

Global Entrepreneurship Monitor Informe ejecutivo 2021 - 2022

Actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana

Jose M^a. Gómez - Ignacio Mira - Jesús Martínez - Marina Estrada



**GENERALITAT
VALENCIANA**
Conselleria d'Economia
Sostenible, Sectors Productius,
Comerç i Treball



UNIVERSITAT
Miguel Hernández



Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo 2021-2022

Actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana

Autores:

José María Gómez Gras (Dir. GEM Comunidad Valenciana)
Ignacio Mira Solves (Dirección Técnica)
Jesús Martínez Mateo
Marina Estrada de la Cruz

Investigadores colaboradores:

M^a José Alarcón García
Lirios Alos Simó
M^a Cinta Gisbert López
Antonio J. Verdú Jover
Domingo Galiana Lopera
M^a Isabel Borreguero Guerra

ISSN:

1988-4885

Fecha de edición:

14/10/2022

Editorial:

Universidad Miguel Hernández de Elche

Maquetación:

Servicio de Innovación y Planificación Tecnológica (SIPT) UMH

Nota de la editorial:

Los textos de esta publicación y su revisión ortográfica
son responsabilidad de los/as autores/as



Asociación
RED GEM España

Global Entrepreneurship Monitor

Informe GEM Comunidad Valenciana 2021-2022

AUTORES:

JOSÉ MARÍA GÓMEZ GRAS (DIR. GEM COMUNIDAD VALENCIANA)

IGNACIO MIRA SOLVES (DIRECCIÓN TÉCNICA)

JESÚS MARTÍNEZ MATEO

MARINA ESTRADA DE LA CRUZ

INVESTIGADORES COLABORADORES:

M^a JOSÉ ALARCÓN GARCÍA, LIRIOS ALOS SIMÓ, M^a CINTA GISBERT LÓPEZ, ANTONIO J. VERDÚ JOVER,
DOMINGO GALIANA LAPERA, M^a ISABEL BORREGUERO GUERRA

ÍNDICE DE CONTENIDOS

<i>RELACIÓN DE EQUIPOS DE LA RED GEM ESPAÑA 2021-2022</i>	7
<i>PRÓLOGO</i>	13
<i>PRESENTACIÓN DE LOS AUTORES</i>	17
<i>EL PROYECTO GEM</i>	19
<i>BALANCED SCORECARD</i>	23
<i>RESUMEN EJECUTIVO</i>	25
<i>CAPÍTULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN</i>	31
1.1 Introducción	31
1.2 Percepción de oportunidades.....	32
1.3 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	33
1.4 El temor al fracaso como obstáculo para emprender	34
1.5 Disponibilidad de red social emprendedora	36
1.6 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español .	37
<i>CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL</i>	39
2.1 Introducción	39
2.2 Desglose de componentes del proceso emprendedor	40
2.3 Evolución de la intención emprendedora.....	42
2.4 Evolución de la actividad emprendedora reciente	43
2.5 Evolución de la actividad consolidada	46
2.6 Evolución de abandonos y cierres	47
2.7 Motivación de las personas emprendedoras.....	49
2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español.....	51

<i>CAPÍTULO 3. PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR.....</i>	<i>53</i>
3.1. Introducción	53
3.2. Sexo.....	53
3.3. Edad.....	55
3.4. Formación.....	57
3.5. Perfil medio	61
<i>CAPÍTULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES.....</i>	<i>63</i>
4.1. Introducción	63
4.2. Sectores generales de actividad.....	63
4.3. Número de personas socias.....	65
4.4. Dimensión y empleo	66
4.5. Financiación de las iniciativas	68
4.6. Carácter familiar de las iniciativas.....	72
4.7. Orientación innovadora.....	74
4.8. Orientación exportadora.....	76
4.9. Adopción de tecnologías digitales	77
4.10. Orientación a la sostenibilidad.....	79
<i>CAPÍTULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER.....</i>	<i>83</i>
5.1. Introducción	83
5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender.....	85
5.3. Percepción del impacto de la pandemia en las condiciones para emprender.....	96
5.4. Factores de impulso a la actividad emprendedora y recomendaciones del panel experto	98
<i>CAPÍTULO 6. REFLEXIONES FINALES.....</i>	<i>105</i>
<i>INDICE DE FIGURAS</i>	<i>109</i>
<i>INDICE DE TABLAS.....</i>	<i>111</i>
<i>FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO.....</i>	<i>113</i>

