

**G L O B A L
E N T R E P R E N E U R S H I P
M O N I T O R**

**INFORME GEM
CASTILLA-LA MANCHA
2012**

**Juan J. Jiménez Moreno
Ángela González Moreno
Francisco J. Sáez Martínez
Rafael M. Suzuki**



Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo 2012. Castilla-La Mancha • España

Juan J. Jiménez Moreno
Ángela González Moreno
Francisco J. Sáez Martínez
Rafael M. Suzuki



http://www.uclm.es/profesorado/juanjimenez/GEM-CLM/GEM-CLM_principal.htm



gem.castillalamancha



gemcastillalamancha@gmail.com

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR
Informe Ejecutivo 2012
Castilla-La Mancha

Depósito Legal: AB-456-2013

ISSN: 2340-9205

Número: 01

Fecha: Septiembre 2013

© **Autores:** Juan J. Jiménez Moreno, Ángela González Moreno, Francisco J. Sáez Martínez, Rafael M. Suzuki

Diseño de Portada: Ángela González

Editor: Juan J. Jiménez

Lugar de publicación:

Universidad de Castilla-La Mancha
Ftad. de Económicas y Empresariales
Pza. de la Universidad, 1 - 02071 Albacete (España)

Páginas: 112

Los datos utilizados para la confección de este Informe son recogidos por el Consorcio GEM.

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

Impresión: Reproducciones Gráficas Albacete

Avda. Ramón Menéndez Pidal, 41, 02005 Albacete (España)
Teléfono y fax: (0034) 967 218 166
e-mail: imprensa@reproduccionesgraficas.com
<http://www.reproduccionesgraficas.com/>

Carta del Director

Después de intentarlo varias veces, por fin hemos podido realizar el informe GEM para Castilla-La Mancha. Fue importante no desistir en nuestro empeño. Nunca imaginamos que, pese a la mala coyuntura económica, sería en plena crisis cuando lográsemos el apoyo suficiente para poder afrontar el estudio. Es obligado reconocer a la Fundación Horizonte XXII su papel como colaborador necesario para hacer posible que este informe vea la luz.

Un poco más tarde de lo que nos hubiera gustado, pero finalmente aquí está el informe ejecutivo del Global Entrepreneurship Monitor de Castilla-La Mancha para el año 2012. El hecho de hacer el informe con carácter regional y haber dispuesto de algún tiempo más, nos ha permitido incorporar algunas novedades y mejoras que se recogen en el informe GEM España 2012 y en algunos regionales que ya se han publicado. Esencialmente el nuevo formato y la extensión del informe ejecutivo lo hacen más sintetizado y que resulte más fácil su manejo por parte del lector.

Se presentan los indicadores básicos y la actividad emprendedora de la región, siguiendo los patrones y parámetros del modelo GEM. Sobre el marco teórico de la investigación y la metodología empleada, puede verse el apartado correspondiente de este informe.

En esencia, el estudio se sustenta en dos encuestas: una sobre los valores y actitudes emprendedoras de la población adulta (APS); la segunda encuesta recoge la opinión de expertos sobre el contexto, las condiciones y los factores del entorno relativos a la actividad emprendedora y empresarial (NES).

El proyecto permite recoger datos sobre la persona emprendedora y el proceso emprendedor, pudiendo establecer comparaciones y pautas comunes de comportamiento, con el aval de un estudio de carácter internacional que se desarrolla simultáneamente en más de 90 países y desde hace 15 años.

El resultado es un indicador definido como 'actividad emprendedora total' (TEA o 'tasa de actividad emprendedora'), desagradado en cuatro componentes: 'emprendimiento potencial', 'emprendimiento naciente', 'nuevo emprendimiento' y 'empresa consolidada'. La homogeneidad de las encuestas y los tratamientos estadísticos correspondientes permiten la comparación a nivel global, nacional y regional. En este caso, no es posible conocer la evolución de la tasa regional, al no disponer de datos de los años anteriores.

Confiamos en que la información aquí contenida sea útil a las instituciones, entidades y agentes socio-económicos encargados de tomar decisiones que hagan que sea posible crear más riqueza y empleo, lograr una economía más competitiva y una sociedad más desarrollada.

Por último, debo reconocer y agradecer la ayuda, colaboración y participación de las entidades y personas que, de un modo u otro, han hecho posible este informe: a Francisco J. Martínez, por indicarnos el camino; a la Fundación Horizonte XXII, en la persona de su Directora General, Ana Isabel López-Casero, quien confió en la bondad del proyecto y en nosotros; al Rector de nuestra Universidad, Miguel Ángel Collado, por su apoyo; a todas las instituciones, entidades sociales y empresariales a las que acudimos en busca de financiación y a las personas que las dirigen, que, sin haber podido ser partícipes de esta edición, nos han animado; y a los expertos que nos han dado su opinión sobre la situación del entorno emprendedor; a los miembros del exiguo equipo de investigación que dirijo, por su desinteresada y altruista contribución en horas de trabajo y dedicación.

Juan J. Jiménez Moreno
Catedrático de la Universidad de Castilla-La Mancha
Director del Proyecto GEM Castilla-La Mancha

Prólogo

Me conceden los promotores y autores de este proyecto el honor de prologar la primera edición del estudio GEM CLM. No me equivoco si afirmo que tienen ustedes en sus manos una fuente de conocimiento que, sin duda, aportará mucho valor en este momento a nuestra región.

El proyecto GEM que, como saben, tiene la misión de ser explorador y evaluador de la actividad emprendedora en los diferentes territorios estudiados, sean países o regiones, lleva muchos años visibilizando los diferentes retos que nos encontramos en el estimulante y siempre sorprendente camino del emprendimiento. Sus informes son un referente internacional de gran prestigio y de obligada lectura para todas las organizaciones e Instituciones públicas y privadas que quieren actuar en este ámbito con soluciones eficaces y que, en última esencia, buscan construir un futuro de riqueza y desarrollo para esos territorios.

Estoy convencida que es difícil solucionar aquello que no se ve, por lo que el objetivo del estudio, al querer ser faro y poner foco a estos retos, es una actividad imprescindible si se quiere ser certero en las actuaciones.

El informe GEM llega a Castilla-La Mancha en un momento estratégico para nuestra región. Castilla-La Mancha, al igual que un buen ramillete de regiones de nuestro país localizadas en el ámbito rural, ha adolecido históricamente de cultura emprendedora y empresarial. Esto no ha sido impedimento para que existan grandes emprendedores y empresarios en nuestra región que, hoy, constituyen un excelente y merecido referente para nuestras jóvenes generaciones de emprendedores.

Sin embargo, la actual complejidad de nuestro entorno económico absolutamente globalizado, unido a los devastadores efectos sociales de la todavía existente crisis económica el país, hacen necesaria una contundente, cohesionada y rápida respuesta de nuestros Gobiernos e Instituciones para activar la economía de nuestro país y de nuestra región. Así pues emprender hoy es una necesidad social. Es por esta razón por la que desde la Unión Europea, desde el Gobierno Central y de forma muy relevante por parte del Gobierno de nuestra Comunidad Autónoma, se está trabajando con ahínco para que el número de nuevas empresas y de nuevos negocios sea cada vez mayor y se consiga en el menor plazo de tiempo posible generar desarrollo sostenible, riqueza y empleo.

En este contexto, la Fundación Horizonte XXII Globalcaja, una Fundación creada por una Cooperativa de Crédito absolutamente comprometida con el desarrollo de su entorno y que tiene entre sus objetivos el desarrollo socio-económico de Castilla-La Mancha y, en especial, estimular y promover la actividad emprendedora, no podía declinar la invitación de poder participar en este proyecto que, estamos convencidos, aporta información muy

relevante sobre nuestra cultura emprendedora y sobre las diferentes barreras para emprender.

Tener conocimiento de estas barreras nos orientará hacia las soluciones adecuadas. Por lo que esperamos que este estudio sea una herramienta de trabajo certera y eficaz para desarrollar políticas activas exitosas para conseguir los objetivos de desarrollo a los que nuestra región aspira en términos de crecimiento de población empresarial, crecimiento del empleo, fijación de población a nuestros pueblos y ciudades, etc. Espero también que este estudio inspire las mejores ideas y los mejores planes de acción para todos aquellos que aspiramos a dejar nuestro grano de arena en la construcción del futuro de nuestra región, ya sean organizaciones, empresas, gobiernos, instituciones, entidades financieras, etc.

Quiero agradecer su apoyo a todas las Instituciones, empresas y personas que han colaborado en la realización de esta obra.

Por último, quiero felicitar muy especialmente a los promotores y autores de esta iniciativa: la Universidad de Castilla-La Mancha, siempre sensible a las necesidades de conocimiento que tenemos en nuestro ámbito más cercano y al magnífico equipo del Director del estudio, Juan J. Jiménez. Su tesón y su vocación por desarrollar la actividad emprendedora y empresarial en nuestra región, unido a un trabajo de excelencia investigadora, han hecho posible que podamos tener hoy en nuestras manos una herramienta de medición extraordinaria que permitirá poner en el mapa del emprendimiento Nacional e Internacional a Castilla-La Mancha con datos y realidades.

Con estos datos, podremos trabajar en poner "alas" a nuestras generaciones venideras siempre partiendo de nuestras raíces más profundas y de nuestra realidad cultural, social y económica.

Ana Isabel López-Casero Beltrán
Directora General
Fundación Horizonte XXII

Índice de contenidos

1. Introducción.....	1
2. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población de Castilla-La Mancha.....	7
3. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Castilla-La Mancha.....	21
4. Actividad emprendedora en función de su motivación en Castilla-La Mancha.....	31
5. Perfil socio-económico de las personas involucradas en el proceso emprendedor en Castilla-La Mancha.....	35
6. Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha.....	47
7. Financiación del emprendimiento naciente en Castilla-La Mancha.....	63
8. Análisis del entorno en el que se desarrolla la actividad empresarial en Castilla-La Mancha.....	69
9. Conclusiones.....	79
10. Referencias bibliográficas.....	87
11. Anexo.....	89
12. Red de equipos GEM 2012.....	91
13. Patrocinadores.....	95

Índice de tablas

Tabla 1.1. Indicadores de emprendimiento.....	1
Tabla 2.1. Percepciones de los expertos GEM-Castilla-La Mancha acerca de los valores y actitudes emprendedoras de la población.....	16
Tabla 3.1. Evolución de la Tasa de Actividad Emprendedora en Castilla-La Mancha y en España	24
Tabla 3.2. Distribución de las iniciativas emprendedoras incipientes según el número de emprendedores.....	27
Tabla 4.1. Distribución de iniciativas emprendedoras en función de su fase y motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población castellano manchega de 18-64 años).....	32
Tabla 5.1. Nivel de renta en las diferentes fases del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha.....	41
Tabla 5.2. Nivel de renta en las diferentes fases del proceso emprendedor en España.....	41
Tabla 5.3. Tamaño medio del hogar en las distintas fases del proceso emprendedor. Comparación de España y Castilla-La Mancha.....	42
Tabla 5.4. Situación laboral de la población emprendedora de Castilla-La Mancha.....	43
Tabla 5.5. Situación laboral de la población emprendedora de España.....	44
Tabla 5.6. Perfil medio del emprendedor de Castilla-La Mancha.....	45
Tabla 6.1. Número de propietarios según estado de la iniciativa.....	50
Tabla 7.1. Características y distribución del capital semilla en iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha.....	64

Índice de gráficos

Gráfico 2.1. Percepción de la existencia de oportunidades para emprender en el corto plazo en España y en Castilla-La Mancha.....	8
Gráfico 2.2. Posesión de red social emprendedora en población involucrada y no involucrada en la creación de empresas en España y en CLM.....	8
Gráfico 2.3. Posesión de conocimientos habilidades y experiencia para emprender en España y en Castilla-La Mancha.....	9
Gráfico 2.4. El temor al fracaso como obstáculo para emprender.....	10
Gráfico 2.5. Preferencia por una sociedad competitiva.....	11
Gráfico 2.6. Emprender es una buena opción profesional.....	12
Gráfico 2.7. Emprendimiento de éxito y estatus social y económico.....	13
Gráfico 2.8. El emprendimiento en los medios de comunicación.....	13
Gráfico 2.9. Grado de cultura al apoyo del emprendimiento.....	14
Gráfico 2.10. Perfil de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras.....	15
Gráfico 2.11. Opiniones de expertos en España y en Castilla-La Mancha.....	17
Gráfico 2.12. Valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras en la población joven y adulta en Castilla-La Mancha.....	18
Gráfico 2.13. Valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras en la población joven en Castilla-La Mancha y en España.....	19
Gráfico 3.1. Distribución regional de actividad emprendedora TEA.....	25
Gráfico 3.2. Distribución regional de la actividad emprendedora: Naciente.....	26
Gráfico 3.3. Distribución regional de la actividad emprendedora: Nueva.....	26
Gráfico 4.1. Tasa total de actividad emprendedora en función de su principal motivación. Comparación España y Castilla-La Mancha.....	33
Gráfico 4.2. Distribución de las motivaciones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender. Comparación España y Castilla-La Mancha.....	34

Gráfico 5.1. Distribución de género en las distintas fases del proceso emprendedor. Comparación España y Castilla-La Mancha.....	35
Gráfico 5.2. Distribución de la población emprendedora de Castilla-La Mancha por edades y fases del proceso emprendedor.....	36
Gráfico 5.3. Distribución de la edad en las distintas fases del proceso emprendedor. Comparación España y Castilla-La Mancha.....	37
Gráfico 5.4. Tasa de Actividad Emprendedora de cada grupo de edad en España y en Castilla-La Mancha.....	38
Gráfico 5.6. Distribución de la posesión de formación específica para emprender entre los individuos involucrados en las distintas fases de emprendimiento. Comparación España y Castilla-La Mancha.....	40
Gráfico 5.7. Tasa de actividad emprendedora de cada nivel de renta.....	42
Gráfico 5.8. Tamaño medio del hogar y Tasa de Actividad Emprendedora en España y Castilla-La Mancha.....	43
Gráfico 6.1. Registro de las iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha por estados de desarrollo de las iniciativas.....	48
Gráfico 6.2. Sector de actividad de las iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha y en España.....	49
Gráfico 6.3. Sector de actividad de las iniciativas consolidadas en Castilla-La Mancha y en España.....	49
Gráfico 6.4. Dimensión de las empresas en fase emprendedora en España y Castilla-La Mancha.....	51
Gráfico 6.5. Dimensión de las empresas consolidadas en España y Castilla-La Mancha.....	51
Gráfico 6.6. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleo esperado en los próximos cinco años en España y en Castilla-La Mancha...	52
Gráfico 6.7. Distribución de las empresas consolidadas según el tramo de empleo esperado en los próximos cinco años en España y en Castilla-La Mancha.....	53
Gráfico 6.8. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia valorado en el sector en España y en Castilla-La Mancha.....	54
Gráfico 6.9. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado en España y en Castilla-La Mancha.....	54

Gráfico 6.10. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio en España y en Castilla-La Mancha.....	55
Gráfico 6.11. Distribución de las empresas consolidadas según el grado de innovación en producto o servicio en España y en Castilla-La Mancha.....	56
Gráfico 6.12. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada en España y en Castilla-La Mancha.	56
Gráfico 6.13. Distribución de las empresas consolidadas según la antigüedad de la principal tecnología utilizada en España y en Castilla-La Mancha.....	57
Gráfico 6.14. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad tecnológica del sector en España y Castilla-La Mancha.....	58
Gráfico 6.15. Distribución de las empresas consolidadas según la intensidad tecnológica del sector en España y en Castilla-La Mancha.....	58
Gráfico 6.16. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora en España y en Castilla-La Mancha.....	59
Gráfico 6.17. Distribución de las empresas consolidadas según la intensidad exportadora en España y en Castilla-La Mancha.....	59
Gráfico 6.18. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la expansión esperada en España y en Castilla-La Mancha.....	60
Gráfico 6.19. Distribución de las empresas consolidadas según la expansión esperada en España y en Castilla-La Mancha.....	60
Gráfico 6.20. Posicionamiento relativo de los rasgos de la actividad emprendedora.	61
Gráfico 7.1. ¿Ha proporcionado fondos a un negocio nuevo en los últimos tres años?.....	65
Gráfico 7.2. Índices de actividad emprendedora y tasa de inversión en España y en Castilla-La Mancha.....	66
Gráfico 7.3. Distribución de la población involucrada en la inversión privada en negocios ajenos en función del tipo de inversor en Castilla-La Mancha.....	66
Gráfico 8.1. Condiciones de entorno para emprender. Valoración media en 2012 y su comparación con la valoración otorgada por los expertos en el ámbito país.....	70
Gráfico 8.2. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Apoyo financiero.....	71
Gráfico 8.3. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Políticas gubernamentales.....	71
Gráfico 8.4. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha	

comparada con la de otras CC.AA: Programas gubernamentales.....	72
Gráfico 8.5. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Educación y formación.....	72
Gráfico 8.6. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Transferencia I+D.....	73
Gráfico 8.7. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Infraestructura comercial y profesional.....	73
Gráfico 8.8. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Apertura del mercado interior.....	74
Gráfico 8.9. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Acceso a infraestructura física.....	74
Gráfico 8.10. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Normas culturales.....	75
Gráfico 8.11. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Legislación propiedad intelectual.....	75
Gráfico 8.12. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Apoyo a la emprendedora.....	76
Gráfico 8.13. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Apoyo al crecimiento.....	76
Gráfico 8.14. Condiciones de entorno para emprender en Castilla-La Mancha, España y en el resto de economías europeas (media).....	77
Gráfico 8.15. Otras condiciones del entorno para emprender en Castilla-La Mancha, España y en el resto de economías europeas desarrolladas (media).....	77

Índice de figuras

Figura 3.1. Proceso emprendedor según la metodología GEM	21
Figura 3.2. Tasa de Actividad Emprendedora en Castilla-La Mancha: Nacientes y Nuevas.....	24
Figura 3.3. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población de 18-64 años.....	29
Figura 4.1. Distribución de la actividad emprendedora total 2012 en Castilla-La Mancha en función de la motivación principal y de los motivos secundarios.....	32
Figura 5.1. Tasa de Actividad Emprendedora por nivel de educación.....	39

1. 1. Introducción

Desde que hace algunas décadas se inició el estudio de la actividad emprendedora (Entrepreneurship), siempre han preocupado algunos tópicos relativos a la persona que decide crear una empresa, desde diferentes perspectivas. Los más comunes han sido el estudio del perfil socio-demográfico, el estudio de la motivación y el estudio del proceso seguido. El propósito ha sido conocer con mayor grado de detalle qué aspectos y qué factores explican dicha actividad, al objeto de poder extraer conclusiones que permitan a los poderes públicos mejorar la actividad emprendedora y ser más eficientes, focalizándose sobre determinadas acciones. En momentos como los actuales, en los que el sistema de economía de mercado muestra sus ineficiencias, sigue siendo indiscutible el papel activo y crítico del empresariado, entendido en sentido schumpeteriano, como instrumento de creación de riqueza y empleo y dinamizador del sistema. En este contexto, la disponibilidad de fuentes de información fiables sobre el estudio de la actividad emprendedora recobra particular interés, de manera que proyectos internacionales, como el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que recoge datos sobre la persona emprendedora y el proceso emprendedor, resulta particularmente importante en la medida en que permite establecer pautas comunes de comportamiento emprendedor, al contar con una amplia base de datos homogénea, comparable internacionalmente y de manera desagregada.

En concreto el proyecto GEM surge en 1997 como una investigación conjunta del Babson College (Estados Unidos) y la London Business School (Reino Unido), partiendo de una idea original de Michael Hay y contando con Paul Reynolds como investigador principal en su primera época. El propósito es tener una referencia que permita medir y caracterizar la actividad emprendedora y

crear un observatorio internacional permanente sobre el fenómeno emprendedor. El resultado es una serie de informes globales, nacionales, regionales y locales e informes sobre temas monográficos relacionados con emprendimiento (género, educación, crecimiento, financiación, social, etc.).

En este caso, presentamos los resultados obtenidos en el año 2012 para la región de Castilla-La Mancha y los comparamos con datos nacionales de España y de otros ámbitos geográficos.

1. 2. Marco teórico y objetivos

El modelo teórico utilizado es el propio del proyecto GEM, que, partiendo del modelo original y sus sucesivas mejoras, nos ha permitido aplicar los cuestionarios establecidos internacionalmente para el ejercicio 2012. Se sustenta fundamentalmente en dos encuestas: una sobre los valores y actitudes emprendedoras de la población adulta de un país, región, provincia o ciudad (Adult Population Survey: APS), considerando población adulta a la comprendida entre los 18 y 64 años; la segunda encuesta recoge la opinión de expertos sobre el contexto, las condiciones y los factores del entorno relativos a la actividad emprendedora y empresarial (National Experts' Survey: NES). La información obtenida del análisis de los datos se complementa con información proveniente de otras fuentes secundarias (sobre desarrollo económico, demografía, mercado laboral, innovación, competitividad, etc.), para relativizar las diferentes condiciones nacionales de los distintos países sobre los que se recoge información (por ejemplo Global Competitiveness Report: GCR).

El resultado es un indicador definido como 'actividad emprendedora total' (Total Entrepreneurial Activity: TEA; en algunos documentos también aparece referida como 'tasa de actividad emprendedora'), desagradado en tres componentes, según el modelo del proceso emprendedor del proyecto GEM: 'emprendimiento potencial', 'emprendimiento naciente', 'nuevo emprendimiento' y 'empresa consolidada', que se corresponden, respectivamente, con personas que han expresado la intención de emprender en los próximos tres años, iniciativas emprendedoras que se han puesto en marcha en los últimos tres meses, iniciativas empresariales recientemente

creadas con una actividad de vida económica entre tres años y medio, y empresas creadas recientemente que llevan más de tres años y medio operando en el mercado. La homogeneidad de las encuestas y los tratamientos estadísticos correspondientes permiten la comparación a nivel global, nacional, regional, provincial y local de los resultados obtenidos.

El principal objetivo de este informe es conocer cuáles son las actitudes, valores y percepciones de la población de Castilla-La Mancha respecto a la actividad emprendedora, para obtener la TEA (total y por sexo, por motivación, por sector, por actividad, por etapa, etc.) y conocer cuál es la opinión de los expertos respecto a las condiciones para el emprendimiento en la región. Todo ello nos ha permitido comparar los resultados obtenidos con resultados nacionales y regionales para el año 2012 y determinar la posición relativa de la región para dichos indicadores.

1.3. Metodología

Las herramientas de información utilizadas ofrecen datos sobre los valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población adulta (entre 18 y 64 años), la actividad emprendedora y empresarial, sus fases y sus características y el contexto en el que se desarrolla el proceso emprendedor.

Para las encuestas a la población adulta (APS), el universo considerado es la población entre 18 y 64 años de la región de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha. Sobre una población objetivo de 1.348.805 personas, se toma una muestra de 1.000 personas, con un margen de confianza de 95,5% y un error muestral de $\pm 3,1\%$ para el conjunto de la muestra, una varianza de máxima indeterminación ($p=q=50\%$). El periodo de realización de la encuesta fue de mayo a julio de 2012, siendo realizado el trabajo de campo por el Instituto Opinometre, el cual procede a la grabación y creación de la base de datos.

Para la opinión de los expertos sobre el contexto y los factores del entorno para el emprendimiento utilizamos el cuestionario NES sobre una población de 36 expertos regionales en áreas diferentes: financiación, políticas gubernamentales, programas públicos, educación, transferencias de I+D,

infraestructura comercial y física, apertura del mercado interno y normas sociales y culturales.

1.4. Resultados y conclusiones

Un análisis preliminar de los datos nos indica que la TEA en Castilla-La Mancha disminuye respecto al año anterior, situándose ligeramente por debajo de la media para España, este resultado es consecuencia fundamentalmente de una disminución en la actividad emprendedora naciente-nueva, que anula el incremento de la actividad emprendedora incipiente por necesidad. Igualmente han disminuido hasta la mitad, respecto al año anterior, las percepciones de buenas oportunidades para emprender en los próximos meses, siendo una de las dos regiones que ha registrado una mayor variación en este periodo.

El hecho de contar por primera vez con datos e información primaria sobre la población regional relativos a la actividad emprendedora y al contexto en el que ésta se produce, debe permitir a los poderes públicos orientar sus políticas activas de promoción de cultura emprendedora y creación de empresas de un modo más eficiente. La reciente Ley 15/2011, de 15 de diciembre, de Emprendedores, Autónomos y Pymes de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha, ofrece algunos instrumentos útiles para tal fin. Esta relación de complementariedad entre investigación y sociedad es el resultado de haber asumido la tercera función de la Universidad: contribuir al desarrollo socio-económico de su región.

1.5. Resumen de indicadores de emprendimiento en Castilla-La Mancha

Finalizamos esta introducción con la tabla resumen (tabla 1.1.) en la que se incluyen los indicadores principales descriptores de la actividad emprendedora en Castilla-La Mancha. El poder dar una continuidad a este informe y a las medidas incluidas en el mismo proporcionaría un cuadro de mando para poder detectar la variación de un período a otro y permitir evaluar medidas concretas implantadas por los agentes públicos en cada ámbito. No obstante, aunque no tenemos la posibilidad de ofrecer una comparación con la situación en 2011 en este informe, la estructura de este

cuadro sintético muestra los principales indicadores de manera integrada, para tener una visión de conjunto del estado del emprendimiento en Castilla-La Mancha durante el año 2012.

Tabla 1.1. Indicadores de emprendimiento

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población	%
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	30,1
Percibe buenas oportunidades para emprender	7,1
Se auto reconoce habilidades y conocimientos para emprender	42,7
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	42,2
La población española posee espíritu competitivo	21,8
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	10,6
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	2,1
Ha actuado como inversor informal o como Business Angel	12,4
TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años en el mercado sobre población de 18-64 años residente en España	%
TEA Total	5,6
TEA femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	4,4
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,8
Distribución del TEA, tomado como 100%	%
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	2,1
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	3,2
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	0,3
TEA del sector extractivo o primario	0,7
TEA del sector transformador	1,0
TEA del sector de servicios a empresas	0,7
TEA del sector orientado al consumo	3,2
TEA sin empleados	3,2
TEA de 1-5 empleados	2,1
TEA de 6-19 empleados	0,2
TEA de 20 y más empleados	0,1
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	0,5
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	0,4
TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	0,6
TEA iniciativas cuyo sector es de base tecnológica media o alta	0,5
TEA iniciativas que exportan en algún grado	0,8
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	0,0
Valoración media de los expertos de las condiciones de entorno	Media
Financiación para emprendedores	2,12
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	3,17
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,49
Programas gubernamentales	3,05
Educación y formación emprendedora etapa escolar	1,90
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	2,85
Transferencia de I + D	2,48
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,06
Dinámica del mercado interno	2,50
Barreras de acceso al mercado interno	2,50
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,72
Normas sociales y culturales	2,59
Apoyo al emprendimiento femenino	3,10

Apoyo al emprendimiento de alto potencial de crecimiento	3,10
Valoración de la innovación desde el punto de vista empresarial	2,97
Valoración de la innovación desde el punto de vista del consumidor	3,53
Valoración del estado de la legislación de propiedad intelectual	2,73
Valoración media de los expertos sobre temas especiales	
Adecuación de legislación- regulación para facilitar emprendimiento extranjero	3,00
Los extranjeros deben abordar un mayor número de trámites y requisitos	2,00
Los extranjeros tienen menor acceso a financiación y programas para emprender	2,63
La política de integración inmigrante considera el emprendimiento extranjero	1,89
Los agentes públicos promueven la colaboración en el ámbito de los negocios	2,47
Los empresarios confían en los acuerdos informales y colaboraciones con otros	2,75
Los jóvenes tienen acceso a educación, formación emprendedora y oportunidades	2,25
Los jóvenes tienen necesidad de involucrarse en el desarrollo de emprendimientos	2,81

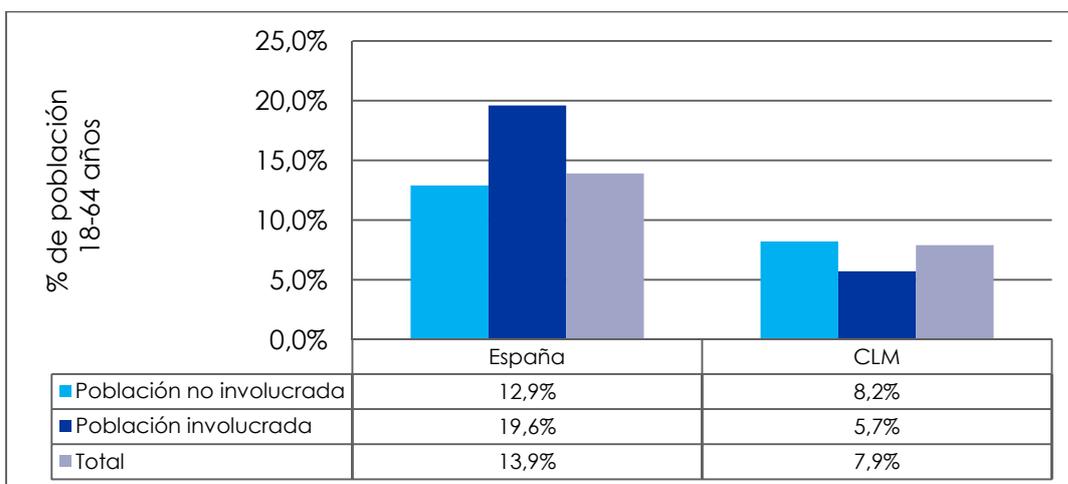
2.1. Introducción

La actual situación económica con elevado desempleo pone de manifiesto la necesidad de crear empresas que puedan solventar el problema de la destrucción de empleo, por parte de las empresas establecidas y aquel provocado por el cierre y abandono de negocios. La consecución del objetivo de incrementar la tasa de emprendimiento depende en gran medida de valores culturales de cada zona geográfica y de las percepciones de la población acerca del emprendimiento. Este primer capítulo engloba el análisis de los valores, las percepciones y las actitudes de la población de Castilla-La Mancha: emprendedora o involucrada en la creación de empresas y la no involucrada.

