



UNIVERSIDAD  
DE GRANADA



---

## GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

MELILLA 2016

UN ANÁLISIS ANTES Y DESPUÉS DE LA CRISIS

---

**Directora-Investigadora principal:**

María del Mar Fuentes Fuentes

**Investigadores:**

Carlos A. Albacete Sáez  
Ana María Bojica  
Juan Antonio Marmolejo  
Rocío Llamas Sánchez  
Matilde Ruiz Arroyo  
Jenny María Ruiz Jiménez

**Patrocinio:**



UNIVERSIDAD  
DE GRANADA



**Aviso Legal:** Reservados todos los derechos. No se permite la reproducción total o parcial de esta obra, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio (electrónico, mecánico, fotocopia, grabación u otros) sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. La infracción de dichos derechos puede constituir un delito contra la propiedad intelectual.

**Título:** GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. MELILLA 2016. Un análisis antes y después de la crisis.

**Directora-Investigadora principal:** María del Mar Fuentes Fuentes

**Investigadores:** Carlos A. Albacete Sáez, Ana María Bojica, Juan Antonio Marmolejo, Rocío Llamas Sánchez, Matilde Ruiz Arroyo, Jenny María Ruiz Jiménez

**Diseño y maquetación:** Godel Impresiones Digitales S.L.

**ISBN:** 978-84-17293-15-4

RELACIÓN DE LOS EQUIPOS GEM QUE PARTICIPAN EN LA EDICIÓN 2016 EN ESPAÑA Y SUS PATROCINADORES

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	UCEIF-CISE Asociación RED GEM España	Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE y Presidente GEM España) Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM España) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria GEM España) Maribel Guerrero y José L. González-Pernía (Equipo Dirección Técnica GEM España) Manuel Redondo Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-CISE Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. Consejería de Economía y Conocimiento. Junta de Andalucía
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 Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)

**GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - MELILLA 2016**

<b>Canarias</b>	<p>Universidad de Las Palmas de Gran Canaria</p> <p>Universidad de La Laguna</p>	<p>Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias)</p> <p>Alicia Bolívar Cruz</p> <p>Alicia Correa Rodríguez</p> <p>Desiderio García Almeida</p> <p>Ana L. González Pérez</p> <p>Esther Hormiga Pérez</p> <p>Pino Medina Brito</p> <p>Silvia Sosa Cabrera</p> <p>Domingo Verano Tacoronte</p>	<p>Consejería de Economía, Industria, Comercio y Conocimiento</p>
<b>Cantabria</b>	<p>Universidad de Cantabria</p> <p>Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria</p>	<p>Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria)</p> <p>Paula San Martín Espina (Coordinadora)</p> <p>Estefanía Palazuelos Cobo</p> <p>Andrea Pérez Ruiz</p> <p>Lidia Sánchez Ruiz</p>	<p>Santander</p> <p>Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo</p>
<b>Cataluña</b>	<p>Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona</p> <p>Universitat Autònoma de Barcelona</p>	<p>Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña)</p> <p>Joan Lluís Capelleras</p> <p>Marc Fíguls</p> <p>Enric Genescà</p> <p>Teresa Obis</p>	<p>Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local.</p> <p>Generalitat de Catalunya</p> <p>Departament d'Empresa i Coneixement</p>
<b>Castilla La Mancha</b>	<p>Universidad de Castilla La Mancha</p>	<p>Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla La Mancha)</p> <p><b>Ángela González Moreno</b></p> <p>Francisco José Sáez Martínez</p> <p>Rafael Minami Suzuki</p> <p>Adrián Rabadán Guerra</p>	<p>Universidad de Castilla La Mancha</p> <p>Junta de Comunidades de Castilla La Mancha</p> <p>Fundación Globalcaja HXXII</p>
<b>Castilla y León</b>	<p>Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León</p>	<p>Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León)</p> <p>Nuria González Álvarez</p> <p>Constantino García Ramos</p> <p>José Luis de Godos Díez</p> <p>Daniel Alonso Martínez</p>	<p>Universidad de León</p> <p>Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)</p>

UN ANÁLISIS ANTES Y DESPUÉS DE LA CRISIS

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>Ceuta</b></p>	<p>Universidad de Granada</p>	<p>Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta)                      María del Carmen Haro Domínguez                      María José González López                      Sara Terrón Ibáñez                      Virginia Fernández Pérez                      Dainelis Cabezas Pulles                      María del Carmen Pérez López                      Sara Rodríguez Gómez                      José Aguado Romero                      Manuel Hernández Peinado                      Gabriel García-Parada Ariza                      María Elena Gómez Miranda                      Antonia Ruiz Moreno                      María Teresa Ortega Egea</p>	<p>Universidad de Granada                      Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada                      Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>Comunidad Autónoma de Madrid</b></p>	<p>Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)                      Universidad Autónoma de Madrid                      Deusto Business School</p>	<p>Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid)                      Yolanda Bueno Hernández                      Begoña Santos Urda                      Miguel Angoitia Grijalba                      Esperanza Valdés Lías                      Iñaki Ortega Cachón                      Iván Soto San Andrés</p>	<p>Universidad Autónoma de Madrid                      Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)</p>

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Comunidad Valenciana</p>	<p>Universidad Miguel Hernández de Elche</p>	<p>José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana)                      Ignacio Mira Solves (Director Técnico)                      Jesús Martínez Mateo                      Marina Estrada De la Cruz                      Antonio J. Verdú Jover                      M<sup>a</sup> José Alarcón García                      M<sup>a</sup> Cinta Gisbert López                      Lirios Alós Simó                      Domingo Galiana Lapera                      M<sup>a</sup> Isabel Borreguero Guerra</p>	<p>Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE)                      Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana                      Diputación Provincial Alicante                      Air Nostrum                      Catral Garden                      Fundación Juan Perán-Pikolinos                      Fundación Manuel Peláez Castillo                      Goldcar                      Grupo Eulen                      Grupo Soledad                      Mustang                      Panter                      Seur                      Vectalia                      Escuela de Empresarios (EDEM)                      Universidad Miguel Hernández de Elche</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Extremadura</p>	<p>Fundación Xavier de Salas -Universidad de Extremadura</p>	<p>Ricardo Hernández Mogoílón                      (Director Ejecutivo GEM-Extremadura)                      J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico)                      Mari Cruz Sánchez Escobedo                      Antonio Fernández Portillo                      Manuel Almodóvar González                      Ángel Manuel Díaz Aunió                      Raúl Rodríguez Preciado</p>	<p>Universidad de Extremadura                      Junta de Extremadura                      Avante Extremadura                      Sodiex                      CC. NN. Almaraz-Trillo                      Fundación Academia Europea de Yuste                      Philip Morris Spain, S.L.                      Imedexsa                      Grupo Ros Multimedia                      Diputación de Badajoz                      Fundación Universidad Sociedad                      Iberdoex                      Tambo                      Caja Rural de Extremadura                      Tany Nature</p>

UN ANÁLISIS ANTES Y DESPUÉS DE LA CRISIS

Galicia	<p>Universidad de Santiago de Compostela (USC)</p> <p>Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)</p> <p>Federación Galega de Xoves Empresarios (FE-GAXE)</p>	<p>Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia)</p> <p>Isabel Neira Gómez (Directora-Técnica GEM-Galicia)</p> <p>Sara Fernández López (Coordinadora Equipo GEM-USC)</p> <p>María Bobillo Varela</p> <p>Nuria Calvo Babío</p> <p>Jacobo Feás Vázquez</p> <p>Marta Portela Maseda</p> <p>Lucía Rey Ares</p> <p>David Rodeiro Pazos</p> <p>M<sup>a</sup> Milagros Vivel Búa</p> <p>Guillermo Andrés Zapata Huamaní</p> <p>Norberto Penedo Rey</p> <p>Guillermo Viña González</p> <p>Enrique Gómez Fernández</p> <p>Carmen José López Rodríguez</p>	<p>Universidade de Santiago de Compostela (USC)</p> <p>Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE)</p> <p>Federación Galega de Xoves Empresarios (FE-GAXE)</p> <p>Secretaría Xeral de Universidades</p>
La Rioja	Ric	<p>Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja)</p> <p>Rubén Fernández Ortiz</p> <p>Mónica Clavel San Emeterio</p> <p>Jorge Pelegrín Borondo</p>	<p>Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja</p> <p>EmprendeRioja</p> <p>Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca</p> <p>Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas</p>
Madrid ciudad	<p>Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)</p> <p>Universidad Autónoma de Madrid</p>	<p>Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid)</p> <p>Yolanda Bueno Hernández</p> <p>Begoña Santos Urda</p> <p>Miguel Angoitia Grijalba</p> <p>Esperanza Valdés Lías</p>	Ayuntamiento de Madrid

**GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - MELILLA 2016**

<p><b>Melilla</b></p>	<p>Universidad de Granada</p>	<p>María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla)                      Juan Antonio Marmolejo Martín                      Carlos Antonio Albacete Sáez                      Ana María Bojica                      Rocío Llamas Sánchez                      Matilde Ruiz Arroyo                      Jenny María Ruiz Jiménez</p>	<p>Universidad de Granada                      Ciudad Autónoma de Melilla                      Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)</p>
<p><b>Murcia</b></p>	<p>Universidad de Murcia</p>	<p>Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia)                      Juan Samuel Baixauli Soler                      Nuria Nevers Esteban Lloret                      José Andrés López Yepes                      María Feliz Madrid Garre                      Catalina Nicolás Martínez                      Mercedes Palacios Manzano                      Gregorio Sánchez Marín</p>	<p>Conserjería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación                      Instituto de Fomento de la Región de Murcia                      Banco Mare Nostrum                      Fondo Europeo de Desarrollo Regional                      Plan emprendemos                      Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia                      Cátedra de Emprendedores                      Universidad de Murcia</p>
<p><b>Navarra</b></p>	<p>Universidad Pública de Navarra-INARBE                      King's College London (UK)                      CEIN</p>	<p>Ignacio Contin Pilart (Director GEM-Navarra)                      Martín Larraza Kintana                      Raquel Orcos Sánchez                      Víctor Martín Sánchez                      Lucía Nieto Sádaba                      María Sanz de Galdeano</p>	<p>Universidad Pública de Navarra                      Gobierno de Navarra</p>

UN ANÁLISIS ANTES Y DESPUÉS DE LA CRISIS

<p><b>País Vasco</b></p>	<p>Universidad del País Vasco UPV/EHU</p>	<p>María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco)</p> <p>José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco)</p> <p>Nerea González</p> <p>Maribel Guerrero</p> <p>Jon Hoyos</p> <p>Iñaki Peña</p> <p>David Urbano</p>	<p>Innobasque</p> <p>Diputación Foral de Bizkaia</p> <p>Diputación Foral de Gipuzkoa</p> <p>Fundación Emilio Soldevilla</p>
	<p>Deusto Business School</p>		
	<p>Mondragón Unibertsitatea</p>		
	<p>Newcastle Business School</p>		
	<p>Universidad del País Vasco UPV/EHU</p>		
	<p>Deusto Business School</p>		
	<p>Universitat Autònoma de Barcelona</p>		
<p><b>Trabajo de campo GEM España</b></p>	<p>Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)</p>	<p>Josep Ribó (Director gerente)</p> <p>Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)</p>	<p>Asociación RED GEM España</p>

PATROCINADORES E INSTITUCIONES

EQUIPO GEM ESPAÑA 2016

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Com. de Madrid



GEM Ciudad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



# Presentación del Proyecto GEM en Melilla

María del Mar Fuentes Fuentes |  
*Directora del Equipo GEM Melilla* |

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es el observatorio sobre emprendimiento internacional más importante a nivel mundial y tiene por objetivo medir y analizar información de alta calidad sobre el fenómeno emprendedor haciéndola accesible al mayor público posible. ([www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)). GEM se desarrolla como un proyecto internacional formado por una cualificada red mundial de investigadores e instituciones relacionadas con el emprendimiento en más de 80 de países. El Proyecto GEM se ha convertido en un referente imprescindible para todos aquellos que desean estudiar

y referirse al proceso emprendedor en un contexto internacional, y las nuevas directrices adoptadas cobran especial relevancia para poder informar mejor a los diseñadores de políticas públicas y lograr promover diferencias en los puntos en que hay mayor problemática para activar la creación de empresas en cada país.

España participa activamente en este proyecto internacional que actualmente cuenta con 18 equipos de investigadores del entorno académico y empresarial de toda España, nucleados en la Asociación RED GEM España. Esta Red de investigadores

está coordinada por el Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE) y cuenta con el apoyo de 90 instituciones, empresas y organizaciones y con el patrocinio principal de Banco Santander -a través de Santander Universidades- y de la Fundación Rafael del Pino.

Estos equipos estudian el comportamiento de la dinámica emprendedora a través de múltiples variables y generan datos que publican en informes anuales ([www.gem-spain.com](http://www.gem-spain.com)). La obtención de resultados comparativos e internos de cada región constituyen sin duda una valiosa herramienta a disposición de los distintos organismos, a la hora de diseñar y canalizar las iniciativas empresariales y los programas de ayuda al desarrollo y creación de empresas de las distintas Comunidades y Ciudades Autónomas.

La Ciudad Autónoma de Melilla participó como institución patrocinadora del Proyecto GEM en dos períodos previos, 2007 y 2008, y retoma en 2016 su colaboración para la realización de un nuevo informe que analizará las características de la actividad emprendedora en los últimos

4 años (2013-2016). La participación de la Ciudad Autónoma de Melilla en el proyecto la sitúa dentro de un equipo internacional y nacional que lidera una de las iniciativas más rigurosas e importantes del estudio de la actividad emprendedora. Asimismo, la elaboración del informe para la Ciudad Autónoma de Melilla contribuye a obtener una valiosa información para el fomento de la cultura emprendedora y la iniciativa empresarial. Por otro lado, permite compararse con cualquier Comunidad Autónoma de España en la que se elabore el informe, y con cualquier país del mundo que participe en el Proyecto GEM.

En nombre del equipo de investigadores de la Universidad de Granada, expresamos nuestro agradecimiento por el apoyo recibido por parte de la Consejería de Presidencia y Salud Pública de la Ciudad Autónoma de Melilla a través de la Dirección General de la Sociedad de la Información. Asimismo, el equipo investigador del proyecto GEM Melilla manifiesta su gratitud a los treinta y seis expertos que han colaborado desinteresadamente, con sus valiosos conocimientos, al contenido del informe.

# METODOLOGÍA

## Metodología general del GEM

El observatorio internacional del fenómeno emprendedor GEM se inicia en el año 1999 liderado por la London Business School y Babson College, y desde esta fecha viene realizando anualmente informes para medir la actividad emprendedora a nivel internacional, nacional, regional y local a través del equipo de investigadores de universidades e instituciones participantes. Junto a estos informes, se elaboran otros específicos sobre cuestiones puntuales relativas al emprendimiento tales como la financiación, la perspectiva de género, el intraemprendimiento, o la educación emprendedora, entre otros. Los informes son públicos y accesibles online en la website: <http://www.gemconsortium.org/> y GEM España en: <http://www.gem-spain.com/>.

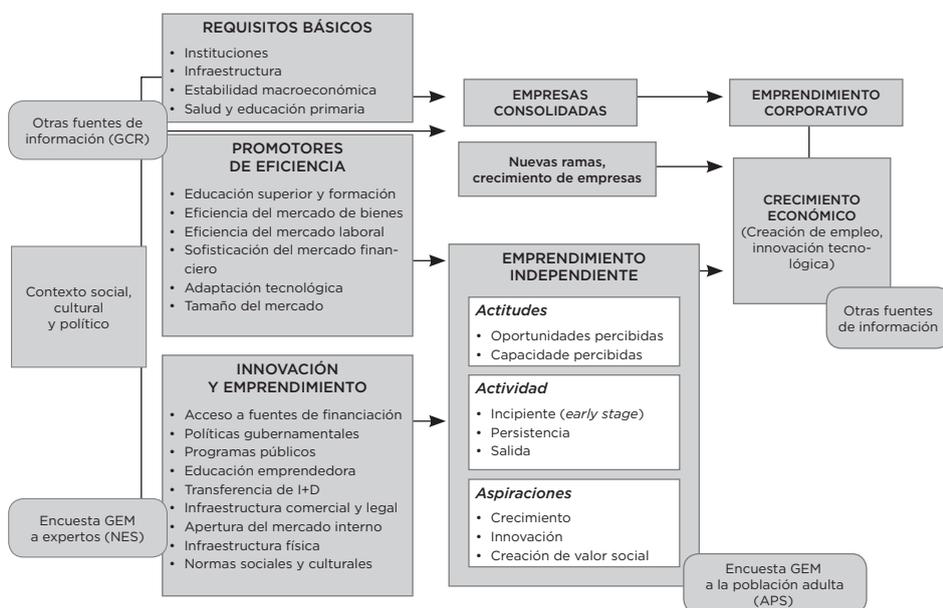
Los informes GEM analizan tres aspectos básicos del fenómeno emprendedor en la zona geográfica analizada:

1. La actividad emprendedora y sus características, considerando a ésta como un proceso.

2. Los valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población en condiciones de emprender.
3. Los factores contextuales en los que el proceso emprendedor tiene lugar.

Estos elementos se configuran partiendo de un marco teórico propuesto por investigadores del proyecto (Kelley et al., 2011) y que se resumen en la Figura 1. Dicho modelo es un marco que incorpora una visión general del fenómeno emprendedor y que presupone considerar la etapa de desarrollo económico de los países medida a través del índice de competitividad global en tres niveles: el de los países menos desarrollados, el de los países de desarrollo intermedio y el de los países más desarrollados.