RELACIÓN DE EQUIPOS DE LA RED GEM ESPAÑA 2021-2022

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM España) Nuria Calvo Babío (Directora Técnica GEM España) Paula San Martín Espina (Secretaría del Observatorio) Yago Atrio Lema y Mahsa Samsami (Equipo Dirección Técnica GEM España) Isidro de Pablo López, José Ruiz Navarro y María Saiz (Comité de dirección del Observatorio) Sebastián Pérez Vides (Director de Comunicación GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Carmen Camelo Ordaz José Manuel Sánchez Vázquez Juan Pablo Diánez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Junta de Andalucía. Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades.
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Co-Director GEM-Aragón) Consuelo González Gil (Co-Directora GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maicas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Aragón Emprende Cátedra Emprender Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón
Asturias	Universidad de Oviedo	Manuel González Díaz (Director GEM-Asturias) Vanesa Solís Rodríguez Marta Fernández Barcala Susana López Bayón Irene Martínez López Matías Mayor Fernández	Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batlle Lorente (Director GEM-Baleares) María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares) Bartolomé Deyá Tortella Francina Orfila Sintés César Llorente López Joan Garau Vadell M. Vanessa Díaz Moriana	Institut d'Innovació Empresarial-Govern Balear Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius Laboratori d'Emprendedoria i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears
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 Ana L. González Pérez Carmen Inés Ruiz de la Rosa Desiderio García Almeida Desiderio Gutiérrez Taño Domingo Verano Tacoronte Francisco J. García Rodríguez Esperanza Gil Soto Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Ana Isabel Lemes Hernández	Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna
Cantabria	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Directora Técnico GEM-Cantabria) Elsa Díez Busto Carlos López Gutiérrez Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz Francisco Manuel Somohano Rodríguez	SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Universidades, Igualdad, Cultura y Deporte Santander Universidades
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Enric Genescà Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Teresa Obis	Universitat Autònoma de Barcelona Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç. Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Treball Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan J. Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno (Directora Técnica GEM-Castilla-La Mancha) Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M ^a Ruiz Palomo	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León Cátedra de Finanzas Sostenibles UPSA-Mapfre	Nuria González Álvarez (Directora GEM-Castilla y León) Daniel Alonso Martínez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez	Universidad de León
Ceuta	Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Arias (Director GEM-Ceuta) José Aguado Romero Juan Miguel Alcántara Pilar Lázaro Rodríguez Ariza Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez	Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.
Comunidad Autónoma de Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda Adriana Pérez Encinas Miguel Angoitia Grijalba Yolanda Bueno Hernández	Fundación para el Conocimiento Madri+d Comunidad de Madrid Universidad Autónoma de Madrid
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico GEM-C. Valenciana) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada de la Cruz Antonio J. Verdú Jover M.ª José Alarcón García M.ª Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M.ª Isabel Borreguero Guerra	Universidad Miguel Hernández de Elche Generalitat Valenciana. Consellería de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo Fundación :LAB Mediterráneo Air Nostrum Aligrupo Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) Mari Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica GEM-Extremadura) Antonio Fernández Portillo (Responsable de datos) J. Carlos Díaz Casero Manuel Almodóvar González María Calzado Barbero Nuria Ramos Vecino Roberto Alejandro Hernández Renner	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Tambo Tany Nature
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela (USC) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Confederación de Empresarios de Galicia CEG)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López Emilio Ruzo Sanmartín David Rodeiro Pazos Marta Portela Maseda Jacobo Feás Vázquez Nuria Calvo Babío Lucía Rey Ares Esther Barros Campello Alberto Vaquero García Pilar Piñeiro García Guillermo Andrés Zapata Huamaní Yago Atrio Lema Mahsa Samsami Fany Suárez Mansilla Enrique Gómez Fernández José Manuel Maceira Blanco M ^º del Mar Barreiro Mariño	Universidad de Santiago de Compostela (USC) Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) Secretaría Xeral de Universidades (Xunta de Galicia) Universidad da Coruña Universidad de Vigo