2.2. Percepción de oportunidades

En el gráfico 2.1 se recoge el porcentaje de población que percibe en su entorno oportunidades para crear empresas en el corto plazo, en concreto en los próximos 6 meses. No contamos con los datos de años anteriores a 2012 para el caso de Castilla-La Mancha por lo que no podemos obtener conclusiones del análisis de ninguna serie temporal. Sin embargo sí podemos comparar los porcentajes de la población española que percibe oportunidades en su entorno con las que las perciben en la región. Los valores medios regionales se encuentran por debajo de los de España (6% menor) tanto en la población involucrada en la creación de empresas como en la no involucrada, estando casi 5 puntos porcentuales por debajo en el segmento de población involucrada y 14 puntos por debajo en el caso de población no involucrada.

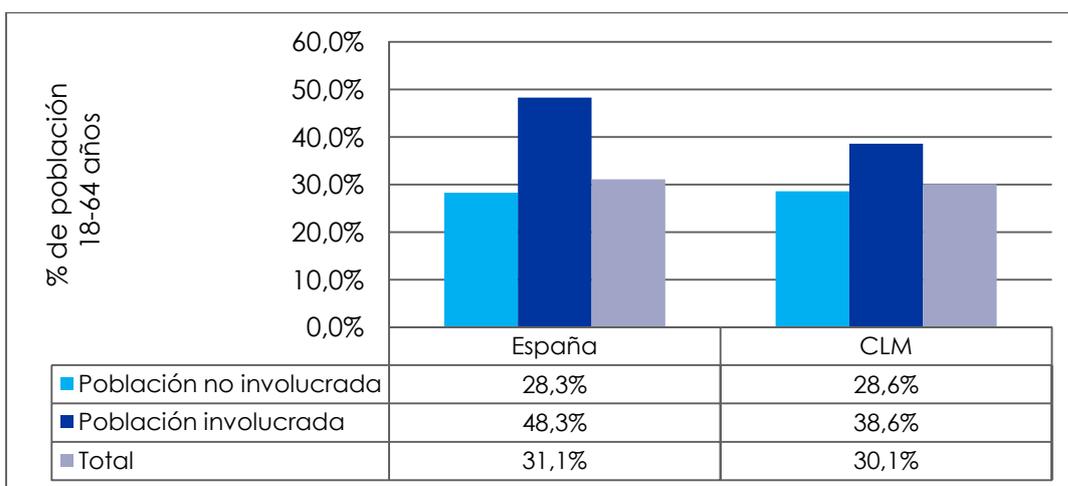
Gráfico 2.1. Percepción de la existencia de oportunidades para emprender en el corto plazo en España y en Castilla-La Mancha



2.3. Posesión de red social emprendedora

El poseer referentes en el ámbito empresarial supone un factor positivo para el emprendimiento. La red social emprendedora se refiere a si se tienen relaciones o se conocen personas que hayan creado su propia empresa, de forma que proporcionen ejemplos para poder seguir en el desarrollo del proceso de creación.

Gráfico 2.2. Posesión de red social emprendedora en población involucrada y no involucrada en la creación de empresas en España y en CLM

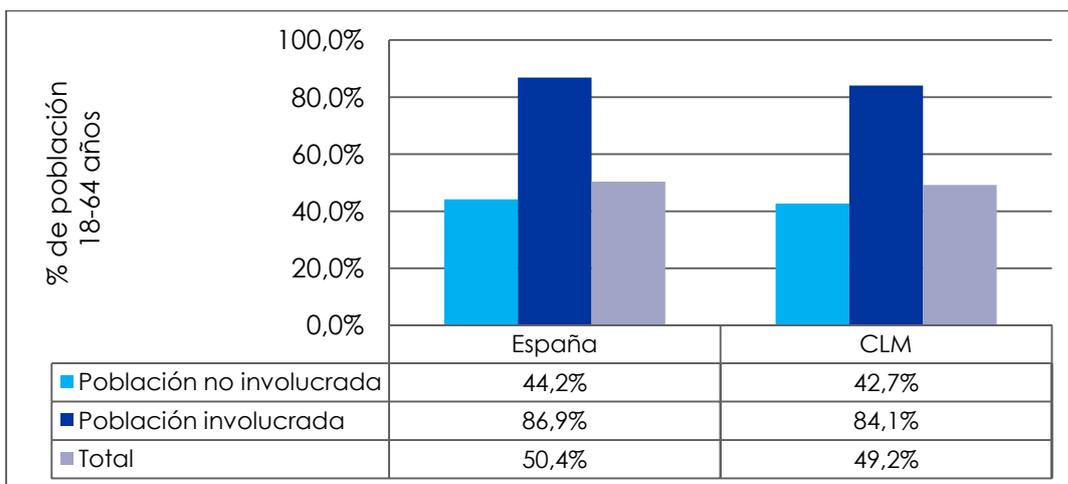


Los datos obtenidos en este sentido para la región analizada ponen de manifiesto que la posesión de red social es equivalente al valor medio alcanzado para la población de España en el caso de la que no está involucrada mientras que presenta un valor 10 puntos porcentuales menor cuando nos referimos a la población que sí está involucrada en dicho proceso. En el gráfico 2.2 se recogen los datos comparativos de España y CLM.

2.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

La percepción que cada uno posee acerca de sus conocimientos, habilidades y experiencias determina lo que considera que es capaz de realizar. Por esta causa, para determinar el potencial de emprendimiento que encierra una población debemos conocer cómo valoran sus capacidades para la creación de empresas, es decir, si poseen conocimientos, habilidades o experiencias en materia de emprendimiento. En el gráfico 2.3 se presentan los resultados de esta variable y observamos cómo el porcentaje de población que considera que posee dichos recursos es mucho más alto entre los que han puesto en marcha una empresa o la están iniciando. Esta situación se manifiesta tanto en el caso de España como en el de Castilla-La Mancha presentando datos muy similares.

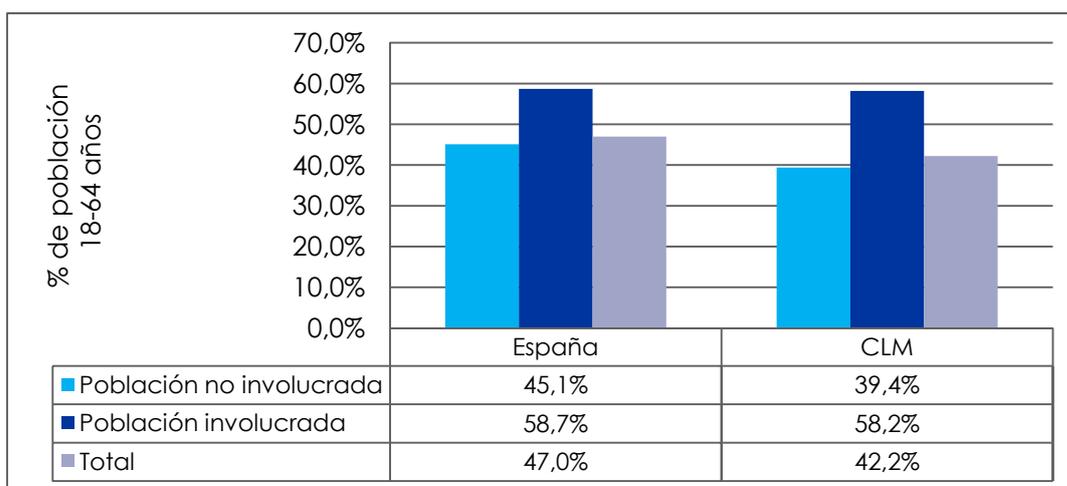
Gráfico 2.3. Posesión de conocimientos habilidades y experiencia para emprender en España y en Castilla-La Mancha



2.5. El temor al fracaso como obstáculo para emprender

Uno de los mayores frenos al emprendimiento es el temor al fracaso. La aversión al riesgo y la incapacidad para controlarlo paraliza las iniciativas que, de otro modo, sí podrían llegar a materializarse. En el gráfico 2.4 se presentan los porcentajes de población, de España y de Castilla-La Mancha, que no consideran el temor al fracaso un obstáculo en el emprendimiento. Cerca del 60% de la población involucrada no considera que el temor al fracaso pueda frenar el inicio de su empresa, mientras que este porcentaje se sitúa en el 40% cuando nos referimos a la población no involucrada en la creación de empresas.

Gráfico 2.4. El temor al fracaso como obstáculo para emprender



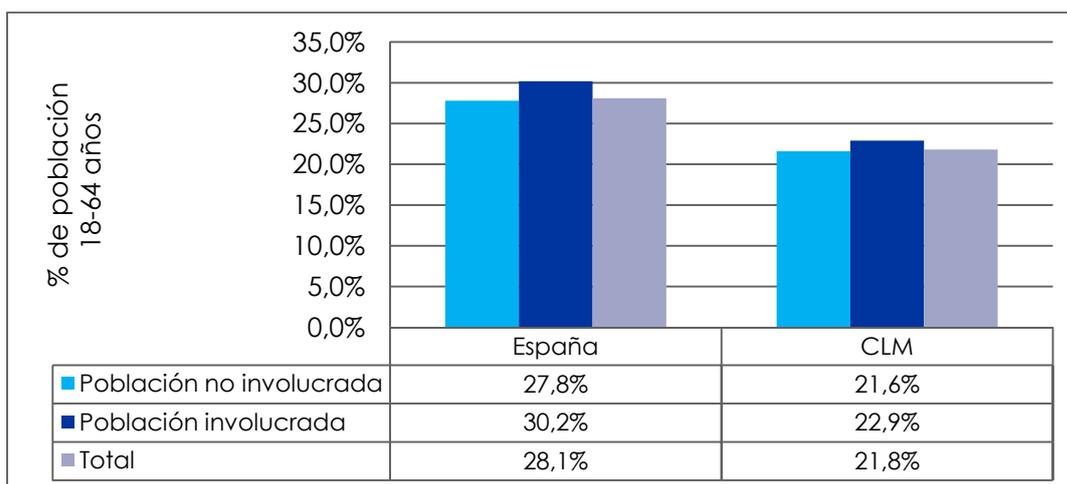
2.6. Preferencia por una sociedad competitiva

Los valores relacionados con la competitividad tienen un impacto positivo en los resultados. Entre los valores culturales de la población española no se encuentra el de ser competitivo, y se valora negativamente el hecho de que existan diferencias en el nivel de vida y/o renta. La preferencia por la distribución desigual de la renta evidencia un espíritu más competitivo, por ello se ha utilizado como aproximación a este valor.

En el gráfico 2.5 se presentan los porcentajes correspondientes a aquellos que prefieren una distribución desigual de la renta en España y Castilla-La Mancha. Los valores son similares independientemente del segmento de población que estemos describiendo en el caso de Castilla-La Mancha y ligeramente superior en el segmento de población involucrada en la creación de empresas en España.

Si comparamos los dos ámbitos geográficos observamos cómo la población de Castilla-La Mancha presenta valores por debajo de los de España en todos los segmentos de población considerados lo que evidencia una menor preferencia por una sociedad competitiva.

Gráfico 2.5. Preferencia por una sociedad competitiva



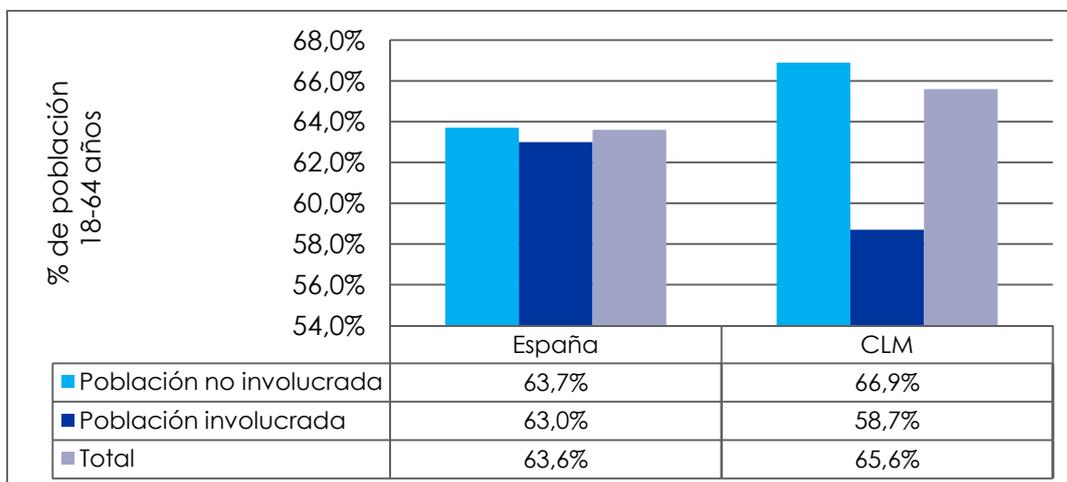
2.7. Emprender es una buena opción profesional

El porcentaje de personas de Castilla-La Mancha que considera que emprender es una buena opción profesional es mayor entre la población no involucrada en el proceso de generación de iniciativas empresariales (gráfico 2.6).

Esta situación no se da en el ámbito español que mantiene cerca los porcentajes de los dos segmentos diferenciados. Cabe señalar, además, que en la región los porcentajes de aquellos que piensan que emprender es una

buena elección de carrera son más altos que en España cuando nos referimos a la población total o a la no involucrada.

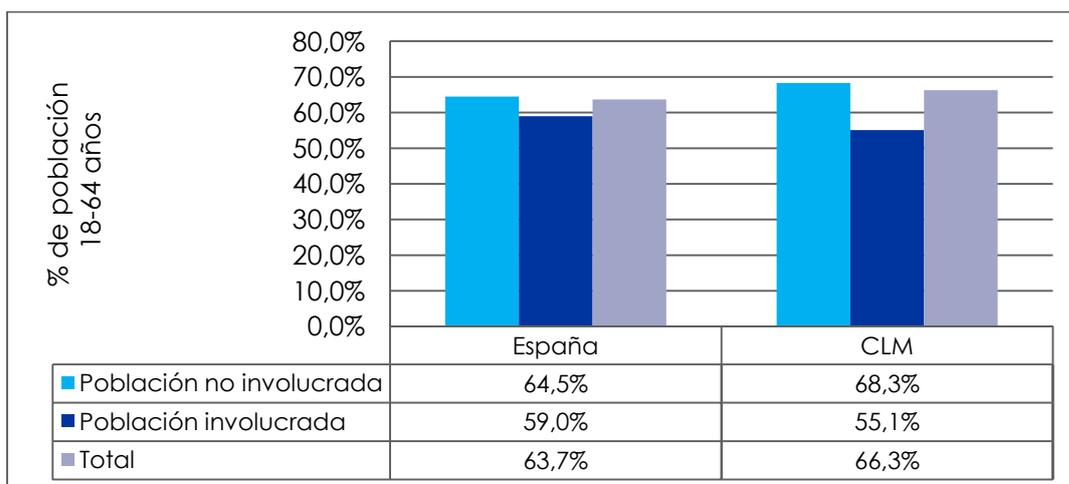
Gráfico 2.6. Empezar es una buena opción profesional



2.8. Empezamiento de éxito y buen estatus social y económico

La percepción que la población posee acerca de los impactos que el emprendimiento de éxito puede tener se analiza considerando si dicho emprendimiento repercute en el estatus social y económico o no. El porcentaje de personas que considera que existe una relación entre el éxito empresarial y la mejora del estatus social y económico es menor entre la población que se encuentra involucrada en el proceso de creación que en los que no se encuentra involucrada en la creación de empresas. Además, al comparar los resultados de España y de Castilla-La Mancha, los porcentajes son más altos en la población de esta última en el segmento de no involucrados y en la total (gráfico 2.7).

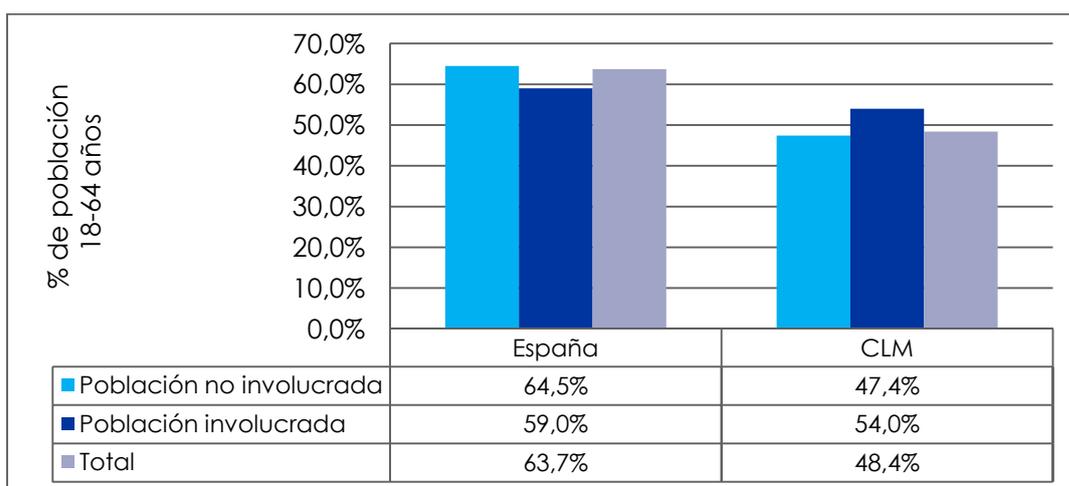
Gráfico 2.7. Emprendimiento de éxito y estatus social y económico



2.9. Los medios de comunicación y el emprendimiento

El poder que poseen los medios de comunicación para difundir y crear opinión no deben infravalorarse cuando se trata de potenciar, favorecer y mejorar la imagen de la figura del emprendedor. El porcentaje de población que considera que los medios de comunicación están contribuyendo a la difusión del concepto de emprendedor es mayor entre los involucrados que entre los no involucrados.

Gráfico 2.8. El emprendimiento en los medios de comunicación



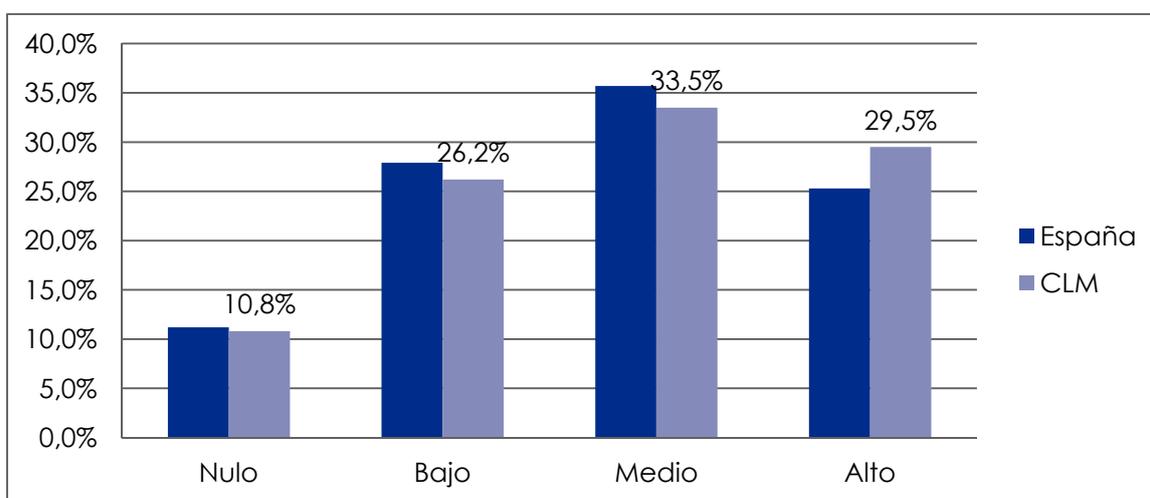
En el gráfico 2.8 se observa que el porcentaje de personas que percibe que los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento

de éxito es más alto en España que en Castilla-La Mancha, en los dos segmentos de población diferenciados.

2.10. Índice de cultura de apoyo al emprendimiento

GEM confecciona un índice que trata de medir el trasfondo cultural que hay detrás del apoyo al emprendimiento en cada país. Éste se calcula a través de la medición de las tres variables anteriores, esto es, la consideración del emprendimiento como una buena opción profesional, la percepción de que el emprendimiento tiene un efecto positivo en el estatus social y económico y la percepción de que los medios de comunicación realizan una difusión de los emprendedores de éxito tomando una muestra representativa de los que responden a la encuesta con una composición de población con el mismo número de personas involucradas y no involucradas en el proceso emprendedor.

Gráfico 2.9. Grado de cultura al apoyo del emprendimiento



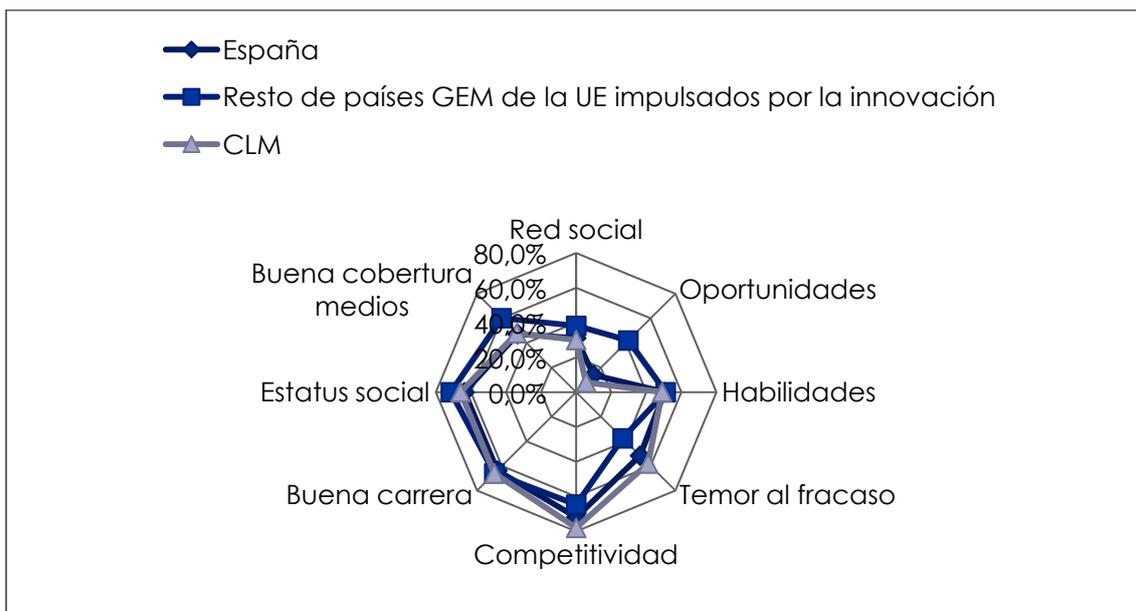
Como resultado de este índice las observaciones que se incluyen en la formación del índice han podido presentar una percepción positiva para el emprendimiento en las tres variables, en dos, en una o en ninguna, lo que define los niveles del índice en alto, medio, bajo o nulo. La distribución de la población de España y de Castilla-La Mancha en función del grado de cultura al apoyo al emprendimiento se recoge en el gráfico 2.9.

Castilla-La Mancha presenta menores frecuencias de población en los niveles más bajos del índice cultural de apoyo al emprendimiento y mayor frecuencia en el valor más elevado del citado índice. Este debería verse reflejado en la tasa de emprendimiento de la región como resultado del impacto positivo de un valor cultural en las decisiones de la población relativas a la creación de empresas.

2.11. Posicionamiento en cultura, valores, percepciones y actitud emprendedora de la población de Castilla-La Mancha con respecto a la de España y a la de países de la Unión Europea

En el gráfico 2.10 se presenta la comparación de los valores entre los tres ámbitos geográficos. Se observa que los valores alcanzados en la población de Castilla-La Mancha presentan un patrón similar a los de la población española, que con respecto al resto de países con un nivel de desarrollo similar tiene menos puntuación en la detección de oportunidades y en la percepción de la cobertura que los medios de comunicación proporcionan a los emprendedores de éxito.

Gráfico 2.10. Perfil de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras



Por otro lado, podemos señalar que la población de Castilla-La Mancha presenta un mayor temor al fracaso y un nivel menor de competitividad al manifestar una mayor preferencia por una sociedad igualitaria sin diferencias en el nivel de vida.

2.12. Opinión de los expertos GEM-Castilla-La Mancha acerca de los valores y actitudes emprendedoras de la población

Además de llegar a una descripción de la situación en lo referido al emprendimiento a través de las percepciones de la población en general, el proyecto GEM incluye la opinión de los expertos acerca del estado de los valores y actitudes emprendedoras en los diferentes entornos. Las variables sobre las que opinan, así como los valores medios alcanzados en el grupo de expertos de Castilla-La Mancha en 2012, se recogen en la tabla 2.1

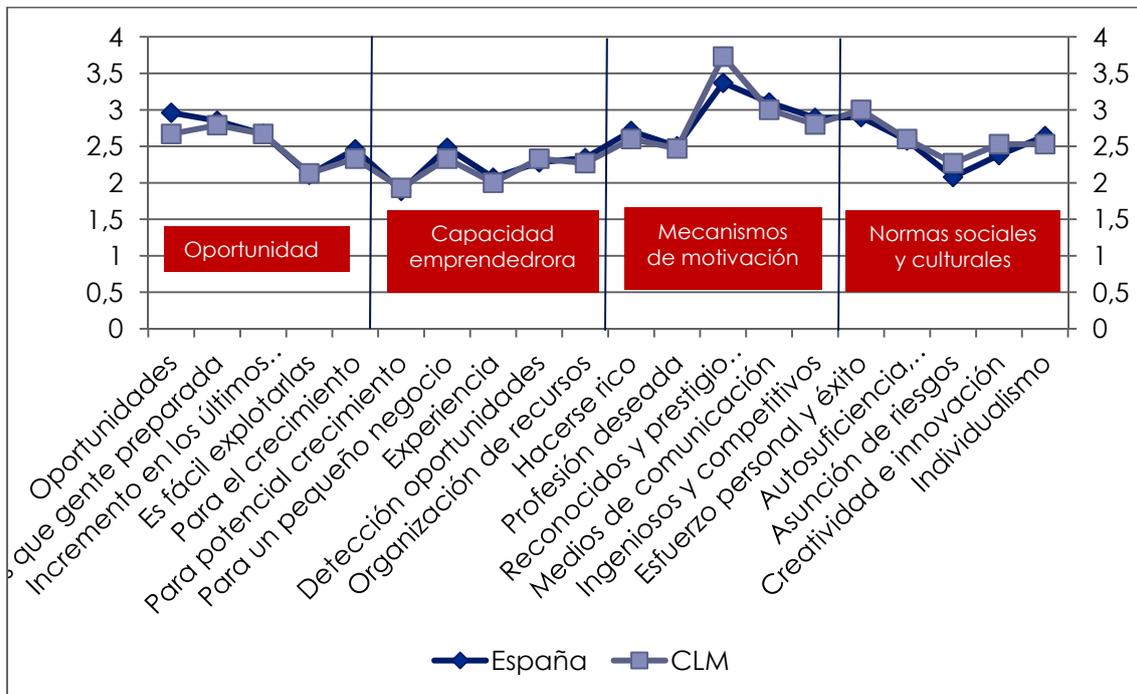
Tabla 2.1. Percepciones de los expertos GEM-Castilla-La Mancha acerca de los valores y actitudes emprendedoras de la población

Oportunidades. En Castilla-La Mancha	Media
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	2,67
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	2,79
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	2,67
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,13
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,33
Capacidad emprendedora. En Castilla-La Mancha:	
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento	1,93
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio	2,33
Mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios	2,00
Mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan	2,33
Mucha gente está preparada para organizar los recursos necesarios para la puesta en marcha de un pequeño negocio	2,27
Mecanismos de motivación. En Castilla-La Mancha:	
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	2,60
Convertirse en empresario es una opción profesional deseada por mucha gente	2,47
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,73

Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,00
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	2,80
Normas sociales y culturales	
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	3,00
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	2,60
Las normas sociales y culturales estimulan la toma de riesgo empresarial.	2,27
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	2,53
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	2,53

En el gráfico 2.11 mostramos el perfil resultante de los expertos de GEM en Castilla-La Mancha y el generado con las percepciones de los expertos GEM a nivel país. Las opiniones son coincidentes en casi todas las variables valoradas, tan solo en la percepción de oportunidades se observa una valoración más optimista por los expertos para el territorio nacional. Por el contrario, son los expertos de Castilla-La Mancha los que valoran más positivamente que los de España la posición de prestigio social y el reconocimiento que se les otorga a los emprendedores en la región.