Figura 1. El Modelo teórico del GEM



La operativa metodológica que actúa bajo el proyecto GEM implica:

- Considerar como nivel de análisis al emprendedor individual y no a las empresas. La mayoría de las empresas comienzan y están encarnadas por un solo individuo, o un pequeño grupo de individuos.
- Recolectar datos primarios con un enfoque armonizado para medir la iniciativa emprendedora y las condiciones marco que se cree que son propicias para el emprendimiento. Sin una metodología única y armonizada sería imposible realizar comparaciones internacionales.
- Estudiar la iniciativa emprendedora en las diferentes fases del proceso: la intención de emprender, las iniciativas nacientes, las iniciativas consolidadas y las iniciativas abandonadas/ce-rradas.

Las fuentes de datos para la elaboración de los informes del observatorio GEM son de dos tipos:

### Fuentes primarias originales del proyecto:

*Encuesta a la población de 18-64 años o Adult Population Survey (APS).* Contiene una amplia batería de preguntas diseñadas por GEM para calcular los principales indicadores del proceso emprendedor y sus características. Las encuestas se realizan anualmente entre los meses de abril a julio.

*Encuesta a expertos o Nacional Expert Survey (NES).* Se realiza a expertos sobre condiciones de entorno y obtiene la valoración de una muestra representativa de especialistas en financiación, políticas y programas públicos, educación, apertura del mercado interno, transferencia de I+D, acceso a infraestructura física, comercial y de servicios, normas sociales y culturales y otros aspectos que configuran el entorno al que se enfrentan los emprendedores del territorio analizado. Sirve para analizar los factores del contexto emprendedor. Se realiza anualmente entre marzo y julio.

## Fuentes secundarias procedentes de diferentes organismos:

FMI, OCDE, ONU, Eurostat, INE, WYB, etc. Además, los datos de los informes se complementan con los de otros prestigiosos informes como son: el Global Competitiveness Report (GCR), Doing Business y otros.

## El proceso emprendedor del GEM

Como se ha indicado, la encuesta a la población de 18-64 años, constituye la herramienta de información que proporciona los datos para obtener los indicadores que describen el proceso emprendedor, tal y como se entiende en GEM, el cual se describe en la Figura 2.

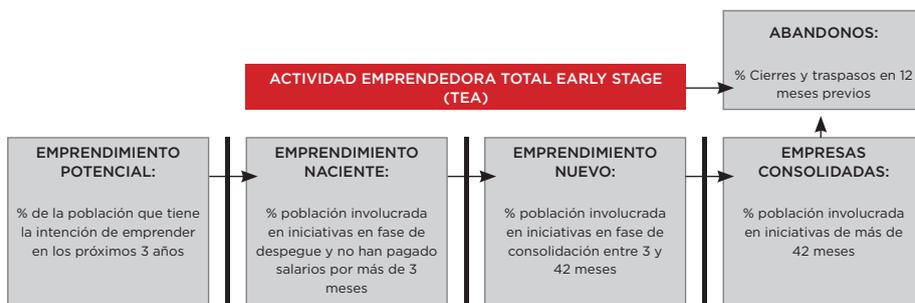
Este diagrama evidencia que GEM entiende el emprendimiento como un proceso que se inicia con la intención de emprender (emprendimiento potencial), se inicia con las primeras acciones para poner en marcha la iniciativa (emprendimiento naciente), se consigue operar en el mercado (emprendimiento nuevo) y se consolida en el mercado (empresas consolidadas). En cualquier de estas fases, las iniciativas pueden ser cerradas o traspasadas (abandonadas).

Los porcentajes que obtiene GEM en cada fase del proceso, elevados a la población de referencia<sup>1</sup> proporcionan estimaciones del número de iniciativas emprendedoras potenciales, nacientes, nuevas y consolidadas que hay en cualquier país o región participante. Sin embargo, es importante señalar que los Informes GEM siguen un camino complementario pero diferente al del registro oficial (DIRCE en el caso de España).

---

<sup>1</sup> GEM utiliza como única fuente de datos poblaciones el US Census para los países e INE para las regiones españolas.

Figura 2. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



## Cuestiones metodológicas del GEM Melilla

La Universidad de Granada presenta los resultados de la actividad emprendedora en Melilla para cuatro períodos desde el 2013 al 2016. Los investigadores han optado por presentar los datos agregados correspondientes a este período para acumular el número de casos de los que se posee información, con el objeto de que la muestra sea más representativa y permita realizar análisis sobre las características de las iniciativas en las diferentes fases del proceso. Para realizar comparaciones con datos nacionales, y con las encuestas realizadas a los expertos, al tratarse de opiniones calificadas que versan sobre la percepción del entorno más inmediato, el informe presentará la información más actualizada disponible, es decir, la referida al 2016.

Así mismo, al disponer de unos datos similares para los años 2007 y 2008 en años previos a la crisis<sup>2</sup>, se podrá hacer un análisis de lo ocurrido comparando el período anterior con el posterior a la misma.

2 Si bien es cierto que la crisis financiera comenzó a manifestarse en 2007, sus mayores efectos no se hicieron patentes hasta después del verano de 2008.



# Capítulo 1

## INDICADORES DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN MELILLA

### 1.1. Introducción

Este capítulo del informe está dedicado a la presentación y caracterización de la actividad emprendedora en Melilla. Se analiza la denominada “Tasa de Actividad Emprendedora” (TEA) para el período 2013-2016, que expresa el porcentaje de población adulta involucrada en la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras. Dentro del conjunto de emprendedores que representa este indicador poblacional, podemos distinguir también entre iniciativas nacientes o que se encuentran en fase de despegue (de 0 a 3 meses de vida) e iniciativas nuevas o en fase de consolidación (de 3 a 42 meses de vida).

La visión sobre actividad empresarial en Melilla se completa con datos sobre cierres de los últimos 12 meses y negocios consolidados (los que superan los 42 meses de vida), así como con la aproximación al emprendimiento potencial medido como el porcentaje de población adulta que tiene intención de emprender en los siguientes 3 años.

Debido al enfoque metodológico del presente informe, donde se agrupa información para un período de varios años, el análisis

del potencial emprendedor en Melilla nos permitirá bajo estas premisas obtener una idea sobre las posibilidades futuras acumuladas de crecimiento y regeneración de la actividad emprendedora en la Ciudad. Además, la comparación entre tasa de actividad emprendedora, cierres y potencial emprendedor, permitirá esbozar un escenario de las posibilidades netas de expansión de la actividad empresarial y emprendedora en Melilla en un futuro próximo.

A lo largo de todo este capítulo los datos que se expongan para Melilla serán contrapuestos a los correspondientes al total nacional en su última edición (2016) y con los datos disponibles del informe 2007-2008 de Melilla en su período antes de la crisis, lo cual permitirá obtener referencias de comparación, así como contar con un marco de contextualización en este análisis de la actividad emprendedora melillense.

## 1.2. La actividad emprendedora en Melilla

El proyecto GEM establece que una iniciativa emprendedora es todo aquel negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no sobrepasa los 42 meses de vida. Atendiendo a esta definición, la tasa de actividad emprendedora (TEA) registrada por GEM en la población de Melilla de 18 a 64 años de edad es del 3,3% para el período 2013-2016, lo que significa que, en estos años, de cada 100 personas en Melilla, más de 3 estuvieron involucradas en la puesta en marcha y gestión de un nuevo negocio (hasta 42 meses). Esta tasa es inferior a la correspondiente a nivel nacional para el último año publicado, que asciende al 5,2% para el año 2016. Estos datos pueden observarse en la Figura 1.1.

Figura 1.1. Tasa de actividad emprendedora en Melilla y España



Atendiendo a la desagregación de la actividad emprendedora en iniciativas en fase de despegue (de 0 a 3 meses) y aquellas en fase de consolidación (de 3 a 42 meses), observamos cómo para el período considerado la participación de la población melillense en nuevos negocios ha sido superior a la participación en negocios nacientes, siguiendo la tendencia nacional. No obstante, la diferencia es más acusada en el caso de Melilla, de forma que por cada emprendedor naciente surgido en Melilla entre 2013 y 2016 podemos estimar que casi había 2 emprendedores gestionando su negocio hacia la consolidación. La actividad emprendedora se ha concentrado, por tanto, en negocios que han pagado salarios por un período de entre 3 y 42 meses, en detrimento de aquellas iniciativas en marcha que no han pagado salarios por más de 3 meses.

Con respecto a la situación antes de la crisis (tabla 1.1), la tasa de actividad emprendedora (TEA) correspondiente al porcentaje de la población que participa en iniciativas nacientes y nuevas (de una duración entre 3 y 42 meses) ha bajado 1.1 puntos respecto a la situación previa a la crisis situándose en el 3.3 % frente al 4.4% previo. En especial, la bajada afecta a las iniciativas más incipientes, esto es, las de menos de tres meses con una bajada de 0.7.

Tabla 1.1. Evolución de la tasa de actividad emprendedora (TEA) en Melilla\*

	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla
TEA	4,4%	3,3%
TEA nacientes	1,9% (43,3)	2,5% (37,5)
TEA Nuevas	2,5% (56,7)	2,1% (62,5)
* Entre paréntesis, distribución porcentual de nacientes y nuevas dentro de la TEA total (como si TEA = 100%).		

### **1.3. Dinámica empresarial: iniciativas consolidadas, abandonos y cierres. El emprendimiento potencial en Melilla.**

Tras haber presentado indicadores y cifras relativas a la actividad emprendedora, dedicaremos este apartado a completar la visión de la actividad empresarial en Melilla, para así tener una panorámica completa de la dinámica de los negocios en la Ciudad Autónoma para el período estudiado.

La situación del emprendimiento establecido y los cierres y abandonos nos darán una idea de la trayectoria de consolidación e interrupción de la actividad empresarial en Melilla, mientras que las intenciones emprendedoras de la población nos permitirán aproximarnos a la base emprendedora potencial en el futuro a medio plazo. Comparando las cifras ofrecidas en este apartado con la actividad emprendedora medida por la TEA, podremos hacernos una idea de la situación y prospectiva que tiene Melilla respecto del emprendimiento en todas las fases del proceso, así como en las fases previas y posteriores.

En cuanto a las iniciativas consolidadas, es decir, aquéllas que continúan operativas en el mercado tras haber pasado la barrera de los 42 meses, la Tabla 1.2 muestra que el porcentaje de iniciativas consolidadas para Melilla es del 7,4% para el periodo 2013-2016. Este dato es superior al nacional, que se sitúa en un 6,2% para 2016. En la tabla también pueden observarse las estimaciones puntuales y por intervalo de lo que este porcentaje representaría sobre el total de la población adulta de Melilla.

Respecto a la comparación con el período antes de la crisis, el porcentaje de personas involucradas en iniciativas emprendedoras de más de 42 meses, esto es, el emprendimiento consolidado, presenta el único dato positivo al mostrar un incremento de 1.7 puntos. Esto muestra que si bien la puesta en marcha de nuevas iniciativas se ha visto seriamente perjudicada, las iniciativas más consolidadas han resistido los efectos de la crisis, y han contribuido a aumentar las empresas de mayor edad que operaban en Melilla.

Tabla 1.2. Indicadores sobre la actividad empresarial

	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
Tasa de empresas consolidadas o establecidas	5,9%	7,4%	6,2%
Tasa de abandono empresarial	1,5%	2,2%	1,6%
Tasa de cierre efectivo	1,1%	1,5%	1,2%
Tasa de iniciativas potenciales	6,1%	4,8%	6,1%

Es interesante considerar, además, el porcentaje estimado de negocios que han sido abandonados en el período. La metodología GEM identifica esta información referida a los doce meses previos a la realización de la encuesta. En el caso de esta edición de Melilla, y por tratarse de un período agregado (2013-2016), estos datos han de interpretarse considerando que se trata de abandonos para cada uno de los años considerados. Como se observa en la Tabla 1.7, el indicador de abandono es del 2,2% en Melilla, superior aunque cercano al 1,6% en España para 2016.

Conviene señalar que el porcentaje de iniciativas abandonadas no implican en todos los casos cierres definitivos de negocios. En algunos casos, las iniciativas continúan en otras manos por decisión del encuestado de desvincularse de la gestión, o bien por la oportunidad de venta del negocio; por tanto, no todos los casos identificados constituyen clausura definitiva del negocio, sino que continúan operativas en otras manos. En concreto para Melilla y para el período considerado en el presente informe, del total de abandonos identificados, un 26,9% ha seguido en funcionamiento gestionada por otras personas, lo cual permite calcular una tasa de cierre efectivo del 1,5%, tal y como puede verse en la Figura 1.2. Esto implica que un 1,5% de la población melillense efectivamente ha cerrado un negocio en los 12 meses anteriores al momento de recogida de datos en cada período anual considerado, siendo esta cifra ligeramente superior a la correspondiente al conjunto nacional, que se ha situado en 1,2% para 2016.

Figura 1.2. Abandono de iniciativas y tasa de cierres en Melilla



En lo referente a los principales motivos de abandono de las iniciativas en Melilla, como muestra la Tabla 1.3., gran parte se justifican por la falta de rentabilidad del negocio (53,8%), siendo también el principal motivo a nivel nacional (39,8%). Las dificultades para obtener financiación constituyen otro de los motivos frecuentes en el caso de Melilla (11,6%), suponiendo una razón más citada que en España (7,3%). En cambio, la diferencia es la opuesta para el caso del argumento de las razones personales, motivo más frecuente en España que en Melilla (13,8% frente a 7,7%, respectivamente). Un 11,5% de los abandonos en la Ciudad Autónoma se han producido por haber encontrado otro trabajo u oportunidad de negocio (7,2% para el conjunto nacional). La carga derivada de las obligaciones burocráticas y fiscales ha motivado el 3,9% de los cierres en el caso de Melilla y el 2,3% en España. Los casos restantes, que representan casos menos significativos, se enmarcan en la categoría de otros motivos o razones no especificadas. De la observación y comparación de estos datos podemos establecer, en general, una tónica similar en Melilla que en el resto de España, a tenor de las distribuciones porcentuales mostradas para los motivos explicativos del abandono empresarial.

Tabla 1.3. Motivación del abandono empresarial

	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
El negocio no era rentable	35,3%	53,8%	39,8%
Problemas para obtener financiación	6,1%	11,6%	7,3%
Otro trabajo u oportunidad de negocio	14,5%	11,5%	7,2%
Oportunidad de vender el negocio	7,7%	0,0%	5,2%
Burocracia e impuestos	0,0%	3,9%	2,3%
Razones personales	18,6%	7,7%	13,8%
Otros motivos	9,9%	11,5%	23,9%
No especifica	7,9%	0,0%	0,6%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Cerramos este apartado acudiendo a los datos que sobre emprendimiento potencial nos ofrece el observatorio GEM. Los emprendedores potenciales son aquellos que esperan acometer la puesta en marcha de un negocio o autoemplearse en los próximos 3 años. Respecto al período antes de la crisis, el número de personas con intenciones de emprender en los próximos tres años (emprendimiento potencial) ha bajado 1.5 puntos, indicando indirectamente, unas peores percepciones en relación a las condiciones para emprender en Melilla.

Tabla 1.4. Emprendedores potenciales

	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
Emprendedores potenciales	6,1%	4,6%	6,1%

Como se observa en la Tabla 1.4., y para el período considerado, la tasa de emprendimiento potencial para Melilla es del 4,8%. En el caso español, este porcentaje asciende al 6,1%, lo cual supone una base de potencial emprendedor mayor que en la Ciudad Autónoma.

No obstante, ha de tenerse en cuenta de que esta tasa se obtiene sobre la medición de la intención de emprender en los próximos 3 años, por tanto no deben tomarse estos datos como antecedentes exactos de futuras tasas de emprendimiento. La experiencia y los estudios previos demuestran que sólo una parte de dicha intención se lleva finalmente a término, siendo las condiciones generales del entorno económico social, y las específicas del contexto del emprendedor, las que condicionarán la decisión final.

La observación conjunta para Melilla de la TEA (3,3%), la tasa de negocios consolidados (7,4%), el emprendimiento potencial (4,8%) y la tasa efectiva de cierres (1,5%), nos permite hacernos una idea de la representación del proceso emprendedor, y sus fases previas y posteriores en Melilla para el período 2013-2016. La actividad empresarial consolidada representa un porcentaje de seguridad relevante, alimentado por las iniciativas en crecimiento y con expectativa de surgimiento futuro, frente a una tasa de desaparición definitiva que, en comparación a lo anterior, resulta baja. Esto nos permite augurar ciertas garantías de la continuidad y regeneración futura de la actividad emprendedora y empresarial en Melilla que, no obstante, podría llegar a ser más alta con los adecuados mecanismos de promoción y sustento del motor emprendedor, no sólo en la Ciudad Autónoma, sino en toda España.

## Capítulo 2

# FINANCIACIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS Y CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN MELILLA

### 2.1. Introducción

En este capítulo se profundiza en los datos analizados en el capítulo 1, aportando información relativa a la financiación de la actividad emprendedora y a las características de las actividades emprendedoras y de las consolidadas.

Con respecto a la financiación, específicamente ahondaremos en los niveles de capital semilla o necesidades de financiación de las empresas nacientes, así como en los tipos de inversión predominantes en el emprendimiento melillense. Así, se presentan cifras relativas a niveles de capital necesario para la puesta en marcha y se ofrecen estimaciones en base a los datos de la encuesta sobre la implicación de inversores informales y privados en los procesos emprendedores desarrollados en Melilla entre 2013 y 2016.

Para cerrar la panorámica sobre la actividad empresarial melillense, caracterizaremos las actividades emprendedoras y consolidadas en términos de sector de actividad, nivel de desarrollo tecnológico, grado de innovación o nivel de internacionalización, entre otros parámetros.

