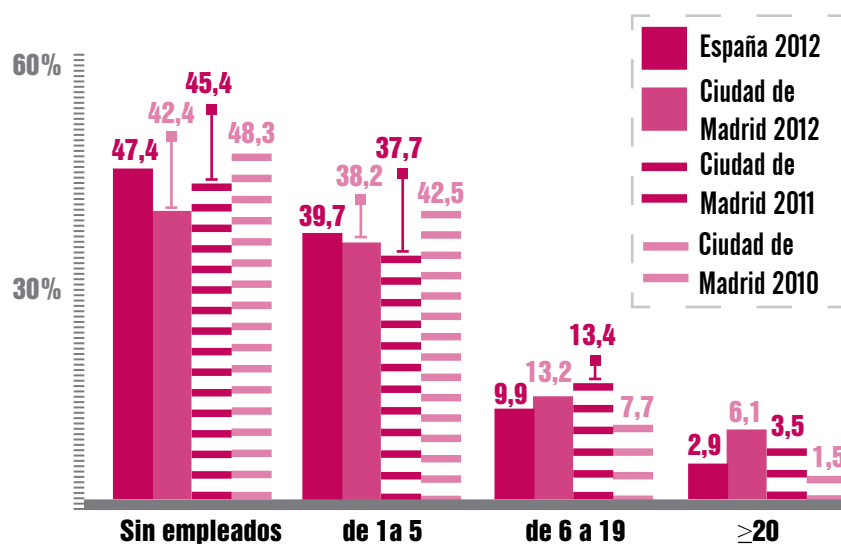
Así, la distribución de las iniciativas en fase emprendedora respecto al número de empleados muestra que el 53,9% de las iniciativas no cuentan con empleados, lo que supone una disminución de más de 23 puntos respecto a 2011; el 39,2% emplean entre 1 y 5 personas, lo que supone un aumento de 18 puntos respecto al año anterior; un 6,9% emplean entre 6 y 19 personas, también indica un aumento respecto a 2011 de más de 5 puntos; y, ninguna iniciativa cuenta con 20 o más empleados. Esto supone que el 46,1% de las iniciativas en fase emprendedora en 2012 cuentan con empleados, mejorando desde el 22,5% del año anterior. Este ascenso en el número de empleados ha sido superior al que se ha producido a nivel nacional, que ha pasado del 29% de las iniciativas con empleados en 2011 al 43% en 2012.

Figura 2: Distribución de iniciativas en fase emprendedora en función del número de empleados, en la ciudad de Madrid y en España (% de iniciativas).



En el caso de las iniciativas consolidadas de la ciudad de Madrid, son un 42,4% las que no tienen empleados, lo que supone una disminución de 3 puntos respecto al año 2011; se mantiene prácticamente como en el año anterior el porcentaje de iniciativas que emplean entre 1 y 5 personas (38,2%) y entre 6 y 19 personas (13,2%); y, crece notablemente al 6,10% las iniciativas que emplean a 20 o más personas. Es decir, disminuyen las iniciativas que no cuentan con empleados y aumentan las que tienen mayor número de empleados. Sin embargo, esto no es lo que sucede en el conjunto de España. En el año 2012 ha aumentado en 8 puntos el porcentaje de iniciativas consolidadas que no tienen empleados y ha disminuido el porcentaje de iniciativas que sí tienen empleados, siendo muy notable la disminución en 7 puntos de las iniciativas que emplean entre 1 y 5 personas.

Figura 3: Distribución de iniciativas en fase consolidada en función del número de empleados, en la ciudad de Madrid y en España. (% de iniciativas).

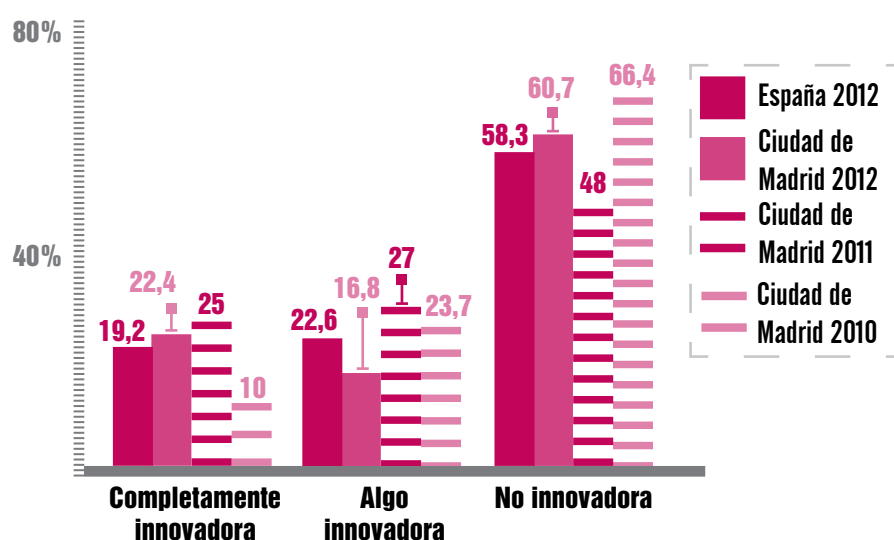


GRADO DE INNOVACIÓN EN PRODUCTO

La innovación en producto o servicio es la forma en que el Observatorio GEM sigue el grado de innovación, ya que se considera que es la forma en la que innovan la mayoría de las empresas. Así distingue entre las que se consideran completamente innovadoras, algo innovadoras o nada innovadoras. Es el segundo aspecto que se empleará para medir la calidad del emprendimiento.