Gráfico 2.11. Opiniones de expertos en España y en Castilla-La Mancha

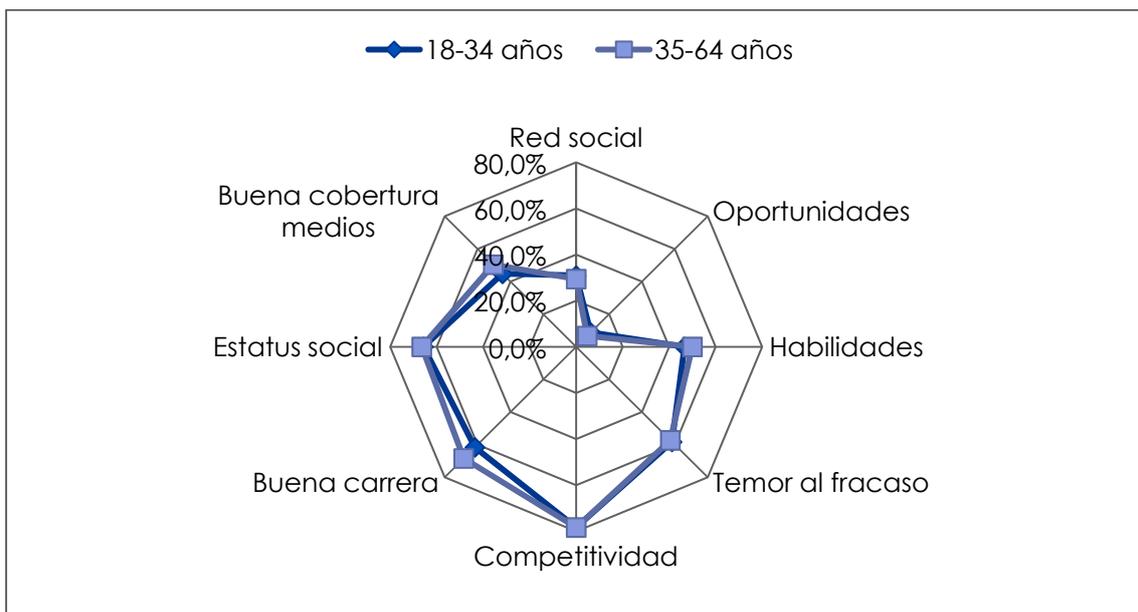


2.13. Valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población joven

Al igual que ocurre en el resto de España los datos de desempleo en la población joven hace que sea relevante el análisis de la comparación de las percepciones y valores emprendedores de los jóvenes (población de 18 a 34 años) frente a los adultos (población de 35 a 64 años). En el gráfico 2.12 presentamos las puntuaciones medias de los valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras de jóvenes y adultos de Castilla-La Mancha.

No se identifican diferencias importantes entre la población joven y la adulta replicando los primeros las valoraciones efectuadas por la población de más de 35 años. Tan sólo podemos señalar una pequeña diferencia en: la percepción de oportunidades –los jóvenes perciben más que los adultos- ; los jóvenes perciben en menor porcentaje ser emprendedor como una buena carrera profesional (62,6% frente al 68,4 de los adultos); por último los jóvenes perciben que los medios proporcionan una buena cobertura de difusión de la figura del empresario en menor medida que los adultos -44,8% frente a 50,4%-.

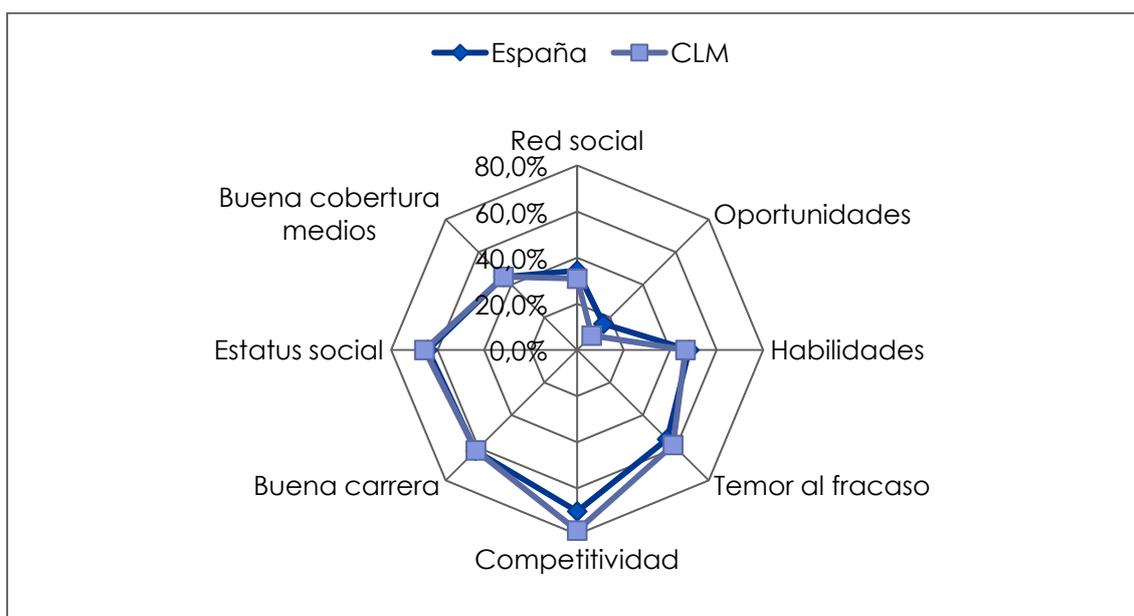
Gráfico 2.12. Valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras en la población joven y adulta en Castilla-La Mancha



Intentar cambiar los valores culturales y las actitudes emprendedoras en los jóvenes requiere la realización de grandes esfuerzos en educación para que los jóvenes vayan dirigiéndose a percepciones más proclives a la puesta en marcha de iniciativas.

En el gráfico 2.13 se compara el patrón de valores emprendedores descrito por los jóvenes de Castilla-La Mancha con el de los jóvenes españoles. Podemos observar una coincidencia en casi todos los indicadores, tal y como ocurría en la población total antes comentada, excepto en la percepción de oportunidades (menor valor en la región), en la valoración del temor al fracaso (presentan una mayor aversión en Castilla-La Mancha) y del valor de competitividad (menores valores en la región)

Gráfico 2.13. Valores, percepciones, factores culturales y actitudes emprendedoras en la población joven en Castilla-La Mancha y en España.

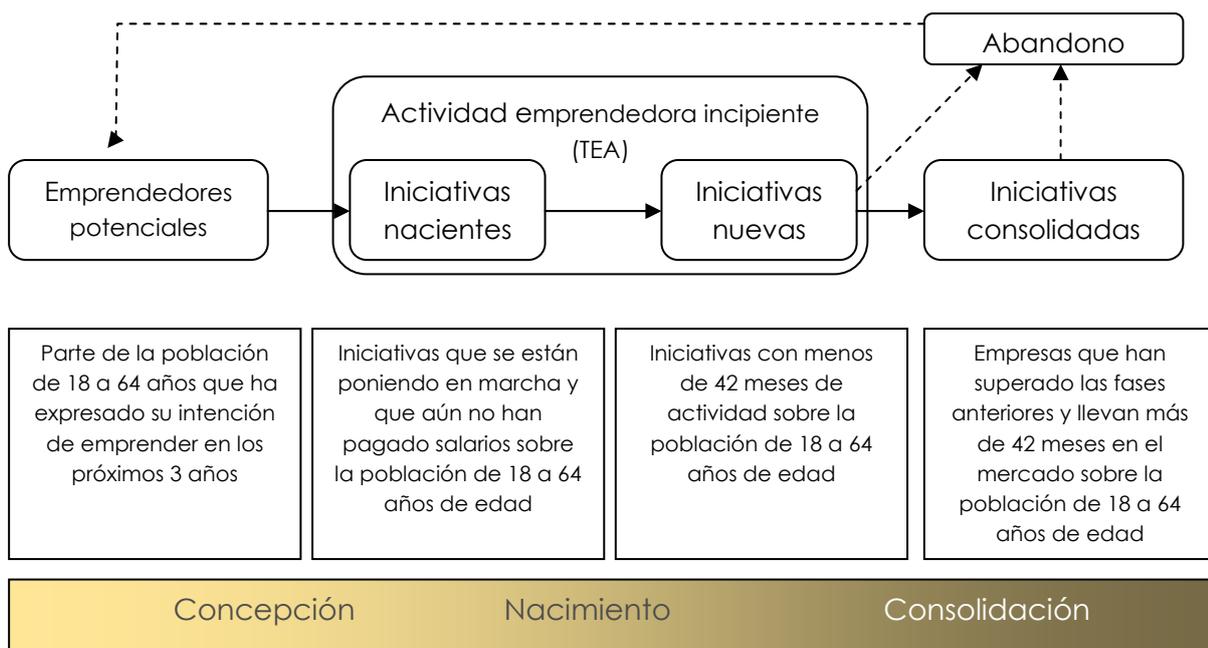


3.1. Introducción

Este capítulo engloba el análisis de los principales indicadores que cuantifican las iniciativas estudiadas en el proyecto GEM. Así, se presentan, siguiendo el proceso lógico y deseable en el proceso emprendedor –figura 3.1-, en primer lugar los resultados relativos a los emprendedores potenciales, después las iniciativas incipientes, para posteriormente, analizar la consolidación. Finalmente, para completar todo el proceso que configuran la dinámica empresarial incluimos la descripción de los procesos de abandono.

Los resultados del proceso se presentan para el año 2012 y 2011, no teniendo información de años anteriores que nos permita la comparación entre diferentes anualidades para la región de Castilla-La Mancha. Sí incluiremos la comparación con otras regiones, con el dato agregado para España a nivel país.

Figura 3.1. Proceso emprendedor según la metodología GEM



El proyecto GEM considera que son emprendedores activos todos los adultos entre 18 y 64 años que se encuentran inmersos en el proceso de puesta en marcha de un negocio o empresa, del cual van a poseer parte o todo, y/o que son propietarios gerentes de un negocio o empresa joven. Esta definición incluye el autoempleo.

Etapas del proceso emprendedor:

Concepción: Primera etapa del proceso. Representa el salto desde la intención emprendedora a la actividad emprendedora.

Nacimiento: Etapa intermedia entre empresas nacientes y empresas nuevas distinguiéndose a emprendedores que todavía no han pagado salarios (nacientes) de los que ya se encuentran dentro del proceso emprendedor con menos de 42 meses de actividad (nuevos). Permite calcular el ratio más comúnmente utilizado en el proyecto GEM, índice TEA.

Consolidación: Última etapa del proceso. Permite analizar la persistencia de las iniciativas, englobando aquellas que tienen más de 42 meses de actividad. En esta fase se puede analizar el abandono de los negocios, por cese o traspaso, así como las causas del mismo.

3.2. Emprendedores potenciales en Castilla-La Mancha

GEM mide la prevalencia de la intención emprendedora con el porcentaje de población adulta que tiene intención de emprender un negocio o autoempleo en los próximos 3 años. Al no contar para Castilla-La Mancha con los datos de años anteriores no podemos saber si la mayor promoción del emprendimiento por parte de las administraciones públicas, la formación en este campo y la mayor atención por parte de los medios de comunicación ha contribuido a la mejora de la aceptación social y la imagen de la carrera de emprendedor y, en última instancia, al incremento de este indicador de intención emprendedora.

En el año 2012 el 10,6% de la población adulta de Castilla-La Mancha tiene intención de emprender en los próximos años. Comparando este valor con el del ámbito nacional nos encontramos por debajo, ya que el 12% de la

población adulta de España puede ser considerada como emprendedor potencial de acuerdo con la metodología seguida en el proyecto GEM, esto es 3.700.000 millones de españoles entre 18 y 64 años está planteándose emprender. Esta tasa ha ido creciendo desde el año 2009 de manera continua con una variación acumulada de 2009 a 2012 del 118%.

3.3. Índice de actividad emprendedora: naciente y nueva

En la tabla 3.1. se recoge el índice TEA en 2012 y 2011 en Castilla-La Mancha y en España, es decir el número total de iniciativas emprendedoras –nacientes y nuevas-, considerando iniciativas emprendedoras todas aquellas iniciativas empresariales, incluidas las de autoempleo, que se ponen en marcha en cualquier sector y que tienen menos de 3 años y medio de vida. El valor alcanzado por este índice en Castilla-La Mancha es de 5,6% en 2012, lo que supone un leve decrecimiento con respecto al año anterior (5,8%).

Elevando esta tasa a la población de Castilla-La Mancha de 18 a 64 años reportada por el INE para el año 2012 (1.348.805 personas) se estima que el número de iniciativas empresariales y de autoempleo en fase inicial de creación y desarrollo es aproximadamente 75.533.

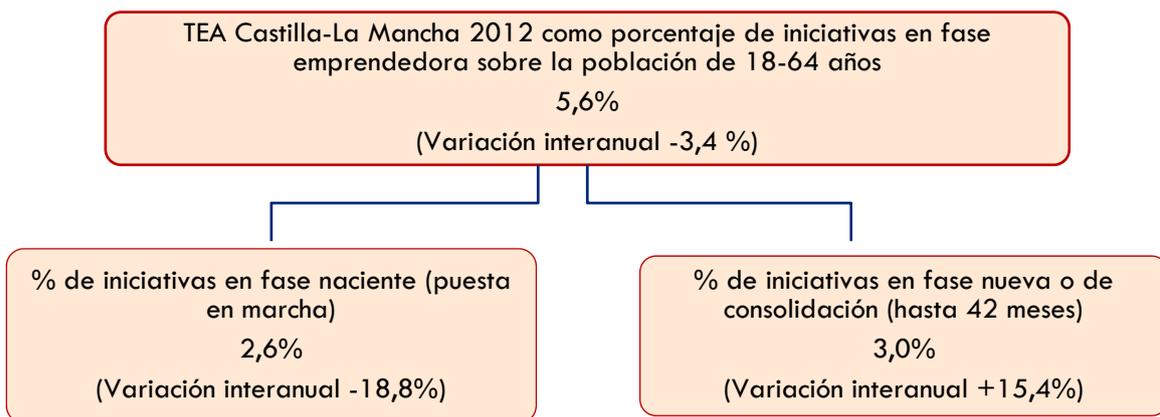
Del total de iniciativas emprendedoras el reparto entre nacientes y nuevas nos indica que 2,6% están todavía sin implantar totalmente –nacientes- y 3% son iniciativas ya puestas en marcha y con menos de 42 meses de antigüedad –nuevas-.

Siguiendo el procedimiento de elevación de la tasa de nacientes y nuevas a la población joven de Castilla-La Mancha, como el anteriormente realizado para el conjunto de todas las iniciativas podemos estimar que las nacientes son aproximadamente 35.069 y las nuevas 40.464 iniciativas.

Tabla 3.1. Evolución de la Tasa de Actividad Emprendedora en Castilla-La Mancha y en España

	2012		2011	
	CLM	España	CLM	España
TEA	5,6	5,7	5,8	5,8
TEA naciente	2,6	3,3	3,2	3,3
TEA nueva	3,0	2,4	2,6	2,5

Figura 3.2. Tasa de Actividad Emprendedora en Castilla-La Mancha: Nacientes y Nuevas



La variación en la tasa de emprendedores nacientes es negativa, esto es se ha reducido el número de iniciativas que han desarrollado en los últimos 12 meses alguna actividad concreta para crear una empresa (elaboración del plan de empresa, búsqueda de financiación, establecimiento del equipo inicial u otra relacionada con la puesta en marcha de un negocio) es negativa lo que nos indica una caída del 18,8% con respecto al año anterior.

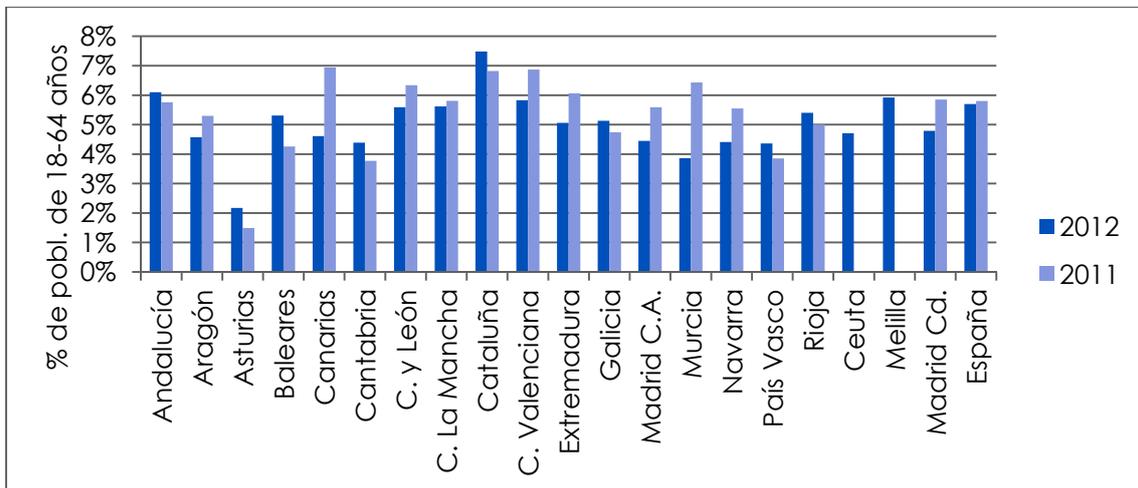
Contrarrestando la variación en la tasa de emprendedores nacientes, la tasa de iniciativas nuevas, es decir de aquellas que vienen realizando operaciones económicas desde hace menos de 3 años y medio es de 15,4%. Este

incremento con respecto a 2011 puede estar reflejando la continuidad de las iniciativas nacientes del ejercicio anterior.

3.4. Perspectiva comparada de la actividad emprendedora regional en España: Naciente y Nueva

Si comparamos la TEA de Castilla-La Mancha en 2012 con la del resto de regiones podemos observar que ocupa el quinto puesto detrás de Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana y Melilla, encontrándose muy cerca de la media de España. En el gráfico 3.1 se puede observar los valores alcanzados en las diferentes regiones en 2011 y 2012.

Gráfico 3.1. Distribución regional de actividad emprendedora TEA



Para mostrar la desagregación de la TEA se han elaborado el gráfico 3.2 y 3.3 para las iniciativas emprendedoras nacientes y para aquellas nuevas con menos de 3 años y medio de actividad, respectivamente.

Gráfico 3.2. Distribución regional de la actividad emprendedora: Naciente

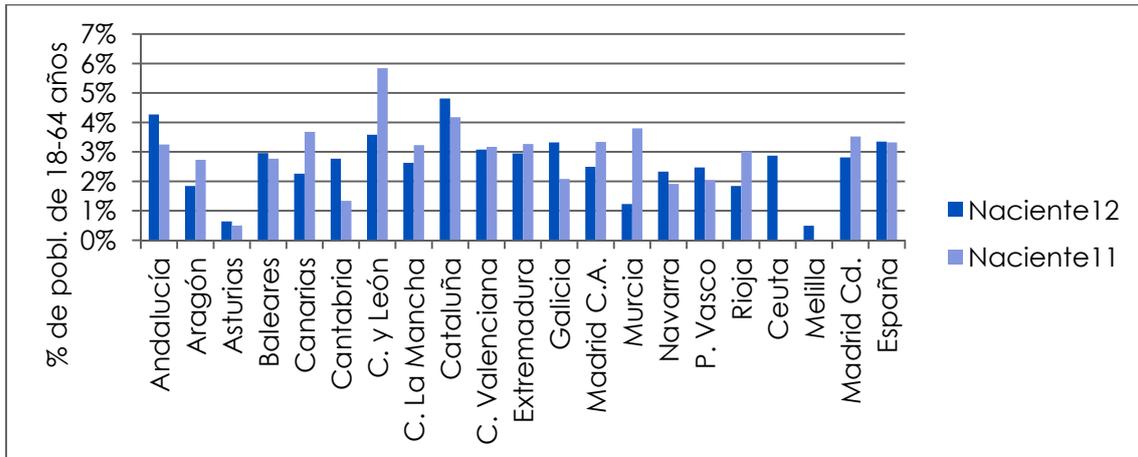
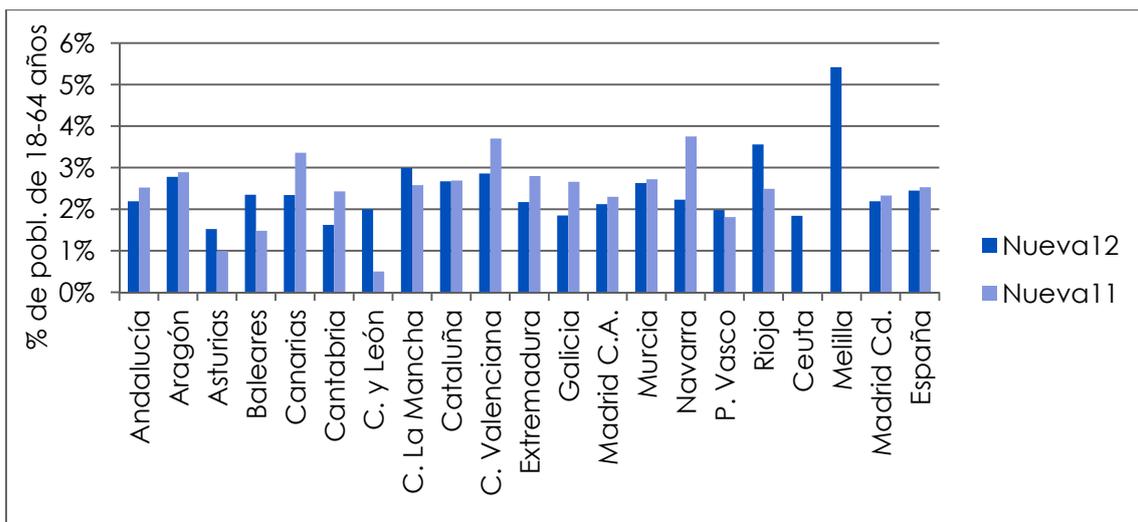


Gráfico 3.3. Distribución regional de la actividad emprendedora: Nueva



3.5. Personas involucradas en la creación de empresas

En los apartados anteriores hemos estado realizando estimaciones del número de iniciativas emprendedoras –nacientes y nuevas- y no del número de emprendedores de la región de Castilla-La Mancha. Dado que muchas de las iniciativas son puestas en marcha por un equipo formado por varias personas el número de emprendedores estimado está por encima del número de iniciativas. Por esta causa incluimos este apartado en el que se realiza una estimación del número de emprendedores a partir del número de propietarios de las iniciativas.

En la tabla 3.2. se muestra la distribución de los casos según el número de emprendedores implicados en la iniciativa:

Tabla 3.2. Distribución de las iniciativas emprendedoras incipientes según el número de emprendedores

Nº socios	Iniciativas nacientes	Iniciativas nuevas
1	55,7%	60,0%
2	29,7%	30,0%
3	11,4%	3,3%
4	3,2%	3,3%

A partir de los porcentajes observados y de la estimación de iniciativas nacientes y de iniciativas nuevas hemos estimado que el número total de emprendedores en Castilla-La Mancha es aproximadamente 121.590, de los cuales, 56.846 están involucrados en proyectos nacientes y 64.744 son emprendedores que ya han realizado operaciones económicas aunque su proyecto lleva en marcha menos de 42 meses.

3.6. Tasa de actividad empresarial consolidada

La actividad consolidada en Castilla-La Mancha se ha incluido para poder tener una imagen completa de toda la dinámica empresarial. Según la metodología GEM se estima la tasa de actividad consolidada sobre la población de Castilla-La Mancha de 18 a 64 años de edad como el porcentaje de propietarios de negocio, incluyendo el autoempleo, cuya información indica que llevan más de 42 meses operando en el mercado.

Nuevamente debemos advertir que al no contar con los datos del año 2011 no podemos obtener conclusiones acerca de la evolución de dicho indicador. En el año 2012 la tasa de actividad consolidada en Castilla-La Mancha es de 9,9%, valor superior al equivalente en España -8,7%-.

El porcentaje obtenido de las observaciones nos permite, elevándolo a la población estimar el número de emprendedores consolidados que es de 133.532, o bien estimarlo a través del siguiente intervalo (128.001 139.062) para un error muestral de $\pm 0,41\%$.

La evolución que se ha seguido en España del indicador pone de manifiesto el efecto que la crisis está provocando en la actividad empresarial, de forma que la reducción de la tasa de actividad empresarial consolidada ha decrecido debido a los abandonos y a que iniciativas nuevas no llegan a consolidarse.

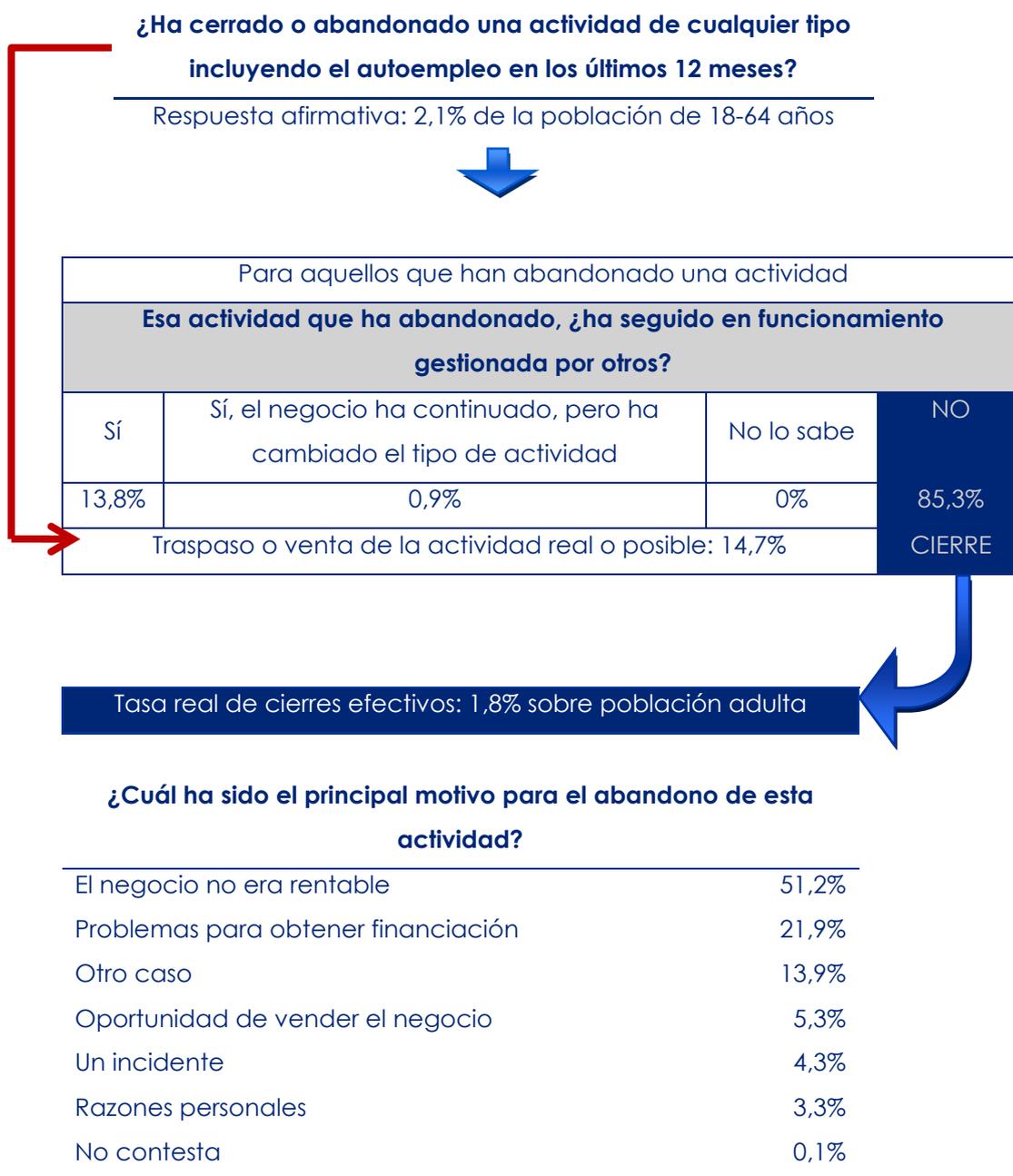
3.7. Proceso de Abandono

Para poder tener una visión completa de la dinámica emprendedora en la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha debemos incluir en el análisis el abandono de las actividades empresariales iniciadas o consolidadas. Además, se debe tener en cuenta que en muchas ocasiones el abandono de la actividad empresarial por parte de un individuo no tiene porqué suponer el cierre del negocio, sino que, las medidas incluidas en el proyecto GEM permiten contemplar los casos de traspaso de negocios o ventas.

Este tratamiento detallado de la información sobre el abandono nos permite obtener la tasa real de cierres efectivos. Así, tal y como se muestra en la figura 3.3, aunque el 2,2% de la población adulta ha abandonado o cerrado una actividad empresarial, la tasa efectiva de cierre en Castilla-La Mancha es de 1,8% frente a la de 1,55% de España.

En cuanto a la motivación principal del abandono se encuentra la falta de rentabilidad del negocio y en segundo lugar la falta de financiación. Aunque los emprendedores de Castilla-La Mancha coinciden con la media en España en los tres principales motivos de abandono, la falta de financiación se señala por los emprendedores castellano manchegos -21,9%- con mayor frecuencia que por el emprendedor medio en el ámbito nacional -6,9%-.

Figura 3.3. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales en la población de 18-64 años



El análisis comparativo nos permite ver cómo, si bien el porcentaje de población que ha cerrado su actividad empresarial en los últimos 12 meses es el mismo en España que en Castilla-La Mancha, el porcentaje de cierre efectivo es mayor debido a que existen menos traspasos y ventas, quizás por la

dificultad de realizar la transferencia de negocios poco rentables. Esto se traduce en una tasa real de cierres efectivos más alta en Castilla-La Mancha.

4.1. Introducción

El capítulo 3 ha tenido como propósito fundamental presentar la situación de la Comunidad Autónoma de Castilla-La Mancha en términos de la creación de empresas a través del cálculo de distintos indicadores de la actividad emprendedora de acuerdo con la metodología del observatorio. Dicho capítulo ha permitido concluir que Castilla-La Mancha tiene una situación equivalente al resto de regiones del territorio español, incluso podemos señalar que según los datos de 2012 tienen una posición favorable en lo que se refiere a la tasa de emprendimiento en iniciativas nuevas, aquellas iniciadas en los últimos 3 años y medio.

El objetivo de este tercer capítulo es avanzar en la comprensión de la actividad emprendedora a través del estudio de su origen. El proyecto GEM proporciona información acerca de las motivaciones que llevan a los emprendedores a montar su negocio y el objeto de este capítulo es precisamente ese, presentar los resultados del análisis de cuáles son las motivaciones más relevantes para los emprendedores a la hora de comenzar una actividad en el periodo de la realización del estudio (2012).