## 2.2. Financiación de las iniciativas emprendedoras en Melilla

La obtención de una financiación adecuada para emprender es uno de los aspectos fundamentales en la puesta en marcha y el crecimiento de un proyecto empresarial. Aunque con la recuperación de la crisis la disponibilidad de crédito ha mejorado, conseguir una financiación suficiente sigue siendo uno de los principales retos a superar por los emprendedores. La demanda de capital es particularmente elevada en las fases iniciales del negocio, donde la capacidad de generación de ingresos es por lo general muy baja, debido a que el producto o servicio se encuentra en fase de introducción y el modelo de negocio aún no está del todo definido. Al mismo tiempo, los gastos de instalación e inversiones para la puesta en funcionamiento son aún elevados. Esto explica que, independientemente de la situación económica del entorno, la financiación sea uno de los principales retos a afrontar por los emprendedores, especialmente para aquellos con proyectos en fase incipiente.

Por tanto, este apartado se centra en el análisis de las necesidades de financiación de las empresas nacientes, es decir, aquellas que llevan hasta tres meses pagando salarios y operando en su mercado. Por tanto, al hablar de los fondos necesarios para la creación de nuevas empresas estaremos implícitamente refiriéndonos al capital semilla, concepto que se refiere a los fondos destinados a la financiación de un proyecto de negocio en fase inicial.

Además de cifras sobre capital semilla y fuentes de obtención de los fondos necesarios para emprender, abordaremos el papel de la inversión en proyectos emprendedores por parte de particulares, basándonos en la identificación de inversores privados o informales entre la población adulta que hace posible la metodología GEM.

En el marco del proyecto GEM, se conceptualiza al inversor informal como aquel individuo que ha invertido en negocios en los últimos 3 años, siendo ajeno a dichos negocios y sin valerse de un mecanismo contractual o institucional (se excluyen las inversiones en bolsa o en fondos de inversión, y similares). La identificación de la población inversora melillense nos ayudará a completar la visión sobre financiación del proceso emprendedor, al mostrar otras po-

sibles formas de participación de la sociedad en la actividad emprendedora, distintas a la de implicación directa como gestores de proyectos emprendedores.

## Financiación de la actividad emprendedora naciente en Melilla

El capital semilla necesario para poner en marcha un negocio en Melilla se sitúa, en media para el período 2013-2016, en torno a los 9.287 euros. Para el caso nacional, el capital medio requerido por los negocios en fase naciente identificados en España en 2016 llegó a 97.563 euros. Esta diferencia parece razonable teniendo en cuenta, por un lado, la variabilidad de casos muestrales, mucho menor en Melilla que en el conjunto nacional, así como la dimensión y alcance de las iniciativas emprendedoras en Melilla frente a España, previsiblemente más pequeñas en el primer caso.

Para profundizar en este análisis comparativo, podemos observar los cálculos ofrecidos en la Tabla 2.1., donde vemos cómo la variabilidad, reflejada en la desviación típica, es mucho mayor en España que en Melilla. Las necesidades de financiación de proyectos nacientes han sido más dispersas para el conjunto nacional que para la Ciudad Autónoma, debido a la existencia de muchas observaciones alejadas de la media. Si nos fijamos ahora en la mediana, los cálculos para las observaciones por encima y por debajo de la media presentan una diferencia mucho menos llamativa para Melilla y España, pero aun así representa la mitad en el primer caso respecto del segundo. Así, el 50% de los proyectos emprendedores nacientes en Melilla para el período 2013-2016 necesitó apenas una inversión de 7.000 euros, que se sitúa en 15.000 euros para el caso nacional para el último año disponible. Si atendemos a la moda o caso más frecuente, vemos cómo de nuevo, en Melilla el capital requerido representa una cantidad mucho mayor frente al total nacional (6.000 frente a 30.000 euros).

Tabla 2.1. Capital semilla para proyectos de negocio nacientes

	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
Media	123.551,67	9.287,50	97.563
Mediana	87.642,92	7.000,00	15.000
Moda	30.000,00	6.000,00	30.000
Desviación Típica	120.248,42	6.618,47	89.018
Mínimo	999,00	1.300,00	n.d.
Máximo	450.000,00	20.000,00	n.d.
Percentiles 10	18.528,89	1.300,00	1.500
20	30.000,00	2.660,00	3.000
30	30.000,00	5.100,00	6.000
40	74.282,83	6.000,00	10.000
50	87.642,92	7.000,00	15.000
60	120.000,00	10.800,00	25.000
70	154.458,83	15.000,00	30.000
80	200.000,00	16.000,00	50.000
90	n.d.	n.d.	76.732

Por percentiles, el primer 10% de los negocios incipientes en Melilla en el período considerado necesitó una cantidad similar que el mismo tramo para el caso nacional (1.300 y 1.500 euros, respectivamente). A medida que avanzamos por tramos de 10%, no hay mucha diferencia, sólo hasta que llegamos al percentil 50 (coincidente con la mediana y comentado más arriba). A partir de aquí, comienzan a observarse intervalos de diferencia cada vez mayores, hasta llegar al percentil 80, que nos indica que sólo el 20% de los negocios incipientes necesitó cantidades superiores a 16.000 euros en Melilla, mientras que la cantidad requerida en España ha sido de 50.000.

Este análisis más pormenorizado nos permite concluir que el capital semilla necesario para las iniciativas nacientes sigue un patrón muy similar en Melilla respecto del contexto nacional para al menos la mitad de los emprendedores de la muestra, reflejando necesidades de inversión inicial similares en ambos casos, las cuales se encuentran en niveles no muy altos y en consonancia con el alcance y

tipos de actividades desarrolladas (un análisis por sectores, orientación innovadora y vocación internacional se verá en un apartado posterior).

En cuanto a las fuentes de financiación a las que acuden o piensan acudir los emprendedores para obtener el capital semilla requerido, destaca la aportación de capital propio tanto en Melilla como en España. No obstante, el porcentaje de capital aportado por los emprendedores melillenses es tan solo el 13.3% frente al 49.7% aportado por los emprendedores de la media nacional (Tabla 2.2.). En el caso de Melilla, familia y amigos son también fuentes consideradas para el acceso a las cantidades de inversión necesarias. La ausencia de más datos para el caso de la Ciudad Autónoma nos impide la comparación de otras fuentes de financiación posibles, que se observan diversas para el conjunto nacional, con predominancia de los fondos provenientes de instituciones bancarias.

Tabla 2.2. Fuentes a las que se ha accedido o se espera acceder para obtener capital semilla

	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
Capital propio	n.d.	13,33%	49,7%
Familia	n.d.	6,67%	5,6%
Amigos	n.d.	6,67%	-
Inversores especializados ( <i>business angels</i> )	n.d.	-	0,6%
Programas de gobierno	n.d.	-	2,8%
Instituciones bancarias	n.d.	-	25,5%
No se necesitó capital	n.d.	-	14,9%
Otras	n.d.	-	1,0%
NO INFORMA	n.d.	73,33%	n.d.

## Inversión privada informal en actividades emprendedoras

Observamos ahora la implicación de la población melillense en actividades emprendedoras desde una perspectiva de oferta de financiación o inversión a título personal (Tabla 2.3.). El proyecto GEM mide la participación de la población de 18-64 años en la inversión informal en su sentido más amplio, clasificando dentro de esta categoría a todas las personas que han invertido dinero propio en un negocio ajeno en los últimos tres años. En este sentido, en Melilla y para el período considerado, un 3,7% de la población ha proporcionado personalmente apoyo financiero a negocios puestos en marcha o gestionados por otras personas, siendo la tasa menor para el conjunto nacional en 2016 (3,2%).

Tabla 2.3. Inversión privada informal en negocios emprendedores

	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
Ha actuado como inversor informal o inversor a título privado	2,1%	3,7%	3,2%
Inversores informales que han aportado valor al negocio...	n.d.	3,0%	2,3%
Cantidad media de financiación proporcionada	23.052,55	20.108,33	19.060,00

Además, con respecto al período 2007-2008, es reseñable un incremento de participación de la población de Melilla en negocios emprendedores como proveedores de fondos (de 2,1% a 3,7%).

Una parte de los inversores privados identificados en Melilla han aportado, además de los fondos, otro tipo de valor añadido en los negocios en los que han participado (como conocimientos o contactos); en concreto, esa cifra alcanza el 3%, frente al 2,3% del indicador nacional. Estos datos pueden observarse en la Tabla 2.3.

La cuantificación del apoyo financiero con el que este tipo de inversores contribuyen al desarrollo de proyectos emprendedores puede verse en los cálculos ofrecidos en la Tabla 2.4.

Tabla 2.4. Indicadores sobre las cantidades de financiación proporcionadas (en euros)

	2013-2016 Melilla	2016 España
Cantidad media de financiación proporcionada	20.108,0	19.060,0
Cantidad de financiación proporcionada (mediana)	5.250,0	6.000,0
Cantidad de financiación proporcionada (moda)	3.000,0	3.000,0
Cantidad mínima de financiación proporcionada	200,0	300.000,0
Cantidad máxima de financiación proporcionada	20,0	2.000.000,0

La cantidad media de fondos proporcionada por estos inversores privados asciende en el caso de Melilla a 20.108 euros para el período 2013-2016, cantidad muy cercana a la inversión media española para 2016 (19.060 euros). La mediana, cantidad más representativa, se sitúa en 5.250 euros, lo cual implica que en el 50% de los casos la inversión no fue superior a esta cantidad. Esta cifra es muy similar a la española obtenida en la última edición (6.000 euros). Igualmente coincide en Melilla y España la cantidad invertida más frecuente, 3.000 euros, obtenida a través del cálculo de la moda. Sin embargo, la observación de los valores máximos y mínimos deja constancia de marcadas diferencias de variabilidad en Melilla y España.

El conjunto de los indicadores presentados señalan tendencias muy similares de los inversores informales melillenses en comparación con los españoles, y si bien los valores comentados no son elevados, sí apuntan a la existencia de una minoría poblacional comprometida con la actividad emprendedora desde el lado de la oferta, o lo que es lo mismo, proveedora de fondos y conocimientos para contribuir a la puesta en marcha de proyectos en la Ciudad Autónoma, en línea con las tendencias nacionales.

## 2.3. Características de las actividades emprendedoras y consolidadas de Melilla

En este apartado analizaremos un conjunto de variables que permitirán caracterizar las iniciativas empresariales resultantes del proceso emprendedor, distinguiendo dos grandes grupos según su fase de desarrollo: emprendedoras (con menos de 42 meses de vida) y consolidadas (con más de 42 meses). Al igual que en apartados anteriores, se analizarán los datos agregados para los años 2013-2016 y los datos previos a la crisis, teniendo como referencia los datos a nivel nacional relativos a:

- Sector de actividad
- Dimensión de las iniciativas
- Expectativa de crecimiento
- Orientación a la innovación
- Nivel de competencia en el mercado
- Uso de nuevas tecnologías
- Orientación internacional

### Sector de actividad

Como se puede observar en la Tabla 2.5., las actividades orientadas a los consumidores finales concentran la proporción mayor (60,0% de las iniciativas en fase inicial y 70,1% de las consolidadas), frente al sector extractivo o el transformador (0,0% y 7,5% respectivamente para las unidades empresariales de menos de 42 meses de vida, y 1,2% y 14,9% para las unidades establecidas). Considerando las actividades de servicios en su conjunto, aglutinan un total de 92,5% para negocios en fases iniciales y un 83,8% en los consolidados. Estas cifras en Melilla siguen la tendencia de terciarización que se viene produciendo durante décadas en la economía española.

Tabla 2.5. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados por sector de actividad

	<i>Iniciativas TEA (0-42 meses)</i>			<i>Iniciativas consolidadas (más de 42 meses)</i>		
	<b>2007- 2008 Melilla</b>	<b>2013- 2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>	<b>2007- 2008 Melilla</b>	<b>2013- 2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>
Sector extractivo	1,9%	0,0%	4,1%	6,4%	1,2%	7,8%
Sector transformador	18,8%	7,5%	16,2%	40,2%	14,9%	24,0%
Servicios a empresas	29,6%	32,5%	25,1%	5,2%	13,8%	25,4%
Orientado al consumo	49,7%	60,0%	54,6%	48,2%	70,1%	42,8%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

En lo que concierne a las diferencias entre los dos tipos de iniciativas, emprendedora y consolidada, destaca la inexistencia de actividades extractivas en las nuevas iniciativas durante el período post-crisis, si bien las consolidadas reflejan la existencia de actividad extractiva en Melilla, probablemente proveniente de años previos al período estudiado. Esto refleja cierta resistencia de actividades primarias en años anteriores a 2013, con nula preferencia entre las empresas más jóvenes puestas en marcha a partir de ese año.

En comparación con España, los sectores extractivo y transformador aglutinan menos volumen de negocios en Melilla, tanto en fase inicial como consolidada, lo cual evidencia las diferencias en modelo productivo y estructura económica. No obstante, salvo por esta diferencia, las pautas de distribución sectorial del nivel nacional se reproducen en el tejido empresarial melillense.

En lo que se refiere a la comparativa respecto al período previo a la crisis (2007-2008), se observa tanto en las iniciativas emprendedoras (49,7% frente al 60%) como en las consolidadas (del 48,2% al 70,1%) un mayor porcentaje de actividades en el sector orientado al consumo, y también un incremento en los sectores de servicios a empresas, viéndose minorado el sector transformador.

## Dimensión de las iniciativas

La clasificación general de las empresas según su tamaño sigue el criterio convencional expuesto en la Tabla 2.6, basado en el número de empleados. No obstante, dado que la población empresarial melillense se componen fundamentalmente de micro y pequeñas empresas, vamos a analizar la distribución de las mismas haciendo una desagregación diferente a lo largo de las siguientes cuatro categorías: sin empleados, de 1 a 5 empleados, de 6 a 19 empleados y más de 20 empleados.

Tabla 2.6. Clasificación de la PYME en función del número de empleados.  
Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA)  
y consolidados por tamaño del negocio

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

En la tabla 2.7 se muestra la distribución de los negocios en Melilla, tanto en fase inicial como consolidada, según la clasificación propuesta. Así, vemos que más de la mitad de las empresas de nueva creación no contribuyen a la generación de empleo, en consonancia con la tónica nacional. A partir de esta categoría, la mayoría de los negocios se concentran en el rango 1-5 empleados, siendo mayor esta proporción en los negocios consolidados (50,0%) que en los nuevos (43,4%). Cabe destacar la ausencia de negocios iniciales con 20 o más trabajadores en Melilla, siendo la proporción también muy baja en el caso de los negocios consolidados. Esto indica que en Melilla se crean y mantienen negocios con baja capacidad de creación de empleos, de manera similar al caso nacional, pero más acusado. En lo que respecta a la situación previa a la crisis, podemos comprobar que tanto las iniciativas emprendedoras como las consolidadas bajan su representación en las categorías superiores a 5 cinco trabajadores.

Tabla 2.7. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados por el tamaño de sus negocios, según el número de empleados

	<i>Iniciativas TEA (0-42 meses)</i>			<i>Iniciativas consolidadas (más de 42 meses)</i>		
	<b>2007- 2008 Melilla</b>	<b>2013- 2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>	<b>2007- 2008 Melilla</b>	<b>2013- 2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>
Sin empleados	51,3%	53,3%	52,4%	47,3%	44,3%	38,9%
1-5 empleados	41,4%	43,4%	38,0%	31,1%	50,0%	49,3%
6-19 empleados	7,3%	3,3%	6,4%	14,1%	4,6%	8,7%
20 o más empleados	0,0%	0,0%	3,2%	7,5%	1,1%	3,1%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

A continuación analizamos las expectativas de creación de empleo en un horizonte de cinco años desde el momento de realización de la encuesta. La expectativa o aspiración de crecimiento es una de las medidas más utilizadas para evaluar el potencial de crecimiento y potencial contribución al empleo de la actividad emprendedora. Para que la empresa crezca, el emprendedor primero tiene que tener la aspiración que guíe sus decisiones hacia ese objetivo, pero a su vez, la aspiración será mayor dependiendo de las expectativas que el emprendedor tiene sobre la marcha futura de su empresa. Si las expectativas son buenas, las aspiraciones y objetivos marcados serán mayores. La Tabla 2.8 muestra las cifras para Melilla y España sobre la expectativa de crecimiento en base a las previsiones del emprendedor sobre la creación de empleo, distinguiendo entre iniciativas en fase inicial y aquellas consolidadas.

Tabla 2.8. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados por la expectativa de crecimiento a cinco años

	<i>Iniciativas TEA (0-42 meses)</i>			<i>Iniciativas consolidadas (más de 42 meses)</i>		
	<b>2007-2008 Melilla</b>	<b>2013-2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>	<b>2007-2008 Melilla</b>	<b>2013-2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>
No espera emplear	23,6%	25,7%	32,2%	35,7%	41,6%	31,2%
1 a 5 empleados	51,0%	65,7%	39,0%	32,3%	51,9%	42,0%
6 a 19 empleados	20,1%	5,7%	10,3%	19,9%	5,2%	8,9%
20 o más empleados	5,3%	2,9%	3,9%	12,1%	1,3%	2,6%
No sabe	0,0%	0,0%	14,6%	0,0%	0,0%	15,3%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Por regla general, en Melilla podemos observar un potencial de crecimiento más alto para las iniciativas emprendedoras que para las consolidadas. Esto viene explicado por la fase de desarrollo del negocio ya que, como hemos visto antes, más de la mitad de las iniciativas emprendedoras no tiene ningún empleado en el momento de la realización de la encuesta, y sin embargo estiman que en cinco años emplearán de 1 a 5 personas. Destaca que un 25,7% de los negocios en fase inicial no espera emplear a nadie en cinco años, lo que pone de manifiesto que una cuarta parte de las empresas de nueva creación en Melilla no tienen expectativa ni aspiración por el crecimiento. No obstante, en comparación con España (32,2%), la cifra para Melilla resulta en cierto modo más alentadora. Sólo un 2,9% de los nuevos negocios esperan emplear más de 20 empleados, un porcentaje muy cercano al que arroja el conjunto nacional (3,9%). Las previsiones de crecimiento en las iniciativas consolidadas son ligeramente menores que en los nuevos proyectos de negocio, lo cual puede explicarse por los años de recesión vividos hasta hace poco, que han rebajado las expectativas de los empresarios establecidos hasta llevarlas a niveles más moderados. A este respecto, los datos también reflejan el impacto de la crisis en las

expectativas de crecimiento de las iniciativas, presentando una bajada en los porcentajes de las categorías de más de 5 trabajadores, tanto para las nuevas empresas como para las consolidadas.