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
La Rioja	Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Juan Manuel Dominguez Ortega (Coordinador Técnico GEM Rioja) Sara Calvo (Coordinadora Académica GEM-Rioja) Andrés Morales José Eduardo Rodríguez Oses Lara Mata	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja) Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) Day ONE Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Comercial OJA JIG Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Ana María Bojica Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo Rocío Llamas Sánchez Juan Antonio Marmolejo Martín	Universidad de Granada
Murcia	Universidad de Murcia	Alicia Rubio Bañón (Directora GEM-Murcia) Catalina Nicolás Martínez Gabriel Lozano Reina Gregorio Sánchez Marín Joaquín Longinos Marin Rives José Andrés López Yepes Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Nuria Nevers Esteban Lloret Antonio Paños Álvarez María Pemartín González-Adalid	Consejería de Industria, Empresa y Portavocía Instituto de Fomento de la Región de Murcia Caixabank Fundación CajaMurcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Centro Iniciativas Municipales de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE Universidad de La Rioja King's College London (UK)	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra) Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra – CEIN

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Iñaki Peña Jon Hoyos David Urbano Aimar Basañez Zulueta Nerea González Rebeca Martín Diez Valery Chistov Alaitz Zabala Zarauz	Universidad del País Vasco Universidad de Deusto Mondragon Unibertsitatea Grupo Spri Taldea Gobierno Vasco. Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras Diputación foral de Bizkaia Diputación foral de Guipúzcoa Diputación foral de Álava FESIDE Observatorio Vasco de Emprendimiento
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Observatorio del Emprendimiento de España - RED GEM España

PRÓLOGO

Rafael Climent González

**Conseller de Economía Sostenible,
Sectores Productivos, Comercio y
Trabajo**



Estamos viviendo un momento en el que, tras superar y dejar atrás dos años muy duros como consecuencia de la pandemia, nos encontramos ahora sumidos en los desafíos energético e inflacionista ocasionados por la guerra en Ucrania, cuya evolución es ahora mismo muy difícil de predecir.

Durante estos dos últimos años ha sido prioritario para la Generalitat asegurar y posibilitar la pervivencia del tejido productivo, de las empresas, de las personas trabajadoras y, en definitiva, de nuestras familias.

Fruto de ello, en los últimos meses de 2021 ya podíamos hablar de una notable recuperación post-Covid, con todos los indicadores reflejando una senda claramente positiva. Ello fue posible gracias a la resiliencia de los sectores productivos, pero también gracias al esfuerzo realizado en las políticas públicas aplicadas que, lejos de ser meras correctoras y facilitadoras del mercado, también pueden ser cruciales a la hora de hacer frente a las asimetrías de la economía y de sentar las bases para que el progreso sea de todos.

De hecho, tal y como se detalla de manera pormenorizada en el presente informe, las expectativas en cuanto a oportunidades de negocio, -que cayeron bruscamente durante el año 2020-, se han recuperado considerablemente durante 2021.

Ahora, nuevamente, el retorno de la inflación y de la tensión geopolítica suponen un claro riesgo de retroceso.

Todo ello evidencia que vivimos en un mundo complejo, con problemas que a veces desbordan a los Gobiernos, pero de los que hemos de extraer una lección muy importante, y es la necesidad de reinventarnos.

En la situación actual, urge activar todos los recursos de la economía y buscar alternativas sobre una base de diálogo, consenso y cooperación.