Las razones para el emprendimiento son agrupadas en torno a tres categorías: oportunidades, amenazas, o situaciones mixtas. Dicho en otros términos, divide dichos motivos entre aquellos que tienen que ver con el aprovechamiento de una oportunidad de negocio y los que hacen que la nueva empresa se cree por necesidad, probablemente derivada de la ausencia de otras alternativas (Figura 4.1).

Si entramos en el detalle de la fase del proceso de creación en la que se encuentra (tabla 4.1.) observamos que el porcentaje de emprendedores que se han visto motivados por la existencia de una oportunidad es mayor entre aquellos que se encuentran en la etapa más temprana –naciente-. Por otra parte, las iniciativas emprendedoras que se encuentran consolidadas presentan en menor porcentaje la motivación de la necesidad como

impulsora de su iniciativa. Esto puede ser debido al empeoramiento en la situación general de la economía que ha obligado a parte de la población a convertirse en los suministradores de su propio empleo a través de la puesta en marcha de nuevas empresas, que se encuentran en fase naciente o en los primeros meses de vida.

Figura 4.1. Distribución de la actividad emprendedora total 2012 en Castilla-La Mancha en función de la motivación principal y de los motivos secundarios.

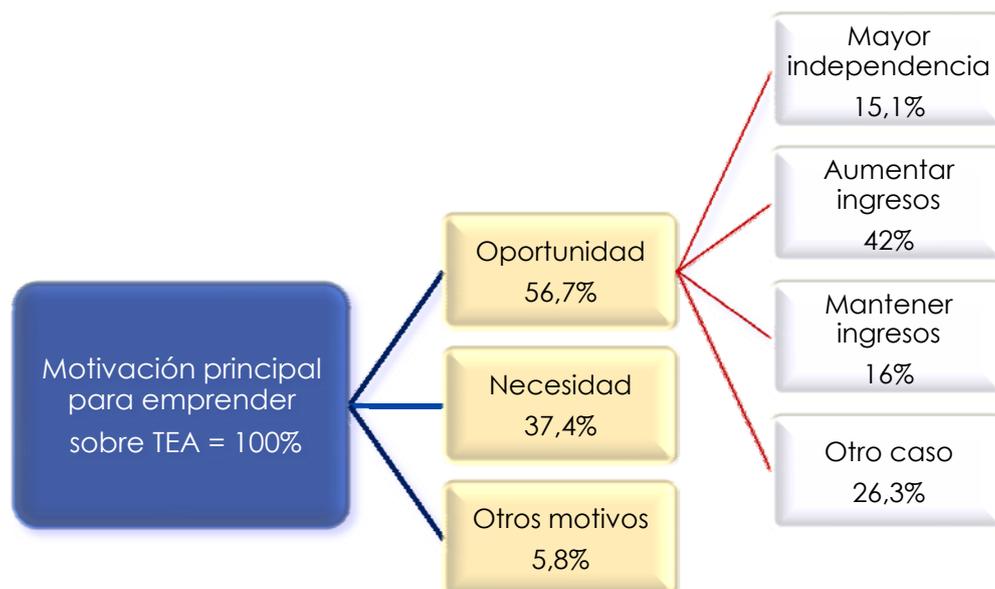
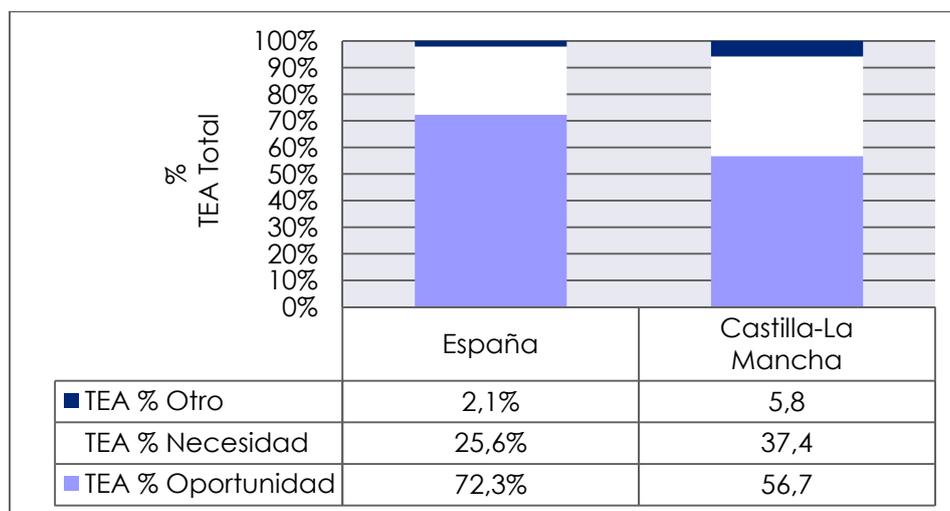


Tabla 4.1. Distribución de iniciativas emprendedoras en función de su fase y motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población castellano manchega de 18-64 años)

Motivación principal	Estado de la iniciativa emprendedora			
	Naciente	Nueva	TEA	Consolidadas
Oportunidad pura	43,6%	40,3%	41,9%	38,5%
Mixtas	16,3%	20,3%	18,4%	38,0%
Necesidad	40,2%	39,4%	39,8%	23,5%
Total	2,6%	3,0%	5,6%	9,9%

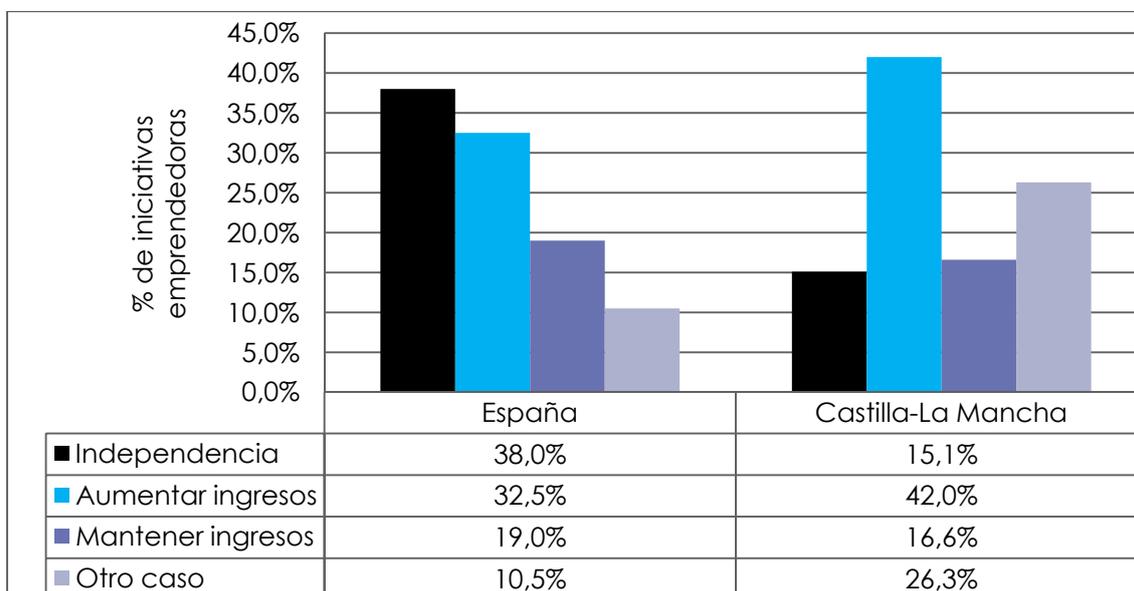
Gráfico 4.1. Tasa total de actividad emprendedora en función de su principal motivación. Comparación España y Castilla-La Mancha



Además de la motivación principal, la recogida de datos incluye cuestiones acerca de las motivaciones secundarias que complementan la principal. Intentando dar una imagen más clara de qué lleva a los emprendedores castellano-manchegos a iniciar una actividad empresarial más allá de la detección de una oportunidad se muestra en el gráfico 4.2 cuáles han sido las motivaciones señaladas. Se incluyen los datos de España y detectamos que la distribución de las motivaciones presenta un patrón diferente.

En Castilla-La Mancha el primer motivo complementario al aprovechamiento de una oportunidad que se señala es el incremento de ingresos (10 puntos porcentuales por encima de la frecuencia de los emprendedores en España). En España el primer motivo que aparece como complementario es la obtención de independencia, el cual se queda en último lugar en los señalados en Castilla-La Mancha.

Gráfico 4.2. Distribución de las motivaciones que complementan el aprovechamiento de una oportunidad para emprender. Comparación España y Castilla-La Mancha



La población que se ha visto involucrada en el proceso de creación de empresas lo ha hecho principalmente por la detección de una oportunidad, aunque en un porcentaje muy por debajo de la media española (56,7% frente a 72,3%). Esto puede ser debido a que existen menos oportunidades en la región que en otros territorios para invertir en actividades empresariales; a que la población de Castilla-La Mancha tiene una menor capacidad para la percepción de las mismas o bien que la crisis económica ha afectado a la destrucción de empleo de una forma más dura en Castilla-La Mancha que en otras regiones de España y ha provocado que personas profesionales y cualificadas se vean "obligadas" a crear su propio empleo, señalando de esta forma la motivación de necesidad con mayor frecuencia que la población del resto de España (37,4% frente a 25,6%).

5.1. Introducción

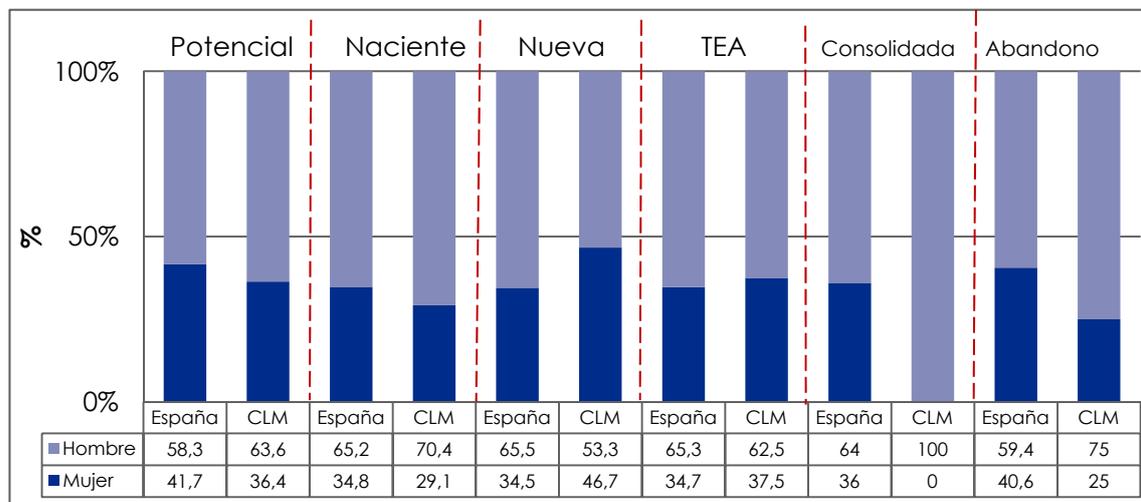
En este capítulo presentamos el perfil medio de las personas involucradas en el proceso de creación de empresas que han contestado al cuestionario GEM en el año 2012.

A continuación, intentando dar un perfil socio-económico del emprendedor castellano-manchego, se analizan las siguientes características: el género, el nivel de estudios, la posesión de formación específica para emprender, el nivel de renta, el tamaño medio del hogar, el estatus laboral y el origen del mismo para terminar dando un perfil medio del emprendedor de Castilla-La Mancha.

5.2. Género

En el gráfico 5.1 se muestra la distribución de género de las iniciativas emprendedoras en las diferentes fases del proceso: emprendedor potencia, naciente, nueva, consolidada o abandonada.

Gráfico 5.1. Distribución de género en las distintas fases del proceso emprendedor. Comparación España y Castilla-La Mancha

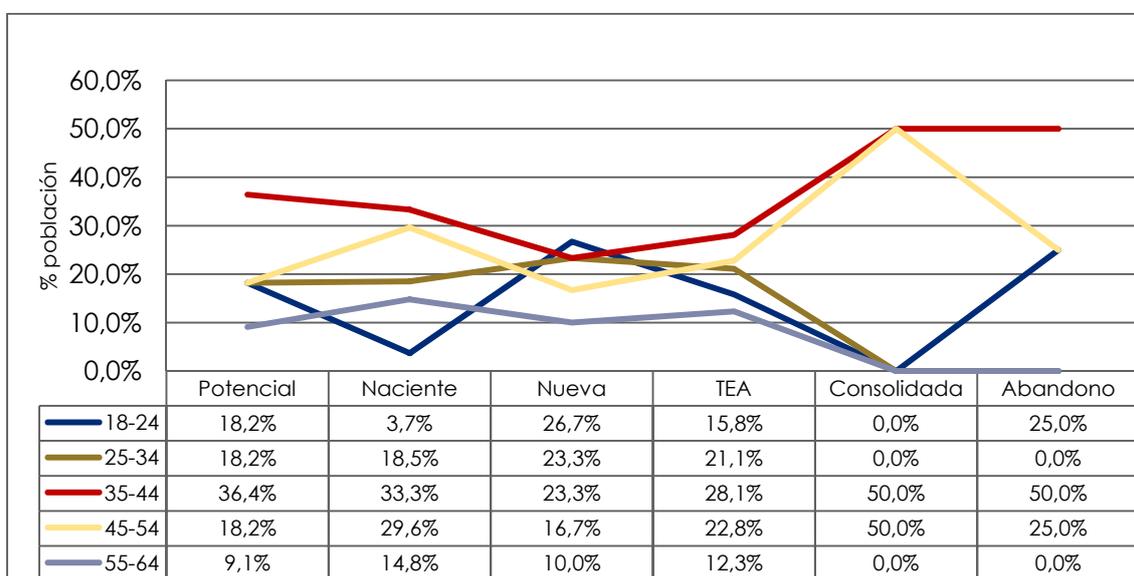


Los datos de género en Castilla-La Mancha para el año 2012 muestran que la participación de los dos sexos de las personas involucradas en el proceso emprendedor no es paritaria en ninguna de las fases, siendo totalmente masculina la tasa en empresas consolidadas. No obstante se debe destacar la participación en la población de potenciales emprendedores en la que las mujeres suponen el 36,4% y en emprendedores nuevos el reparto de género se acerca a una situación de paridad alcanzando las mujeres casi el 47%. Si las empresas nuevas de mujeres consiguen consolidarse se podrá ir eliminando el sesgo masculino en las fases posteriores de emprendimiento.

La comparación de distribución por sexo de España y Castilla-La Mancha es muy similar en todas las etapas del proceso, salvo en las empresas consolidadas en las que no hay representación femenina.

5.3. Edad

Gráfico 5.2. Distribución de la población emprendedora de Castilla-La Mancha por edades y fases del proceso emprendedor



En el gráfico 5.2 mostramos la participación de la población en las diferentes fases del proceso emprendedor por edades en la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha. De esta figura se puede extraer que los emprendedores potenciales se encuentran en mayor medida en el segmento de edad de 35 a 44 años, siendo la participación más baja la de la población de mayor edad.

En la fase de emprendedor naciente nuevamente son los de 35 a 44 los que presentan una mayor frecuencia seguidos de los de 45 a 54. En esa fase la población más joven (18-24 años) presentan el porcentaje más bajo (3,7%) dato que se ve compensado en la siguiente etapa del proceso en la que son los más jóvenes los que alcanzan la mayor representación (26,7%).

Los datos de las primeras fases del proceso –nacientes y nuevas- nos llevan a observar que en la etapa de emprendimiento se produzca una convergencia entre las diferentes edades presentando una escasa dispersión en la distribución por edades.

Las dos últimas etapas del proceso de emprendimiento –consolidación y abandono- presentan una alta correlación con la edad, de forma que son los tramos de población con edad de 35 a 55 años los que representan a los emprendedores consolidados de la muestra de Castilla-La Mancha al igual que ocurre en los abandonos aunque en esta etapa también participan los emprendedores más jóvenes.

En el gráfico 5.3 se presenta la distribución de la edad en las distintas fases del proceso emprendedor comparando los datos de España y Castilla-La Mancha.

Gráfico 5.3. Distribución de la edad en las distintas fases del proceso emprendedor. Comparación España y Castilla-La Mancha

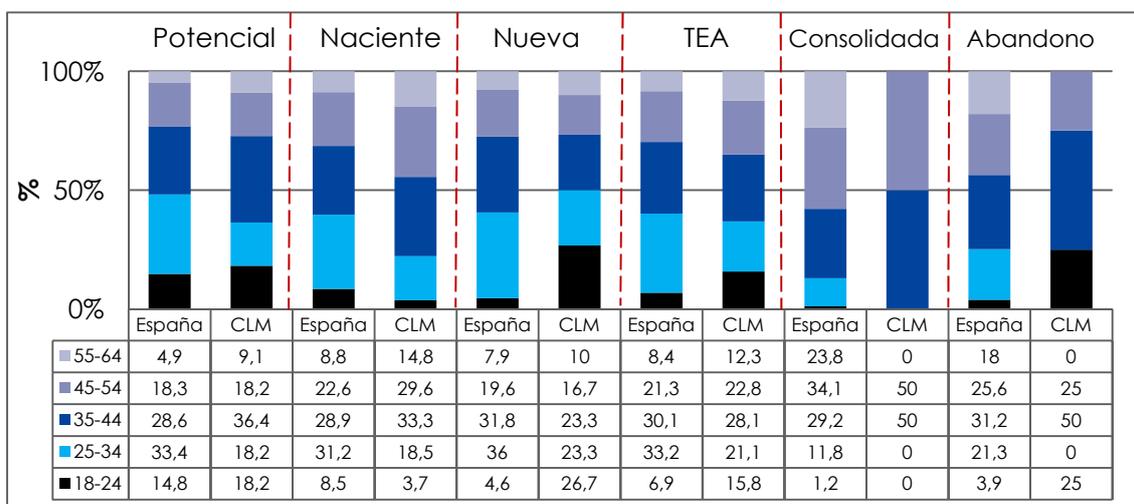
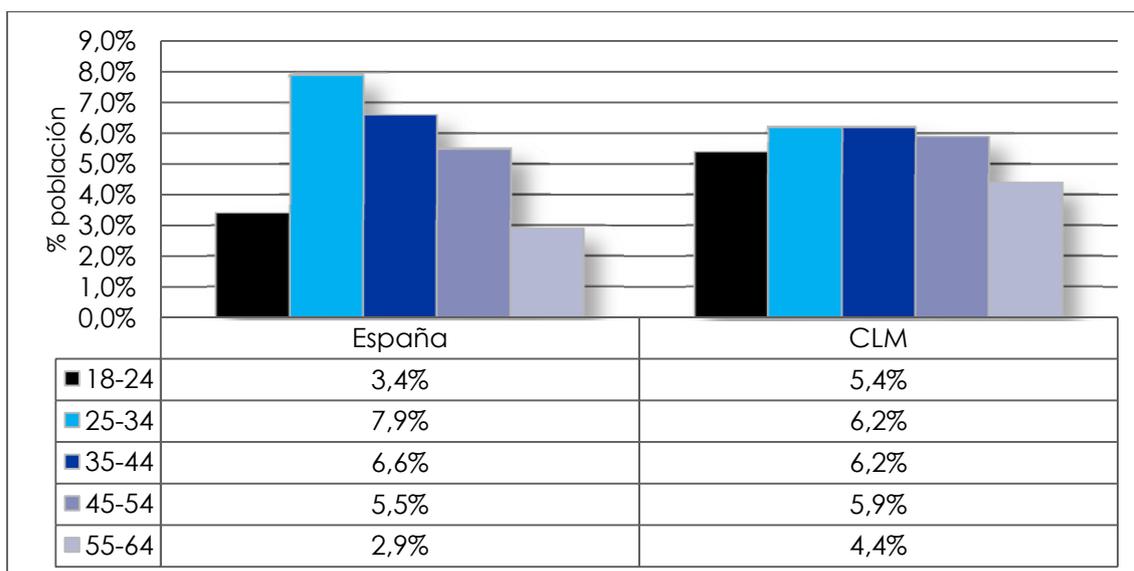


Gráfico 5.4. Tasa de Actividad Emprendedora de cada grupo de edad en España y en Castilla-La Mancha

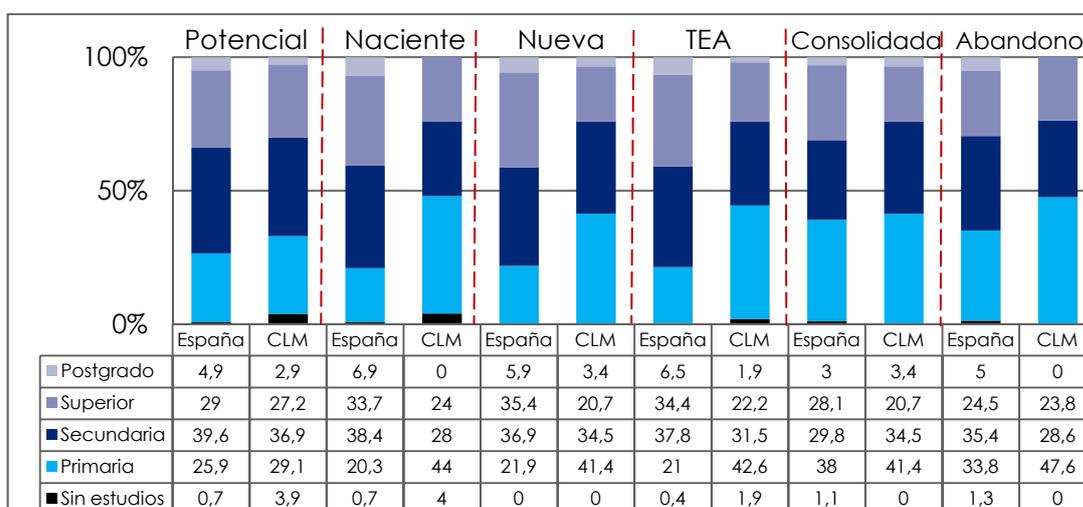


En el gráfico 5.4 se presenta la tasa de actividad emprendedora de cada grupo de edad para España y para Castilla-La Mancha. En ésta podemos detectar cómo la tasa de actividad emprendedora en Castilla-La Mancha es mayor en los tramos de edad centrales de 25 a 44 años. De forma similar, en España se alcanzan las mayores tasas en los citados tramos aunque la mayor TEA se obtiene en personas más jóvenes, esto es, en el intervalo de edad de 25 a 34 años. Además, la dispersión de la TEA en Castilla-La Mancha es menor que en España lo que nos está indicando que en la región no existen grandes diferencias en la propensión a emprender por edades.

5.4. Nivel de estudios

En el gráfico 5.5 se presenta la distribución del nivel de estudios en las distintas fases del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha y en España. El nivel de formación que predomina en la población de Castilla-La Mancha en la fase potencial es el nivel de enseñanza secundaria mientras que en el resto de fases, desde la fase naciente y nueva hasta la consolidada y abandono son los estudios primarios. Esto indica que la formación de los emprendedores regionales es de nivel inferior a la de los emprendedores españoles en los cuales la enseñanza secundaria es el nivel más frecuente en todas las fases del proceso.

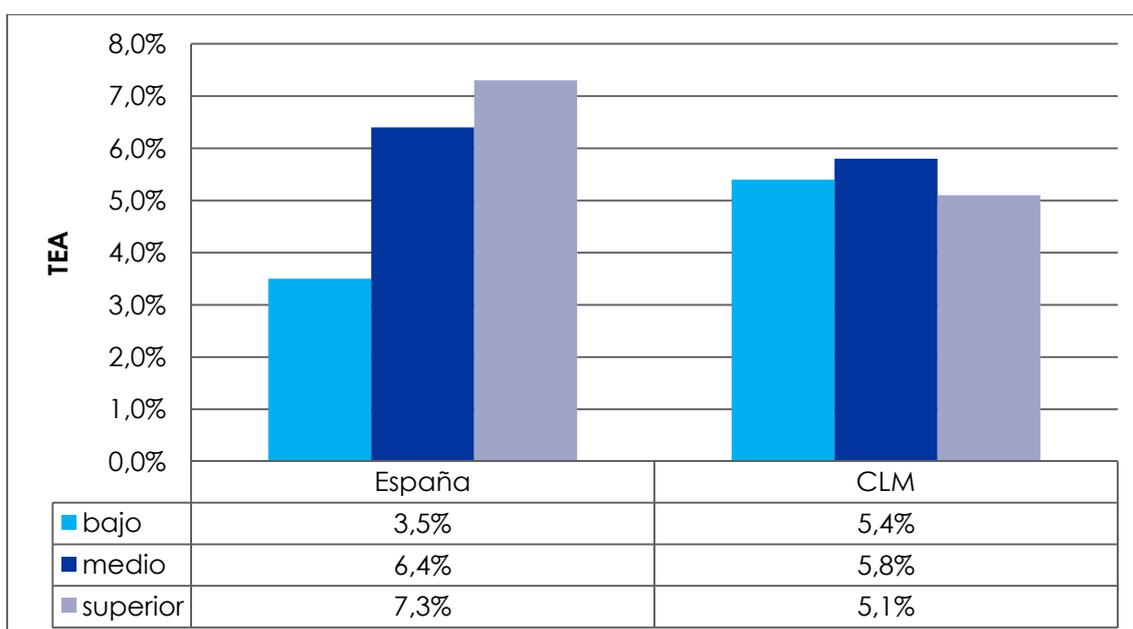
Gráfico 5.5. Distribución del nivel de estudios en las distintas etapas del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha y en España



Si distinguimos tres niveles de formación: alto, medio y bajo podemos representar la tasa de actividad emprendedora para España y Castilla-La Mancha en la siguiente figura –figura 5.1.–

No observamos el mismo patrón que en España en la relación entre formación y la tasa de actividad emprendedora. Si bien en España se observa que aumenta con el nivel de formación en Castilla-La Mancha no es así.

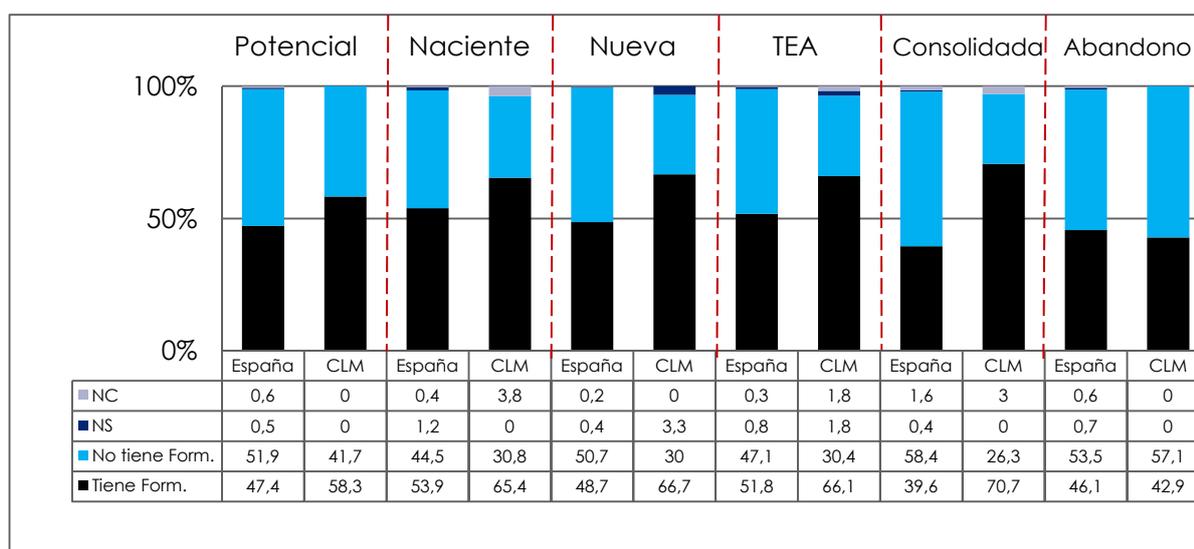
Figura 5.1. Tasa de Actividad Emprendedora por nivel de educación



5.5. Posesión de formación específica para emprender

En el gráfico 5.6 se presenta la distribución de la población de emprendedores de Castilla-La Mancha y España de la posesión de formación específica para el emprendimiento. En el caso de las personas involucradas en el emprendimiento en Castilla-La Mancha más del 50% tienen formación específica en este ámbito en todas las fases del proceso excepto en la fase de abandono. Dichos porcentajes son superiores a los correspondientes en la población Española.

Gráfico 5.6. Distribución de la posesión de formación específica para emprender entre los individuos involucrados en las distintas fases de emprendimiento. Comparación España y Castilla-La Mancha



5.6. Nivel de renta

En la tabla 5.1 mostramos la distribución del nivel de renta de las personas involucradas en las distintas fases del proceso emprendedor.