## Orientación a la innovación

La innovación es uno de los rasgos definitorios del emprendimiento y la base sobre la que las nuevas empresas contribuyen a la transformación del tejido empresarial de un país o una región. Aunque la innovación puede darse tanto a nivel de producto o servicio como a nivel de proceso o de sistema organizativo, en este apartado y siguiendo la metodología GEM vamos a abordar la innovación desde el punto de vista del cliente, es decir, en los aspectos relacionados con la oferta al mercado. En base a la pregunta del cuestionario dirigida a los emprendedores sobre el grado de novedad del producto o servicio que ofrecen, obtenemos la distribución por grado de innovación que se muestra en la Tabla 2.9.

Tabla 2.9. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados por el grado de novedad de sus productos y servicios

	<i>Iniciativas TEA (0-42 meses)</i>			<i>Iniciativas consolidadas (más de 42 meses)</i>		
	<b>2007- 2008 Melilla</b>	<b>2013- 2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>	<b>2007- 2008 Melilla</b>	<b>2013- 2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>
Completamente innovadora	21,9%	15,0%	63,7%	20,9%	2,3%	84,7%
Innovadora en parte	37,7%	20,0%	23,8%	25,8%	6,7%	12,5%
No innovadora	40,4%	65,0%	12,5%	53,3%	91,0%	2,8%
Total	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

La mayoría de las empresas locales se definen como no innovadoras (65,0% de las emprendedoras y 91,0% de las consolidadas), en consonancia con la tónica nacional, si bien estas últimas cifras son ligeramente menores. Son más los emprendedores propietarios

de negocios nuevos en Melilla con respecto al total nacional que consideran que su producto o servicio es completamente innovador (15,0% frente a 12,5%). La afirmación de innovación total es mucho menor para el caso de los emprendedores establecidos tanto en el contexto local como en el nacional, probablemente porque las personas que respondieron se muestran más cautas debido a su experiencia empresarial en el mercado, o bien porque se trata de negocios consolidados con menos posibilidades de introducir novedades en el mercado que los negocios nacientes y nuevos. Comparando los datos con el período 2007-2008 se observa cómo la percepción de innovación en cualquiera de sus grados ha bajado de manera importante frente al período 2013-2016, y por el contrario, ha subido la consideración de que los productos o servicios no sean innovadores.

### Nivel de competencia en el mercado

El entorno competitivo es uno de los factores determinantes en la supervivencia y éxito de las empresas, y el exceso de competencia es, muchas veces, uno de los factores que impulsan al cierre de las mismas. Por ello, el observatorio GEM da cuenta del grado de competencia percibido por las empresas en su mercado. La medida en la cual los emprendedores melillenses perciben el entorno más o menos hostil en términos de competencia queda reflejada en la Tabla 2.10.

Tabla 2.10. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados según la competencia percibida en el mercado

	<i>Iniciativas TEA (0-42 meses)</i>			<i>Iniciativas consolidadas (más de 42 meses)</i>		
	<b>2007- 2008 Melilla</b>	<b>2013- 2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>	<b>2007- 2008 Melilla</b>	<b>2013- 2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>
Sin competencia	26,5%	12,5%	10,6%	12,6%	5,6%	4,2%
Alguna competencia	24,5%	30,0%	32,4%	33,9%	19,1%	25,2%
Mucha competencia	49,0%	57,5%	57,0%	53,5%	75,3%	70,6%
Total	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

La mayor parte de las iniciativas melillenses, tanto emprendedoras como consolidadas, afirman enfrentarse a mucha competencia, al igual que en la pauta nacional. Por regla general, las consolidadas perciben mayor competencia que las emprendedoras: un 75,3% de las primeras perciben un alto nivel de competencia, frente a un 57,5% de las segundas. Una explicación de esta situación se puede encontrar en el mayor grado de innovación que afirman tener las iniciativas emprendedoras, así como la fase del ciclo de vida en la que se encuentran (introducción y crecimiento), situaciones en las que el número de competidores suele ser menor. Por otro lado, los emprendedores melillenses, tanto los que gestionan negocios en fase inicial como consolidada, parece detectar en mayor medida una ausencia de presión competitiva, en comparación con el caso nacional. Así, los porcentajes de empresas locales que afirman no enfrentarse a ninguna competencia representan más del doble que los señalados por las empresas españolas en su conjunto. Sin embargo, en cualquiera de los casos considerados, existe una mayor percepción de entorno competitivo frente al reflejado en el período previo a la crisis.

## Uso de nuevas tecnologías

El papel desempeñado por las nuevas tecnologías en el desarrollo de los procesos productivos y de servicios es de suma importancia, y está muy relacionado con el desarrollo de innovaciones. Su reconocimiento por parte de todos los actores implicados, tejido empresarial y administración pública, viene reflejado en los esfuerzos de distinta índole realizados para facilitar el acceso a estas nuevas tecnologías. Para evaluar el uso de las mismas en las empresas de Melilla, se les ha preguntado a los emprendedores acerca de la antigüedad de las tecnologías utilizadas para llevar a cabo su producción. Los datos obtenidos para Melilla y España se pueden ver en la Tabla 2.11.

Tabla 2.11. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados según la antigüedad de las tecnologías utilizadas

	<i>Iniciativas TEA (0-42 meses)</i>			<i>Iniciativas consolidadas (más de 42 meses)</i>		
	<b>2007- 2008 Melilla</b>	<b>2013- 2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>	<b>2007- 2008 Melilla</b>	<b>2013- 2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>
Usan tecnología nueva (de < 1 año)	21,4%	2,5%	11,9%	10,2%	2,3%	4,3%
Usan tecnología reciente (1 a 5 años)	15,3%	15,0%	19,7%	26,4%	0,0%	13,8%
Usan tecnología de > de 5 años	63,3%	82,5%	68,4%	63,4%	97,7%	81,9%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Alrededor de un 18% de emprendedores con negocios en fase inicial en Melilla se apoya en tecnologías con un nivel de obsolescencia inferior a los cinco años, en contraposición con un más de un 30% a nivel nacional. Estos porcentajes son sensiblemente menores en el caso de iniciativas consolidadas, destacando un 0,0% de emprendedores que afirman no utilizar tecnologías nuevas. El uso de tecnologías de última generación (o de antigüedad inferior a un año) es mucho menor en el caso de los emprendedores en

fase inicial en Melilla con respecto a España. La dependencia de tecnologías más obsoletas es más acusada en el caso de la Ciudad Autónoma, y mayor para los negocios consolidados, en consonancia con la tendencia nacional. La más reciente constitución de los proyectos emprendedores y los altos costes que implica la actualización permanente de la tecnología utilizada en la empresa consolidada explican buena parte de estas diferencias. Por otro lado, los años de crisis sufridos, en los que las opciones de acceso a crédito o de inversión para renovación se han visto muy reducidas, pueden explicar ese elevado uso de tecnologías antiguas, especialmente en iniciativas consolidadas.

## Orientación internacional

En un mundo globalizado, resulta cada vez más difícil para la pyme española depender exclusivamente de un mercado local. El observatorio GEM ofrece información sobre la intensidad exportadora de las iniciativas emprendedoras y consolidadas, lo cual permite aproximar la cuestión de la orientación internacional de los negocios de los emprendedores melillenses. Los datos para Melilla y España pueden verse en la Tabla 2.12.

Tabla 2.12. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados según su orientación internacional

	<i>Iniciativas TEA (0-42 meses)</i>			<i>Iniciativas consolidadas (más de 42 meses)</i>		
	<b>2007- 2008 Melilla</b>	<b>2013- 2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>	<b>2007- 2008 Melilla</b>	<b>2013- 2016 Melilla</b>	<b>2016 España</b>
No exporta	46,6%	70,0%	72,2%	41,9%	88,5%	73,9%
Exporta 1% - 25%	21,8%	20,0%	17,4%	24,4%	6,9%	19,4%
Exporta 25% - 75%	23,4%	5,0%	6,4%	18,1%	4,6%	4,7%
Exporta 75% - 100%	8,2%	5,0%	4,1%	10,6%	0,0%	1,9%
No informa sobre intensidad exportadora, NS/NC	0,0%	0,0%	0,0%	4,9%	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Puede constatar sobre la base de estas cifras que la actividad emprendedora tanto melillense como española tiene un marcado carácter local. Esta tendencia es algo más acusada en la Ciudad Autónoma, y en particular para los negocios consolidados o que han superado la barrera de los 42 meses. La orientación internacional es pues, escasa en general en nuestro contexto, si bien destaca la ligera mejoría que esta tendencia puede experimentar en el futuro gracias a cierta tendencia a la exportación en las iniciativas emprendedoras, y que actualmente se encuentran en fase de consolidación y/o crecimiento. Esta implicación de las nuevas iniciativas en actividades exportadoras es mayor en Melilla que en España, al suponer un 30%, frente a un 11,5% en el caso nacional. Igualmente, los datos muestran un impacto de la crisis también negativo en este aspecto. Las tasas de iniciativas emprendedoras como consolidadas que no exportan han aumentado de manera considerable.

## Capítulo 3

# MOTIVACIONES Y PERFIL EMPRENDEDOR EN MELILLA

### 3.1. Introducción

Las motivaciones que llevan a una persona a dar el paso de poner en marcha una iniciativa constituyen un factor determinante del comportamiento emprendedor. A través de las preguntas que contiene la encuesta GEM se exploran ciertos aspectos del comportamiento emprendedor relacionados con la motivación por necesidad o por oportunidad. Concretamente, los análisis del observatorio se concentran en el siguiente modelo (figura 3.1). En los siguientes apartados haremos un análisis de estas motivaciones en la ciudad de Melilla.

Figura 3.1. Motivación principal para poner en marcha una iniciativa que da lugar a diferentes comportamientos emprendedores



### 3.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

La Tabla 3.1 resume las cifras relativas a los diversos comportamientos emprendedores en Melilla, sobre la población de 18-64 años de edad que está implicada en iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses de vida. Entre estos comportamientos emprendedores distinguimos aquellos que están motivados por oportunidad (por ejemplo, el individuo crea una empresa porque identifica la solución a un problema o necesidad que tiene potencial en el mercado y hace deseable la creación del negocio, incluso cuando cuenta con un empleo por cuenta ajena) o por necesidad (esto es, cuando la puesta en marcha del negocio responde a la falta de oportunidades laborales y el individuo crea el negocio como alternativa ocupacional).

Si consideramos las iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses de vida, esto es, la tasa de actividad emprendedora total (TEA) para Melilla, el 2,2% se debe al aprovechamiento de una oportunidad y el 1,2% está motivada por la necesidad de crear el propio puesto de trabajo ante la falta de otras alternativas.

Si realizamos un análisis de la TEA considerando el motivo que ha llevado a emprender y los comparamos con los datos de 2007-2008 podemos ver como la bajada de la TEA se debe mayoritariamente a una disminución del emprendimiento por oportunidad que ha bajado 1.4 puntos en relación al periodo previo a la crisis, mientras que el emprendimiento por necesidad ha aumentado en 0.5. En términos relativos, esto significa que la tasa de actividad emprendedora por oportunidad disminuye un 40%, mientras que la por necesidad casi se duplica, aumentando un 94%.

Aunque el emprendimiento en Melilla sigue estando motivado en mayor medida por la existencia de una oportunidad para emprender que por necesidad, la diferencia entre ambas tasas se ha visto reducida de una manera significativa, teniendo el emprendimiento por necesidad un mayor peso relativo frente al de oportunidad en el período posterior a la crisis. Este cambio en la estructura de la actividad emprendedora parece haber tenido consecuencias muy importantes en cuanto al tipo de empresas que se crean, particular-

mente en lo que concierne el tamaño y el potencial de crecimiento de esas empresas como se ha visto en el capítulo previo.

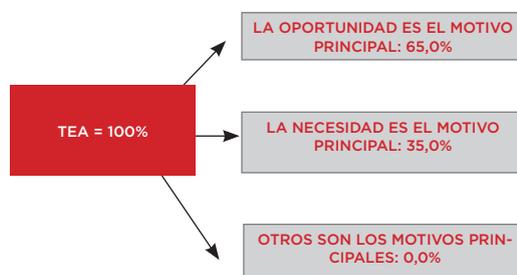
Tabla 3.1. Distribución de iniciativas emprendedoras en Melilla y en España (TEA) en función de su motivación principal para su puesta en marcha

Motivo de su creación	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
TEA por oportunidad	3,6%	2,2%	4,3%
TEA por necesidad	0,6%	1,2%	1,4%
TEA por otro caso	0,2%	0,0%	0,4%
TEA Total	4,4%	3,3%	6,1%

En la Tabla 3.1 se presenta también la comparación entre las motivaciones de los emprendedores de Melilla y España (porcentajes referidos a la población total). Las diferencias más importantes en la actividad emprendedora total (6,1% a nivel nacional versus 3,3% en Melilla) vienen dadas principalmente por la actividad emprendedora motivada por el descubrimiento de una oportunidad. En Melilla, la proporción de emprendedores que ponen en marcha un negocio por haber descubierto una oportunidad es prácticamente dos veces más reducida que en la población española en su conjunto.

La Figura 3.2 permite visualizar fácilmente cómo se distribuye la actividad emprendedora de Melilla: la gran mayoría (dos terceras partes), se crea, principalmente, por aprovechamiento de una oportunidad. El resto responde a iniciativas cuyo motivo principal es la necesidad.

Figura 3.2. Distribución de la actividad emprendedora total en Melilla en 2013-2016 en función del principal motivo de su creación



A pesar del notable descenso tras la crisis económica, la motivación de emprender por oportunidad, típica de los países desarrollados, se sigue manteniendo tanto en España como en la ciudad de Melilla (Tabla 3.2.). En ambos casos, la oportunidad coincide como motivo principal de la actividad emprendedora para una gran mayoría (un 65% en Melilla y un 70,2% en España). La necesidad es un motivo para la actividad emprendedora melillense (35%) en mayor medida que para la totalidad nacional (26%). En el caso nacional, a diferencia de Melilla, además del emprendimiento por oportunidad y necesidad, encontramos también otros motivos principales para la actividad emprendedora en 3,8% de los emprendedores entrevistados.

Tabla 3.2. Motivación principal de las actividades emprendedoras en Melilla y en España (TEA=100%)

Motivo de la creación	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
La oportunidad es el motivo principal	81,9%	65,0%	70,2%
La necesidad es el motivo principal	13,6%	35,0%	26,0%
Otros son los motivos principales	4,4%	0,0%	3,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

En el análisis de las motivaciones que llevan a un individuo a iniciar una actividad empresarial pueden encontrarse factores o situaciones intermedias entre la detección de una oportunidad o necesidad. En este apartado se consideran motivos más personales, relacionados generalmente con el desarrollo personal y profesional, tales como la búsqueda de una mayor independencia, el aumento de los ingresos, el mantenimiento de los ingresos actuales y otros motivos que subyacen bajo la oportunidad.

En el caso de Melilla, podemos observar de los datos contenidos en la Figura 3.3, que entre la totalidad de emprendedores por oportunidad, el mayor porcentaje corresponde al deseo de conseguir mayor independencia (57,1%). El aumento de ingresos también es un motivo señalado para emprender la actividad (28,6%), al igual que mantener los ingresos (14,3%), pero en menor medida. No se señalan otros motivos como desencadenantes de la puesta en marcha de una empresa.

Los emprendedores melillenses por oportunidad difieren de los del conjunto español en cuanto a sus motivaciones. Si buscar una mayor independencia es la razón dominante entre los emprendedores de Melilla (57,1%), a nivel nacional la razón dominante es aumentar ingresos (45%). En su conjunto, la mayoría de los emprendedores españoles se divide en partes similares entre aquellos que buscan aumentar ingresos y los que buscan una mayor independencia. El aumento de los ingresos es la segunda motivación más frecuente en Melilla, pero los que indican esta motivación son menos de la mitad de los que buscan mayor independencia. Mantener los ingresos actuales empuja a un 14,3% de las actividades emprendedoras por oportunidad de Melilla, mientras que esta proporción es sólo de un 8,8% en el caso de España. Otra diferencia está en el porcentaje de “otros casos”, que en Melilla es nulo, mientras que en España es del 3,4%. Estos datos sugieren que en Melilla los emprendedores encuentran menos oportunidades para generar ingresos que a nivel nacional y buscan más aumentar su independencia, lo que puede tener implicaciones para el tipo de negocios que creen en el sentido de apostar más por negocios tipo “estilo de vida” que por negocios con alto rendimiento y potencial de crecimiento.

Tabla 3.3. Motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad en Melilla y en España

Emprendedores por oportunidad	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
Mayor independencia	23,7%	57,1%	42,8%
Aumentar ingresos	45,1%	28,6%	45,0%
Mantener ingresos actuales	18,3%	14,3%	8,8%
Otro caso	12,8%	0,0%	3,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%

Si comparamos los datos de Melilla del periodo 2013-2016 con los del periodo 2007-2008 (Tabla 3.3.), se observa un notable descenso en todas las categorías, salvo en el motivo de la independencia, que aumenta un 140%. Este dato puede ser consecuencia del empeoramiento de las condiciones laborales a raíz de la crisis económica y la consecuente búsqueda por parte de aquellos que han identificado una oportunidad de negocio de alternativas laborales que ofrezcan más espacio para la iniciativa personal y más flexibilidad en la organización del trabajo. La disminución de iniciativas orientadas a aumentar ingresos (un 36,7% menos) o mantener ingresos (un 22,1% menos) pueden ser indicativas de que la población emprendedora percibe menos oportunidades con elevada rentabilidad económica y financiera, lo que sugiere, al igual que los datos anteriores un deterioro en las oportunidades y condiciones para emprender.