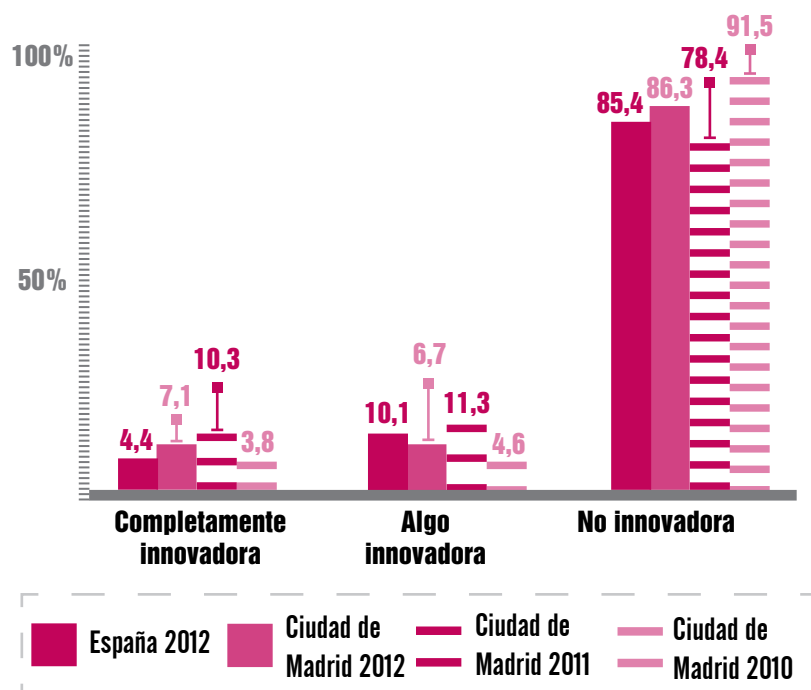
Las iniciativas en fase emprendedora han tenido un cambio de tendencia en 2012 respecto a los años anteriores. Ha disminuido el porcentaje de iniciativas completamente innovadoras en 2,6 puntos respecto a 2011, situándose en el 22,4% de las iniciativas en 2012. Algo más acentuado ha sucedido con las que se consideran algo innovadoras que son el 16,8%, 10,2 puntos menos que el año anterior. Por tanto, han aumentado notablemente las que no se consideran innovadoras, llegando a ser el 60,7% de las iniciativas. Sin embargo, para el conjunto del territorio nacional, ha sucedido lo contrario, han disminuido las iniciativas no innovadoras, aumentando las completamente innovadoras y las que se consideran algo innovadoras.

Figura 4: Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio en la ciudad de Madrid y en España



Algo parecido se muestra para las iniciativas consolidadas en la ciudad de Madrid, ya que el 7,3% se consideran completamente innovadoras (3,2 puntos menos que en 2011, pero aún por encima del total nacional), el 6,7% son algo innovadoras (4,6 puntos menos que el año anterior) y el 86,3% no son innovadoras (7,9 puntos menos que en 2011). Para el promedio español también han caído las que se consideran completamente innovadoras en 2,7 puntos respecto a 2011, situándose en el 4,4% de las iniciativas consolidadas; y, se han incrementado las que se consideran algo innovadoras hasta el 10,1% y las no innovadoras hasta el 85,4% de las iniciativas.

Figura 5: Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de innovación en producto o servicio en la ciudad de Madrid y en España (% de iniciativas).

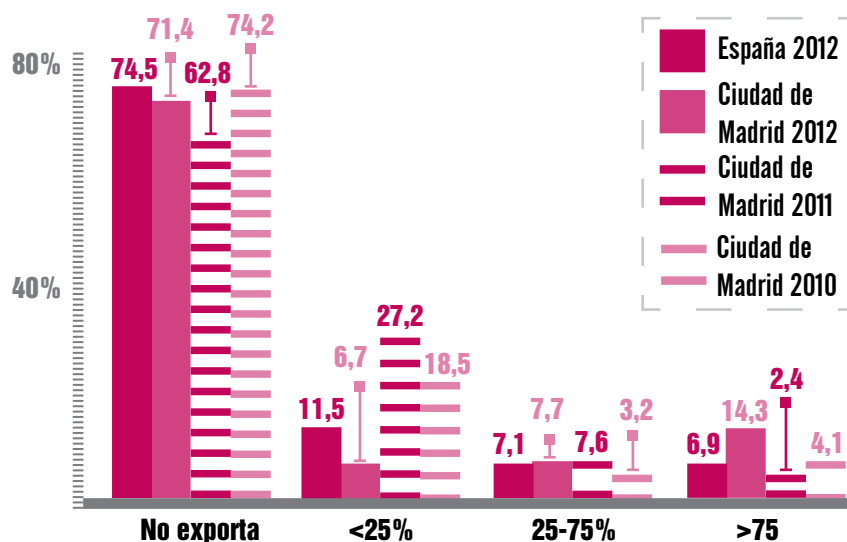


INTERNACIONALIZACIÓN

En el contexto global en el que hoy compiten las empresas, la internacionalización es uno de los factores que puede contribuir a mitigar la crisis y será otro de los aspectos evaluados para determinar la calidad del emprendimiento.