Tabla 5.1. Nivel de renta en las diferentes fases del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha

		Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono
Nivel de renta	≤ 10.000€	19,4%	22,2%	0,0%	11,8%	14,3%	50,0%
	10.001-20.000€	29,9%	22,2%	43,8%	32,4%	42,9%	16,7%
	20.001-30.000€	25,4%	16,7%	25,0%	20,6%	19,6%	25,0%
	30.001-40.000€	13,4%	22,2%	25,0%	23,5%	10,7%	8,3%
	40.001-60.000€	9,0%	16,7%	6,3%	11,8%	7,1%	0,0%
	60.001-100.000€	3,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	0,0%
	>100.000€	0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	0,0%
Tercio	Tercio inferior	19,4%	22,2%	0,0%	11,8%	14,3%	50,0%
	Tercio medio	29,9%	22,2%	43,8%	32,4%	42,9%	16,7%
	Tercio superior	50,7%	56,1%	56,3%	55,9%	42,9%	40,8%

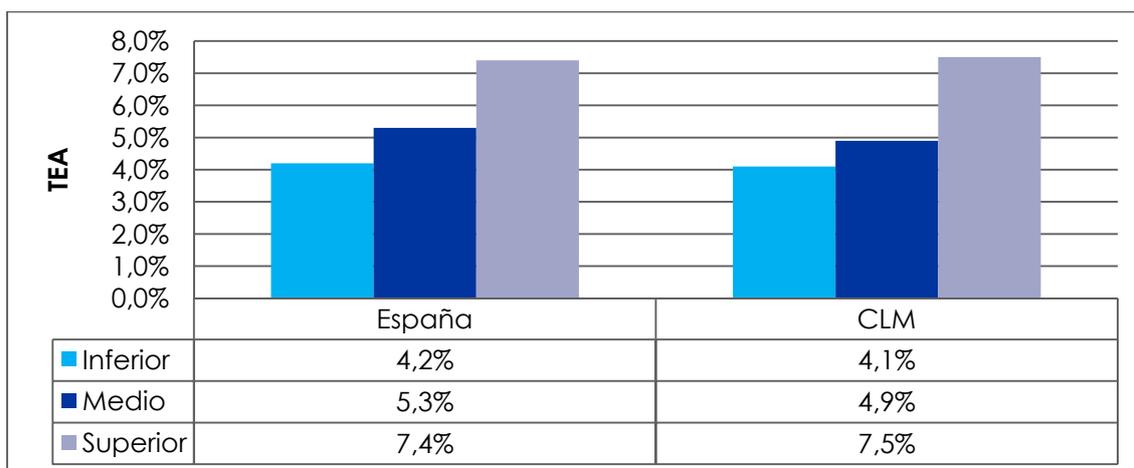
Tabla 5.2. Nivel de renta en las diferentes fases del proceso emprendedor en España

		Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono
Nivel de renta	≤ 10.000€	18,9%	12,7%	9,2%	11,3%	11,7%	27,3%
	10.001-20.000€	33,9%	28,1%	27,2%	27,8%	28,9%	31,7%
	20.001-30.000€	21,2%	23,1%	20,2%	22,0%	21,5%	15,8%
	30.001-40.000€	11,9%	16,8%	20,8%	18,3%	14,1%	11,5%
	40.001-60.000€	8,4%	12,5%	15,6%	13,8%	12,6%	6,2%
	60.001-100.000€	4,1%	4,4%	3,8%	4,2%	7,5%	4,3%
	>100.000€	1,7%	2,3%	3,2%	2,7%	3,6%	3,1%
Tercio	Tercio inferior	18,9%	12,7%	9,2%	11,3%	11,7%	27,3%
	Tercio medio	33,9%	28,2%	27,2%	27,8%	28,9%	31,8%
	Tercio superior	47,1%	59,1%	63,6%	60,9%	59,4%	40,8%

En la grafica 5.7 se recoge la tasa de actividad emprendedora de España y de Castilla-La Mancha de cada nivel de renta, distinguiendo tres niveles: alto, medio y bajo.

Observamos una relación directa entre la tasa de actividad emprendedora y el nivel de renta, son los niveles superiores los que manifiestan una mayor actividad emprendedora, tanto en España como en la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha.

Gráfico 5.7. Tasa de actividad emprendedora de cada nivel de renta



5.6. Tamaño medio del hogar

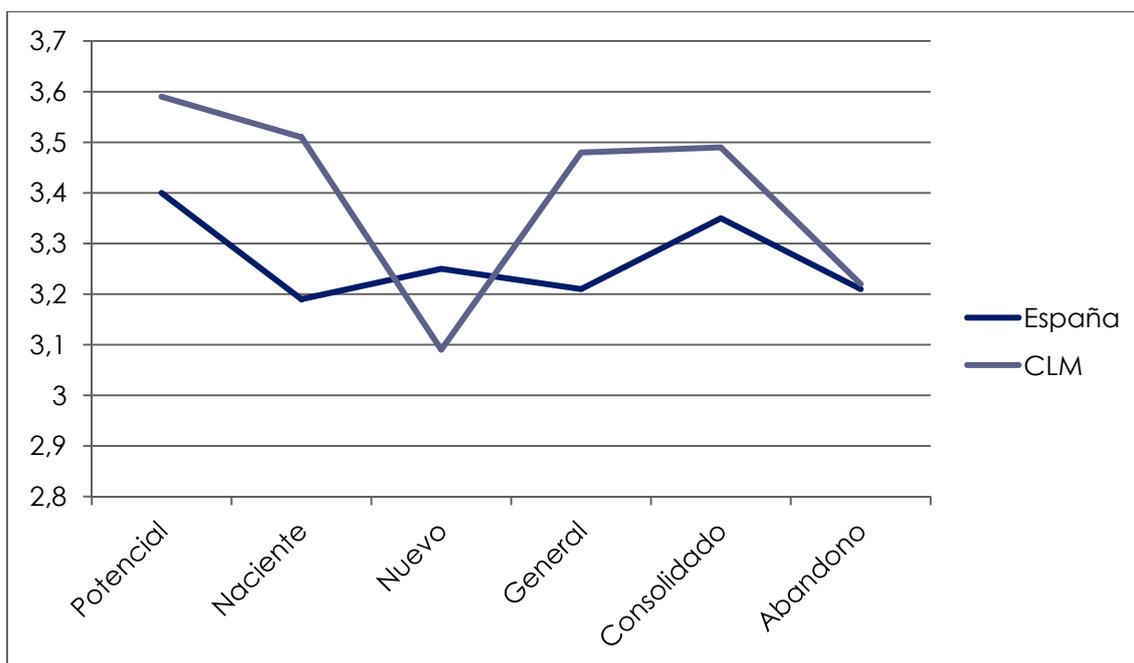
En la tabla 5.3 se muestra el tamaño medio de los hogares de los involucrados en la actividad emprendedora en cada una de las fases del emprendimiento para España y para Castilla-La Mancha.

Tabla 5.3. Tamaño medio del hogar en las distintas fases del proceso emprendedor. Comparación de España y Castilla-La Mancha

	Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono
España	3,40	3,19	3,25	3,21	3,35	3,21
CLM	3,59	3,51	3,09	3,15	3,49	3,22

El tamaño medio del hogar oscila entre 3,09 y 3,59 en Castilla-La Mancha, con una distancia máxima entre fases de 0,5, mientras que en España esa distancia es menor oscilando el tamaño del hogar de 3,19 a 3,40 (distancia máxima 0,21). Además no podemos establecer un patrón de la relación entre el tamaño del hogar y la etapa de emprendimiento.

Gráfico 5.8. Tamaño medio del hogar y Tasa de Actividad Emprendedora en España y Castilla-La Mancha



5.7. Situación laboral

A continuación se recoge la distribución de la variable situación laboral del emprendedor en cada una de las fases consideradas del proceso para España (Tabla 5.5) y para Castilla-La Mancha (Tabla 5.4) en el año 2012

Tabla 5.4. Situación laboral de la población emprendedora de Castilla-La Mancha

		Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono
situación laboral	T. completo o parcial	42,3%	73,1%	86,7%	80,4%	94,9%	28,6%
	Solo parcial	4,8%	3,8%	0,0%	1,8%	1,0%	4,8%
	Jubilado	1,0%	3,8%	0,0%	1,8%	0,0%	9,5%
	Labores de hogar	2,9%	0,0%	10,0%	5,4%	2,0%	4,8%
	Estudiante	19,2%	3,8%	0,0%	1,8%	1,0%	9,5%
	Paro u otro	29,8%	15,4%	3,3%	8,9%	1,0%	42,9%

Tabla 5.5. Situación laboral de la población emprendedora de España

		Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono
Situación laboral	T. completo o parcial	43,5%	66,5%	97,0%	79,0%	97,9%	39,9%
	Solo parcial	8,5%	4,5%	1,0%	3,1%	0,5%	4,6%
	Jubilado	1,8%	1,0%	0,0%	0,6%	0,3%	8,5%
	Labores de hogar	2,8%	1,8%	0,6%	1,3%	0,9%	6,7%
	Estudiante	10,6%	4,7%	0,0%	2,8%	0,1%	2,8%
	Paro u otro	32,7%	21,6%	1,4%	13,3%	0,3%	37,5%

Analizando las distintas situaciones laborales comparativamente en las dos áreas geográficas observamos que en las fases de emprendedores nuevos y consolidados el mayor porcentaje se encuentra con un trabajo a tiempo completo o parcial (86% y 97% para Castilla-La Mancha y España, respectivamente, en el caso de nuevas empresas y 94% y 97% para Castilla-La Mancha y España, respectivamente, en caso de empresas consolidadas).

Cuando se tienen en cuenta los emprendedores que se encuentran en paro o en otra situación, están involucrados en las etapas de emprendedores potenciales o en la etapa de abandono. Así, el 29,8% y el 32,7% en la etapa de emprendedores potenciales se encuentran en la citada situación laboral, en Castilla-La Mancha y en España y el 42,9% y el 37,5% han abandonado un negocio y se encuentran en paro u otra situación.

5.8. Origen del emprendedor

En la tabla 5.5 se presentan los datos acerca del origen del emprendedor en Castilla-La Mancha en cada una de las fases del proceso consideradas. La distribución entre los diferentes orígenes pone de manifiesto que los emprendedores de Castilla-La Mancha son mayoritariamente españoles, al igual que ocurre con el caso de los emprendedores en el ámbito nacional.

Tabla 5.5. Distribución del origen de la población emprendedora en Castilla-La Mancha

		Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono
Origen	Español	93,2%	92,3%	100,0	96,4%	95,0%	95,2%
	Régimen comunitario	6,8%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	4,8%
	NS/NC	0,0%	3,8%	0,0%	1,8%	1,0%	0,0%

5.9. Perfil medio de las personas involucradas en el proceso emprendedor en Castilla-La Mancha

A partir de la información recogida en los apartados anteriores podemos obtener un perfil medio del emprendedor en Castilla-La Mancha. En la tabla 5.6 se presenta un resumen de lo obtenido con los datos anteriores.

Tabla 5.6. Perfil medio del emprendedor de Castilla-La Mancha

	Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono
Género	Hombre					
Edad	33,82	42,62	35,5	40,01	40,01	40,20
Estudios	Secundaria	Primaria				
Formación emprender	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No
Renta	Alta	Alta	Alta	Alta	Media/Alta	Baja
Tamaño del hogar	3,59	3,51	3,09	3,15	3,49	3,22
Situación laboral	Trabaja	Trabaja	Trabaja	Trabaja	Trabaja	Paro
Origen	Español					

6.1. Introducción

En este capítulo del informe recogemos la descripción de los negocios resultantes del proceso emprendedor en Castilla-La Mancha. En concreto se incluyen las siguientes cuestiones: si los negocios nacientes y nuevos o consolidados están registrados, cuál es el sector de actividad en el que desarrollan su actividad principal, qué número de propietarios tienen las iniciativas emprendedoras y consolidadas, qué dimensión poseen según el número de empleados y cuál el potencial de crecimiento, a qué grado de competencia se enfrentan las nuevas empresas, si son empresas innovadoras en producto o servicio, si usan las nuevas tecnologías, cuál es el grado tecnológico del sector en el que operan y cuál es grado de internacionalización de las mismas.

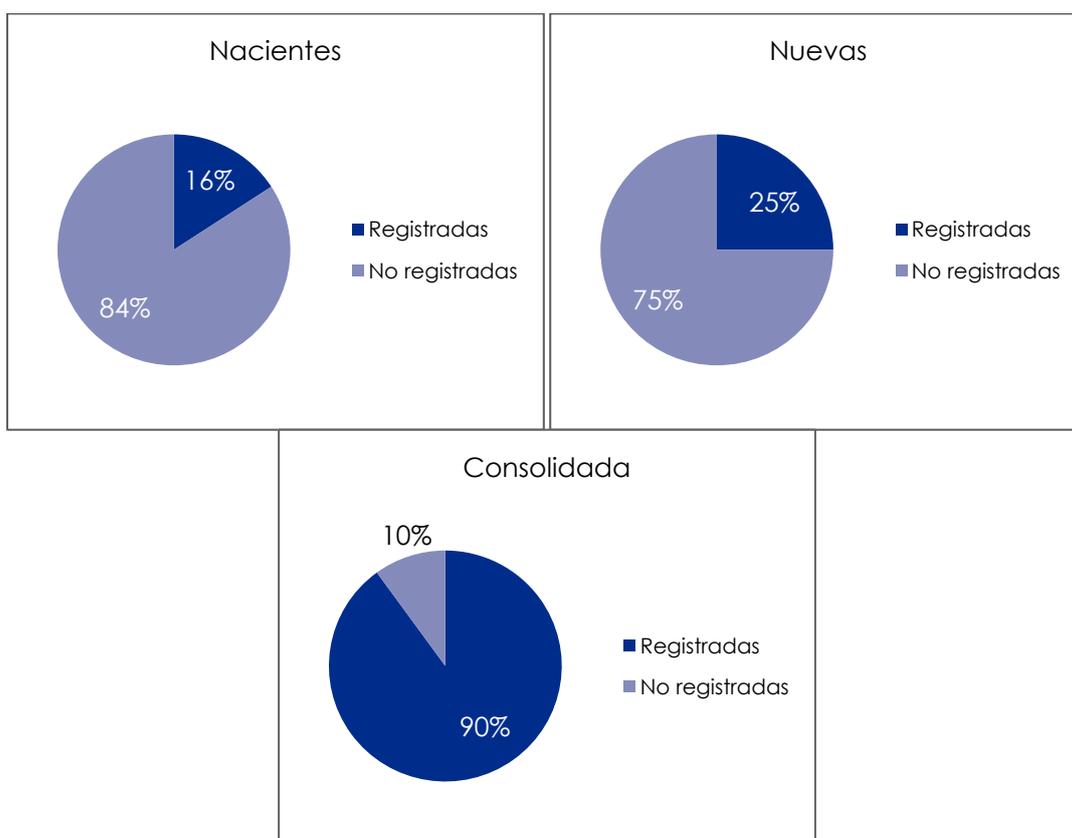
6.2. Registro empresarial

La primera característica que incluimos como descriptora de las actividades emprendedoras es si las iniciativas nacientes, nuevas o consolidadas se encuentran registradas en el Registro Mercantil. En la gráfica 6.1 se recoge el porcentaje de iniciativas registradas en Castilla-La Mancha en cada categoría considerada, entre las nacientes y las nuevas o consolidadas.

El porcentaje de empresas registradas es casi total en las empresas consolidadas, tan solo el 10% se encuentra en una situación "ilegal". Este porcentaje crece considerablemente cuando nos centramos en empresas en fases tempranas de creación, siendo el 84,2% de las nacientes y el 75% de las nuevas. Esto lleva a una situación en la que el registro no está representando los datos reales de la economía de Castilla-La Mancha y, en consecuencia, el recuento de iniciativas emprendedoras basadas en el registro mercantil infravalora las actividades generadas en la región. Por otro lado, se pone de manifiesto la necesidad de regularizar las empresas que están iniciando su andadura.

Esta situación no se verifica en el ámbito nacional. Los datos obtenidos para España muestran un porcentaje de iniciativas no inscritas en el Registro Mercantil mucho menor en todas las fases: naciente 64,5%, nueva 14,8% y consolidada 4%). La causa por la que en Castilla-La Mancha los emprendedores optan por la no inscripción en mayor medida es una cuestión a analizar para poder ponerle fin.

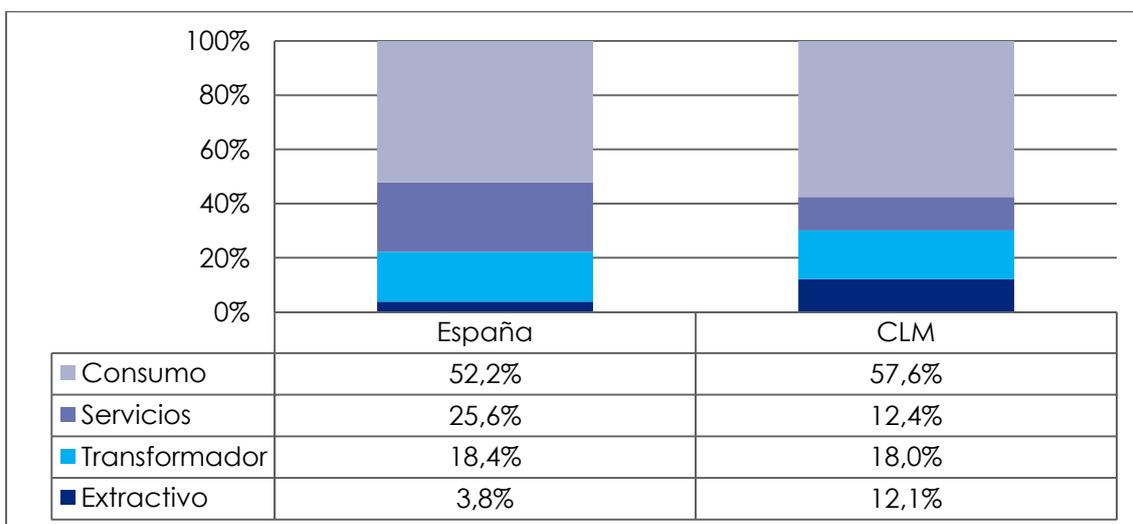
Gráfico 6.1. Registro de las iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha por estados de desarrollo de las iniciativas



6.3. Sector de Actividad de las iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha

En el gráfico 6.2 se muestra la distribución de las iniciativas emprendedoras según su actividad principal. En Castilla-La Mancha el 57,6% de las empresas nuevas se dedican a la fabricación de bienes de consumo, el resto de iniciativas están casi igualmente repartidas entre las otras tres actividades consideradas.

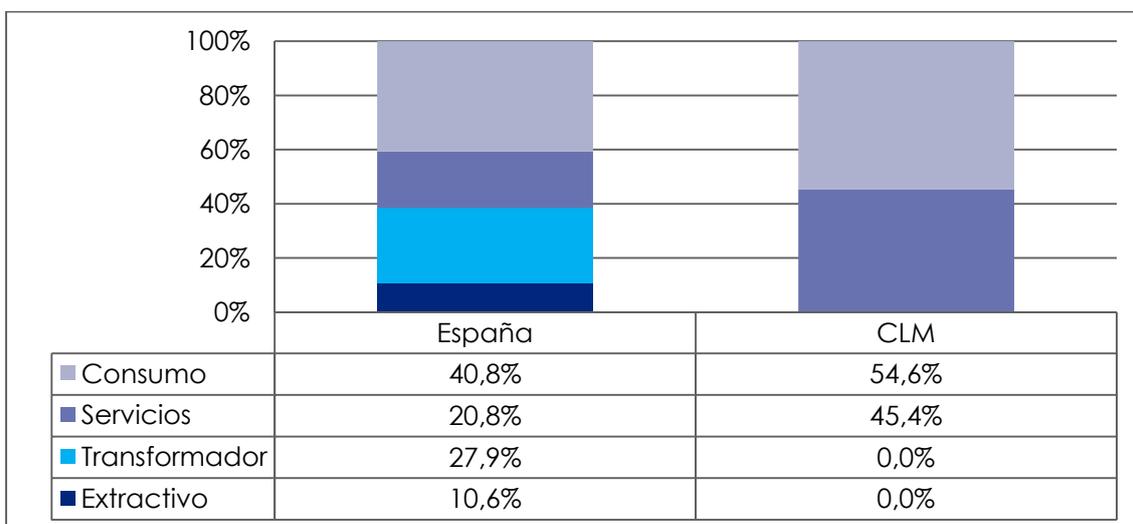
Gráfico 6.2. Sector de actividad de las iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha y en España



En España, al igual que en Castilla-La Mancha, el sector de bienes de consumo es también el que abarca la mayoría de las empresas seguido por el sector servicios, quedando la actividad extractiva con un porcentaje muy bajo (3,8%).

En el gráfico 6.3 se muestra la distribución de las empresas consolidadas según la actividad principal desarrollada en Castilla-La Mancha.

Gráfico 6.3. Sector de actividad de las iniciativas consolidadas en Castilla-La Mancha y en España



Se observa que la distribución cambia cuando analizamos las empresas consolidadas. En Castilla-La Mancha sigue obteniendo el mayor peso el sector de bienes de consumo seguido de cerca por el sector servicios (ni el transformador ni el extractivo se encuentran representados. En España, por el contrario se detecta una estructura más equilibrada en cuanto al reparto por sectores: consumo 40,8%, servicios (20,8%), transformador (27,9%) y extractivo (10,6%).

6.4. Número de propietarios de las iniciativas

En la tabla 6.1 mostramos los estadísticos descriptivos de la variable “número de propietarios” en cada una de las fases consideradas en las iniciativas emprendedoras: nacientes, nuevas y consolidadas.

Tabla 6.1. Número de propietarios según estado de la iniciativa

	Naciente	Nueva	Consolidada
Estadístico			
Media	1,62	1,79	1,55
Mediana	1,00	1,00	1,00
Moda	1,00	1,00	1,00
Desv. Típica	0,82	1,71	44,6
Mínimo	1,00	1,00	1,00
Máximo	4,00	10,00	5,00
Percentil 10	1,00	1,00	1,00
Percentil 90	3,00	3,00	3,00

Los datos recogidos en la tabla anterior ponen de manifiesto que las iniciativas suelen ser con mayor frecuencia promovidas por individuos (la moda es 1) y que, si bien aumenta el tamaño del equipo en la fase de nuevas iniciativas, vuelve a reducirse en la etapa de consolidación.

6.5. Dimensión de las iniciativas emprendedoras y potencial crecimiento

En este apartado incluimos la información sobre el número de trabajadores de las iniciativas emprendedoras y también de las consolidadas. Además, hacemos referencia al potencial que presentan de crecimiento en el futuro basándonos en la variable de empleo.

En el gráfico 6.4 se muestra la distribución de las empresas en fase emprendedora por segmentos de tamaño definidos por el número de empleados: sin empleo, de 1 a 5 empleados, de 6 a 19 empleados y más de 20 empleados. Se incluye la información de España y de Castilla-La Mancha.

Gráfico 6.4. Dimensión de las empresas en fase emprendedora en España y Castilla-La Mancha

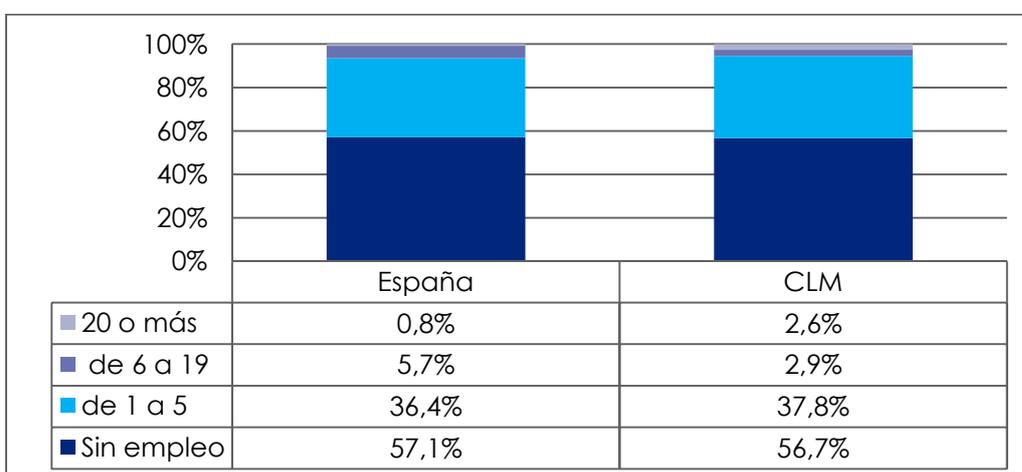
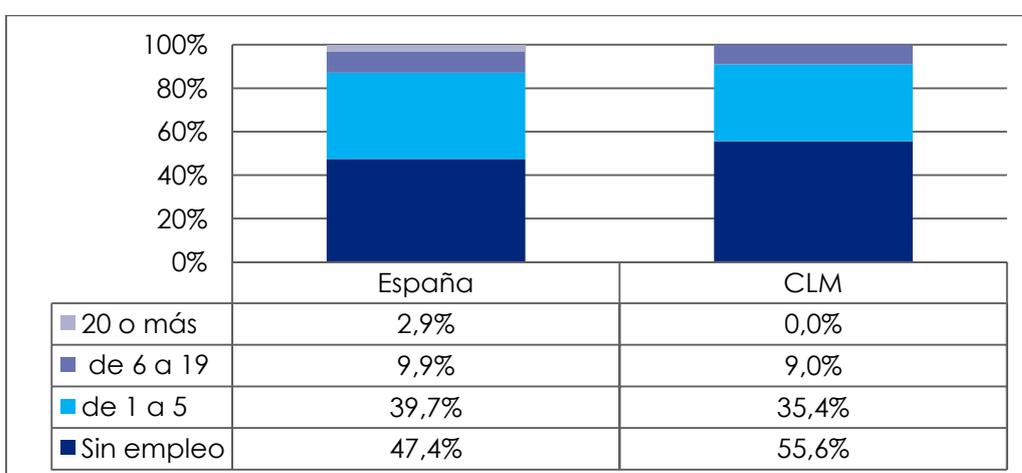


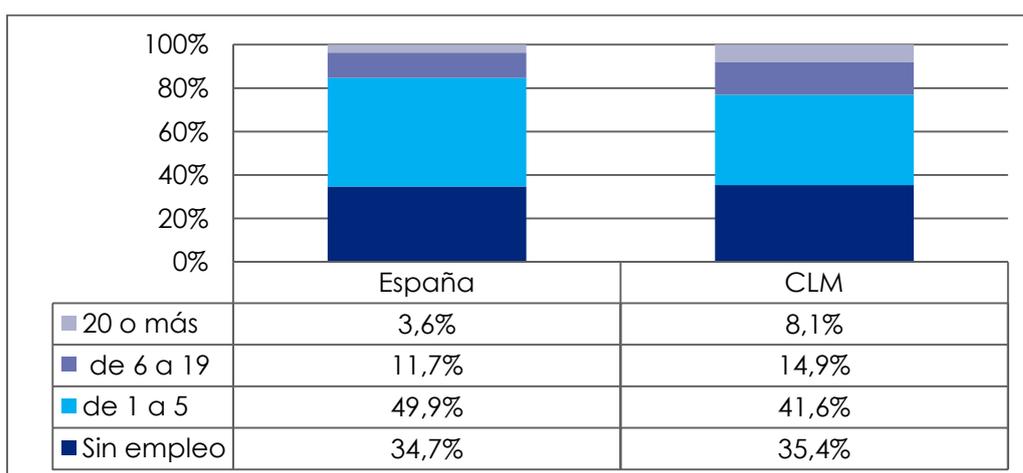
Gráfico 6.5. Dimensión de las empresas consolidadas en España y Castilla-La Mancha



La mayor parte de las iniciativas emprendedoras no cuentan con empleados tanto en España como en Castilla-La Mancha, tratándose de casos de autoempleo. La misma situación se verifica con las empresas consolidadas (gráfico 6.5).

El potencial de crecimiento de las iniciativas emprendedoras y empresas consolidadas lo estimados a partir del número esperado de trabajadores en los próximos cinco años. En el gráfico 6.6 se presenta la distribución de estas expectativas para las iniciativas emprendedoras y en el 6.7 las de las empresas consolidadas.

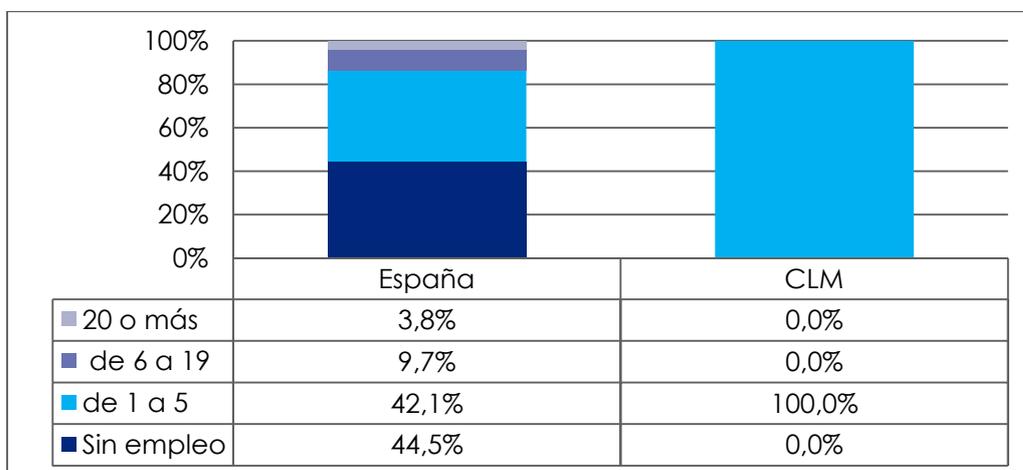
Gráfico 6.6. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleo esperado en los próximos cinco años en España y en Castilla-La Mancha



El 35,4% de las iniciativas emprendedoras de Castilla-La Mancha no tiene previsto generar empleo en los próximos cinco años, al igual que ocurre en España con un porcentaje equivalente. Entre 1 y 5 empleados espera llegar a tener el 41,6% de las iniciativas emprendedoras de Castilla-La Mancha y casi el 50% de las de España, en este mismo ámbito geográfico, tan solo el 3,6% espera estar en el segmento de 20 empleados o más en cinco años. Este porcentaje es mayor en Castilla-La Mancha que espera llegar a tener 20 o más empleados.

El número medio de empleos que esperan crecer las iniciativas de España es de 10,91 frente a 2,54 de las iniciativas emprendedoras.

Gráfico 6.7. Distribución de las empresas consolidadas según el tramo de empleo esperado en los próximos cinco años en España y en Castilla-La Mancha



En el caso de la población de empresas en fase consolidada vemos que en Castilla-La Mancha el 100% de las empresas espera llegar a estar en el intervalo de 1 a 5 empleados, mientras que en España un 3,8% espera llegar a alcanzar una cifra de empleados situada en el intervalo superior –de 20 o más empleados-. La mayor parte de las empresas consolidadas en España tienen expectativas de no crear empleo adicional (44,5%) y el 42,1% espera situarse en el intervalo de 1 a 5 trabajadores.