### **3.3. Perfil socioeconómico del emprendedor**

En este apartado del informe se aborda el perfil medio de los emprendedores que residen en Melilla, tomando como variables de segmentación la información suministrada por los entrevistados que estaban involucrados en una iniciativa emprendedora. Las variables consideradas para cada tipo son: el sexo, la edad, el nivel de estudios, el nivel de renta y la situación laboral. En cada uno de los perfiles presentaremos datos comparativos entre los años previos y posteriores a la crisis económica. En el epígrafe final de este capítulo

lo realizaremos una comparación entre los perfiles de los emprendedores melillenses y los españoles en la actualidad.

### Perfil del emprendedor en general de Melilla

En este apartado se presenta el perfil del emprendedor melillense, aglutinando a los que están en las categorías de naciente y nuevo (de 0 a 42 meses). Los datos comparativos del perfil del Melilla antes y después de la crisis pueden verse en la Tabla 3.4. El emprendedor melillense es preferentemente hombre, con una edad media de 36,1 años, con estudios medios, nivel de renta medio, que trabaja habitualmente en la iniciativa que está desarrollando.

Haciendo un análisis más detallado de los datos, podemos matizar que, de los emprendedores, un 65% es hombre. En consecuencia, el porcentaje de mujeres emprendedoras llega a poco más de un tercio de los emprendedores existentes. El 40% es joven, con una edad comprendida entre los 25 y 34 años. Pero la mayor parte de los emprendedores melillenses es adulta, un 47,5% tiene más de 35 años, con un 32,5% entre 35 y 44 años y un 15% entre 45 y 55 años. Sobre su formación, la mayoría tiene estudios medios (77,5%). Un 17,5% sólo tiene estudios de enseñanza obligatoria y solamente un 2,5% tiene estudios superiores; por tanto, la formación es un punto débil del emprendedor melillense. Sobre la renta, el 27,5% se encuentra en el tercio medio, y un 22,5% en los tercios inferior y superior. Un 90% de los emprendedores trabajan, un 5% estudia y un 5% no trabaja.

## GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - MELILLA 2016

Tabla 3.4. Perfil del emprendedor de Melilla (hasta 42 meses de actividad)

	2007-2008	2013-2016
	Melilla	Melilla
<b>Sexo</b>	%	%
Hombre	68,7	65,0
Mujer	31,3	35,0
<b>Edad</b>	%	%
18-24	19,6	10,0
25-34	45,7	40,0
35-44	16,8	32,5
45-54	13,5	15,0
55-64	4,3	2,5
<b>Estudios</b>	%	%
Sin estudios	0,0	2,5
Enseñanza obligatoria	23,4	17,5
Secundaria y FP	44,6	77,5
Superior y postgrado	32,1	2,5
<b>Renta</b>	%	%
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	24,8	22,5
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	29	27,5
Tercio superior (más de 2.400 euros)	24,3	22,5
NS / NC	21,9	27,5
<b>Situación Laboral</b>	%	%
Trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial	100,0	90,0
Trabaja a tiempo parcial	0,0	0,0
Jubilados	0,0	0,0
Labores del hogar	0,0	0,0
Estudiante	0,0	5,0
No trabaja	0,0	5,0
Otros casos	0,0	0,0

## Perfil del emprendedor consolidado (más de 42 meses de actividad)

Centrándonos ahora en el emprendedor consolidado (Tabla 3.5), es decir, aquél cuya actividad ya tiene una duración de más de 42 meses, podemos decir que sigue siendo en su mayoría hombre (52,8%), algo mayor que los emprendedores nuevos (el 86,5 % tiene más de 35 años), en concreto con una edad media de 45,7 años; con estudios medios (un 70,8% ha finalizado estudios de secundaria y FP) y, en su mayoría, con una renta situada por encima del nivel medio (un 36% gana más de 2.400 euros/mes y un 25,8% gana entre 1.200 y 2.400 euros/mes). En el caso del estatus laboral, el emprendedor consolidado de Melilla trabaja, ya sea a tiempo completo o a tiempo parcial en un 97,7%.

En relación al perfil del emprendedor consolidado de antes de la crisis económica, observamos que, aunque sigue habiendo más hombres que mujeres, la proporción es más equilibrada, lo que se puede explicar por una tasa de supervivencia más elevada de las empresas creadas por mujeres, que compensa su proporción más reducida en fase naciente y nueva. El emprendedor consolidado es de mayor edad en el periodo 2013-2016 que en el periodo 2007-2008: la media de edad sube 5 años; y tiene menor nivel educativo: del 20,9% de emprendedores consolidados con estudios universitarios antes de la crisis económica, se pasa al 2,3% después. También observamos que tras la crisis económica, parecen haber sobrevivido los emprendedores consolidados con mayores niveles de ingresos (un 36% se sitúan en el nivel de renta más alto, versus el 16,8% de antes de la crisis).

Tabla 3.5. Perfil del emprendedor consolidado  
(más de 42 meses de actividad) en Melilla

	<b>2007-2008 Melilla</b>	<b>2013-2016 Melilla</b>
<b>Sexo</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Hombre	68,6	52,8
Mujer	31,4	47,2
<b>Edad</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
18-24	8,1	2,3
25-34	24,0	11,2
35-44	32,6	33,7
45-54	23,9	30,3
55-64	11,5	22,5
<b>Estudios</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Sin estudios	0,0	0,0
Enseñanza obligatoria	37,8	25,8
Secundaria y FP	39,8	70,8
Superior y postgrado	20,9	2,3
<b>Renta</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	16,8	13,5
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	28,9	25,8
Tercio superior (más de 2.400 euros)	16,8	36,0
NS / NC	37,5	24,7
<b>Situación Laboral</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial	100,0	97,7
Trabaja a tiempo parcial	0,0	0,0
Jubilados	0,0	0,0
Labores del hogar	0,0	0,0
Estudiante	0,0	0,0
No trabaja	0,0	0,0
Otros casos	0,0	2,2

## Perfil del emprendedor que ha abandonado una actividad

El perfil que se presenta a continuación corresponde a todas aquellas personas que han abandonado una actividad emprendedora en Melilla en el periodo 2013-2016 independientemente de la razón que los impulsó a hacerlo (Tabla 3.6). La mayor parte de los emprendedores que han abandonado la actividad son mujeres (53,9%). La edad de la mayoría está comprendida entre los 45 y los 54 años (26,9%), aunque las proporciones de abandono por grupos de edad son relativamente similares (23,1% en todos demás rangos, salvo el de 18 a 24 que constituye el grupo más reducido – un 3,8%). En cuanto al nivel educativo, el grupo más numeroso es el de los que tienen estudios secundarios y FP (57,7%), mientras que los que tienen estudios superiores abandonan la actividad a un ritmo bastante inferior (15,4%). Con respecto al nivel de renta, sorprendentemente, el grupo que más abandona es el del tercio superior (38,5%), seguido en igual medida por los grupos de renta media y baja (19,2%). El 61,5% de los emprendedores que han abandonado su negocio trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial, mientras que el 23% está desempleado y un 3,8% jubilado.

Comparando estos datos con los del periodo previo a la crisis económica observamos que no hay variación significativa en cuanto al sexo, pero sí en todos los demás aspectos. La diferencia más significativa en relación a la edad es que si entre 2007 y 2008 los emprendedores jóvenes abandonaban en mayor medida la actividad (24,2%) y los de edades comprendidas entre 35 y 44 años seguían en operación prácticamente en su totalidad, actualmente el abandono se reparte de manera más igual entre todos los grupos de edad, a excepción de los más jóvenes, que son los que más han visto mejorada la supervivencia de sus iniciativas. Con respecto a los niveles de estudios, si en los años anteriores a la crisis la proporción de abandono empresarial era más elevada entre los emprendedores con estudios básicos (45,4%), en los posteriores parece afectar en mayor medida a los emprendedores con secundarios y de FP (57,7%). Destaca también la reducción del abandono entre los emprendedores con altos niveles educativos, de un 23,1 a un 15,4%. En cuanto al nivel de renta, se observa también que, tras la crisis, la proporción de abandono tiende a equipararse entre los

tres niveles de renta considerados y aumenta de manera muy significativa entre aquellos que tienen niveles de renta más elevados. Por último, la situación laboral de los que abandonan la actividad cambia de la siguiente manera: aumenta la proporción de aquellos que trabajan a tiempo parcial y de aquellos que no trabajan y se reducen prácticamente en su totalidad la proporción de aquellos que estudian o realizan labores del hogar.

Tabla 3.6. Perfil del emprendedor de Melilla que ha abandonado una actividad

	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla
<b>Sexo</b>	%	%
Hombre	45,4	46,1
Mujer	54,6	53,9
<b>Edad</b>	%	%
18-24	24,2	3,8
25-34	27,6	23,1
35-44	0,0	23,1
45-54	24,3	26,9
55-64	23,9	23,1
<b>Estudios</b>	%	%
Sin estudios	0,0	0,0
Enseñanza obligatoria	45,4	26,9
Secundaria y FP	31,5	57,7
Superior y postgrado	23,1	15,4
<b>Renta</b>	%	%
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	43,1	19,2
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	13,2	19,2
Tercio superior (más de 2.400 euros)	6,7	38,5
NS / NC	37,0	23,1
<b>Situación Laboral</b>	%	%
Trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial	63,0	61,54
Trabaja a tiempo parcial	0,0	11,5
Jubilados	0,0	3,8
Labores del hogar	21,6	0,0
Estudiante	15,4	0,0
No trabaja	0,0	23,0
Otros casos	0,0	0,0

## Perfil del emprendedor potencial

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

Uno de los datos más llamativos en relación al perfil del emprendedor potencial (ver tabla 3.7) es que la proporción de mujeres que manifiestan intención de emprender es un 9,2% superior a la de hombres. Observamos un descenso en la intención emprendedora de los jóvenes entre 25 y 34 años y un aumento considerable entre los adultos con edades inferiores a 54 años, sugiriendo que la experiencia se está volviendo un factor clave a la hora de impulsar la intención emprendedora. Como era de esperar, el grupo de edad que manifiesta menor intención emprendedora es el de los mayores de 55 (3,6%). Con respecto a los niveles formativos, se observa un notable aumento de la intención emprendedora entre aquellos individuos con niveles de estudios medios (un 20,4% más) y un descenso considerable entre los que tienen estudios superiores (30,1 menos). Esta distribución puede responder a la mejor empleabilidad de aquellos con estudios superiores y a las oportunidades más reducidas de encontrar empleo por cuenta ajena de aquellos con bajos niveles de estudio, lo que convierte el autoempleo en una alternativa profesional a la que cada vez más individuos recurren.

Tabla 3.7. Perfil del emprendedor potencial en Melilla

	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla
<b>Sexo</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Hombre	61,6	45,4
Mujer	38,4	54,6
<b>Edad</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
18-24	20,1	25,4
25-34	40	14,6
35-44	21,4	27,3
45-54	12,6	29,1
55-64	5,7	3,6
<b>Estudios</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Sin estudios	0,0	3,6
Enseñanza obligatoria	17,8	25,4
Secundaria y FP	45,1	65,5
Superior y postgrado	35,6	5,5
<b>Renta</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Tercio inferior (hasta 1.200 euros)	21,7	23,6
Tercio medio (1.200 - 2.400 euros)	23,9	20,0
Tercio superior (más de 2.400 euros)	24,8	20,0
NS / NC	29,7	36,4
<b>Situación Laboral</b>	<b>%</b>	<b>%</b>
Trabaja, ya sea a tiempo completo o parcial	86,1	45,5
Trabaja a tiempo parcial	0,0	9,1
Jubilados	0,0	0,0
Labores del hogar	2,4	1,8
Estudiante	8,9	10,9
No trabaja	2,6	0,0
Otros casos	0,0	0,0

En cuanto a la renta aparece una mayor igualdad entre los intervalos, el 20% se sitúa en los tercios superior y medio, y el 23,6% en el inferior. El 45,5% de estos emprendedores trabaja, ya sea a tiem-

po completo o a tiempo parcial. El 9,1% de ellos trabajan a tiempo parcial y un 10,9% estudia. El perfil medio de este colectivo en Melilla es: mujer, adulta (edad media de 37 años), con estudios de secundaria, nivel de renta variado y que está en activo, sea a tiempo completo o parcial.

### 3.4. Comparación entre el perfil emprendedor en Melilla y España

En este apartado introducimos datos comparativos del perfil del emprendedor de Melilla y España en las distintas fases de desarrollo del negocio. Dentro del perfil socio-demográfico, nos centramos en las variables referidas al género, la edad y el nivel de estudios.

Las diferencias de género en la actividad emprendedora han sido objeto de análisis de numerosos estudios y han impulsado la puesta en marcha de políticas públicas para asegurar la igualdad de oportunidades también en este ámbito. Buscando caracterizar a la población melillense desde el punto de vista de su implicación en actividades emprendedoras por género, observamos que 1,17 % de las mujeres y un 2,17% de los hombres se encuentran involucrados en algún tipo de actividad emprendedora (Tabla 3.8). Esas tasas son inferiores a las registradas a nivel nacional, tanto en el caso de los hombres como en el de las mujeres. No obstante, las diferencias en la tasa de actividad emprendedora de las mujeres es mucho más pronunciada que en el caso de los hombres, situándose aproximadamente en un cuarto de la proporción nacional.

Tabla 3.8. Distribución de iniciativas emprendedoras en Melilla y en España en función de sexo del emprendedor

	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
TEA Mujeres	1,38%	1,17%	4,7%
TEA Hombres	3,03%	2,17%	5,8%

La Tabla 3.9 nos permite visualizar de forma resumida la distribución por género de los emprendedores melillenses. Observamos

que en el conjunto de la actividad emprendedora, así como en todas las fases de desarrollo del negocio salvo la fase potencial, la proporción de hombres es superior a la de mujeres. Por otra parte, las mujeres son las que más abandonan la actividad emprendedora. En su globalidad, estos datos sugieren que a pesar de que las condiciones actuales parecen impulsar la intención emprendedora de las mujeres de manera clara, tanto que supera a la de los hombres, para las iniciativas ya en marcha la presencia femenina sigue siendo más reducida y parece enfrentarse a más dificultades, al abandonar la actividad en mayor medida.

Tabla 3.9. Distribución de iniciativas emprendedoras en Melilla y en España en función de sexo del emprendedor

	2013-2016 Melilla	2016 España
<b>Fase potencial</b>		
Hombre	45,5%	53,5%
Mujer	54,5%	46,5%
<b>Actividad emprendedora</b>		
Hombre	65%	55,7%
Mujer	35%	44,3%
<b>Actividad consolidada</b>		
Hombre	52,8%	59,4%
Mujer	47,2%	40,6%
<b>Abandono de la actividad emprendedora</b>		
Hombre	46,2%	56,2%
Mujer	53,8%	43,8%

Aunque ésta es la tónica general del país, la Ciudad Autónoma debe apostar por poner en marcha los mecanismos necesarios para mejorar estas cifras, disminuir el abandono y dar el apoyo necesario para que la intención emprendedora de las mujeres melillenses se traduzca en actividades nacientes y nuevas, precisamente porque sus datos son más negativos que los de la media nacional en lo que concierne la tasa de abandono y la participación general de las mujeres en la actividad emprendedora. El 43,8% de los empre-

dedores en España que abandonan son mujeres, mientras que el porcentaje en Melilla es un 10% más elevado. La tasa de actividad emprendedora femenina en Melilla es también un 9,3% inferior a la nacional.

Por otra parte, queremos destacar también los aspectos positivos: tanto en la actividad consolidada como en la potencial, el porcentaje de mujeres emprendedoras melillenses es superior al nacional, un 6,6% y 8,05% más, respectivamente. Ello puede ser señal de que tanto las medidas anteriores de apoyo y como las medidas de impulso actuales a las iniciativas de mujeres están dando buenos frutos, al conseguir porcentajes de consolidación e intención más elevados que la media nacional.

Siguiendo la comparativa de los datos de Melilla con la media nacional, esta vez en relación a la edad (Tabla 3.10), podemos comprobar que Melilla no se aleja del perfil del emprendedor español en gran medida en el caso de las iniciativas consolidadas (las diferencias en la distribución por grupos de edad no son superiores al 5% en ningún caso). Sí podemos observar diferencias más significativas en el resto las iniciativas. Así, en el caso de los emprendedores potenciales de la ciudad autónoma destaca una participación 8,8% mayor por parte de los más jóvenes y 8,2% más reducida de los que tienen entre 25 y 34 años.

Si miramos las iniciativas emprendedoras en su globalidad, podemos observar que si en el conjunto del país están más distribuidas entre los grupos intermedios de edad, en Melilla se concentran en mayor medida entre los emprendedores de entre 25 y 34 años de edad. En general, podemos observar una mayor concentración de los emprendedores melillenses en los segmentos de edad más temprana que en el conjunto de la población española.

En lo que concierne el abandono de la actividad emprendedora, en Melilla la población perteneciente a los distintos segmentos de edad participa de forma bastante similar, salvo los más jóvenes que abandonan en mucha menor medida (sólo un 3,8%). Sin embargo, a nivel nacional las tasas de abandono más elevadas se concentran en los intervalos superiores a los 35 años.