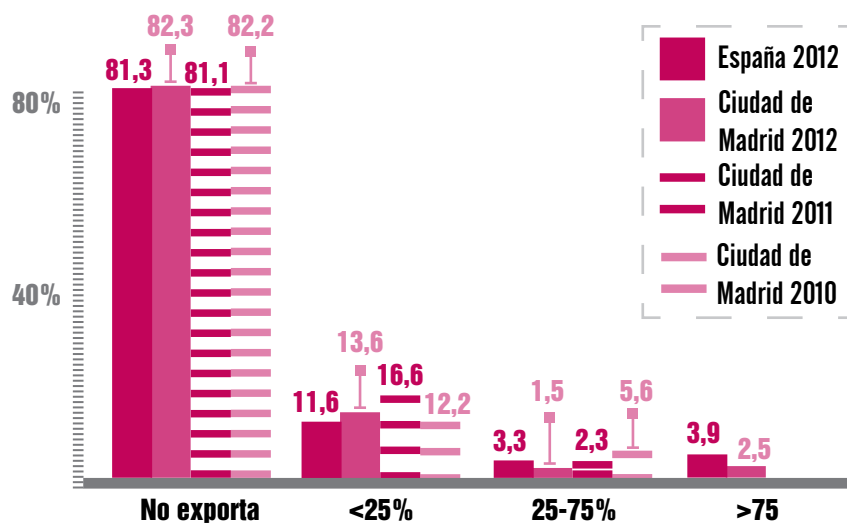
En España han mejorado levemente los datos de empresas que exportan, tanto en fase emprendedora como consolidadas, y en la ciudad de Madrid se ha producido un ligero retroceso. Han disminuido las iniciativas en fase emprendedora que exportaban menos del 25% de su producción y ha aumentado notablemente hasta el 14,3% las que exportan más del 75% de su actividad. Es relevante que en la ciudad de Madrid sea un 28,7% de las iniciativas las que tiene actividad exportadora, todavía por encima del promedio español.

Figura 6: Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora en la ciudad de Madrid y en España (% de iniciativas).



Las iniciativas consolidadas tienen menos actividad en el exterior que las que se encuentran en fase emprendedora, tanto a nivel nacional como en la ciudad de Madrid. La evolución respecto a 2011 indica resultados positivos en el conjunto nacional, ha aumentado más de 2 puntos el porcentaje de empresas que tienen actividad exportadora. Sin embargo, en la ciudad de Madrid se ha producido un ligero retroceso (1,3 puntos) siendo un 17,6% las iniciativas consolidadas que exportan.

Figura 7: Distribución de las empresas en fase consolidada según la intensidad exportadora en la ciudad de Madrid y en España (% de iniciativas).



CAPÍTULO 7.

**LA FINANCIACIÓN DE LA
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA**

La financiación es un elemento clave a la hora de describir la actividad emprendedora de un territorio. Especialmente en este contexto actual de crisis económica resulta interesante conocer el acceso a las distintas fuentes de financiación, la cuantía final disponible y su evolución en el tiempo, puesto que son factores determinantes para analizar la viabilidad y alcance de los proyectos empresariales.

NECESIDADES Y FUENTES DE FINANCIACIÓN EN LA PUESTA EN MARCHA DE LAS INICIATIVAS

Según los resultados de la encuesta GEM, las iniciativas nacientes puestas en marcha en la ciudad de Madrid en 2012 necesitaron de media un capital semilla de 662.645 euros, cifra muy superior a la obtenida en 2011, 81.500 euros.

Esta cifra se encuentra, no obstante, distorsionada por la presencia de valores atípicos - concretamente existe un máximo de inversión de 20 millones de euros, que, obviamente, eleva la media - por lo que resulta más realista atender al valor de la mediana, como medida de la tendencia central, situada en 2012 en 18.000 euros.

Tabla 1: Capital semilla medio estimado para emprender en la ciudad de Madrid 2011 y 2012.

Territorio	Media (€)	Desv. Típica (€)	Mediana (€)	Moda (€)
Ciudad Madrid 2011	81.522	188.570	15.819	10.000
Ciudad Madrid 2012	662.645	3.324.684	18.000	3.000

En la Tabla 1 se observa que las iniciativas han necesitado en comparación con el año anterior unos 2.000 euros más, sin embargo, el caso más frecuente es el de contar con un capital inicial de 3.000 euros, 7.000 euros menos que en 2011.

Por otra parte, el capital medio aportado por el propio emprendedor supone de media, en 2012, 69.315 euros, frente a los 34.730 euros del año anterior. Esta cifra representa el 60,7% del capital necesario, un claro incremento frente al 45,6% que supuso el año anterior.

Por tanto, los emprendedores aportan un porcentaje mayor y de cantidades más grandes de su propio bolsillo.

Otro dato interesante es que el 40% de los emprendedores ha aportado a partir de sus propios recursos el 100% de lo requerido para el inicio del negocio. Esta cifra es similar a la arrojada en 2011 (1,7 puntos porcentuales de diferencia) en la ciudad de Madrid y significativamente superior a la alcanzada en 2012 por la media nacional, 30%.

De este dato se puede sacar otra conclusión, y es que el 60% restante ha necesitado recurrir a fuentes ajenas para financiar sus proyectos empresariales. La necesidad de acceder a recursos ajenos resulta, por tanto, imperiosa por parte de la mayoría de los emprendedores, por lo que resulta interesante analizar una fuente crítica para el desarrollo de los negocios: la financiación privada.

EL PERFIL DE LA FINANCIACIÓN INFORMAL Y BUSINESS ANGELS

En el caso de la ciudad de Madrid, el porcentaje de población de 18-64 años que han invertido en los últimos tres años en un negocio ajeno ha sido del 3,14%, tasa ligeramente superior a la registrada en 2011, un 3,12%.

Esta tasa del 3,14% resulta, asimismo, muy superior a la media nacional, situada en 2,7%. De hecho, comparando con las Comunidades Autónomas, sólo Cataluña tiene una media superior (3,5%). País Vasco, Melilla y la propia Comunidad de Madrid preceden inmediatamente a la ciudad de Madrid (3,1%, 3% y 2,9%, respectivamente). Asimismo, las regiones con menor nivel de inversores privados son Murcia (1,7%) y Navarra y Ceuta (ambas con un 1,9%).