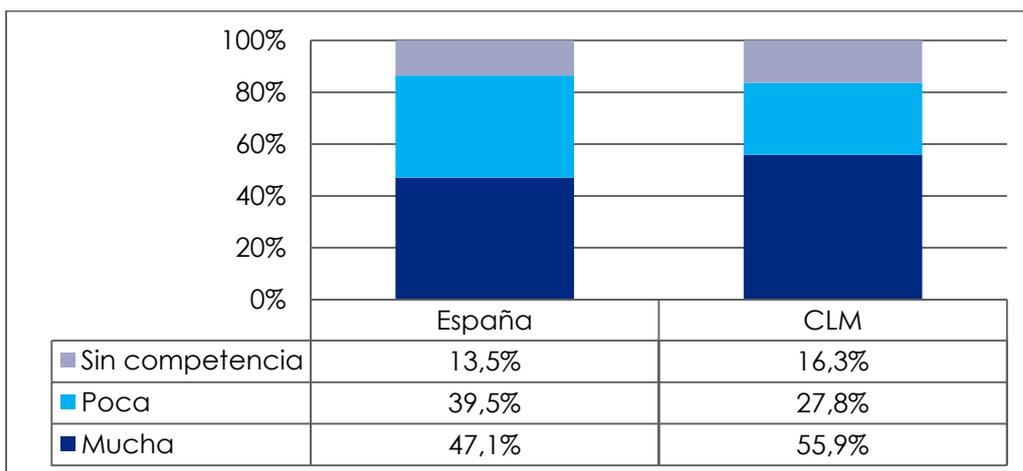
El número medio de empleos que esperan alcanzar en el período considerado es de 0,07 en España –casi crecimiento nulo del empleo derivado de iniciativas consolidadas- y de 0,39 en Castilla-La Mancha. Analizando las modas podemos concluir que lo más típico en esta muestra de empresas es no crecer (la moda tiene el valor 0 en España y en Castilla-La Mancha). La diferencia es sustancial en el caso español (de 10,9 a 0,07) y en Castilla-La Mancha encontramos una diferencia menos importante (de 2,54 frente a 0,39).

6.6. Intensidad de la competencia en el sector de las nuevas empresas

Una descripción de los negocios en los que se encuentran las nuevas empresas requiere ofrecer al menos una imagen de la valoración de la rivalidad y del nivel de competencia en el sector. En este apartado se analiza esta característica del entorno para las iniciativas emprendedoras y para las

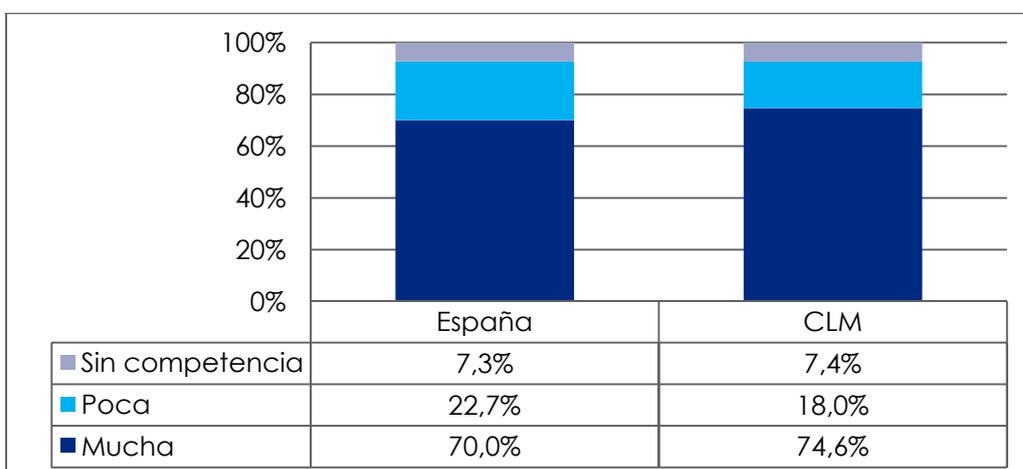
consolidadas. A los emprendedores se les pidió que valoraran el número de competidores que ofrecen el mismo producto y los resultados se presentan en el gráfico 6.8 y 6.9 para las dos fases del emprendimiento consideradas.

Gráfico 6.8. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia valorado en el sector en España y en Castilla-La Mancha



La distribución de las valoraciones de la competencia presenta patrones similares en los dos ámbitos geográficos comparados, salvo por las pequeñas diferencias al alza que se dan en los valores extremos de la competencia en Castilla-La Mancha. Lo mismo ocurre en las iniciativas consolidadas (gráfico 6.9).

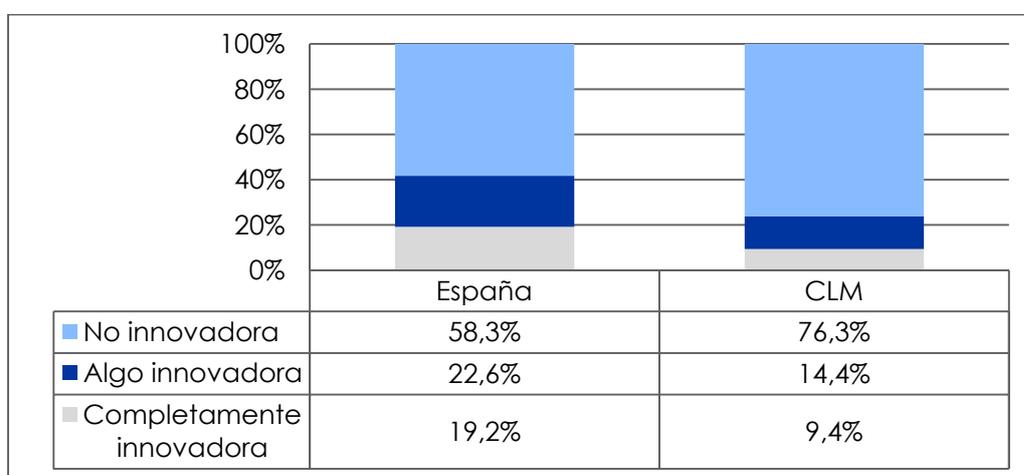
Gráfico 6.9. Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado en España y en Castilla-La Mancha



6.7. Innovación y tecnología

En este apartado se caracteriza el sector de actividad de las iniciativas emprendedoras según la innovación de producto incorporada con el propio negocio, el uso de tecnologías en la actividad realizada por las empresas y la intensidad tecnológica del sector.

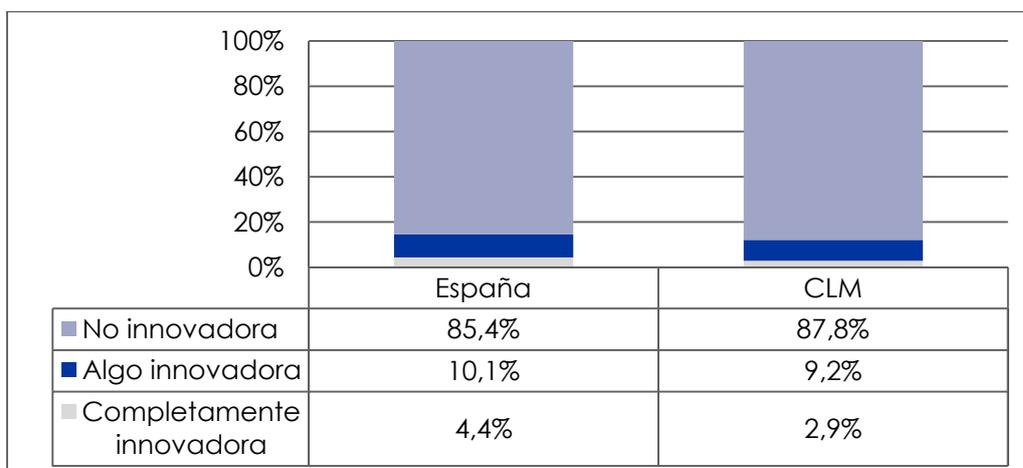
Gráfico 6.10. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de innovación en producto o servicio en España y en Castilla-La Mancha



La comparación de la distribución según el comportamiento innovador entre España y Castilla-La Mancha señala el déficit de innovación que presentan las iniciativas emprendedoras de la región, tan solo el 9,4% de las nuevas empresas en fase de emprendimiento ofrecen un producto o prestan un servicio innovador. El 76,3% se valoran como no innovadoras, porcentaje superior al de la población española. Esto evidencia un problema de las nuevas empresas castellano-manchegas por la falta de competitividad que conlleva el hecho de carecer de factores de innovación para la venta en el mercado.

En las empresas consolidadas (gráfico 6.11) los patrones de distribución entre las tres categorías de innovación son equivalentes en España y en Castilla-La Mancha, presentándose en ambos casos déficits importantes en innovación.

Gráfico 6.11. Distribución de las empresas consolidadas según el grado de innovación en producto o servicio en España y en Castilla-La Mancha



En cuanto al uso de las tecnologías actuales las empresas en fase emprendedora y consolidadas informaron sobre la antigüedad de las tecnologías utilizadas. En los gráficos 6.12 y 6.13 se recoge la distribución de las empresas según esta variable.

La variable diferencia tres niveles de antigüedad: tecnología de más de 5 años (antigua), tecnología de 1 a 5 años (nueva tecnología) y tecnología de menos de 1 año (última tecnología).

Gráfico 6.12. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada en España y en Castilla-La Mancha

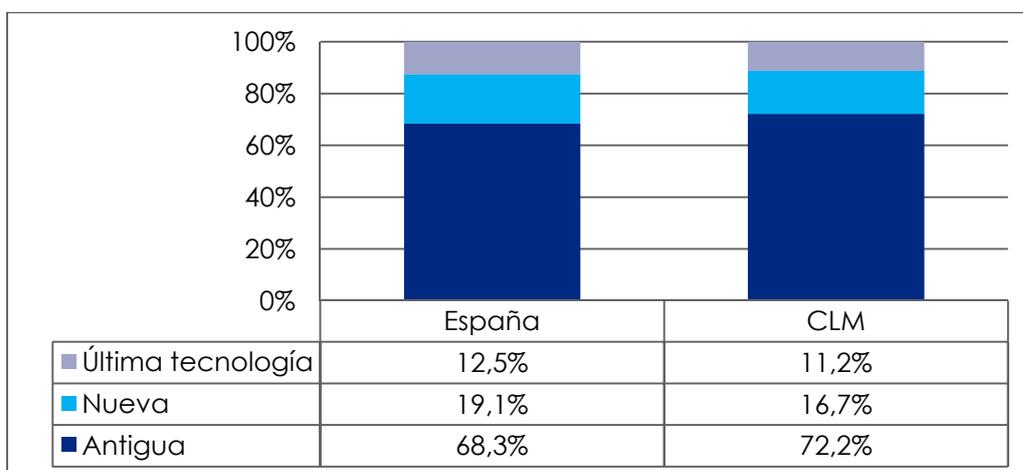
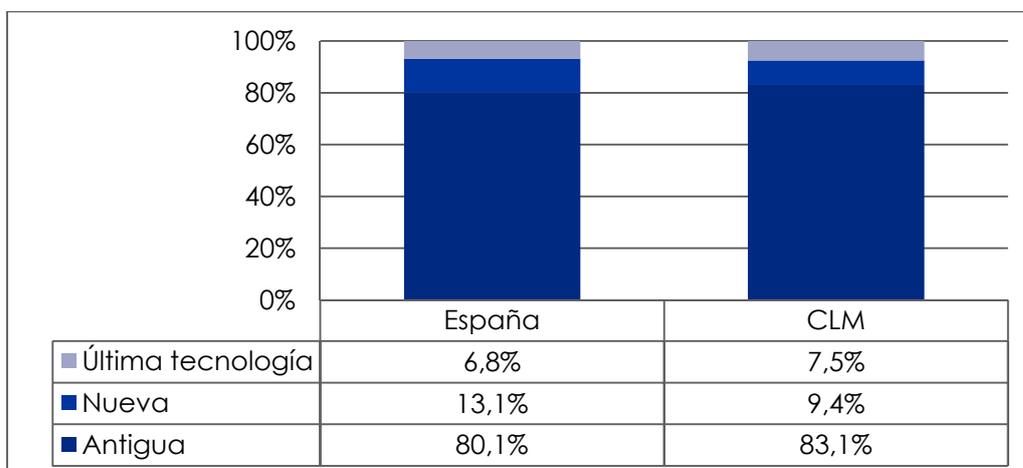


Gráfico 6.13. Distribución de las empresas consolidadas según la antigüedad de la principal tecnología utilizada en España y en Castilla-La Mancha



Las tecnologías utilizadas en las empresas consolidadas son antiguas en un porcentaje superior de empresas que en el caso de empresas en fase emprendedora, además el porcentaje de empresas con tecnologías de última generación es mayor entre las que están en las fases más tempranas del proceso de creación, tanto en España como en Castilla-La Mancha.

El nivel tecnológico del sector determina en parte el comportamiento que las empresas deben adoptar para poder competir con éxito en el mismo, así es importante conocer la valoración que las empresas realizan del nivel tecnológico de su sector. Esta variable incluye tres categorías: alta, media y baja intensidad tecnológica.

En el gráfico 6.14 y 6.15 se presenta la distribución de las iniciativas emprendedoras y consolidadas según esta característica. Las distribuciones que podemos observar son casi coincidentes en los dos ámbitos geográficos y en las dos fases consideradas. Tan solo identificamos un porcentaje ligeramente superior de empresas en fase emprendedora, tanto en España como en Castilla-La Mancha, con respecto a las empresas consolidadas, que valoran el contenido tecnológico del sector como de alta intensidad

Gráfico 6.14. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad tecnológica del sector en España y Castilla-La Mancha

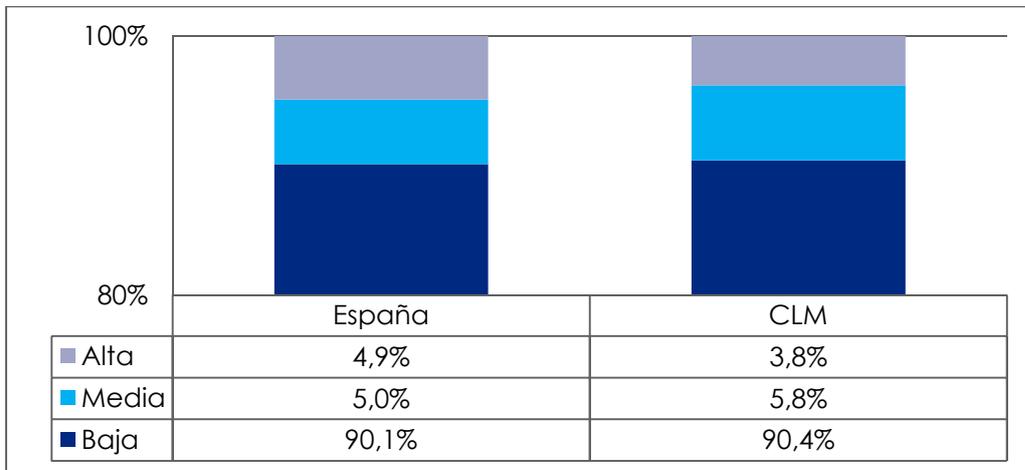
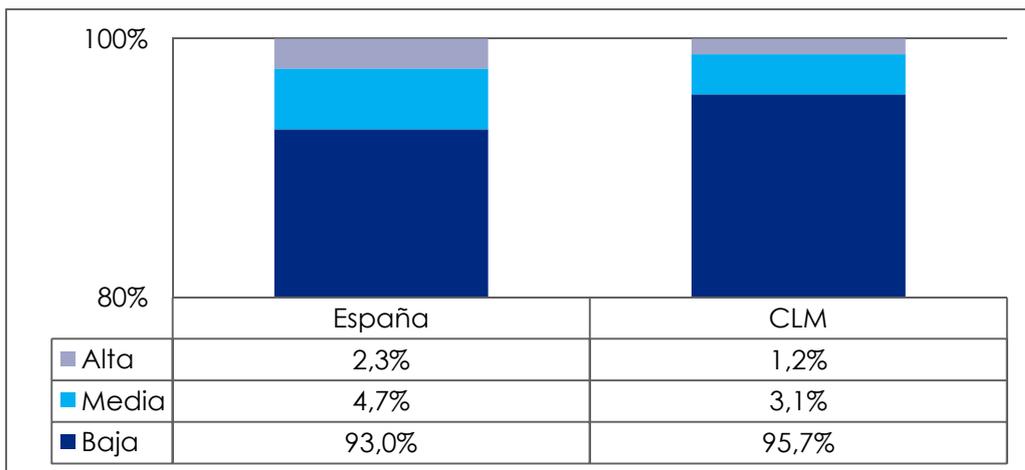


Gráfico 6.15. Distribución de las empresas consolidadas según la intensidad tecnológica del sector en España y en Castilla-La Mancha



6.8. Grado de internacionalización

Los negocios en proceso de creación, nuevos o consolidados deben orientarse a los mercados globales para competir. La intensidad de las exportaciones puede considerarse un indicador del potencial de las empresas para crecer o bien hacer frente a la competencia. En el gráfico 6.16 se muestra la intensidad de la exportación de las iniciativas emprendedoras y en el 6.17 esta misma variable para las empresas consolidadas. Tanto en una población como en la otra el porcentaje de empresas sin exportaciones es demasiado alto para los

que la competencia exige hoy en día (86,1% y 92,8%, para las empresas en fase emprendedora y aquellas otras en la fase consolidada).

Gráfico 6.16. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la intensidad exportadora en España y en Castilla-La Mancha

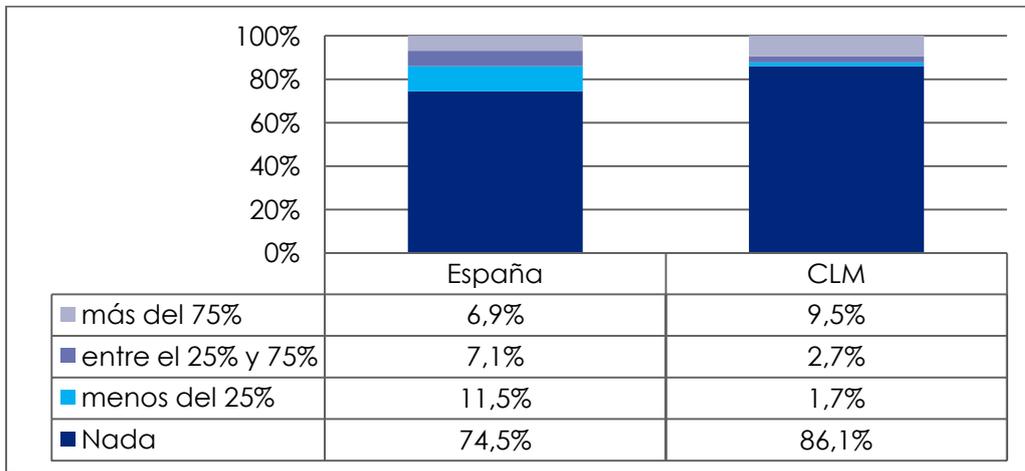
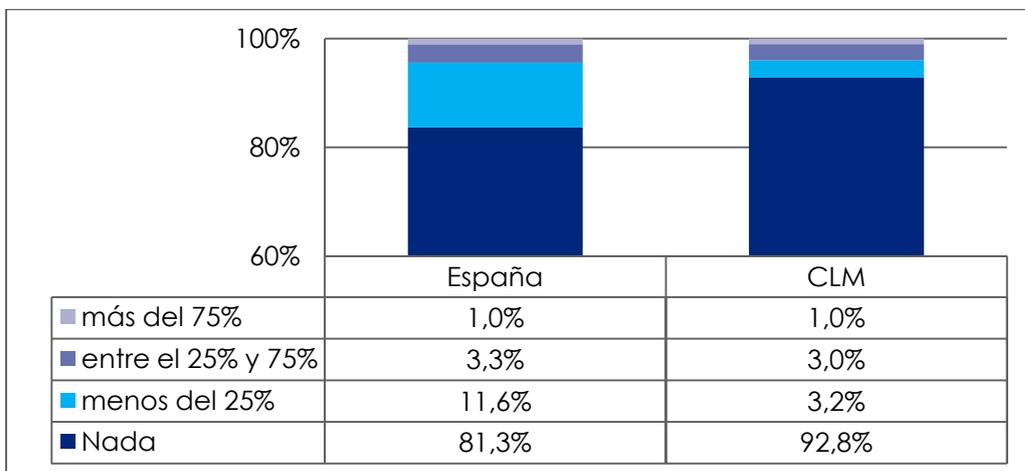


Gráfico 6.17. Distribución de las empresas consolidadas según la intensidad exportadora en España y en Castilla-La Mancha



6.9. Expansión esperada en el mercado

A partir de las características de las iniciativas emprendedoras se calcula un índice de potencial de expansión en el mercado a partir de la combinación de si la empresa tiene expectativas de crear empleo, de si exporta, usa nuevas tecnologías o innova. En función de las combinaciones se crea una variable con cuatro niveles: sin expansión en el mercado, algo de expansión en el

mercado con tecnologías no nuevas, algo de expansión en el mercado con tecnologías nuevas, profunda expansión en el mercado. En el gráfico 6.18 mostramos la distribución para las iniciativas emprendedoras y en el 6.19 para las empresas consolidadas.

Gráfico 6.18. Distribución de las empresas en fase emprendedora según la expansión esperada en España y en Castilla-La Mancha

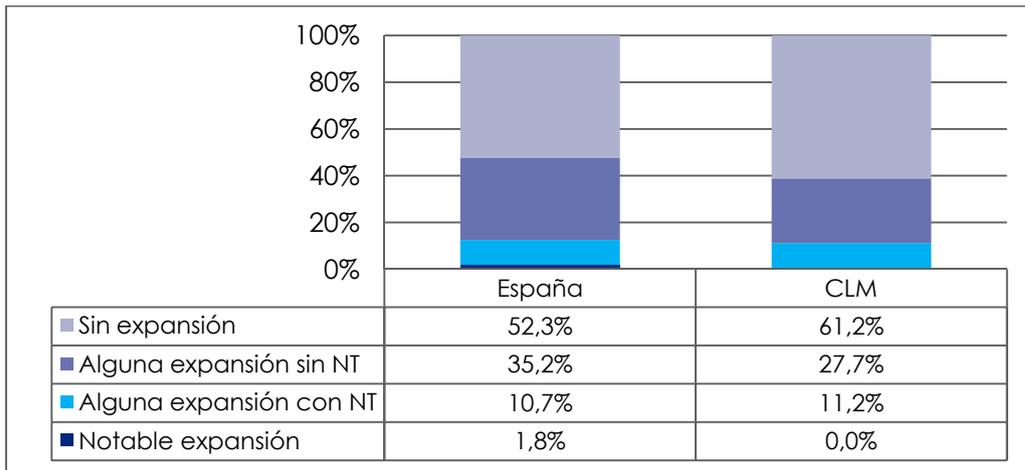
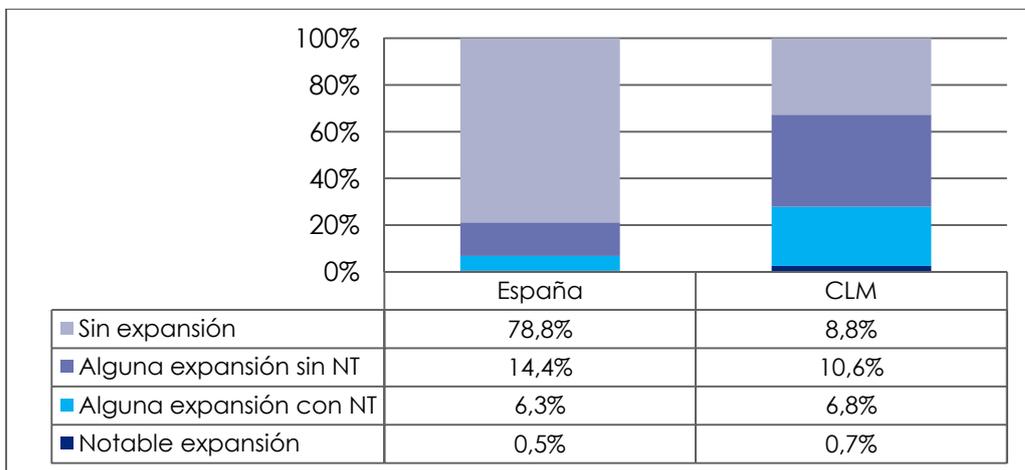


Gráfico 6.19. Distribución de las empresas consolidadas según la expansión esperada en España y en Castilla-La Mancha



6.10. Posición de Castilla-La Mancha y España en el contexto de la Eurozona GEM 2012 acerca de las características de la actividad emprendedora

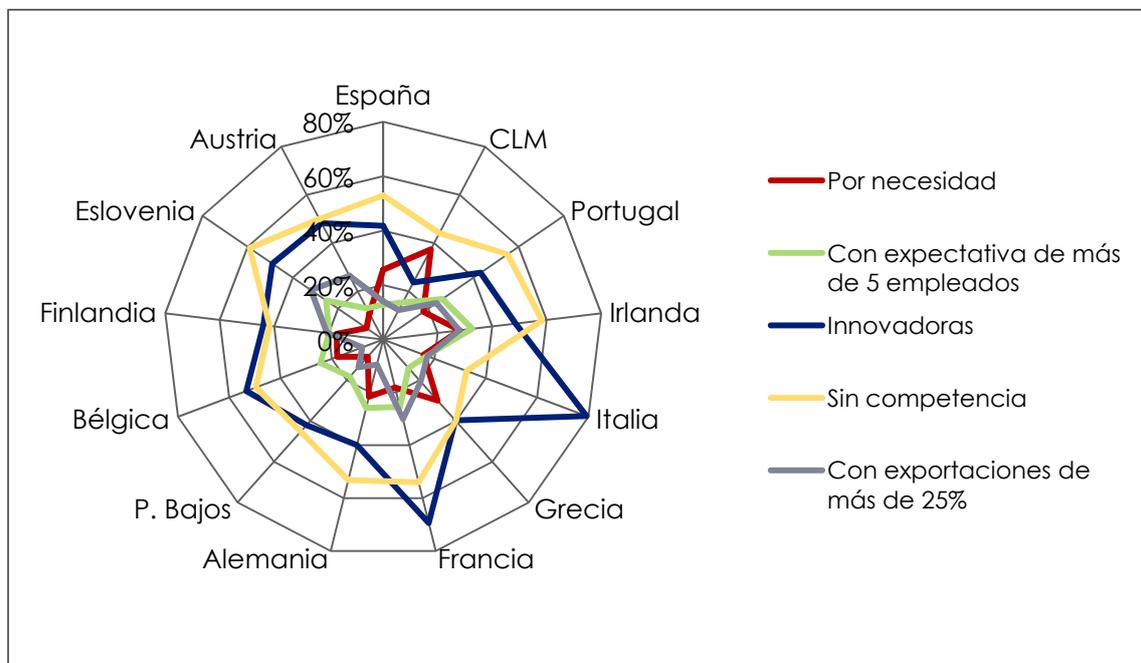
Hemos incluido en el siguiente gráfico una comparación de distintos indicadores de la actividad emprendedora entre países incorporando además

los datos referidos a Castilla-La Mancha. En concreto, para dar una imagen sintética de la situación de dicha actividad en cada uno de los ámbitos geográficos se han analizado las tasas de actividad emprendedora de cada país: por necesidad, con expectativas de tener más de 5 empleados, con exportaciones superiores a 25%, con producto innovador y sin competencia.

Podemos observar cómo en Castilla-La Mancha casi todos los indicadores tienen valores inferiores al resto de países con los que la comparamos. Cabe destacar el indicador de actividad emprendedora innovador que está por debajo de todos los demás, así como el de exportaciones por encima del 25% que también pone de manifiesto la debilidad en el ámbito de internacionalización de las empresas regionales.

Por otro lado, el porcentaje de empresas emprendedoras que lo son por necesidad es más alto en Castilla-La Mancha que en ningún otro país considerado.

Gráfico 6.20. Posicionamiento relativo de los rasgos de la actividad emprendedora



7.1. Introducción

En este capítulo nos centramos en presentar los resultados relativos a uno de los factores que mayor impacto tienen en el inicio de las actividades empresariales, esto es, la financiación que proporciona el capital necesario para la puesta en marcha de un negocio. El empeoramiento en las condiciones de financiación que se ha ido produciendo en el entorno ha repercutido en el tamaño de las inversiones iniciales realizado en las iniciativas emprendedoras, y en ocasiones, puede identificarse como la causa de que algunas iniciativas no lleguen a concretarse en empresas consolidadas.

En este capítulo se tratarán en el ámbito geográfico de Castilla-La Mancha entre otras cuestiones: el capital medio necesario para poner en marcha una actividad, el papel del inversor informar y del business angel y el perfil de los inversores privados en negocios ajenos.

7.2. Capital semilla medio necesario

Según los datos del GEM para Castilla-La Mancha las iniciativas nacientes necesitaron una media de capital de 185.000 euros, media que se encuentra muy por debajo de la media para las iniciativas españolas. Sin embargo, dada la dispersión de la variable, consideramos que es mejor indicador la mediana. En la región la consideración de la mediana como indicador más fiable reduce considerablemente el nivel de inversión inicial necesario llegando a 26.909 euros frente a los 18.000 de España (si bien la media de capital necesario en España era superior al de Castilla-La Mancha, no ocurre lo mismo con la mediana). En la tabla 7.1 se muestran los estadísticos descriptivos de tres variables incluidas en el análisis:

- 1) Cuánto dinero se requiere en total para poner en marcha en negocio
- 2) Cuánto capital tendrá una financiación propia del emprendedor

- 3) Cuánto capital estará financiado por inversores diferentes al emprendedor

Tabla 7.1. Características y distribución del capital semilla en iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha

Estadístico	Capital Semilla necesario	Capital semilla aportado por el emprendedor	Capital semilla aportado por el emprendedor como % sobre el total
Media	185.036	26.423	55,18%
Mediana	26.909	10.000	50,00%
Moda	0	0	100,00%
Desv. Típica	474.406	33.902	40,79
Mínimo	0	0	0
Máximo	200.000	100.000	100%

Aunque no contamos con la serie temporal para poder realizar conclusiones acerca de la evolución de estas magnitudes, comparándolas con las de España percibimos que los problemas de la obtención de financiación llevan a que las iniciativas que se ponen en marcha sean menos ambiciosas en cuanto a la inversión inicial.