Tabla 3.10. Distribución de iniciativas emprendedoras en Melilla y en España en función de la edad del emprendedor

	2013-2016 Melilla	2016 España
<b>Fase potencial</b>		
18-24	25,4%	16,6%
25-34	14,6%	22,8%
35-44	27,3%	25,7%
45-54	29,1%	24,7%
55-64	3,6%	10,2%
<b>Actividad emprendedora</b>		
18-24	10,0%	4,8%
25-34	40,0%	30,6%
35-44	32,5%	31,5%
45-54	15,0%	21,7%
55-64	2,5%	11,5%
<b>Actividad consolidada</b>		
18-24	2,3%	0,7%
25-34	11,2%	8,9%
35-44	33,7%	29,2%
45-54	30,3%	34,5%
55-64	22,5%	26,8%
<b>Abandono de la actividad emprendedora</b>		
18-24	3,8%	1,4%
25-34	23,1%	10,0%
35-44	23,1%	30,0%
45-54	26,9%	31,7%
55-64	23,1%	26,9%

Por último, en lo que referente al nivel de estudios, los datos reflejados en la Tabla 3.11 muestran que el emprendedor melillense tiene una formación por debajo de la media nacional. Los porcentajes de emprendedores melillenses con estudios superiores son muy bajos y mucho por debajo de la media nacional en todos los tipos de actividad, por lo que potenciar la formación del emprendedor se vuelve tarea prioritaria. En todas las categorías de iniciativas melillenses, la mayor parte de los emprendedores tienen un nivel de

estudios medio, mientras que a nivel nacional los emprendedores con estudios superiores son los más numerosos tanto entre las iniciativas en fase potencial como en las ya establecidas (nacientes y nuevas).

Tabla 3.11. Distribución de iniciativas emprendedoras en Melilla y en España en función del nivel de estudios del emprendedor

	2013-2016 Melilla	2016 España
<b>Fase potencial</b>		
Sin estudios	3,6%	0,5%
Enseñanza obligatoria	25,4%	16,2%
Secundaria y FP	65,5%	40,2%
Superior y postgrado	5,5%	43,1%
<b>Actividad emprendedora</b>		
Sin estudios	2,5%	0,3%
Enseñanza obligatoria	17,5%	10,3%
Secundaria y FP	77,5%	42,0%
Superior y postgrado	2,5%	47,4%
<b>Actividad consolidada</b>		
Sin estudios	0,0%	0,5%
Enseñanza obligatoria	25,8%	19,7%
Secundaria y FP	70,8%	41,6%
Superior y postgrado	2,3%	38,2%
<b>Abandono de la actividad emprendedora</b>		
Sin estudios	0,0%	1,2%
Enseñanza obligatoria	26,9%	23,7%
Secundaria y FP	57,7%	36,8%
Superior y postgrado	15,4%	38,2%

En su conjunto, la comparativa con los datos a nivel nacional muestra que el emprendedor general en España y Melilla coincide en que es hombre, pero de edad más joven y con un nivel de estudios más bajo en Melilla que en el conjunto del país. Estos datos indican la necesidad de poner en marcha medidas que promuevan

una participación más igualitaria de hombres y mujeres de la puesta en marcha de nuevos negocios y mejoren la formación de todos los emprendedores: potenciales, establecidos y consolidados.

# Capítulo 4

## LA CULTURA EMPRENDEDORA EN MELILLA

### 4.1. Introducción

El proceso emprendedor se compone de una serie de fases que parten de la identificación de oportunidades y pasan por la evaluación de éstas y la toma de decisión de su puesta en marcha o explotación. Este capítulo del informe se centra en el análisis de varios aspectos de la figura del emprendedor en relación a la percepción de oportunidades, a las motivaciones necesarias para la puesta en marcha de un negocio y a los conocimientos y habilidades necesarias para ello. Los datos presentados provienen de la encuesta realizada a la población entre 18 y 64 años de Melilla.

### 4.2. Percepción de oportunidades para emprender

El porcentaje de personas de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en Melilla es de un 25,3%, por encima de la media española, que se sitúa en un 23,4%. Sin embargo, este porcentaje aumenta al 35,9% cuando se pregunta a aquellos involucrados en algún tipo de actividad empresarial (Tabla 4.1.), indicando que la experiencia desempeña un factor clave en la per-

cepción de oportunidades de negocio. En este caso, la comparación con los datos a nivel nacional muestra una situación inversa, donde hay un porcentaje más elevado de emprendedores que perciben oportunidades para emprender (40,6 versus 35,9%).

Si desglosamos estos datos por género, observamos que tanto en la población no empresarial como en la empresarial, las mujeres perciben menos oportunidades, lo que podría explicar también las tasas más reducidas de actividad emprendedora femenina.

Tabla 4.1. Percepción de oportunidades para emprender en Melilla y España según sexo (Población no empresarial)

Percepción de oportunidades en los próximos 6 meses	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
Hombres	29,0%	29,1%	25,5%
Mujeres	23,5%	21,0%	21,3%
Total	26,4%	25,3%	23,4%

Para la población no empresarial (Tabla 4.2.), la diferencia entre los datos obtenidos en Melilla y los obtenidos a nivel nacional viene explicada por las diferencias en la percepción de oportunidades por parte de los hombres, que en Melilla parecen detectar más oportunidades que a nivel nacional (29,1 versus 25,5%, respectivamente). En el caso de la población emprendedora, las diferencias entre el conjunto del país y la ciudad autónoma vienen explicadas por una proporción más reducida de mujeres melillenses que perciben oportunidades de negocio, concretamente un 9,5% menos que en España.

Tabla 4.2. Percepción de oportunidades para emprender en Melilla y España según sexo (Población empresarial)

Percepción de oportunidades en los próximos 6 meses	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
Hombres	64,2%	41,8%	42,7%
Mujeres	25,0%	28,0%	37,5%
Total	50,0%	35,9%	40,6%

### 4.3. El entorno social del emprendedor: capacidades y valores emprendedores en la población

En la primera parte de este apartado del capítulo se toma el pulso a la población en general que reside en Melilla sobre la motivación y capacitación para emprender. En la Tabla 4.3., se muestran los principales resultados obtenidos sobre varias afirmaciones en torno a estos conceptos en la población no emprendedora.

Un 32% de los melillenses afirman haber conocido a otros emprendedores en el último año, un 44,6% considera que está capacitado para poner en marcha una empresa y un 47,1% reconoce que el miedo al fracaso es un importante obstáculo a la hora de emprender.

Según se observa en la tabla, prácticamente no existen diferencias significativas con respecto a los resultados para la población nacional. La única diferencia que podríamos señalar es que la población melillense parece evaluar mejor sus capacidades y preparación para poner en marcha un negocio (44,6 versus 41,3%, respectivamente).

Al analizar estos datos por género, observamos que en general la percepción de las mujeres de sus capacidades es **más negativa** que la de los hombres (un 40,4% de ellas se sienten preparadas para emprender frente al 48,5% de los hombres), tienen mayor miedo al fracaso (hay un 10% más de mujeres que consideran el miedo al fracaso como un importante obstáculo para emprender) y tienen sensiblemente menos acceso a redes de emprendedores (un 30,6%

de las mujeres han conocido a otros emprendedores en el último año, frente a un 33,3% de los hombres).

La comparación con los datos a nivel nacional pone de manifiesto una repetición de las mismas pautas de distribución, con porcentajes muy parecidos. En este sentido, podemos decir que hombres y mujeres de la ciudad autónoma y del conjunto del país comparten patrones de percepción en cuanto a su capacidad para emprender.

**Tabla 4.3. Resultados de las preguntas relacionadas con la capacitación para emprender en la población no emprendedora de Melilla y España**

	% de respuesta afirmativa de la población no emprendedora de 18-64 años		
	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
¿Ha conocido a otras personas que han emprendido en el año anterior?	%	%	%
Total	32,9%	32,0%	32,8%
Hombres	37,4%	33,2%	35,2%
Mujeres	28,5%	30,6%	30,6%
¿Tiene conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un pequeño negocio?	%	%	%
Total	42,3%	44,6%	41,3%
Hombres	47,9%	48,5%	43,8%
Mujeres	36,5%	40,4%	39,0%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	%	%	%
Total	51,7%	47,1%	47,4%
Hombres	51,5%	42,0%	44,6%
Mujeres	51,9%	52,7%	50,2%

En el caso de la población emprendedora (Tabla 4.4.), las respuestas a las mismas preguntas sobre la percepción de capacidades para emprender muestran una perspectiva más positiva. Más de la mitad (51,6%) ha conocido a emprendedores en el último año,

casi un 90% afirma tener las capacidades necesarias para emprender y el miedo al fracaso, aunque sigue siendo significativo (un 31,8%), es bastante más reducido que en el caso de la población no emprendedora.

Estos datos no difieren mucho de los de la población emprendedora española en su totalidad. A nivel nacional, las redes empresariales parecen tener más alcance, ya que un 5,4% más de emprendedores afirman haber conocido a otros emprendedores. Por otra parte, la percepción de que el miedo al fracaso es un importante obstáculo a la hora de emprender es un 5,5% más reducida entre los emprendedores españoles que entre los melillenses.

La comparativa entre hombres y mujeres en Melilla sigue las mismas pautas que en la población no emprendedora, mostrando una percepción más negativa de las mujeres de su preparación para emprender, pero con diferencias más pronunciadas con respecto a los hombres. Destaca en este sentido que aunque están activas como emprendedoras, sólo un 40% han conocido a un emprendedor en los últimos dos años (casi un 20% menos que los hombres) y casi un 20% más de las mujeres consideran que el miedo al fracaso es un importante obstáculo a la hora de emprender.

Si miramos estos datos en relación a los proporcionados por el informe nacional, las diferencias más pronunciadas se encuentran en el caso de las mujeres. Un 15,5% menos de las emprendedoras melillenses no han conocido otras personas que hayan emprendido en el año anterior y un 13,1% más indican que el miedo al fracaso es un obstáculo para emprender. Por otra parte, un 4,8% más de emprendedores melillenses evalúan mejor sus capacidades para crear un negocio que en el conjunto de los emprendedores españoles.

Tabla 4.4. Resultados de las preguntas relacionadas con la capacitación para emprender en la población emprendedora de Melilla y España

	% de respuesta afirmativa de la población emprendedora de 18-64 años		
	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
¿Ha conocido a otras personas que han emprendido en el año anterior?	%	%	%
Total	72,0%	51,6%	57,0%
Hombres	87,5%	60,2%	58,1%
Mujeres	44,4%	40,0%	55,5%
¿Tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un pequeño negocio?	%	%	%
Total	91,7%	89,7%	86,8%
Hombres	93,7%	91,5%	86,7%
Mujeres	87,5%	87,2%	86,9%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	%	%	%
Total	37,5%	31,8%	26,3%
Hombres	33,3%	23,3%	23,7%
Mujeres	44,4%	42,8%	29,7%

En relación a los datos comparando con el período antes de la crisis, podemos observar que en términos porcentuales ha bajado el número emprendedores conocidos, pero no hay muchas diferencias en cuanto a la percepción de las capacidades para emprender. Incluso parece menor la consideración del miedo al fracaso como un obstáculo para emprender (Tabla 4.4.).

#### **4.4. El entorno social del emprendedor: percepción social sobre los emprendedores**

La puesta en marcha de nuevos negocios está condicionada de manera significativa no sólo por la percepción del individuo de sus capacidades para emprender, sino también por la percepción de que la sociedad aprueba este tipo de iniciativa (Tabla 4.5.). Entre la población no emprendedora, un 48,8% considera que crear un negocio es una buena elección profesional, un 57,5% cree que triunfar en este ámbito proporciona estatus social, pero la mayoría considera que los medios de comunicación no dan una cobertura adecuada al fenómeno emprendedor.

Según se observa en la Tabla 4.5., existen algunas diferencias con respecto a los resultados para la población nacional. Un 4,5% más de la población española considera que la vía emprendedora es una buena opción profesional, sin embargo un 7,1% menos cree que el éxito en la puesta en marcha de un negocio proporciona un buen status social. Esto indica que, en general para Melilla la buena consideración social del emprendedor es más favorable al conjunto del país, a pesar de que menos individuos lo consideren una opción profesional. En la tabla también se comprueba una bajada de percepción con respecto al período previo a la crisis, lo cual puede ser explicativo de la bajada de la tasa de actividad emprendedora en Melilla.

Al evaluar estos indicadores por género, podemos observar que la percepción de las mujeres del entorno social para emprender es mejor que la de los hombres: un 52,1% de las mujeres cree que es una buena opción profesional frente a un 45,8% de los hombres y un 58,5% de ellas considera que proporciona un alto estatus social, frente al 56,7% de ellos. No obstante, estas pautas no se repiten a nivel nacional, donde hay una proporción sensiblemente más reducida de mujeres que consideren que triunfar en los negocios proporciona un buen estatus social.

Tabla 4.5. Resultados de las preguntas relacionadas con el entorno social para emprender en la población no emprendedora de Melilla y España

	% de respuesta afirmativa de la población no emprendedora de 18-64 años		
	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	%	%	%
Total	67,2%	48,8%	53,3%
Hombres	68,4%	45,8%	53,6%
Mujeres	66,0%	52,1%	53,0%
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	%	%	%
Total	62,6%	57,5%	50,4%
Hombres	63,5%	56,7%	51,8%
Mujeres	61,7%	58,5%	48,9%
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura sobre los emprendedores	%	%	%
Total	43,2%	40,2%	48,2%
Hombres	41,0%	41,0%	49,3%
Mujeres	45,4%	39,4%	47,1%

La percepción de la población emprendedora del contexto social para emprender es bastante similar a la de la población no emprendedora, aunque algo más favorable (Tabla 4.6). Más de la mitad (51,7%) perciben que emprender es una buena opción profesional y un 60,1% que triunfar en un negocio proporciona un buen estatus social. Más de la mitad (50,8%) evalúa que los medios de comunicación dan una buena cobertura a los emprendedores.

Aunque tanto en Melilla como en España, existe una predisposición positiva de la población hacia la actividad emprendedora y esto puede resultar fundamental para el impulso de la situación económica, las diferencias encontradas en la población no emprendedora se mantienen. Es decir, una mayor proporción de empen-

dedores españoles considera que la vía emprendedora es una buena opción profesional (concretamente un 5,1% más), sin embargo un 7,2% menos cree que el éxito en la puesta en marcha de un negocio proporciona un buen status social. Por otra parte, a nivel nacional existe una mejor percepción de la labor de los medios de comunicación a la hora de cubrir noticias sobre emprendedores, ya que un 59,6% de los emprendedores españoles evalúan positivamente esta cuestión, frente al 50,8% de los melillenses.

Comparando estas percepciones con el período previo a la crisis, se puede ver una disminución importante en la consideración de que la puesta en marcha de un negocio es una buena opción para emprender pasando de un 67,2% a un 48,8% en el caso de la población.

Si en la población no emprendedora de Melilla las mujeres muestran una percepción más favorable que los hombres del entorno para emprender, en el caso de la población que ya ha puesto en marcha un negocio, las mujeres parecen tener una percepción más negativa en cuanto al estatus que confiere el éxito en los negocios y la cobertura que los medios de comunicación dan de este fenómeno. Sin embargo, sigue habiendo una proporción de mujeres sensiblemente mayor a la de hombres (un 2% más) que considera que emprender es una buena opción profesional. Las mismas pautas se encuentran en cuanto a las diferencias entre hombres y mujeres en el conjunto de la población emprendedora española. Esto sugiere que tanto en Melilla, como en general en España, las mujeres consideran emprender como una buena alternativa profesional, pero aún siguen encontrando el contexto más adverso que los hombres.

Tabla 4.6. Resultados de las preguntas relacionadas con el entorno para emprender en la población emprendedora de Melilla y España

	% de respuesta afirmativa de la población emprendedora de 18-64 años		
	2007-2008 Melilla	2013-2016 Melilla	2016 España
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	%	%	%
Total	60,9%	51,7%	56,8%
Hombres	57,1%	50,7%	56,5%
Mujeres	66,7%	52,9%	57,4%
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	%	%	%
Total	64,0%	60,1%	52,9%
Hombres	68,7%	63,8%	54,5%
Mujeres	55,6%	55,6%	50,7%
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura sobre los emprendedores	%	%	%
Total	59,1%	50,8%	59,6%
Hombres	64,3%	54,4%	61,0%
Mujeres	50,0%	46,1%	57,5%

# Capítulo 5

## EL ECOSISTEMA EMPREENDEDOR DE MELILLA VISTO POR LOS EXPERTOS

### 5.1. Introducción

En este capítulo se analiza la opinión de treinta y seis expertos que de una forma más específica y detallada muestran en relación a un conjunto de factores del entorno que pueden condicionar las actividades emprendedoras en la Ciudad Autónoma de Melilla. Esta valoración, de carácter más cualitativo, es una parte esencial del observatorio GEM. Los especialistas que han mostrado sus opiniones han sido seleccionados considerando nueve áreas del entorno en los que desarrollan su actividad diaria, estando especialmente cualificados en las mismas. Las opiniones vertidas se comparan con los resultados obtenidos en las anteriores ediciones del Informe GEM Melilla (2007-2008) y con una muestra nacional de 36 expertos del Proyecto GEM España.

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

se solicita al experto que proponga explícitamente tres medidas de políticas públicas tendentes a incrementar la actividad emprendedora en la Ciudad. En cualquier caso, su representatividad en el entramado económico de Melilla es muy alta, por lo que la valoración de estas opiniones trasciende a un mero análisis estadístico.

En la Tabla 5.1., podemos observar las valoraciones medias de cada una de las condiciones del entorno y su comparativa con los resultados obtenidos en las ediciones anteriores del proyecto (2007-2008). En la última columna se pueden apreciar las variaciones. En general, las valoraciones no llegan a 3, lo que muestra que los expertos no están de acuerdo con las afirmaciones. Las únicas condiciones del entorno valoradas por encima de 3 son los programas gubernamentales (3,03), la educación y formación emprendedora en la etapa postescolar (3,32) y la existencia y acceso a infraestructura física y de servicio (3,42).