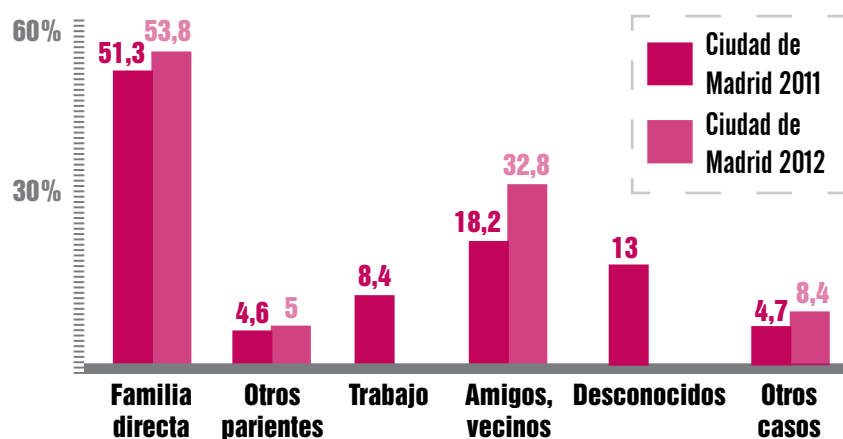
La inversión media que realizan las personas involucradas en la financiación de negocios ajenos en la ciudad de Madrid es de 309.117 euros, pero este dato está afectado por casos atípicos, por lo que resulta más representativa la mediana, situada en 6.050 euros (prácticamente idéntica a la captada en 2011).

El caso más frecuente o moda también se sitúan, al igual que en 2011, en 6.000 euros.

En la inmensa mayoría de los casos, existe algún tipo de relación previa entre el inversor y el beneficiario. Solamente en un 8,4% de los casos, no existe ningún tipo de vínculo entre ambos.

En la Figura 3 se refleja la distribución de los inversores privados en relación con los beneficiarios tanto en 2012 como 2011.

Figura 1: Distribución de los inversores en negocios de otros en función de su relación con los emprendedores beneficiarios en Madrid en el 2011 y 2012



De la comparación de ambos años, se concluye que ha crecido en 2012 la participación de los familiares y amigos más allegados al emprendedor como inversores, en detrimento de otras opciones del círculo social del beneficiario, y de los que no tienen ningún tipo de relación. Este último dato resulta, a priori, negativo, ya que se presume que un desconocido invertirá en el proyecto en base a criterios profesionales y de negocio, por tanto, su descenso denotaría una mayor preocupación en el mercado, donde los inversores o no invierten, esperando a tiempos mejores, o lo hacen en operaciones más seguras.

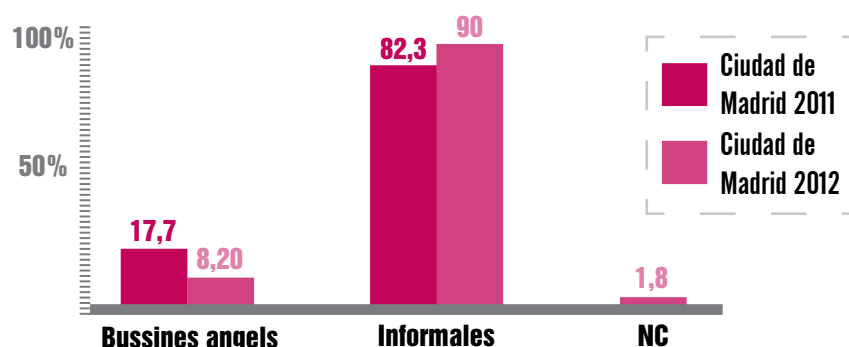
La metodología GEM permite, por tanto, diferenciar dos tipos distintos de inversores privados en negocios ajenos: los inversores informales y los profesionales (denominados Business Angels).

El inversor informal suele tener algún grado de relación con el emprendedor, ya sea de amistad, familiar, o laboral. Por tanto, en la mayor parte de los casos actúa de manera desinteresada o movido más por criterios sentimentales que económicos. Lo normal es que invierta cantidades modestas no llegando, en muchas ocasiones, a recuperar siquiera el capital invertido.

Por el contrario, el Business Angel es un inversor profesional sin relación anterior con el promotor, que invierte en el negocio bajo criterios de oportunidad y buscando rentabilizar esa inversión en un plazo de tiempo determinado. Generalmente es una persona con experiencia profesional que en muchos casos no sólo aporta capital sino también conocimientos y contactos.

En España, la inversión privada se distribuye de manera muy desigual, siendo mucho más elevada la inversión informal (el 92,5% del total) que la llevada a cabo por Business Angels (5,6%). Esta situación se repite en la capital de España, aunque es cierto que en la ciudad de Madrid esta cifra asciende hasta el 8,2%, lo que implicaría un emprendimiento más profesionalizado y, probablemente, de mayor envergadura.

Figura 2: Distribución de la población total involucrada en inversión privada en negocios ajenos en función del tipo de inversor en la ciudad de Madrid.



Finalmente, atendiendo al perfil medio de los inversores privados de la ciudad de Madrid, éste resulta similar al que se observa para el conjunto de la nación: el de un hombre, de edad mediana, de origen español, con estudios superiores y sin formación específica para emprender.

No obstante, donde sí se observan cambios es en la evolución del perfil del inversor madrileño de 2012 con respecto al año anterior, como se observa en la Tabla 2.

Evolución del perfil del inversor madrileño de 2011 a 2012

Predominantemente hombre (53,7% frente a 46,3% de mujeres). No obstante, ha aumentado la participación de mujeres con respecto al año anterior, donde representaban sólo el 33%

La media de edad es de 43 años de edad, ligeramente superior a 2011, donde se situaba entre 40 y 41 años

Que trabaja a tiempo completo o parcial (66,3%). Este porcentaje ha subido mucho en relación a 2011 (54,4%)

Que pertenece al tercio superior de renta (69,3%). También ha subido significativamente en comparación al ejercicio anterior (58.2%)

Al igual que en 2011, reside en un hogar de 3 miembros.