7.3. El inversor informal y los business angels

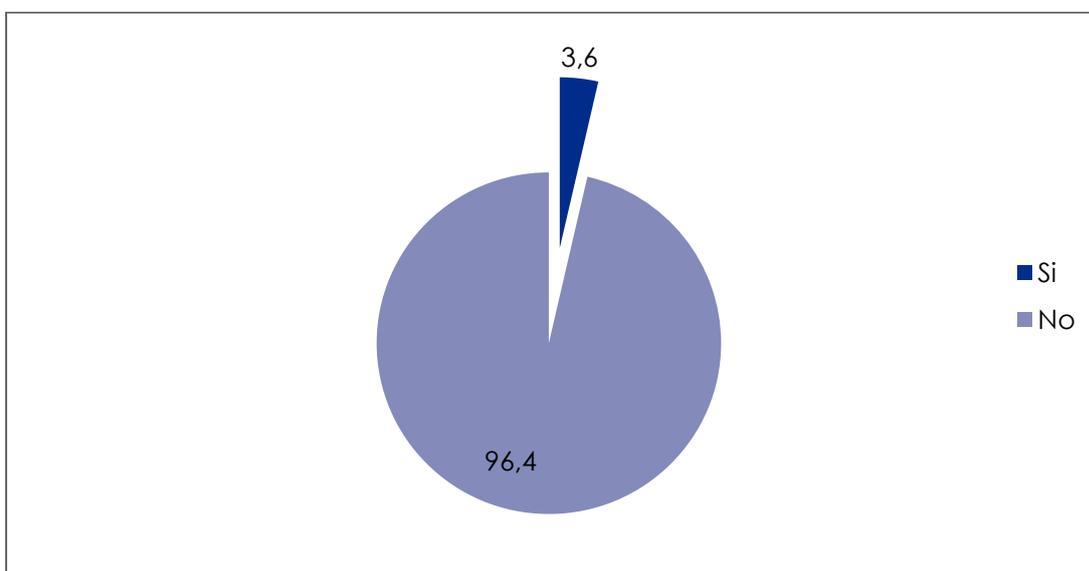
Tal y como se ha presentado en la tabla anterior, por término medio el emprendedor está invirtiendo en su negocio en un 55% necesitando, en consecuencia contar con socios que aporten el resto del capital, sobre todo cuando el sistema financiero no proporciona los medios necesarios. Los inversores informales y los business angel vienen suplir la falta de mecanismos formales para la obtención de la financiación necesaria.

La diferencia fundamental entre los inversores informales y los business angels es que estos últimos realizan sus inversiones en proyectos de emprendedores

con los que no tienen una relación establecida con anterioridad y están más profesionalizados.

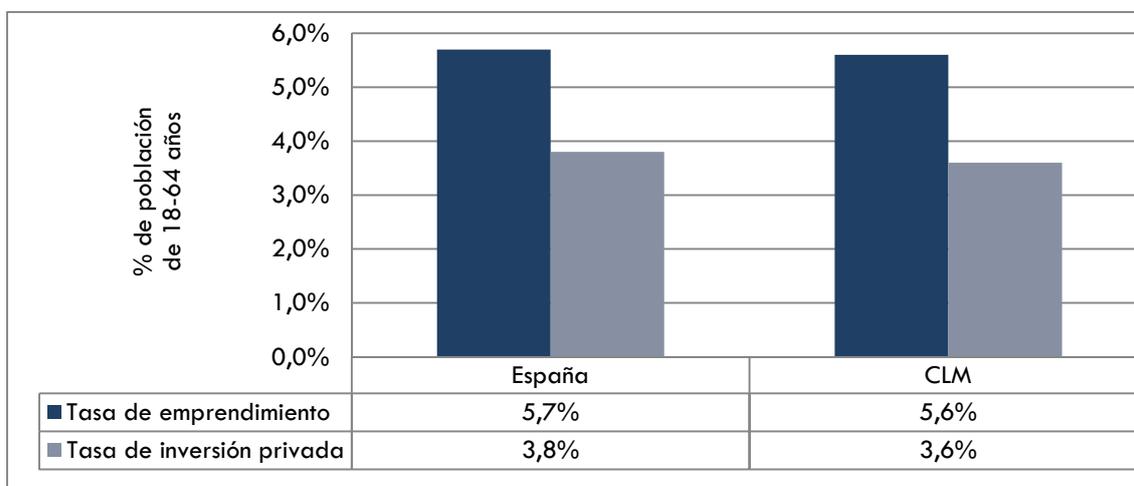
Con la finalidad de obtener información acerca de la propensión de la población de Castilla-La Mancha a invertir en nuevos negocios se incluyó una variable relativa a si en los tres últimos años se proporcionaron fondos a algún nuevo negocio, excluyéndose la participación en fondos. La distribución de la población se recoge en el gráfico 7.1, y destaca sobradamente que tan solo un 3,6% de la población actuó como inversor informal.

Gráfico 7.1. ¿Ha proporcionado fondos a un negocio nuevo en los últimos tres años?



El porcentaje relativo a la población de Castilla-La Mancha es casi equivalente al de la población de España (3,8%). Si comparamos ambos ámbitos geográficos para dos indicadores relacionados como son la anterior tasa de inversión privada y la tasa de emprendimiento observamos un patrón casi idéntico. En el gráfico 7.2 se muestran las dos tasas para cada zona.

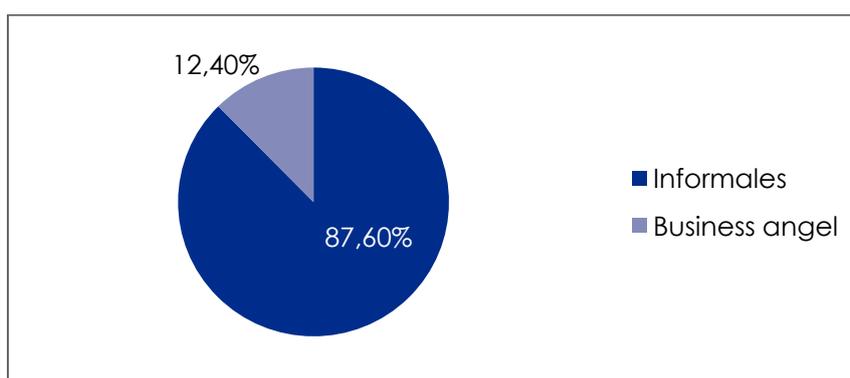
Gráfico 7.2. Índices de actividad emprendedora y tasa de inversión en España y en Castilla-La Mancha



7.4. Perfil de los inversores privados en negocios ajenos

Antes de comenzar con la descripción de los inversores privados en el gráfico 7.3 se muestra la distribución de los mismos según se hayan descrito como inversores informales o business angel.

Gráfico 7.3. Distribución de la población involucrada en la inversión privada en negocios ajenos en función del tipo de inversor en Castilla-La Mancha



Conviene destacar el hecho de que el porcentaje de inversores business angel es más del doble del que se da en la población de España. La causa puede ser debida a la actividad realizada por GOBAM la Red de Business Angels de

Castilla-La Mancha que periódicamente realiza foros de inversión, logrando de esta forma la movilización tanto de los emprendedores como de los inversores.

Para analizar el perfil de los inversores privados estudiamos su género, su situación laboral, su nivel de renta, su formación general y en emprendimiento, orientación emprendedora, su percepción de oportunidades, relaciones con emprendedores, posesión de habilidades especiales para emprender, perfil psicológico de miedo al fracaso, si es un empresario consolidado y el ámbito de procedencia.

Así podemos decir que el inversor informal es un hombre (67,7%) que trabaja a tiempo completo (45,2%) con un nivel de renta del tercio central (57,8%), procedente del ámbito urbano (67,5%), con formación de estudios primarios (39,5%) y no tiene formación relacionada con el emprendimiento (61,4%), aunque sí posee experiencia o habilidades requeridas para el emprendimiento (83,6%), no obstante, no espera crear una empresa ni solo ni con socios (84,3%) porque no percibe oportunidades para iniciar un negocio (92,6%). A pesar de no detectar oportunidades sí conocen a emprendedores que han creado su propia empresa en los últimos dos años (51,7%). En cuanto a su actitud ante el fracaso, presenta aversión al riesgo (61,7%).

La relación que posee con el emprendedor que financia es en la mayoría de los casos estrecha o miembro de la familia (32,6%) o amigo (34,8%). Tan solo el 4% de los casos de emprendedores financiados se trata de alguien desconocido con una buena idea.

8.1. Introducción

Este último capítulo recoge una descripción del entorno en el que desarrollan su actividad los emprendedores de Castilla-La Mancha. La descripción se obtiene de los valores medios de los proporcionados por los expertos de esta región. Entre las cuestiones que se analizan se encuentran los factores que obstaculizan y apoyan la creación de empresas.

Los resultados de las percepciones de los mismos son referidos al año 2012, no teniendo información de años anteriores que nos permita la comparación entre diferentes anualidades para la región de Castilla-La Mancha. De otra parte sí hemos podido analizar comparativamente la situación del entorno emprendedor con respecto a España.

8.2. Valoración del entorno general

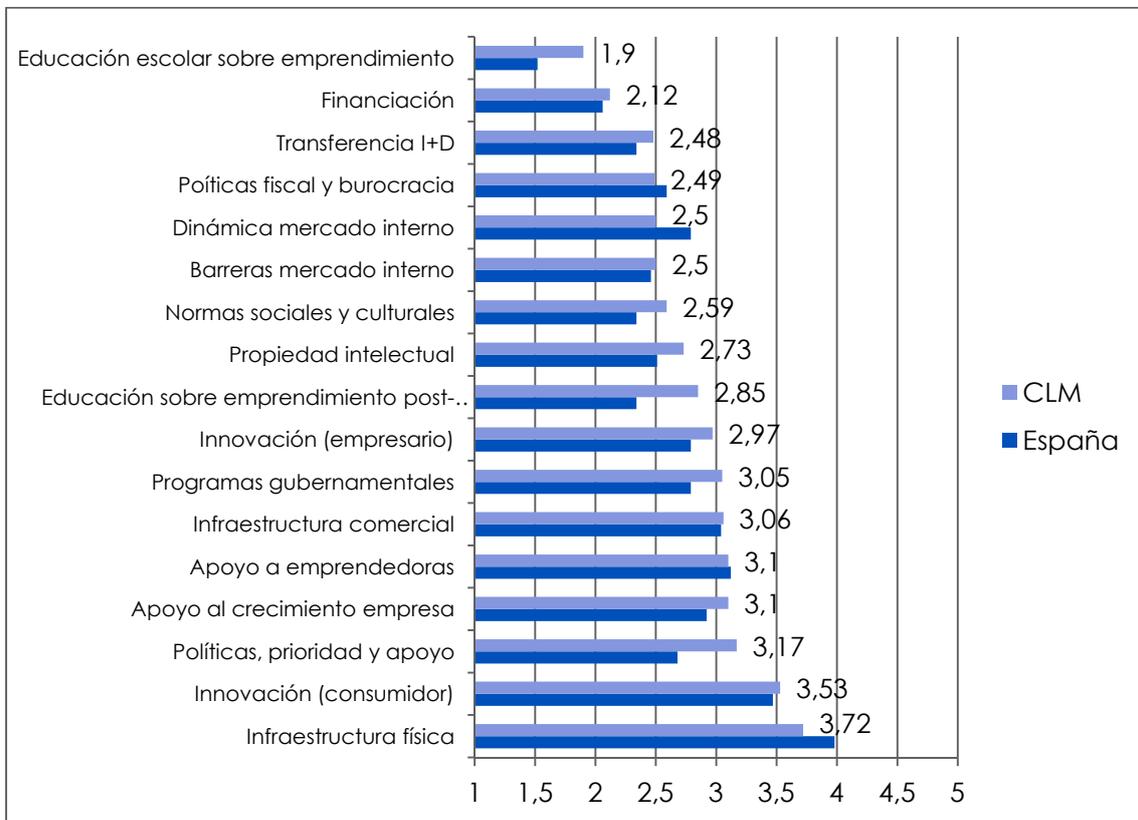
En el gráfico 8.1 se presentan las puntuaciones medias otorgadas por los expertos a diferentes variables que nos permiten obtener una imagen del entorno general en el que los emprendedores de Castilla-La Mancha desarrollan su actividad. Entre las variables analizadas se encuentran la existencia de apoyos financieros, las políticas del gobierno regional, los programas desarrollados por la administración regional, el entorno educativo y de formación, el sistema de innovación y transferencia de I+D, la legislación sobre propiedad intelectual, el apoyo a las emprendedoras, el apoyo al crecimiento empresarial, las infraestructuras comerciales y profesionales, la situación del mercado interior, el acceso a infraestructuras físicas, las normas sociales y culturales, las redes de relaciones o capital social y el emprendimiento por tramos de edad.

Se han presentado las valoraciones medias proporcionadas por los expertos de Castilla-La Mancha ordenadas según la puntuación obtenida por cada factor de menor a mayor, de forma que aquellos que aparecen en la parte

superior de la figura están suponiendo una debilidad del entorno que impide o dificulta el correcto desarrollo del emprendimiento.

La característica del entorno con peor valoración es la educación en temas de emprendimiento en el nivel escolar seguido por la financiación. El factor mejor valorado es el estado de las infraestructuras físicas, pero no llega a alcanzar 4 puntos de valoración.

Gráfico 8.1. Condiciones de entorno para emprender. Valoración media en 2012 y su comparación con la valoración otorgada por los expertos en el ámbito país.



Las variables incluidas en el gráfico 8.1 están valoradas en escala Likert de 5 puntos con lo que una valoración por debajo de 3 se considera que el factor no alcanza las condiciones suficientes para desarrollar la actividad de emprendimiento. En Castilla-La Mancha la mayor parte de los factores no alcanza el valor central poniendo de manifiesto la mala valoración que los expertos realizan de los factores incluidos en el estudio. No obstante, la percepción de los participantes en Castilla-La Mancha es muy similar a la de

los expertos de España y cercana a la media de los países europeos desarrollados incluidos en el proyecto GEM (gráfico 8.3 y 8.4).

En el gráfico 8.2. y siguientes se ilustran las diferentes condiciones de los factores de la región comparadas con las valoraciones realizadas en otras comunidades autónomas. Las variables presentadas en los gráficos fueron normalizadas utilizando las medias de cada aspecto y su respectiva desviación estándar. Los valores por encima de cero indican que la valoración dada a esa variable se encuentra por encima de la media, mientras que valores por debajo de cero indican valoraciones inferiores a la media.

Gráfico 8.2. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Apoyo financiero

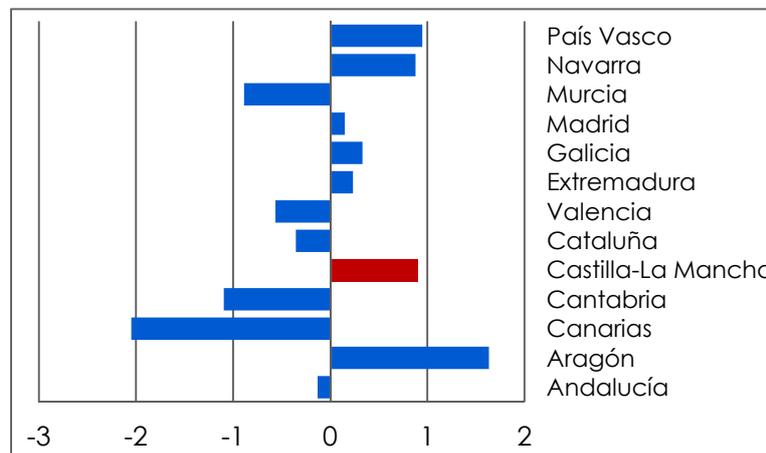


Gráfico 8.3. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Políticas gubernamentales

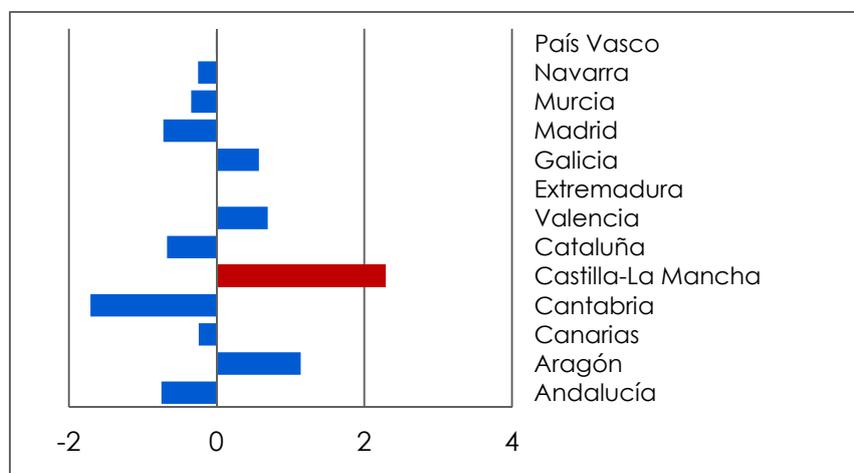


Gráfico 8.4. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Programas gubernamentales

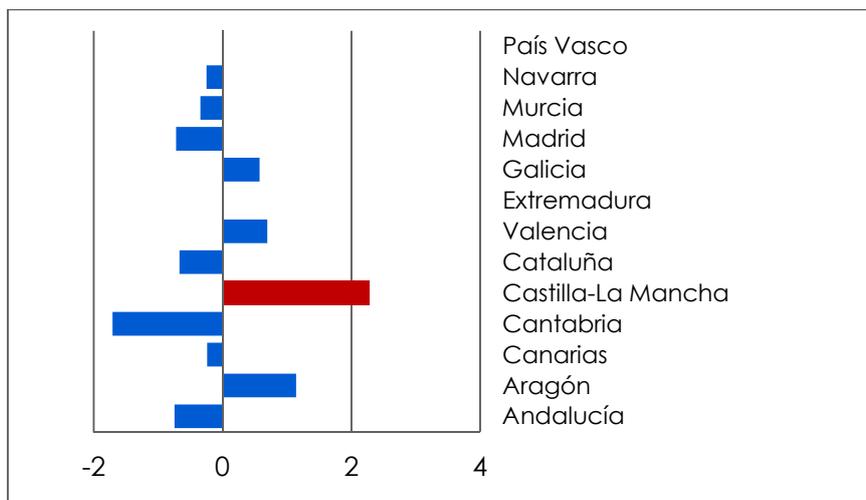


Gráfico 8.5. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Educación y formación

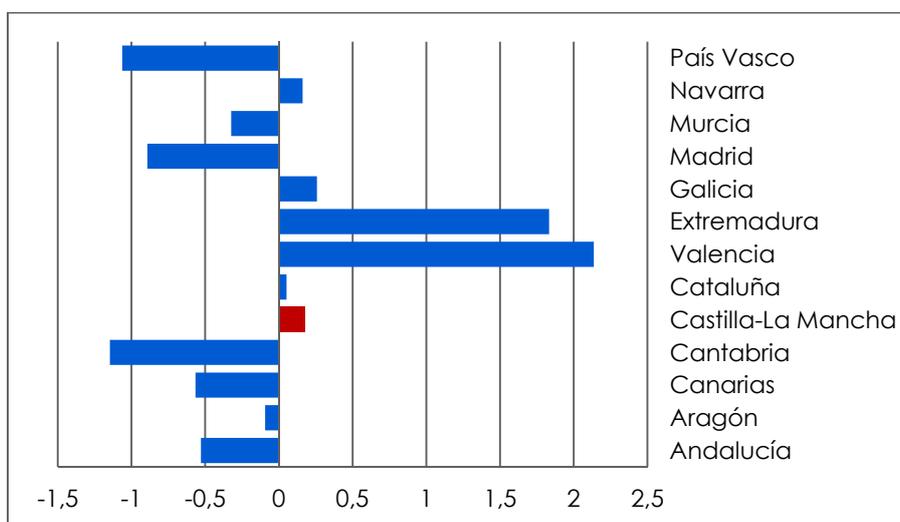


Gráfico 8.6. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Transferencia I+D

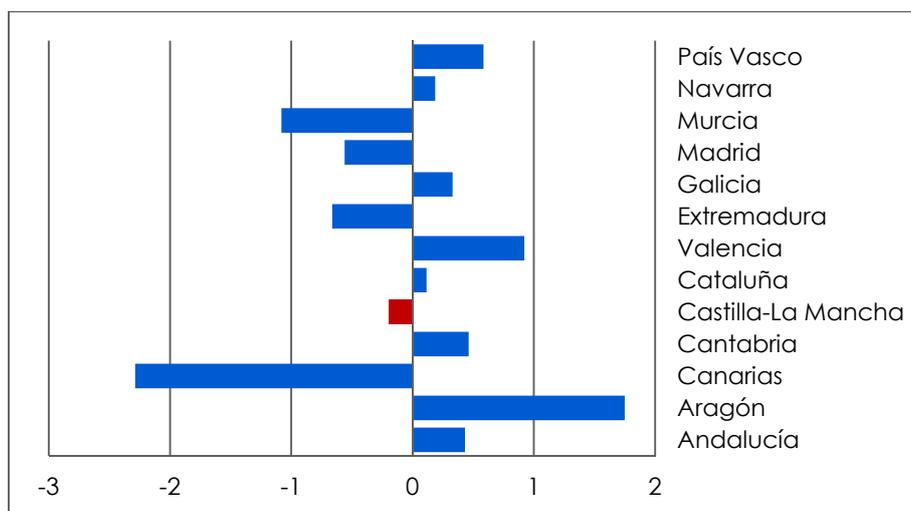


Gráfico 8.7. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Infraestructura comercial y profesional

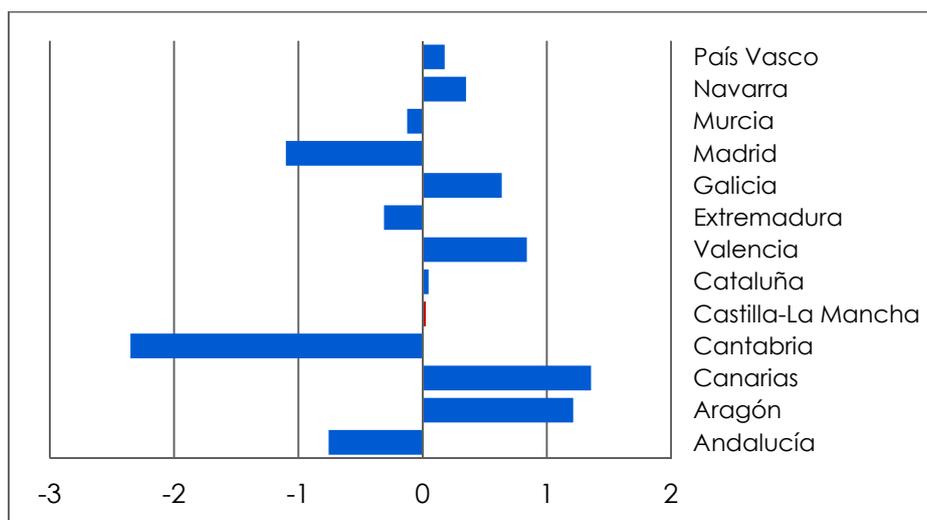


Gráfico 8.8. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Apertura del mercado interior

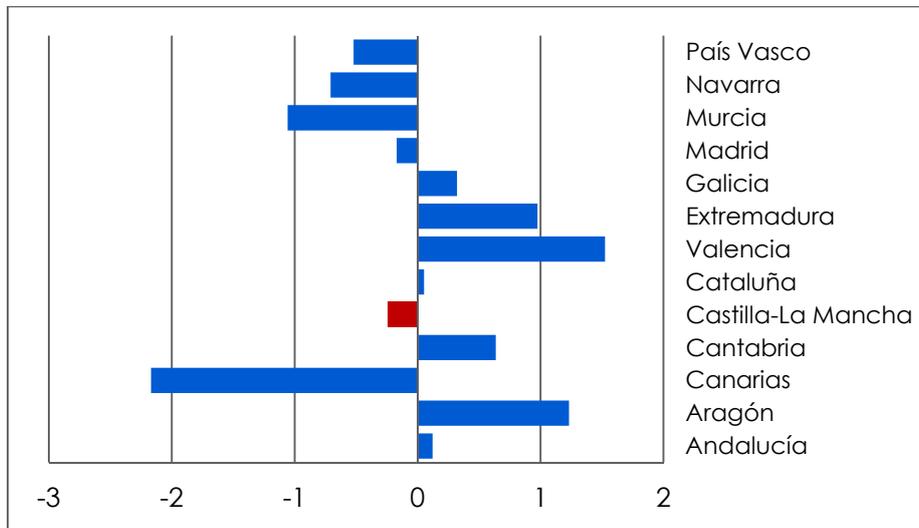


Gráfico 8.9. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Acceso a infraestructura física

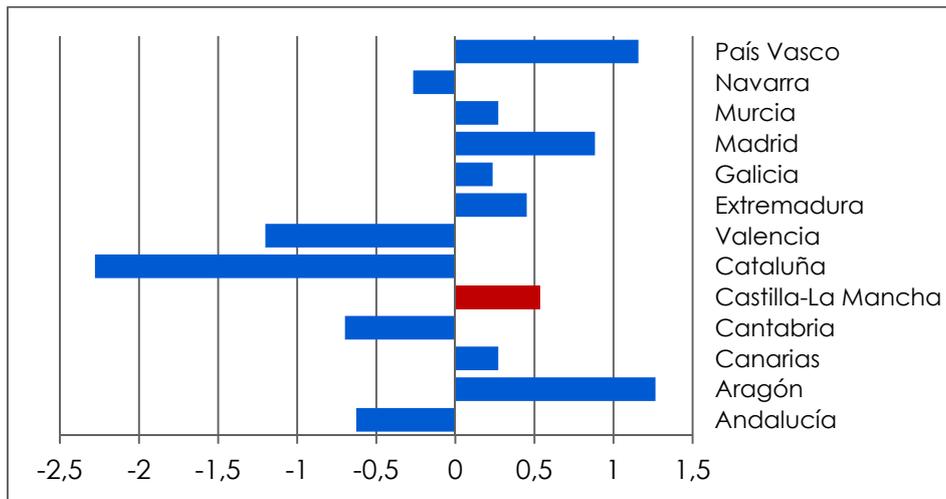


Gráfico 8.10. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Normas culturales

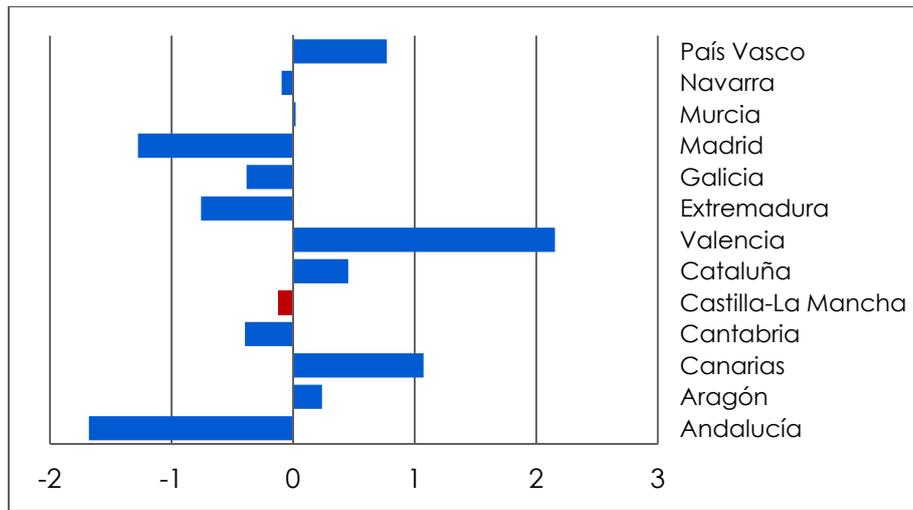


Gráfico 8.11. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Legislación propiedad intelectual

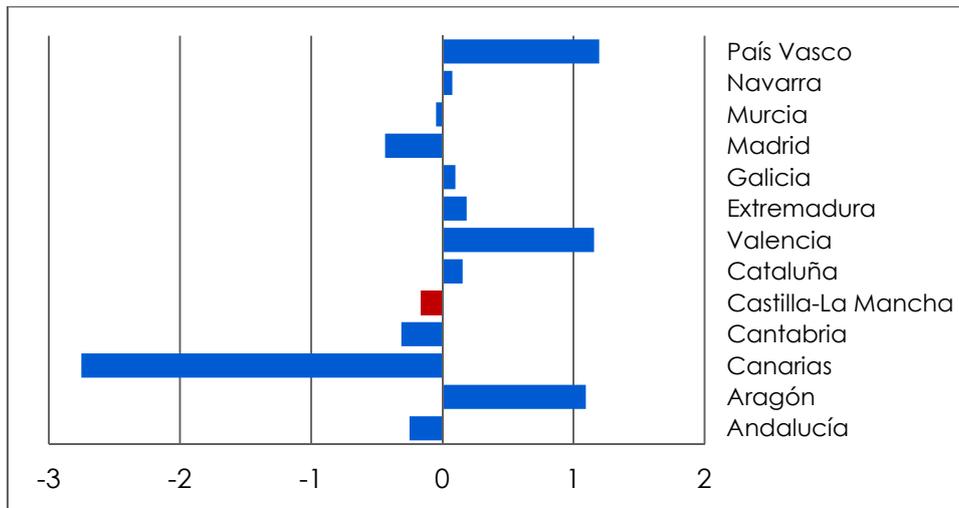


Gráfico 8.12. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Apoyo a la emprendedora

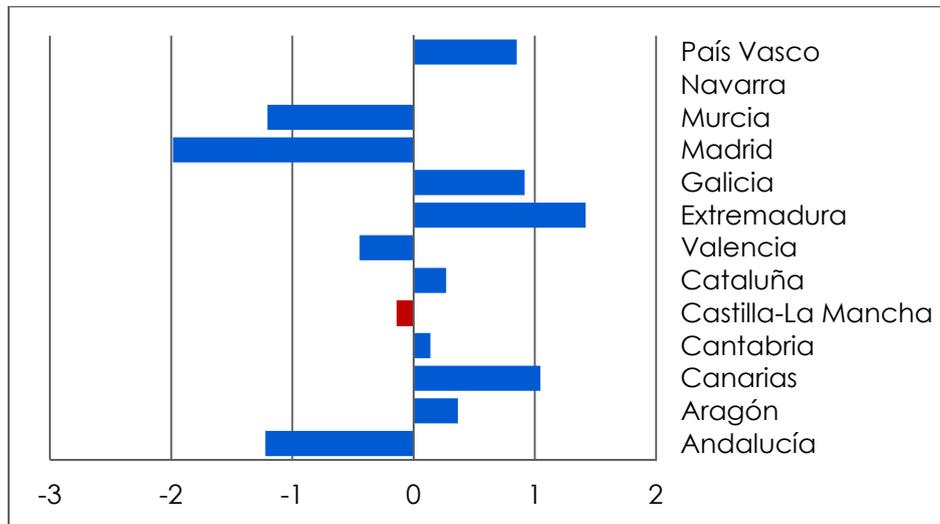
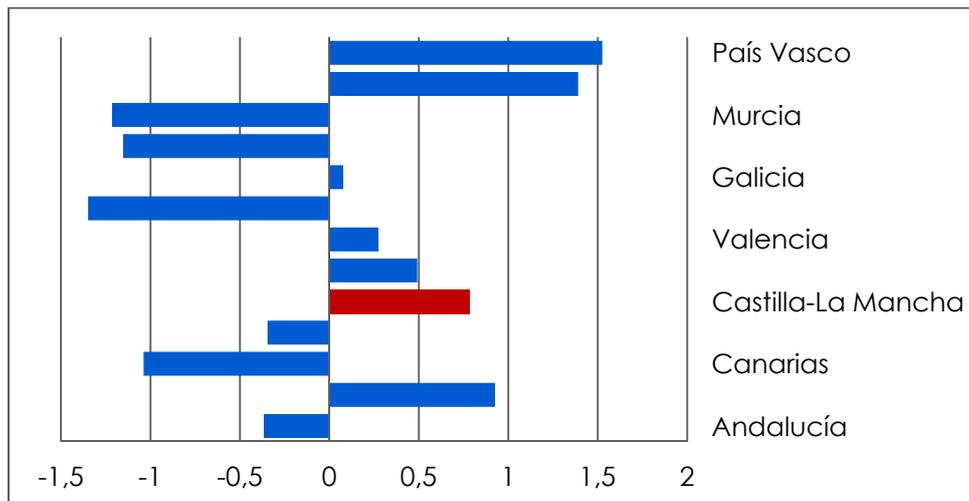


Gráfico 8.13. Valoración del entorno de emprendimiento en Castilla-La Mancha comparada con la de otras CC.AA: Apoyo al crecimiento



En el gráfico 8.14 se muestra la comparación de las valoraciones de los factores del entorno realizado por los expertos con la media de España y del resto de economías europeas.