En cuanto a la comparación entre el período anterior (2007-2008) y el actual (2013-2016), la mayoría de las valoraciones medias han pasado a ser algo más elevadas de un período a otro, salvo en algunos casos en los que ha habido un descenso en las puntuaciones medias como: el apoyo financiero global, que de una valoración media de 2,70 ha pasado a 2,17; en segundo lugar, el caso de las políticas gubernamentales, concretamente sobre impuestos y burocracia la valoración media fue en 2007-2008 de 2,60 y en el período 2013-2016 ha sido de 2,25, y el caso del emprendimiento como apoyo y prioridad donde no hay tanta variación, ya que de 2,90 de valoración media ha pasado a ser de 2,83. Por último, se reduce la valoración de los expertos en el caso de la educación emprendedora en primaria y secundaria, de 2,30 a 2,13.

En el resto de condiciones, como señalábamos, las valoraciones son actualmente más elevadas, siendo los incrementos mayores en la apertura del mercado interno (de 2,30 a 2,53), y el de transferencia de I+D (de 2,60 a 2,80).

Tabla 5.1. Valoraciones medias de las condiciones del entorno

Descripción	2017-2008	2013-2016	Variación
Financiación para emprendedores-Apoyo global.	2.70	2.17	-19.7%
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo-Políticas gubernamentales. Apoyo y prioridad.	2.90	2.83	-2.5%
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo- Políticas Gubernamentales. Apoyo y prioridad.	2.60	2.25	-13.3%
Programas gubernamentales.	3.00	3.03	0.9%
Educación y formación emprendedora etapa escolar- Educación emprendedora primaria y secundaria.	2.30	2.13	-7.2%
Educación y formación emprendedora etapa post escolar- Educación Emprendedora FP, Universidad, Escuelas de Negocios.	3.20	3.32	3.7%
Transferencia de I+D- Transferencia, Tecnología e I+D.	2.60	2.80	7.7%
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional- Acceso a infraestructura comercial y servicios.	2.80	2.84	1.5%
Dinámica del mercado interno- Apertura mercado interno: capacidad.	2.30	2.53	10.0%
Barreras de acceso al mercado interno- Apertura mercado interno: barreras.	2.40	2.49	3.9%
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios- Acceso a infraestructura física.	3.20	3.42	7.0%
Normas sociales y culturales.	2.80	2.92	4.3%

En los resultados obtenidos en el “Informe GEM España 2016” se puede observar igualmente algunas mejoras en las puntuaciones de algunas condiciones, aunque en la mayoría de ellas, como ocurre en el caso de Melilla, reciben una valoración media inferior a 3 puntos. Sólo reciben puntuaciones por encima de 3 en el caso de la existencia y acceso a infraestructura física (3,48), comercial y profesional (3,25) y programas gubernamentales (3,09).

Las condiciones del entorno que han recibido las valoraciones más bajas han sido la formación emprendedora en la etapa escolar (1,74), políticas gubernamentales de apoyo (1,90) y burocracia e impuesto (2). En el caso de la ciudad de Melilla, han sido la formación emprendedora en la etapa escolar (2,13), el apoyo financiero global (2,17) y burocracia e impuesto (2,25).

En los siguientes apartados se detallan los resultados para cada una de las condiciones del entorno y se recogen de forma desagregada las valoraciones medias de los diferentes ítems en cada una de ellas.

## **5.2. Apoyo financiero**

La primera condición del entorno que se trata es la financiación. Preguntamos a los expertos sobre si consideran que hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento, y la valoración media de este ítem ha sido de 2,06, por debajo de la puntuación que se le dio en 2007-2008 que fue de 3,10. También es menor la puntuación dada al ítem sobre si hay suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento, 2,43 en el período 2013-2016, siendo la puntuación media en 2007-2008 de 3. En el último apartado sobre si hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento, la reducción es menor, aunque también es menor la puntuación. Se ha pasado de un 3,3 de puntuación media a un 3,06 en 2013-2016. En este caso, si se supera el 3, punto de inflexión donde podemos decir que los expertos comienzan a considerar cierta una afirmación.

Tabla 5.2. Valoración media de los expertos acerca del acceso a financiación

Descripción	2017-2008	2013-2016	Variación
Hay suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento.	3.10	2.06	-33.6%
Hay suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento.	3.00	2.43	-19.0%
Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento.	3.30	3.06	-7.4%

### 5.3. Políticas y programas gubernamentales

Con respecto a las políticas y programas gubernamentales en las tablas siguientes se muestran la opinión media de los expertos, que igual que en el caso anterior valoraban cada ítem desde 1 (totalmente falso) a 5 (totalmente cierto).

En el primer caso, las políticas gubernamentales (Tabla 5.3), los expertos no son muy optimistas en sus opiniones. En las valoraciones del período 2013-2016 sólo en un ítem se da una valoración que llega a 3, el resto es menor. Los entrevistados sólo consideran cierta la afirmación sobre que el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración autonómica (3,03). En el período anterior las valoraciones son incluso menores en casi todos los ítems. Destaca la puntuación media menor en cuanto a que las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales en aproximadamente una semana, con una puntuación de 1,94. Tampoco creen que no lleve una especial dificultad llevar los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento (2,17).

En cuanto a los programas gubernamentales (Tabla 5.4.), las puntuaciones son algo mayores pero también rondan el 3, una puntuación de indiferencia y con cambios no muy significativos de un período a otro. Los expertos consideran falso el que los parques

científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento (2,75), que existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas (2,91), o que los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos (2,82). Si superan el 3, en cambio, las valoraciones de las afirmaciones sobre que puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un organismo público (ventanilla única) (3,09), que los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces (3,30), y que casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades (3,11).

Tabla 5.3. Valoración media de los expertos acerca de las políticas gubernamentales

Descripción	2017-2008	2013-2016	Variación
Las políticas del gobierno favorecen claramente las empresas de nueva creación (por ejemplo, licitaciones o aprovisionamiento público).	2.80	2.43	-13.3%
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal.	2.90	2.97	2.5%
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración autonómica.	3.00	3.03	1.0%
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales en aproximadamente una semana.	1.80	1.94	7.9%
Los impuesto y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general.	2.90	2.20	-24.1%

UN ANÁLISIS ANTES Y DESPUÉS DE LA CRISIS

Los impuesto, tasas y otras regulaciones gubernamentales sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente.	2.90	2.66	-8.4%
Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener las licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento no representa una especial dificultad.	2.40	2.17	-9.5%

Tabla 5.4. Valoración media de los expertos acerca de los programas gubernamentales

Descripción	2017-2008	2013-2016	Variación
Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas gubernamentales a la creación y al crecimiento de nuevas empresas contactando con un solo organismo público (Ventanilla única).	3.30	3.09	-6.3%
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento.	2.80	2.75	-1.8%
Existen un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas.	3.10	2.91	-6.0%
Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces.	3.20	3.30	3.2%
Casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.	3.00	3.11	3.8%
Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos.	3.00	2.82	-5.9%

## 5.4. Educación y formación emprendedora

Con respecto a educación y formación emprendedora, las valoraciones medias siguen en la misma línea, puntuaciones bajas que en la mayoría de los casos no llegan a la puntuación media de 3. En la afirmación, sobre si en la enseñanza primaria y secundaria se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal, los expertos no están de acuerdo con la afirmación pues la valoración media es de 2,37. En comparación con el último período en el que se hizo el informe GEM incluso ha bajado la puntuación. Lo mismo ha ocurrido en la afirmación sobre si la enseñanza primaria y secundaria aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado (de 2,40 a 2,09). Tampoco perciben que se dedique suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas (1,90 en 2007-2008, y 2 en 2013-16). La valoración es algo mayor cuando se menciona a las universidades y centros de enseñanza superior, sobre si proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas, pero tampoco llega al 3. La afirmación sobre si la formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas, es similar en ambos períodos de 3,50 y 3,53. Por último, con una valoración media de 3,30 (2007-2008) y 3,45 (2013-2016), los expertos sí están de acuerdo con que los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas (Tabla 5.5.).

Tabla 5.5. Valoración media de los expertos acerca de la educación y formación

Descripción	2017-2008	2013-2016	Variación
En la enseñanza primaria y secundaria, se estima la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	2.80	2.37	-15.3%
En la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de una economía de mercado.	2.40	2.09	-13.0%
En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas.	1.90	2.00	5.3%
Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	2.90	2.74	-5.7%
La formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	3.50	3.53	0.8%
Los sistemas de formación profesional (FP) y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.	3.30	3.45	4.6%

## 5.5. Soporte: infraestructuras físicas, tecnológicas y comerciales

En las tres tablas siguientes (5.6, 5.7 y 5.8), se recogen las valoraciones medias de los expertos acerca de la infraestructura física, su estado y acceso, la transferencia de I+D en la ciudad y la infraestructura comercial y de servicios.

En el primer caso, las puntuaciones superan el 3, por lo que se podría decir que las valoraciones, en general, son positivas, aunque no muy significativas. La mejora mayor percibida entre un período y otro parece ser el apoyo de las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) para las empresas nuevas y en crecimiento.

Tabla 5.6. Valoración media de los expertos acerca de la infraestructura física, estado y acceso

Descripción	2017-2008	2013-2016	Variación
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento.	2.50	3.20	28.0%
No es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, internet, etc.).	3.30	3.26	-1.3%
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.).	2.80	3.31	18.4%
Las empresas de nueva creación y en crecimiento pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.).	3.60	3.31	-7.9%
Una nueva empresa o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, etc.) en aproximadamente un mes.	3.70	3.79	2.5%

En el segundo caso, sobre la transferencia de I+D, los encuestados consideran cierto que las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas (3,16), si las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas (3,03), y si la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto (3,33). El resto de ítems es valorado por los expertos por debajo de 3.

Comparando los resultados con el período anterior las variaciones son muy leves. Sólo en el caso de las subvenciones y ayudas gubernamentales se pasa de 2,80 a 3,03 de puntuación media.

Tabla 5.7. Valoración media de los expertos acerca de la transferencia de I+D

Descripción	2017-2008	2013-2016	Variación
Las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento.	2.50	2.78	11.3%
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas.	2.80	3.16	12.9%
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías.	2.50	2.49	-0.6%
Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas.	2.80	3.03	8.2%
La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto.	3.20	3.33	4.2%
Existe el apoyo suficiente para que los ingenieros y científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.	2.10	2.26	7.5%

Con respecto al acceso a infraestructura comercial y de servicios, los expertos no están de acuerdo con que existan suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento (2,88), ni que puedan asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores (2,27), ni que tengan fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas (2,50). Los expertos dan una valoración más elevada, por encima de 3, en el caso del acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal (3,26), y a buenos servicios bancarios (aperturas de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares) (3,26).

Tabla 5.8. Valoración media de los expertos acerca del acceso a infraestructura comercial y de servicios

Descripción	2017-2008	2013-2016	Variación
Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento.	2.50	2.88	15.2%
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores.	2.30	2.27	-1.2%
Las empresas nuevas y en crecimiento tiene fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas.	2.30	2.50	8.7%
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal.	3.30	3.26	-1.3%
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales con el extranjero, cartas de crédito y similares).	3.70	3.26	-12.0%

## 5.6. Mercados para el emprendimiento

En cuanto a la apertura del mercado interno, los expertos siguen dando puntuaciones medias de cada ítem inferior a 3 de un período a otro, por lo que no están de acuerdo con la afirmación sobre que los mercados de bienes y servicios de consumo cambien drásticamente de un ejercicio a otro, ni estos mercados para las empresas, tampoco perciben que las empresas nuevas y en crecimiento puedan entrar fácilmente en nuevos mercados, ni asumir los costes de entrada al mercado, ni que puedan entrar sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas ya establecidas. Tampoco consideran que la legislación antimonopolio sea efectiva y se haga cumplir (Tabla 5.9).

Tabla 5.9. Valoración media de los expertos acerca de la apertura del mercado interno

Descripción	2017-2008	2013-2016	Variación
Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	2.30	2.55	10.7%
Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro.	2.30	2.52	9.4%
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados.	2.50	2.32	-7.1%
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada en nuevos mercados.	2.30	2.31	0.5%
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas ya establecidas.	2.40	2.71	12.9%
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir.	2.40	2.59	7.8%

### 5.7. Normas sociales y culturales

Con respecto a las normas sociales y culturales, por encima de 3 los expertos consideran que las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal y que enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal. En el resto de ítems, las valoraciones medias siguen siendo bajas como en el anterior período. No se considera que estimulen la asunción del riesgo, ni la creatividad e innovación, ni que estas normas enfatizen que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.

Tabla 5.10. Valoración media de los expertos acerca de las normas sociales y culturales

Descripción	2017-2008	2013-2016	Variación
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	3.10	3.11	0.4%
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2.80	3.09	10.2%
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial.	2.50	2.63	5.1%
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2.70	2.72	0.8%
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	2.90	2.94	1.5%

## 5.8. Algunas opiniones facilitadas: hablan los expertos.

A la pregunta sobre cuáles son los tres obstáculos principales a la actividad emprendedora, las respuestas en las que en mayor medida coinciden los expertos son en el acceso a la infraestructura física, las políticas gubernamentales, la existencia de barreras a la apertura del mercado, la educación y la formación y tras estos factores, resaltan por igual el apoyo financiero, el clima económico, el contexto político, social e intelectual y la corrupción (Tabla 5.11).

Por el contrario, se ha podido comprobar que ni la transferencia de I+D ni las diferencias en el desempeño de empresas grandes, medianas y pequeñas ni la crisis económica, son citadas como obstáculos a la actividad emprendedora en Melilla por parte de los expertos.

Comparando estos datos con los últimos que se ofrecieron en el informe GEM de 2007-2008, las variaciones mayores se han producido en el caso de las políticas gubernamentales, que anteriormente no las citaron como obstáculos a la actividad emprendedora. Se reduce en gran medida el número de veces que se citan como obs-

táculos el estado del mercado laboral, la infraestructura comercial y profesional, los programas gubernamentales, la capacidad emprendedora, la composición percibida de la población, la educación y la formación, el acceso a infraestructura física, las barreras a la apertura de los mercados, el contexto político, social e intelectual y el apoyo financiero. En cambio, aumenta el número de veces que expertos citan las normas sociales y culturales como barrera, así como el clima económico.

Si comparamos estos resultados con los del “Informe GEM España 2016”, los entrevistados señalan de forma más repetida como obstáculo para emprender en España las políticas gubernamentales, un 86,1% de los expertos así lo señala (en diferentes posiciones). Destaca también el apoyo financiero (un 72,2%), el desempeño de pequeñas, medianas y grandes empresas (25%), la educación y formación (19,4%), la capacidad emprendedora (11,1%) y las normas sociales y culturales (11,1%). El resto son citados por menos del 10% de expertos.

Tabla 5.11. Fuentes que generan obstáculos a la actividad emprendedora  
(en% de respuestas sobre el total)

Descripción	2017-2008	2013-2016	Variación
Apoyo financiero	15.60	14.29	-8.4%
Políticas gubernamentales	0.00	45.71	Error
Programas gubernamentales	18.80	5.71	-69.6%
Educación y formación	25.00	20.00	-20.00%
Transferencia de I+D	6.30	0.00	-100.00%
Infraestructura comercial y profesional	21.90	5.71	-73.9%
Apertura de mercados, barreras	31.30	28.57	-8.7%
Acceso a infraestructura física	53.10	45.71	-13.9%
Normas sociales y culturales	3.10	11.43	268.7%
Capacidad emprendedora	25.00	8.57	-65.7%
Clima económico	6.30	14.29	126.8%
Estado del mercado laboral	25.00	2.86	-88.6%
Composición percibida de la población	9.40	5.71	-39.2%

Contexto político, social e intelectual	15.60	14.29	-8.4%
Costes laborales, acceso y regulación	n.d.	2.86	-
Información: todas las respuestas relacionadas con el asunto	n.d.	2.86	-
Desempeño diferente de pequeñas, medianas y grandes empresas	n.d.	0.00	-
Internacionalización	n.d.	8.57	-
Corrupción	n.d.	14.29	-
Crisis económica	n.d.	0.00	-

Por otro lado, al identificar las principales fuentes que generan apoyos a la actividad emprendedora en Melilla (Tabla 5.12), los expertos colocan en primer lugar al apoyo financiero (53.13%), seguido de los programas gubernamentales (37,50%), el estado del mercado laboral (25%) o las políticas gubernamentales (15,6%). Se trata, por tanto, de un aspecto en el que sería necesario profundizar para determinar qué acciones dentro de éstos son valoradas más positivamente.

Las tres primeras fuentes de apoyo citadas en el informe GEM España han sido, en cambio, la educación/formación de los emprendedores (50%), los programas gubernamentales (50%) y la transferencia de I+D (25%) (Informe GEM España, 2016). Coinciden en citar entre los primeros apoyos los programas gubernamentales.

Con respecto a los cambios en comparación al período anterior, cabe destacar el incremento en el porcentaje en el que se cita al estado del mercado laboral, el apoyo financiero, el acceso a infraestructura física o las normas sociales y culturales. Ha habido un incremento a la hora de citar estos aspectos como fuentes de apoyo a la actividad emprendedora.

En cambio, hay otros aspectos que anteriormente se citaban y ya han perdido importancia como el clima económico, la transferencia de I+D, la infraestructura comercial y profesional, los programas gubernamentales o la capacidad emprendedora seguidos de otros (Tabla 5.12).