Con estudios superiores (35,8%). Este porcentaje, aunque mayoritario, está próximo a otros niveles inferiores, por ejemplo con estudios posteriores a secundaria hay un 34,8%. Este valor es bastante inferior, además, al de 2011, donde los inversores con estudios superiores representaban el 62,1%.

Sin formación específica para emprender (61,2%). Aumenta el porcentaje con respecto a 2011 (55,6%)

De origen español (89,6%), cifras similares a las del año anterior

Tabla 2: Perfil medio del inversor privado en negocios ajenos de la ciudad de Madrid 2012 y su comparación con el año 2011.

CAPÍTULO 8.

**ASPECTOS SINGULARES DE
LA ACTIVIDAD
EMPREDEDORA**

En este capítulo se recogen una serie de aspectos específicos de la actividad emprendedora que completan la perspectiva de análisis del presente informe. Cada uno de ellos podría justificar un análisis más pormenorizado por la complejidad del mismo y las implicaciones que puede tener para comprender la dinámica del fenómeno emprendedor en la ciudad de Madrid.

CALIDAD DE VIDA E INICIATIVA EMPRENDEDORA

A instancias de la Comisión Europea, el proyecto GEM ha recabado por primera vez información sobre las condiciones de vida de las personas involucradas en alguna fase del proceso emprendedor.

Para analizar la calidad de vida del emprendedor o empresario, se ha considerado, entre otros, la ubicación desde la que operan.

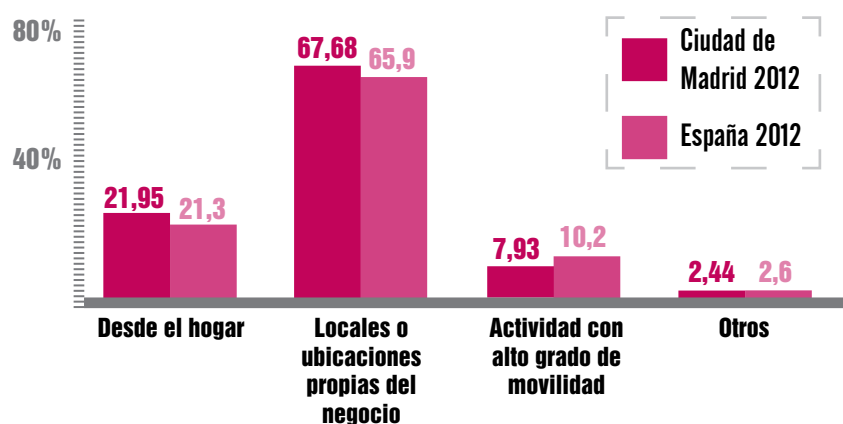


Figura 1: Distribución de la ubicación desde la que operan emprendedores o empresarios.

Así, una mayoría desempeña su actividad desde locales externos a su hogar (67,68%), seguidos de los que la desarrollan desde su hogar (21,95%) y, en menor medida, por los que tienen un alto grado de movilidad (7,93%) u otros (2,4%).

También se han comparado las condiciones de vida profesional de la población y los resultados que se muestran provienen de valorar en una escala de 1 (completamente de acuerdo o completamente satisfecho) a 5 (completamente en desacuerdo o completamente insatisfecho) varios aspectos relacionados.

	Ciudad Madrid				España			
	Media	Mediana	Moda	Des. Típica	Media	Mediana	Moda	Des. Típica
Puede tomar sus propias decisiones acerca de cómo quiere desarrollar su trabajo	2,29	2	2	1,31	2,24	2	2	1,29
El trabajo que hace es muy importante para la propia persona	1,64	1	1	9,98	1,51	1	1	0,85
Su trabajo no genera estrés	3,31	4	4	1,45	3,25	4	4	1,46
Está satisfecho con su trabajo actual	2,06	2	2	0,91	1,98	2	2	0,89
Está satisfecho con la remuneración por su trabajo actual	2,92	3	2	1,19	2,85	2	2	1,15

Tabla 1: Valoración de las condiciones de vida profesional en 2012

La población de la ciudad de Madrid muestra una valoración muy similar a la del conjunto de España, sólo diferenciándose en que está menos satisfecha con la remuneración por su trabajo actual.

Si se realiza una comparación de las condiciones de vida profesional entre la población involucrada en el proceso empresarial y la no involucrada, se observan ligeras diferencias. Los emprendedores y empresarios están más de acuerdo en que pueden tomar sus propias decisiones relativas a la forma en que quieren desarrollar su trabajo y en la importancia que tiene para ellos mismos. También están más satisfechos con su trabajo actual.