Gráfico 8.14. Condiciones de entorno para emprender en Castilla-La Mancha, España y en el resto de economías europeas (media)

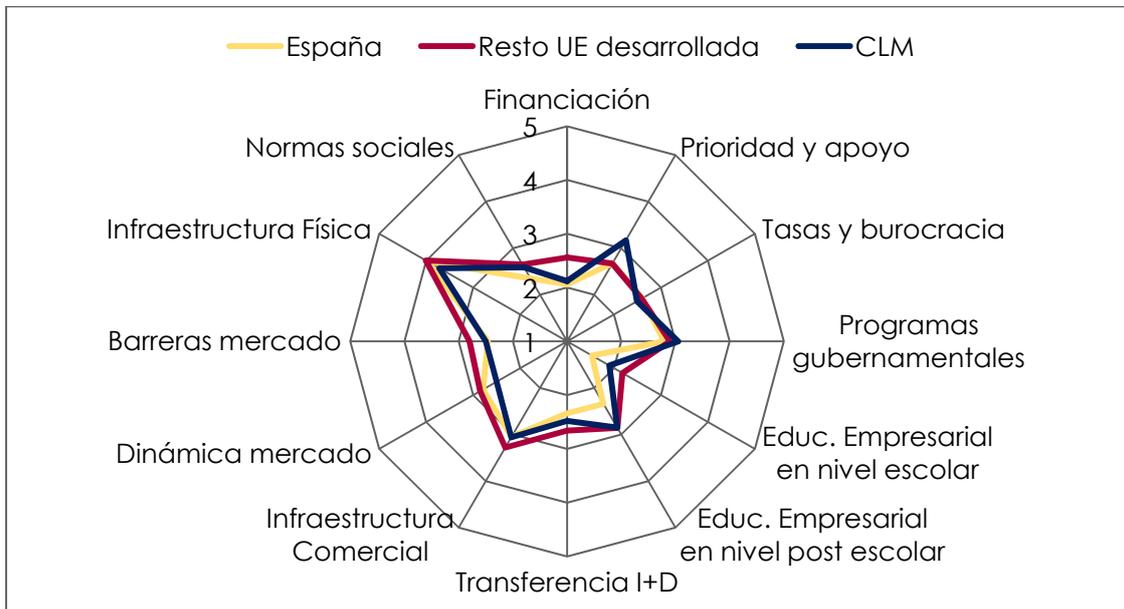
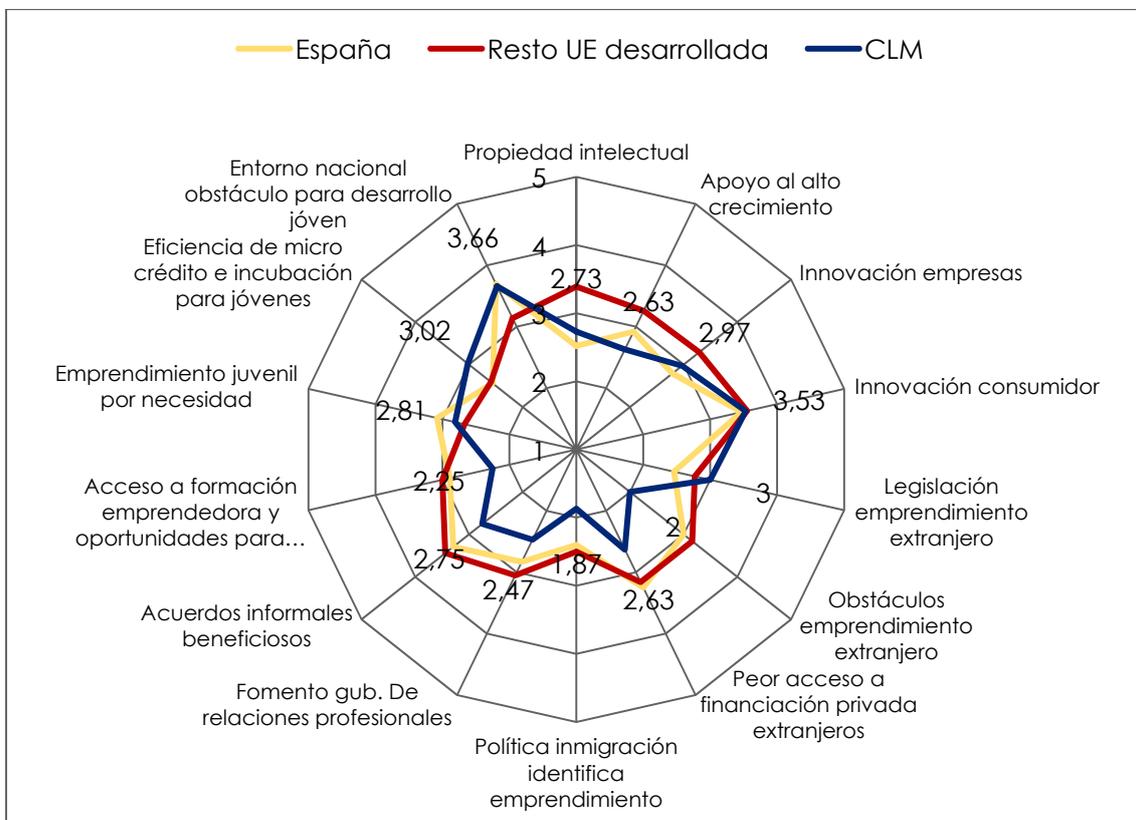


Gráfico 8.15. Otras condiciones del entorno para emprender en Castilla-La Mancha, España y en el resto de economías europeas desarrolladas (media)



El presente informe se ha estructurado intentando proporcionar información, en primer lugar, sobre valores y actitudes ante el emprendimiento de la población de CLM desagregando los resultados globales de la población en: población involucrada en el proceso de creación de empresas (emprendedores) y población no involucrada en la creación de empresas. Con la finalidad de poder obtener conclusiones que puedan dirigir decisiones en diferentes tramos poblacionales se ha desagregado también por edad, distinguiendo entre población adulta joven (de 18 a 34 años) y población adulta (de 35 a 64 años). En segundo lugar, se proporciona información sobre el proceso de creación y dinámica empresarial recogiendo datos sobre emprendedores potenciales, iniciativas nacientes, iniciativas nuevas, iniciativas consolidadas y abandonos. En tercer lugar, se incluye la información descriptiva sobre las iniciativas creadas: sobre las motivaciones para emprender, el perfil socioeconómico del emprendedor, descripción de los negocios creados, la financiación y por último, se intenta describir el entorno en el que se emprende en CLM.

1. Valores y actitudes ante el emprendimiento

Los resultados obtenidos nos permiten observar que los valores ante el emprendimiento de la población de CLM son similares a los de la población media de España, no presentando diferencias significativas en casi ninguna de las variables contempladas. No obstante, a continuación, presentamos las diferencias observadas que consideramos pueden poner de manifiesto una situación diferencial que conviene analizar para determinar si existe potencial de mejora de dichos valores con políticas concretas o bien si la situación diferencial, en caso de ser positiva puede ser el reflejo de decisiones y actuaciones realizadas con anterioridad:

1. La población de Castilla-La Mancha percibe menos oportunidades para emprender a CP que la media de la población de España (6% menos). Si se toma la población que se encuentra involucrada en procesos de creación de empresas o en empresas de reciente creación esta diferencia es mucho mayor (14% menos). O hay realmente menos oportunidades o hay un mayor pesimismo en las percepciones de la población. Esta situación se corrobora también en el caso de la percepción de los expertos de CLM que valoran las oportunidades que presenta el entorno con un valor por debajo de la media nacional.
2. Con respecto a la media nacional, son menos los emprendedores de Castilla-La Mancha que poseen una red social emprendedora (9,7% menos), esto es no cuentan con conocidos que hayan creado una empresa en los últimos años.
3. La situación en cuanto a la valoración de sus propios conocimientos, habilidades y experiencias en emprendimiento, los emprendedores de CLM realizan una valoración ligeramente por debajo de la media nacional (2,8% por debajo).
4. El porcentaje de emprendedores que consideran el fracaso un obstáculo para emprender es equiparable en España y en la Región. No tenemos una población con mayor aversión al riesgo y miedo al fracaso. El tener menos emprendedores en la Región no puede explicarse por la forma en la que perciben el riesgo y el fracaso.
5. La población de CLM valora más negativamente el hecho de que existan diferencias en el nivel de vida de la población que la media de la población española lo que indica que entre los valores culturales de la población de la región no se encuentra el de ser competitivo, o al menos se encuentra en menor proporción que la media nacional.
6. La proporción de población de CLM que considera que emprender es una buena opción es mayor que la media nacional (2% más). Aunque dicha diferencia es negativa cuando se toma como referencia a los agentes involucrados en el proceso de creación, la

opción de emprender es vista como una buena opción profesional en menor medida que la media nacional (4,3% por debajo).

7. El porcentaje de personas de CLM que considera que el emprendimiento está relacionado con una mejora del status y el nivel de vida es mayor que el porcentaje medio en España (2,4% más en CLM). Este resultado se repite para el caso de la valoración efectuada por los expertos, que en nuestra región presenta una valoración más alta que la media nacional.
8. En CLM la población percibe que en los medios de comunicación se difunde el emprendimiento de forma adecuada en menor medida que en España. En concreto, el porcentaje de personas que piensa de ese modo es 15,3% menor en CLM.
9. El índice de cultura emprendedora de la población en CLM calculado a través de la valoración de los tres ítems anteriores - emprendimiento buena opción profesional, emprendimiento y status social y emprendimiento en los medios de comunicación- presenta una valoración positiva en mayor proporción que dicho índice calculado para el caso de España.
10. La comparación de los valores y percepciones de la población joven y de la población adulta no presenta diferencias a destacar existiendo una cierta homogeneidad en todas las variables.

2. Proceso emprendedor y dinámica empresarial

1. El 10,6% de la población adulta de CLM tiene intención de emprender en los próximos años, 1,4% menos que en la población de España.
2. El índice de actividad emprendedora considerando todas las iniciativas –nacientes y nuevas incluyendo además el autoempleo- es de 5,6% (0,1% menos que en España). Este valor del índice supone un leve decrecimiento con respecto al año anterior que alcanzó el valor de 5,8%.
3. El 2,6% de las iniciativas anteriores son nacientes, es decir están todavía sin implantar. Este valor ha descendido con respecto a 2011,

en concreto la tasa de variación interanual ha sido negativa de 18,8%.

4. El 3% son iniciativas con menos de tres años y medio que necesitan consolidarse. Este valor está por encima del de España y comparado con el año anterior ha crecido con una tasa de variación interanual de 15,4%.
5. En cifras absolutas se puede estimar que existen 75.533 iniciativas empresariales y de autoempleo en fase inicial de creación, de las que 35.069 son nacientes y 40.464 son nuevas.
6. Dado que en las iniciativas nacientes y nuevas se ven involucrados más de un socio, estimamos que el número total de emprendedores en CLM, elevando a la población el porcentaje obtenido en las observaciones es aproximadamente de 121.590, de los cuales 56.864 están involucrados en iniciativas nacientes y 64.744 en empresas nuevas.
7. La tasa de actividad consolidada –empresas o iniciativas de autoempleo con más de 3 años y medio de actividad- es de 9,9%, este porcentaje se encuentra por encima de la media nacional.
8. El número de emprendedores consolidados es 133.532.
9. El 2,2% de la población adulta ha abandonado o cerrado una actividad empresarial. La tasa real de cierres efectivos es de 1,8%, superior a la de España -1,5%-. El hecho de que la tasa de cierres efectivos sea inferior a la tasa de abandono se debe a que existen negocios que se venden o traspasan, por tanto el abandono no supone el cierre definitivo de la empresa.
10. Las principales motivaciones para el abandono del negocio son la falta de rentabilidad y la falta de financiación que genera problemas de liquidez.

3. Descripción de las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas

a. Motivaciones del emprendedor

1. El 56,7% de las iniciativas se crean para aprovechar una oportunidad en el mercado mientras que el 37,4% de las empresas se crean por necesidad.
2. El patrón motivacional de los emprendedores de CLM es diferente al de España. En Castilla-La Mancha la principal motivación es aumentar los ingresos mientras que en España es la búsqueda de independencia.

b. Perfil socio-económico del emprendedor

1. El perfil medio del emprendedor en CLM nos indica que tiene género masculino en mayor proporción cualquiera que sea la fase del proceso en la que se encuentra su empresa.
2. La edad del emprendedor medio de CLM oscila entre los 33 y los 42 años. Es llamativo el hecho de que los emprendedores nacientes (aquellos que están en proceso de creación y todavía no han iniciado su actividad) son los de mayor edad -42 años-. Esto puede ser reflejo del emprendimiento realizado por personas desempleadas, como consecuencia de cierres y reestructuraciones de empresas en esta etapa de crisis económica, que inician el proceso de creación por necesidad ante la falta de alternativas en el mercado laboral. Los más jóvenes son los que están en la fase potencial.
3. El nivel de formación del emprendedor medio de CLM es menor que el de España. En todas las fases de desarrollo de la empresa la formación que presenta es la de estudios de primaria, excepto en la fase de emprendedor potencial que tiene estudios de secundaria.
4. El emprendedor valora que tiene formación para emprender, tanto en la fase potencial, naciente, nuevo, general y consolidado, excepto el que se encuentra en la fase de abandono.

5. El emprendedor medio de CLM posee renta alta en todas las etapas excepto en la de abandono.
6. El origen del emprendedor de CLM es español no recogiendo ningún dato de emprendedores extranjeros inmigrantes.

c. Características de las actividades emprendedoras

1. Las actividades desarrolladas en CLM no están registradas en el Registro Mercantil en mayor porcentaje que en la población española. En concreto, el 84% de las nacientes, el 75% de las nuevas y el 10% de las consolidadas no están registradas en CLM frente a 64,5%, 14,8% y 4% de nacientes, nuevas y consolidadas en España.
2. El sector de actividad mayoritario de las nuevas empresas es el sector de bienes de consumo (57,6%) seguido del transformador (18%), servicios (12,4%) y extractivo (12,1%). En las empresas consolidadas el porcentaje de negocios en el sector transformador y en el extractivo es 0%.
3. El número de socios de las iniciativas es mayor en las nuevas empresas que en las nacientes y consolidadas, oscilando entre 1 y 10 socios y presentando una media de 1,79. La oscilación del número de socios para empresas nacientes es entre 1 y 4 socios y en las consolidadas es entre 1 y 5 socios. No obstante, lo más frecuente es que las iniciativas (nacientes, nuevas y consolidadas) sean individuales, es decir, con un solo socio.
4. Las iniciativas emprendedoras en Castilla-La Mancha presenta una mayor proporción de empresas sin empleados –autoempleo- 56,7%, seguido de empresas de 1 a 5 empleados con una frecuencia de 37,8%. No obstante, presentan unas expectativas de crecimiento del empleo importantes.
5. El tamaño de las iniciativas consolidadas presenta una distribución similar a las iniciativas emprendedoras aunque crece el porcentaje de empresas con un número de trabajadores de entre 6 y 19 empleados. Sin embargo estas no presentan expectativas de

crecimiento lo que se refleja en el 44,5% de empresas que no tienen expectativas de crear empleo.

6. El 56% de las empresas en fases iniciales han creado sus negocios en sectores con una gran competencia frente al 16,3% que se sitúan en sectores en lo que no tienen competencia.
7. El 7,4% de las empresas en fase de consolidación están actuando en sectores sin competencia y el 74,6% en sectores con una alta intensidad competitiva.
8. El grado de innovación de las empresas nacientes y nuevas es bajo, tan solo el 9,4% es totalmente innovadora mientras que el 76,3% no es nada innovadora. El porcentaje de empresas innovadoras es todavía menor si tomamos las iniciativas consolidadas que no llega a alcanzar el 3%.
9. El 27,9% de las empresas nacientes y nuevas utilizan tecnología nueva o de última generación frente al 15,9% de las empresas consolidadas.
10. El 90,4% de las iniciativas emprendedoras son en sectores de baja tecnología alcanzando un porcentaje de 95,7% en iniciativas consolidadas.
11. El 86,1% de las empresas nuevas presentan el nivel más bajo en intensidad exportadora, este porcentaje crece hasta el 92,8% cuando nos referimos a las consolidadas.
12. Las expectativas de crecimiento en el mercado son más altas en las empresas nacientes y nuevas, las cuales esperan alguna expansión (38,9%). En el caso de las empresas consolidadas 17,4% esperan alguna expansión y el 0,7% espera una notable expansión.

d. Financiación de las iniciativas emprendedoras

1. Las iniciativas nacientes necesitaron en CLM una media de 185.000 euros de capital, media muy por debajo de la media nacional.
2. El capital medio aportado por el emprendedor en las iniciativas emprendedoras fue de 26.423.

3. El 3,6% de la población invirtió en nuevos negocios en los últimos tres años.
4. La tasa de inversión privada en CLM es de 3,6%.
5. El 12,4% de los inversores privados se describen como "business angel". El porcentaje está muy por encima de la media nacional, lo que puede ser debido al papel desempeñado por la Red GOBAN en la difusión de este tipo de iniciativas.
6. La relación entre el inversor que financia y el emprendedor en la mayoría de los casos es estrecha: familiar (32,6%) o amigo (34,8%). Tan solo en el 4% de los casos no existía ningún tipo de relación.

3. Entorno de emprendimiento

1. En general las valoraciones otorgadas por los expertos del entorno de emprendimiento son muy cercanas a la media nacional, lo que indica que la Región no presenta factores diferenciadores importantes frente a otros territorios de España.
2. Los factores mejor valorados por parte de los expertos del entorno de emprendimiento son las infraestructuras físicas, las innovaciones exigidas por el consumidor, las políticas de apoyo al crecimiento y el apoyo a emprendedoras, aunque el valor otorgado está por debajo de la media nacional en dos de ellos: infraestructuras físicas y apoyo a emprendedoras.
3. Según la valoración otorgada por los expertos se detectan deficiencias en la educación sobre el emprendimiento en el ámbito escolar, en la financiación, en la transferencia de tecnología y en I+D y en las políticas fiscales y burocracia.
4. La política fiscal y la burocracia está negativamente valorada por los expertos de Castilla-La Mancha, peor que por los expertos en el ámbito nacional.
5. La dinámica interna del mercado se presenta como una debilidad y según la valoración comparada en mayor medida que la dinámica del mercado en el ámbito geográfico nacional.

Acs, Z.J. (2006). How good is entrepreneurship for economic growth? Innovations, Winter 2006.

Aleman, L; Marina, J.A.; Pérez Díaz-Pericles, J.M.; Pellicer, C; Álvarez, B. & Torrejón, J.L. (2013). Aprender a Emprender. Cómo Educar el Talento Emprendedor. Ed. Fundación Príncipe de Girona/Aula Planeta. Barcelona.

Coduras, A.; Sánchez, M.C.; Díaz, J.C.; Vaillant, Y. & Lafuente, E. (2011). Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2011. Fundación Xavier de Salas. Trujillo.

Hernández, R.; Coduras, A.; Vaillant, Y.; Batista, R.M^a.; Sosa, S.; mira, I. & Martínez, J. (2012). Global Entrepreneurship Monitor. Informe Ejecutivo GEM España 2012. Cise y Fundación Xavier de Salas. Trujillo.

Comisión Europea (2012). Crecimiento y Empleo: próximos pasos. Presentación del Sr. D. J.M. Barroso, Presidente de la Comisión Europea, al Consejo Europeo informal de 30 de enero de 2012, Bruselas. http://ec.europa.eu/europe2020/documents/documents-and-reports/subject/employment-and-socialaffairs/index_es.htm

Global Entrepreneurship Monitor: <http://www.gemconsortium.org/>

Global Entrepreneurship Monitor - España: <http://www.gemespaña.es/>

Kelley, D.J.; Singer S. & Herrington, M. (2012). Global Entrepreneurship Monitor. 2011 Global Report. Babson Park: Babson College; Santiago de Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur: Universti Tun Abdul Razak.

Krueger, N. F. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory & Practice*, Fall. pp 5 – 21.

Ortega, I. (2013). *Políticas Públicas para los Emprendedores*. Euroeditions. Madrid.

Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-García, P. & Chin, N. (2005). Global entrepreneurship monitor: Data collection design and implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, 24(3), 205-231.

Veciana, J.M. (1997). ¿Emprendedor o Empresario? Publicado en *Innovando. Boletín del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial de Icesi*. Cali, Colombia.

Xavier, S. R.; Kelley, D.J.; Kew, J.; Herrington, M.; Vorderwüllbecke, A. (2013): "Global Entrepreneurship Monitor. 2012 Global Report". Babson Park: Babson College; Santiago de Chile: Universidad del Desarrollo; Kuala Lumpur: Universti Tun Abdul Razak.

FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN: Encuestas a la Población Adulta

Item	Detalle
Universo (1)	Población residente en la Comunidad Autónoma de 18 a 64 años
Población objetivo	1.348.805 individuos
Muestra	1.000 individuos
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las 5 provincias según ámbito y cuotas de población residente en municipios de población urbana y rural. En una segunda etapa se obtienen, aleatoriamente, números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente se selecciona a la persona entre 18 y 64 años.
Metodología	Encuesta telefónica, mediante el sistema CATI (Computer Assistance Telephone Interview)
Error muestral (+/-) (2)	±3,1% para el conjunto de la muestra
Nivel de confianza	95,5%
Periodo de realización	Mayo-Julio de 2012
Trabajo de campo	Instituto Opinómetro
Codificación y base de datos	Instituto Opinómetro
Análisis y tratamiento de datos	Equipo GEM Castilla-La Mancha
Programa estadístico	SPSS V.19.0

(1) Fuente: INE 2011

(2) El error muestral se ha calculado para poblaciones finitas, hipótesis P=Q=50% o de máxima indeterminación

La distribución de las 1.000 entrevistas de la muestra de Castilla – La Mancha por género, edad, ámbito y provincia se han distribuido de la siguiente manera:

Provincia	Género		Edad					Ámbito		Total
	hombre	mujer	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	rural	urbano	
Albacete	96	95	36	32	49	46	28	50	141	191
Ciudad Real	130	123	46	49	61	59	38	50	203	253
Cuenca	54	49	16	22	25	22	18	54	49	103
Guadalajara	63	57	18	25	34	23	20	37	83	120
Toledo	170	163	53	68	89	70	53	133	200	333
Total	513	487	169	196	258	220	157	324	676	1000

Item	Detalle
Muestra	24 expertos
Selección de la muestra	Muestra de conveniencia: entrevistas a expertos de la Comunidad relacionados con distintos aspectos de la actividad emprendedora
Metodología	Correo postal y electrónico
Periodo de realización	Junio-Julio 2012
Trabajo de campo	Equipo GEM Castilla-La Mancha
Codificación y base de datos	Equipo GEM Castilla-La Mancha
Análisis y tratamiento de datos	Equipo GEM Castilla-La Mancha
Programa estadístico	SPSS V.19.0

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

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	Fundación Xavier de Salas-GEM España Nebrija Universidad	Ricardo Hernández (Director GEM-España) Alicia Coduras (Directora Técnica GEM- España) Álvaro Sancho Antonio Díaz de Morales Red de equipos GEM España	Fundación Xavier de Salas-GEM España Fundación Nebrija 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	Cátedra de emprendedores de la Universidad de Cádiz
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Maicas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapidra Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación Fundación Emprender en Aragón
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Agustín Sánchez Medina Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Gobierno de Canarias Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Francisco Javier Martínez García (Director GEM Cantabria) Ana Fernández Laviada (Coordinadora) Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández José Manuel López Fernández Marta Pérez Pérez Inés Rueda Sampedro Ana María Serrano Bedía Francisco M. Somohano Rodríguez	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans	Yancy Vaillant (Director GEM-Cataluña) Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Esteban Lafuente Eduardo Gomez A. Rodrigo Olivares Contreras Marc Fíguls Manoj Bayon	Diputació de Barcelona Àrea de Desenvolupament Econòmic Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Ocupació
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki	Fundación Horizonte XXII Universidad de Castilla-La Mancha
C. Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Dirección técnica) Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Jover M ^º José Alarcón García M ^º Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera	Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (MPIVA) Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Export Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche
Extremadura	Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) M ^º de la Cruz Sánchez Escobedo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Antonio Fernández Portillo	Fundación Xavier de Salas, Gobierno de Extremadura, Universidad de Extremadura, CC. NN. Almaraz-Trillo, Avante Extremadura, Fundación Academia Europea de Yuste, Hoy Diario de Extremadura, El Periódico de Extremadura, Philip Morris Spain, S.L., Palicrisa, Caja Rural de Extremadura, Urvicasa, Infostock, Imedexsa, Caja Duero, La Caixa, Gestyona, S.L., Grupo Ros Multimedia, Garrigues, Cofex, Cefiex, Diputación de Badajoz, Fundación Cáceres Capital, Fundación Cívica.

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape) Universidad de Santiago de Compostela	Araceli de Lucas Sanz (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López Ana Vázquez Eibes Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández Placeres Conde Suárez Isabel Neira Gómez Sara Fernández López Nuria Calvo Babío Loreto Fernández Fernández	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape) Universidad de Santiago de Compostela (USC)
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaró Ramos	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Lloret Jose Andres Lopez Yepes Maria Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Conserjería de Universidades Empresa e Investigación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Crecemos con Europa Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra Universitat Autònoma de Barcelona	Ignacio Contín Pilart (Directir GEM Navarra) Martín Larraza Kintana Victor Martín Sánchez	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)
País Vasco	Orkestra-Instituto Vasco de Competitividad, y Deusto Business School Universidad del País Vasco Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	Iñaki Peña (Director del proyecto GEM País Vasco) José L. González-Pernía Maribel Guerrero María Saiz Jon Hoyos Saiaoa Arando David Urbano	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Madrid Ciudad	<p>Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid</p> <p>Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid</p>	<p>Iñaki Ortega Chacón (Director GEM-Madrid Ciudad) Esther Caurín Arribas (Coordinadora) Iván Soto San Andrés</p> <p>Isidro de Pablo López (Director Técnico GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos</p>	<p>Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid</p>
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	<p>Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)</p>	Equipos de la Red GEM España