Tabla 5.12. Fuentes de apoyo a la actividad emprendedora (en% de respuestas sobre el total)

Descripción	2017-2008	2013-2016	Variación
Apoyo financiero	11.50	53.13	362.0%
Políticas gubernamentales	19.20	15.63	-18.6%
Programas gubernamentales	73.10	37.50	-48.7%
Educación y formación	19.20	12.50	-34.9%
Transferencia de I+D	19.20	6.25	-67.4%
Infraestructura comercial y profesional	7.70	3.13	-59.4%
Apertura de mercados, barreras	11.50	9.38	-18.5%
Acceso a infraestructura física	3.80	9.38	146.7%
Normas sociales y culturales	3.80	9.38	146.7%
Capacidad emprendedora	11.50	6.25	-45.7%
Clima económico	3.80	25.00	557.9%
Estado del mercado laboral	0.00	3.13	Error
Composición percibida de la población	19.20	12.50	-34.9%
Corrupción	n.d.	9.38	-
Información: todas las respuestas relacionadas con el asunto	n.d.	3.13	-
Costes laborales, acceso y regulación	n.d.	3.13	-
Internacionalización	n.d.	3.13	-
Desempeño diferente de pequeñas, medianas y grandes empresas	n.d.	3.13	-
Crisis económica	n.d.	3.13	-
Contexto político, social e intelectual	19.20	12.50	-34.9%

Finalmente, la Tabla 5.13 muestra la clasificación de temas a que se refieren las recomendaciones verbales de los expertos para mejorar el entorno de la creación empresarial, de las cuales se ofrece una muestra literal más adelante. Las recomendaciones más señaladas por los expertos de Melilla han sido la relacionada con las políticas gubernamentales (58,82%), el acceso a infraestructura (32,35%), el apoyo financiero (29,41%) y la educación y formación (26,47%). Por el contrario, alcanzan nula consideración tanto el clima económico como la crisis económica.

Tabla 5.13. Temas tratados por los expertos en las recomendaciones que hacen para mejorar el entorno del emprendedor en Melilla (en% de respuestas sobre el total)

Descripción	2017-2008	2013-2016	Variación
Apoyo financiero	12.90	29.41	128.0%
Políticas gubernamentales	38.70	58.82	52.0%
Programas gubernamentales	67.70	5.88	-91.3%
Educación y formación	54.80	26.47	-51.7%
Transferencia de I+D	9.70	2.94	-69.7%
Infraestructura comercial y profesional	9.70	11.76	21.3%
Apertura de mercados, barreras	16.10	8.82	-45.2%
Acceso a infraestructura física	29.00	32.35	11.6%
Normas sociales y culturales	0.00	2.94	Error
Capacidad emprendedora	6.50	8.82	35.7%
Clima económico	0.00	0.00	Error
Estado del mercado laboral	9.70	5.88	-39.4%
Composición percibida de la población	3.20	0.00	-100.00%
Contexto político, social e intelectual	6.50	8.82	35.7%
Internacionalización	n.d.	23.53	-
Información: todas las respuestas relacionadas con el asunto	n.d.	20.59	-
Desempeño diferente de pequeñas, medianas y grandes empresas	n.d.	8.82	-
Costes laborales, acceso y regulación	n.d.	5.88	-
Corrupción	n.d.	5.88	-
Crisis económica	n.d.	0.00	-

Los cambios más importantes de 2007-2008 al período 2013-2016 han sido la importancia menor dada a las siguientes recomendaciones para mejorar el entorno del emprendedor: los programas gubernamentales, la transferencia de I+D, las barreras de apertura de mercado, el estado del mercado laboral y la composición percibida de la población. La educación y formación aunque sigue siendo uno de los temas más citados como recomendación, ha pasado de un 54,80% de expertos que lo citaron en 2007-2008 a un

26,47%. En contraposición, se produce un incremento en el número de entrevistados que menciona las siguientes recomendaciones: el apoyo financiero, las políticas gubernamentales, la capacidad emprendedora y el contexto social, intelectual y profesional.

En el informe GEM España 2016, los expertos coinciden en que hay que seguir fortaleciendo las políticas gubernamentales, y es igual que en el caso de Melilla, la recomendación más repetida (75%). En segundo lugar, destaca la educación y formación (38,9%) y, en tercer lugar, el apoyo financiero (36,1%). Estas dos últimas, eran citadas en el caso de Melilla, en cuarto y tercer lugar, respectivamente. Por lo que podríamos decir que los resultados en este apartado son bastante similares.

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

En cuanto a obstáculos que han sido citados resaltan los siguientes:

- El excesivo coste de los transportes
- La dificultad en las comunicaciones
- El exceso de burocracia
- La falta de financiación
- Falta de espacio, que hace que el suelo y los locales sean excesivamente caros
- La situación geográfica de Melilla
- La falta de formación académica
- La política de los planes de empleo
- La falta de espíritu emprendedor en la ciudad / cultura del funcionariado

- La falta de industria y de suelo industrial
- Paso fronterizo ineficiente

Sobre las fuentes de apoyo citadas destacan:

- Ayudas tanto a nivel europeo (fondos europeos), a nivel estatal como a nivel local para el fomento de la creación de empresas y el empleo.
- Existencia de órganos de asesoramiento (Promesa, Agencia de Desarrollo Local, etc.)
- Beneficios fiscales y bonificaciones de la ciudad
- Educación hacia el emprendimiento por parte de Institutos, Formación Profesional, Universidad, etc.
- Modernización de la ciudad y de los medios tecnológicos

Con respecto a las recomendaciones mencionadas:

- Abaratar el transporte
- Mejorar las comunicaciones
- Agilizar los trámites
- Bajada de impuestos
- Cambiar las políticas de planes de empleo
- Mejorar el paso fronterizo
- Mejorar los trámites aduaneros
- Difusión de las ayudas y subvenciones al emprendimiento
- Fomento de la educación para el emprendimiento en primaria y secundaria
- Mejorar el asesoramiento al emprendedor

## GLOSARIO

La **tasa de emprendedores con empresas nacientes** se calcula como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región, propietarios o copropietarios fundadores de empresas de nueva creación con una vida inferior a los 3 meses, es decir, cuyo periodo de pago de salarios no exceda los 3 meses.

La **tasa de emprendedores con empresas nuevas** representa el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región/ciudad, propietarios o copropietarios fundadores de aquellas empresas cuya actividad emprendedora haya supuesto el pago de salarios por un periodo entre 3 y 42 meses.

TEA (Total Entrepreneurial Activity) o **tasa de emprendedores con empresas en fase inicial (nacientes y nuevas)** se calcula como el porcentaje de la población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/ región/ciudad, propietarios o copropietarios fundadores de empresas de nueva creación que hayan persistido en el mercado por un periodo comprendido entre los 0 y 42 meses (3,5 años). Este indicador aglutina a los dos conceptos anteriores, por lo que para realizar su cálculo definitivo, se eliminan las duplicaciones que puedan producirse en cuanto a aquellas personas adultas que es-

tén implicadas al mismo tiempo en las dos tipologías de empresa (Naciente y Nueva).

La variable denominada **abandonos** de empresa refleja el porcentaje de población adulta (entre 18 y 64 años) en cada país/región/ciudad que declararon haber cerrado o traspasado un negocio en los últimos 12 meses.

**Los emprendedores por oportunidad** son aquellas personas que crean una empresa motivadas por la identificación, desarrollo y explotación de una oportunidad única de negocio.

**Los emprendedores por necesidad** son aquellas personas que crean una empresa motivadas por la ausencia de una alternativa laboral mejor o falta de empleo.

## FICHA TÉCNICA DEL INFORME GEM MELILLA

La metodología del Proyecto GEM ha sido ampliamente descrita en los informes internacionales, por lo que se remite al lector o investigador interesado en profundizar en estos aspectos consultando la información disponible en la página web: <http://www.gemconsortium.org/>.

Los datos e indicadores ofrecidos por el observatorio GEM en Melilla se basan en la información primaria recogida: (1) en la encuesta a la población adulta española de 18-64 años de edad (APS), realizada entre abril y julio en los años 2007, 2008, 2013, 2014, 2015 y 2016; (2) En la encuesta a 36 expertos (NES) de los ámbitos: financiero, políticas y programas gubernamentales, infraestructura física, infraestructura comercial y de servicios a empresas, educación y formación, normas sociales y culturales, transferencia de I+D y apertura del mercado interno. Realizada entre abril y julio de 2007, 2008 y 2016.

## GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR - MELILLA 2016

### Ficha técnica de la encuesta a la población de Melilla de 18-64 años

Universo (1)	Total de habitantes de 18 a 64 años residentes en Melilla en 2007, 2007, 2013, 2014, 2015 y 2016.
Muestra	2200 personas de 18 años hasta 64 años (500 en 2007 y 2008 respectivamente; 200 en 2013 y 2014 respectivamente; y 400 en 2015 y 2016, respectivamente).
Selección de la muestra	Se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes a la ciudad.  Se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años cumpliendo cuotas de sexo y edad proporcional a la población de la Ciudad Autónoma.
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Error muestral (+/-) (2)	± 3,07% (2007-2008) y ± 2,82% (2013-2016)
Nivel de confianza	95%
Periodo de realización de las encuestas	Meses de abril hasta julio en 2007, 2008, 2013, 2014, 2015 y 2016.
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre
Codificación y base de datos	Instituto Opinòmetre
(1) Fuente INE, facilitada por GEM España en 2007, 2008, 2013, 2014, 2015 y 2016.	
(2) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas.	
Hipotesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación.	

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un consorcio compuesto, en la edición 2016, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Arabia Saudita, Argentina, Australia, Austria, Belice, Brasil, Bulgaria, Burkina Faso, Camerún, Canadá, Catar, Chile, China, Chipre, Colombia, Corea, Croacia, Ecuador, Egipto, El Salvador, Emiratos Árabes, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Estonia, Finlandia, Francia, Georgia, Grecia, Guatemala, Hong Kong, Hungría, India, Indonesia, Irán, Irlanda, Israel, Italia, Jamaica, Jordania, Kazajstán, Letonia, Líbano, Luxemburgo, Macedonia, Malasia, Marruecos, México, Países Bajos, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, Rusia, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Taiwán, Turquía, y Uru-

guay. Asimismo, las regiones subnacionales de España que aportan datos al proyecto GEM España son las que corresponden a todas las comunidades y ciudades autónomas del estado. Los nombres de los miembros de todos los equipos españoles están publicados en la parte introductoria de este informe y en los informes del resto de naciones participantes que pueden obtenerse en: <http://www.gemconsortium.org/>.

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

© Global Entrepreneurship Research Association



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

Presentación del Proyecto GEM en Melilla.....	11
METODOLOGÍA.....	13
Metodología general del GEM.....	13
Fuentes primarias originales del proyecto .....	15
Fuentes secundarias procedentes de diferentes organismos.....	16
El proceso emprendedor del GEM.....	16
Cuestiones metodológicas del GEM Melilla.....	17
Capítulo 1.....	19
INDICADORES DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN MELILLA.....	19
1.1. Introducción.....	19
1.2. La actividad emprendedora en Melilla.....	20
1.3. Dinámica empresarial: iniciativas consolidadas, abandonos y cierres. El emprendimiento potencial en Melilla.....	22
Capítulo 2.....	27

FINANCIACIÓN DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS Y CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN MELILLA.....	27
2.1. Introducción.....	27
2.2. Financiación de las iniciativas emprendedoras en Melilla.....	28
Financiación de la actividad emprendedora naciente en Melilla.....	29
Inversión privada informal en actividades emprendedoras.....	32
2.3. Características de las actividades emprendedoras y consolidadas de Melilla .....	34
Sector de actividad.....	34
Dimensión de las iniciativas.....	36
Orientación a la innovación.....	39
Nivel de competencia en el mercado.....	40
Uso de nuevas tecnologías .....	42
Orientación internacional.....	43
Capítulo 3.....	45
MOTIVACIONES Y PERFIL EMPRENDEDOR EN MELILLA.....	45
3.1. Introducción.....	45
3.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor.....	46
3.3. Perfil socioeconómico del emprendedor.....	50
Perfil del emprendedor en general de Melilla .....	51
Perfil del emprendedor consolidado (más de 42 meses de actividad).....	53
Perfil del emprendedor que ha abandonado una actividad.....	55
Perfil del emprendedor potencial .....	57
3.4. Comparación entre el perfil emprendedor en Melilla y España .....	59
Capítulo 4.....	65
LA CULTURA EMPRENDEDORA EN MELILLA .....	65
4.1. Introducción.....	65

4.2. Percepción de oportunidades para emprender .....	65
4.3. El entorno social del emprendedor: capacidades y valores emprendedores en la población .....	67
4.4. El entorno social del emprendedor: percepción social sobre los emprendedores .....	71
Capítulo 5 .....	75
EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR DE MELILLA VISTO POR LOS EXPERTOS .....	75
5.1. Introducción .....	75
5.2. Apoyo financiero .....	78
5.3. Políticas y programas gubernamentales .....	79
5.4. Educación y formación emprendedora .....	82
5.5. Soporte: infraestructuras físicas, tecnológicas y comerciales .....	83
5.6. Mercados para el emprendimiento .....	86
5.7. Normas sociales y culturales .....	87
5.8. Algunas opiniones facilitadas: hablan los expertos .....	88
FICHA TÉCNICA DEL INFORME GEM MELILLA .....	97
Ficha técnica de la encuesta a la población de Melilla de 18-64 años .....	98



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Evolución de la tasa de actividad emprendedora (TEA) en Melilla* .....	21
Tabla 1.2. Indicadores sobre la actividad empresarial .....	23
Tabla 1.3. Motivación del abandono empresarial.....	25
Tabla 1.4. Emprendedores potenciales.....	25
Tabla 2.1. Capital semilla para proyectos de negocio nacientes.....	30
Tabla 2.2. Fuentes a las que se ha accedido o se espera acceder para obtener capital semilla.....	31
Tabla 2.3. Inversión privada informal en negocios emprendedores.....	32
Tabla 2.4. Indicadores sobre las cantidades de financiación proporcionadas (en euros).....	33
Tabla 2.5. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados por sector de actividad.....	35
Tabla 2.6. Clasificación de la PYME en función del número de empleados. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados por tamaño del negocio.....	36

Tabla 2.7. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados por el tamaño de sus negocios, según el número de empleados.....	37
Tabla 2.8. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados por la expectativa de crecimiento a cinco años.....	38
Tabla 2.9. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados por el grado de novedad de sus productos y servicios.....	39
Tabla 2.10. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados según la competencia percibida en el mercado.....	41
Tabla 2.11. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados según la antigüedad de las tecnologías utilizadas.....	42
Tabla 2.12. Distribución de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados según su orientación internacional.....	43
Tabla 3.1. Distribución de iniciativas emprendedoras en Melilla y en España (TEA) en función de su motivación principal para su puesta en marcha .....	47
Tabla 3.2. Motivación principal de las actividades emprendedoras en Melilla y en España (TEA=100%).....	48
Tabla 3.3. Motivos para emprender que subyacen bajo la oportunidad en Melilla y en España.....	50
Tabla 3.4. Perfil del emprendedor de Melilla (hasta 42 meses de actividad).....	52
Tabla 3.5. Perfil del emprendedor consolidado (más de 42 meses de actividad) en Melilla.....	54
Tabla 3.6. Perfil del emprendedor de Melilla que ha abandonado una actividad.....	56
Tabla 3.7. Perfil del emprendedor potencial en Melilla.....	58

Tabla 3.8. Distribución de iniciativas emprendedoras en Melilla y en España en función de sexo del emprendedor.....	59
Tabla 3.9. Distribución de iniciativas emprendedoras en Melilla y en España en función de sexo del emprendedor .....	60
Tabla 3.10. Distribución de iniciativas emprendedoras en Melilla y en España en función de la edad del emprendedor .....	62
Tabla 3.11. Distribución de iniciativas emprendedoras en Melilla y en España en función del nivel de estudios del emprendedor .....	63
Tabla 4.1. Percepción de oportunidades para emprender en Melilla y España según sexo (Población no empresarial).....	66
Tabla 4.2. Percepción de oportunidades para emprender en Melilla y España según sexo (Población empresarial).....	67
Tabla 4.3. Resultados de las preguntas relacionadas con la capacitación para emprender en la población no emprendedora de Melilla y España .....	68
Tabla 4.4. Resultados de las preguntas relacionadas con la capacitación para emprender en la población emprendedora de Melilla y España .....	70
Tabla 4.5. Resultados de las preguntas relacionadas con el entorno social para emprender en la población no emprendedora de Melilla y España .....	72
Tabla 4.6. Resultados de las preguntas relacionadas con el entorno para emprender en la población emprendedora de Melilla y España .....	74
Tabla 5.1. Valoraciones medias de las condiciones del entorno.....	77
Tabla 5.2. Valoración media de los expertos acerca del acceso a financiación .....	79
Tabla 5.3. Valoración media de los expertos acerca de las políticas gubernamentales .....	80

Tabla 5.4. Valoración media de los expertos acerca de los programas gubernamentales .....	81
Tabla 5.5. Valoración media de los expertos acerca de la educación y formación .....	83
Tabla 5.6. Valoración media de los expertos acerca de la infraestructura física, estado y acceso .....	84
Tabla 5.7. Valoración media de los expertos acerca de la transferencia de I+D .....	85
Tabla 5.8. Valoración media de los expertos acerca del acceso a infraestructura comercial y de servicios.....	86
Tabla 5.9. Valoración media de los expertos acerca de la apertura del mercado interno.....	87
Tabla 5.10. Valoración media de los expertos acerca de las normas sociales y culturales .....	88
Tabla 5.11. Fuentes que generan obstáculos a la actividad emprendedora (en% de respuestas sobre el total).....	89
Tabla 5.12. Fuentes de apoyo a la actividad emprendedora (en% de respuestas sobre el total).....	91
Tabla 5.13. Temas tratados por los expertos en las recomendaciones que hacen para mejorar el entorno del emprendedor en Melilla (en% de respuestas sobre el total).....	92

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. El Modelo teórico del GEM.....	14
Figura 2. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM.....	17
Figura 1.1. Tasa de actividad emprendedora en Melilla y España.....	20
Figura 1.2. Abandono de iniciativas y tasa de cierres en Melilla en los 12 meses anteriores .....	24
Figura 3.1. Motivación principal para poner en marcha una iniciativa que da lugar a diferentes comportamientos emprendedores.....	45
Figura 3.2. Distribución de la actividad emprendedora total en Melilla en 2013-2016 en función del principal motivo de su creación.....	48