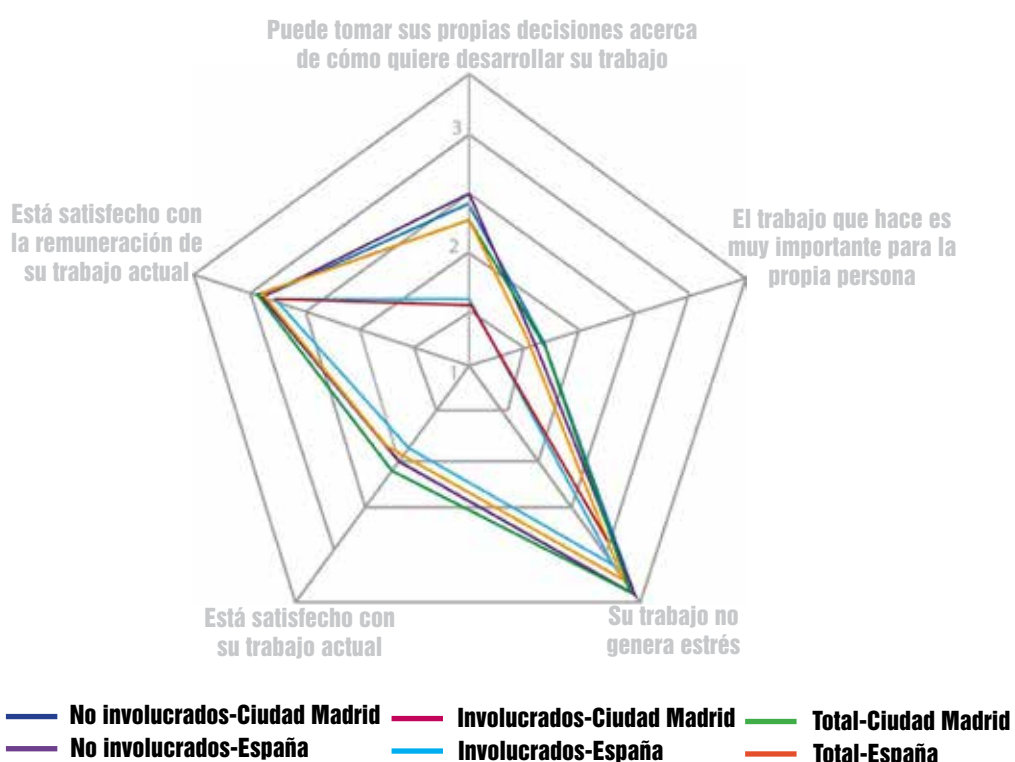


Figura 2: Valoración de las condiciones de vida profesional comparando la población involucrada en el proceso empresarial y la no involucrada.

PERSPECTIVAS DE GÉNERO EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Este epígrafe profundiza en algunos de los análisis realizados en el Capítulo 3 en el primer epígrafe y por tanto se complementan.

El predominio del hombre sobre la mujer es una constante en todas las fases del proceso emprendedor. Este fenómeno se produce en mayor o menor medida en todos los países estudiados por GEM. Centrándonos en la ciudad de Madrid en este año la brecha entre ambos sexos, en términos generales, se ha acrecentado, si bien en alguna de las fases ha disminuido.

En la Figura 3, puede apreciarse el porcentaje de emprendedores frente al de emprendedoras. Haciendo una pequeña comparativa con el año pasado se observa que mejoran las cifras de emprendedoras potenciales en 2012 con un 42% respecto de 2011 que presentaba un 40%. Sin embargo el predominio masculino se hace más visible en las fases incluidas en la TEA (emprendedores nacientes y nuevos). Se ha pasado en la fase de nacientes de una distribución 65%-35% en 2011 a un 71%-29% en 2012 y en la fase de nuevos se ha pasado de un 53%-47% en 2011 a un 70%-30% en 2012. Hay una pequeña mejora a favor de la mujer en cuanto a los emprendedores consolidados ya que en 2011 solo un 27% eran mujeres, y en 2012 se aprecia otra pequeña mejora ya que en 2012 el porcentaje emprendedoras (frente al de emprendedores) que abandonan es del 37% frente al 41% de 2011.



Figura 3: Perfil del emprendedor en las distintas fases en función del género para la ciudad de Madrid 2012

CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA FEMENINA EN COMPARACIÓN CON LA MASCULINA

En este apartado se ahonda en las posibles diferencias entre la actividad emprendedora femenina y la masculina.

Con el fin de dar más peso a los distintos análisis, así como validez a los resultados y conclusiones obtenidas se han realizado distintas pruebas estadísticas como la prueba Chi Cuadrado de Pearson (variables cualitativas) y ANOVA (variables cuantitativas) para determinar la posible relación/independencia entre la variable género y las distintas variables que componen la actividad emprendedora. Determinando así si las diferencias encontradas en las muestras son realmente significativas o no.

Puesto que no se han encontrado diferencias significativas entre la mayoría de las variables que caracterizan la actividad emprendedora y el género, se ha optado por no abrumar al lector con demasiadas tablas y análisis. En la Tabla 2 se presenta un resumen donde se recogen los datos más relevantes. Respecto de la comparativa con el año pasado se aprecia que no se han producido diferencias significativas en ninguna de las variables, mientras que el año pasado se presentaban en dos: edad y número de empleados. Por ello este año no se profundizará más en este sentido.

Tabla 2:
Características de la actividad emprendedora femenina en comparación con la masculina

VARIABLE - Características del negocio	VALOR	SIGNIFICACIÓN	CONCLUSIÓN
Estado de la actividad (Stage of activity)	$\chi^2_1 = 0,017$	$p = 0,985$	No hay diferencias significativas (NDS)
Número de propietarios (Number of owners)	$F_1 = 1,305$	$p = 0,257$	NDS
Tipo de negocio (Firm Type)	$\chi^2_2 = 3,836$	$p = 0,147$	NDS
¿Cuántos clientes (potenciales) consideran el producto nuevo/no familiar?	$\chi^2_2 = 1,250$	$p = 0,535$	NDS
¿Cuántos negocios ofrecen el mismo producto?	$\chi^2_2 = 5,169$	$p = 0,075$	NDS
¿Hace más de un año tenías accesibles la tecnología y los procedimientos?	$\chi^2_2 = 1,821$	$p = 0,402$	NDS
Sector tecnológico	$\chi^2_1 = 0,023$	$p = 0,881$	NDS
Intensidad de la exportación	$\chi^2_3 = 0,587$	$p = 0,899$	NDS
Suspendió un negocio en los últimos 12 meses pero en la actualidad continua	$\chi^2_1 = 0,807$	$p = 0,369$	NDS
Suspendió un negocio en los últimos 12 meses	$\chi^2_1 = 0,086$	$p = 0,769$	NDS
Edad	$F_1 = 1,431$	$p = 0,236$	NDS
Nivel educativo	$\chi^2_3 = 2,080$	$p = 0,556$	NDS
Nivel de renta	$\chi^2_2 = 0,414$	$p = 0,814$	NDS
Miembros de la unidad familiar	$F_1 = 0,130$	$p = 0,719$	NDS
Origen del emprendedor	$\chi^2_2 = 1,887$	$p = 0,389$	NDS

ENTORNO SOCIOCULTURAL DE LA MUJER EN RELACIÓN A LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA.

Para analizar el entorno sociocultural de la mujer se han tenido en cuenta las opiniones dadas por los expertos GEM en el año 2012, entre los cuales se encontraban tanto hombres como mujeres. Los resultados mostrados en la Tabla 4 son la media de las respuestas de todos los expertos y cuyos valores oscilan entre el 1 y el 5. Aquellos valores que se acercan al 1 significan que se está en completo desacuerdo con el ítem, mientras que aquellos que se acercan al 5 muestran todo lo contrario.

Tabla 3: Comparación de la opinión media de los expertos de la Ciudad de Madrid 2011 y 2012 acerca del apoyo prestado a la mujer emprendedora

	Ciudad Madrid 2011	Ciudad Madrid 2012
Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando después de haber fundado una familia	2,90	2,52
Crear un negocio es una carrera socialmente aceptada para la mujer	2,70	3,19
Las mujeres son alentadas para ser auto-empleadas o para crear un empresas	2,64	2,83
Las mujeres son expuestas a tantas buenas oportunidades para crear un negocio como los hombres	4,45	3,06
Las mujeres tienen la capacidad y la motivación necesaria para crear una empresa	3,27	4,52

En el primer ítem, se preguntaba por la existencia de servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando después de haber fundado una familia. La puntuación obtenida en la Ciudad de Madrid es 2,52 lo cual supone un empeoramiento respecto del año pasado. No obstante este valor también puede indicar que los expertos no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con este ítem.

Para el segundo ítem, donde se preguntaba por la aceptación social que tiene para una mujer crear un negocio nos encontramos una puntuación de 3,19 para la Ciudad de Madrid, puntuación que mejora respecto de la del año pasado. Al igual que en el ítem anterior, los expertos se vuelven a posicionar en una respuesta intermedia.

En el tercer ítem, se pregunta si las mujeres son alentadas para ser auto-empleadas o para la creación de empresas. Volvemos a encontrar valores de tendencia central muy similares entre la Ciudad de Madrid (2,64) y España (2,72).

Señalamos dos preguntas en las que las opiniones de los expertos presentan diferencias significativas con el resto de España. Así, en el cuarto ítem, donde se pregunta si las mujeres están expuestas a tantas buenas oportunidades para crear un negocio como los hombres, se manifiesta la mayor diferencia entre la puntuación de la Ciudad de Madrid en 2011 (4,45) y en 2012 (3,06). Así pues, el juicio de los expertos ha pasado de un importante acuerdo a un punto intermedio.

Finalmente, en el último ítem, donde se preguntaba si las mujeres tienen la capacidad y motivación necesarias para crear una empresa, también se pone de manifiesto una polarización en el sentido de que los expertos se encuentran en un alto acuerdo con un 4,52 puntos. En este caso la puntuación obtenida para la Ciudad de Madrid es la más alta de las cinco preguntas, llegando casi a alcanzar la máxima puntuación.

RELACIONES ENTRE EMPRENDEDORES Y OTRAS EMPRESAS

El observatorio GEM ha efectuado una consulta entre emprendedores noveles y a empresas ya maduras con el objeto de determinar el grado de interrelación que se da entre empresas, con el resultado que pueden apreciar en la Tabla 5.

Como se observa, existe un gradiente de colaboración que varía en función de la naturaleza de las acciones, así, por ejemplo, la mayor parte de las empresas (65%) trabajan con otras entidades para conseguir suministros, por lo tanto sería una relación cliente-proveedor, mientras que sólo un 14% colabora con otras empresas para realizar actividades de innovación, esto es, suministrar a sus clientes de nuevos productos o servicios.

Colaboración entre emprendedores y otras empresas				
¿Están trabajando con otras empresas u organizaciones para producir bienes o servicios?	Sí	41,6%	Colaboración intensa	86,7%
			Colaboración poco intensa	13,3%
	No	58,4%		
¿Están trabajando con otras empresas u organizaciones para procurarse suministros?	Sí	58%	Colaboración intensa	75,3%
			Colaboración poco intensa	24,7%
	No	42%		
¿Están trabajando con otros para comercializar sus productos o servicios a los clientes potenciales?	Sí	39,9%	Colaboración intensa	88,6%
			Colaboración poco intensa	11,4%
	No	60,1%		
¿Están trabajando con otros para lograr que su nuevo negocio sea efectivo?	Sí	38,5%	Colaboración intensa	65,8%
			Colaboración poco intensa	34,2%
	No	61,5%		
¿Están trabajando con otras empresas u organizaciones para producir bienes o servicios?	Sí	35,5%	Colaboración intensa	73,4%
			Colaboración poco intensa	26,6%
	No	64,5%		
¿Están trabajando con otras empresas u organizaciones para procurarse suministros?	Sí	65,2%	Colaboración intensa	68,9%
			Colaboración poco intensa	31,1%
¿Están trabajando con otros para comercializar sus productos o servicios a sus clientes actuales?	Sí	24,2%	Colaboración intensa	59,1%
			Colaboración poco intensa	40,9%
	No	75,8%		
¿Están trabajando con otros para comercializar sus productos o servicios a nuevos clientes?	Sí	20,8%	Colaboración intensa	59,0%
			Colaboración poco intensa	41,0%
	No	79,2%		
¿Están trabajando con otros para crear nuevos productos o servicios para sus clientes actuales?	Sí	14,4%	Colaboración intensa	55,9%
			Colaboración poco intensa	44,1%
	No	85,6%		
¿Están trabajando con otros para crear nuevos productos o servicios para nuevos clientes?	Sí	17,6%	Colaboración intensa	45,8%
			Colaboración poco intensa	54,2%
	No	82,4%		
¿Están trabajando con otros para hacer más efectivo su negocio?	Sí	26,6%	Colaboración intensa	57,2%
			Colaboración poco intensa	42,8%
	No	73,4%		

Tabla 4: Colaboración entre emprendedores y otras empresas

ANEXOS

METODOLOGÍA

La metodología del Proyecto GEM ha sido ampliamente descrita en el Informe Ejecutivo de España del año 2012, por lo que se remite al lector o investigador interesado en profundizar en estos aspectos a dicho informe, disponible en formato pdf en la página web: <http://www.gem-spain.com/>.

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

#1

Encuesta a la población adulta de la ciudad de Madrid realizada entre abril y junio de 2012 (APS)

#2

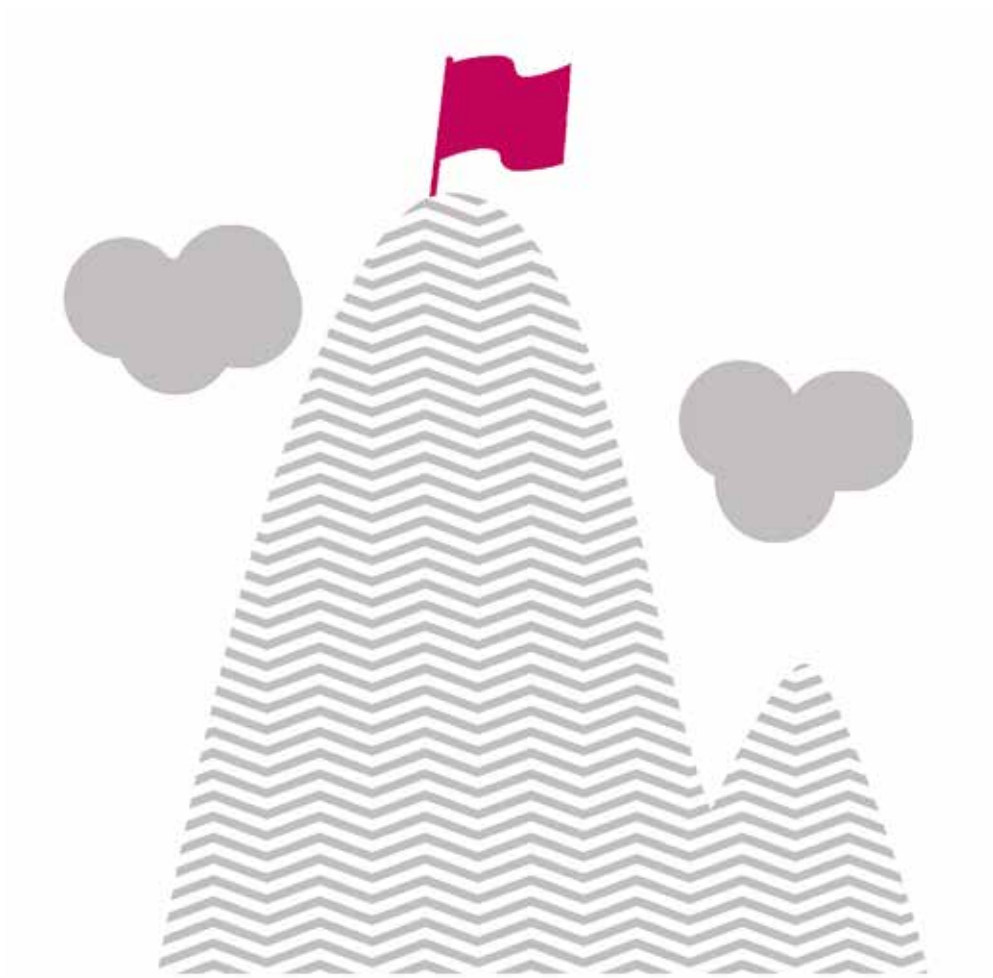
Encuesta a expertos de los ámbitos (NES): financiero, políticas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios a empresa, educación y formación, normas sociales y culturales, transferencia de I+D y apertura del mercado externo. Realizada entre abril y julio de 2012

#3

Variables secundarias procedentes de fuentes como: Área de Estadística del Ayuntamiento de Madrid, Instituto Nacional de Estadística, y otras.

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A LA POBLACIÓN DE 18-64 AÑOS	
Universo (1)	3.265.038 habitantes, residentes en Madrid de 18 a 64 años.
Muestra	1500 personas de 18 años hasta 64 años.
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las provincias según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural). En el caso de la ciudad de Madrid se ha aplicado un muestreo de este tipo pero teniendo en cuenta la distribución de la población en las tres grandes zonas: Sur-Sureste, Almendra Central y Norte. En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años cumpliendo cuotas de sexo y edad proporcionales a la población de cada zona.
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Error muestral (+/-) (2)	$\pm 2,18\%$ a priori y $\pm 0,91\%$ a posteriori
Nivel de confianza	95%
Periodo encuestación	Desde el mes de abril hasta julio de 2011
Trabajo de campo	Instituto Opinometre
Codificación y base de datos	Instituto Opinometre
(1) Fuente INE 2012	
(2) El cálculo del error muestral a priori se ha realizado para poblaciones infinitas Hipótesis: $P=Q=50\%$ o de máxima indeterminación	



DISEÑO, MAQUETACIÓN Y ARTE FINAL

MISEDADES

WWW.MISEDADES.COM

GEM 2012