En este contexto, desde la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, seguimos trabajando para ayudar en la transformación del modelo productivo económico hacia una economía del conocimiento, con mayor creación de valor añadido, para que sea capaz de generar a largo plazo, y de manera confiada, un desarrollo económico sostenible, integrador e inclusivo.

Para ello, es fundamental un apoyo decidido a las personas emprendedoras, generando un entorno propicio para que puedan desarrollar su talento y su creatividad.

Es necesario reforzar a nuestras empresas y a nuestros emprendedores con más conocimiento, digitalización e innovación, es decir, incrementar la inversión en activos intangibles, lo que tiene efectos directos sobre la productividad.

En los últimos estudios publicados¹ se pone de manifiesto que, para seguir avanzando en el impulso al ecosistema de innovación, no solo es necesario añadir las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) al viejo esquema de Investigación + Desarrollo + Innovación (I+D+i) sino que es imprescindible contar con un elemento nuevo, cual es la E de Emprendimiento, obteniendo una ecuación objetivo tal que I+D+i+TIC+E.

Esa E es fundamental para nuestro futuro. Es muy importante poder contar con un torrente de emprendimiento que se consolide y haga posible que los proyectos empresariales se afiancen y sean un motor generador de riqueza y empleo.

Los jóvenes emprendedores están sobrados de talento, sin duda, pero uno de los pilares estratégicos de nuestra acción de gobierno es apostar por una

¹ Véase por ejemplo el último estudio del IVIE titulado “Radiografía de la Inversión Privada en I+D+i+TIC en la CV”

formación innovadora para poder desarrollar en los jóvenes todo su potencial en términos de talento y creatividad.

Para la economía y la sociedad valenciana es fundamental que las personas jóvenes tituladas tengan cada vez un mayor protagonismo en el impulso y en la gestión de los proyectos emprendedores.

Además, la consolidación de los proyectos emprendedores no debe limitarse a alcanzar un estadio suficiente para garantizar la supervivencia de la empresa, sino que ésta solo estará asegurada con un proceso permanente de innovación y formación.

Desde la Generalitat, conscientes de la importancia del emprendimiento como fuente de creación de riqueza y empleo, seguimos impulsando el Plan Estratégico del Emprendimiento 2019 - 2023, de carácter transversal, para apoyar al ecosistema emprendedor través de diferentes políticas, como la educación, la financiación, la innovación y la transferencia de conocimiento entre Universidad y empresa, a fin de facilitar la creación de empresas y el desarrollo y consolidación de iniciativas emprendedoras en todas sus fases.

Termino con mi agradecimiento a esta iniciativa del proyecto GEM, que permite conocer, seguir y evaluar la realidad del emprendimiento, lo cual es fundamental para que la economía aproveche todo su potencial de desarrollo sostenible y que redunde, en definitiva, en una mayor cohesión social y territorial.

Rafael Climent González
Conseller de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo

PRESENTACIÓN DE LOS AUTORES

Un año más y van 18 sin faltar a la cita, volvemos a presentar un nuevo Informe GEM.

Detrás de todo proyecto siempre hay un grupo de personas que lo inician, lo desarrollan y ponen su esfuerzo para que se lleve a cabo con éxito.

En el proyecto Global Entrepreneurship Monitor de la Comunidad Valenciana, estamos implicados un equipo de profesores e investigadores de la Universidad Miguel Hernández, los mismos que hace 18 años iniciamos el proyecto y hemos crecido con él, que lo hemos desarrollado año tras año con el objetivo de construir un Observatorio del Emprendimiento de nuestra región, que aporte una medida fiable y amplia sobre el emprendimiento, con datos históricos de evolución al servicio del ecosistema emprendedor y de toda la sociedad valenciana.

La valoración de los resultados, de la evolución y éxito del proyecto, corresponde al conjunto de agentes e instituciones del ecosistema emprendedor.

Durante estos años hemos visto crecer nuestro proyecto. A nivel nacional, junto con el resto de equipos GEM, hemos constituido el Observatorio del Emprendimiento de España, que actualmente aglutina a casi 160 investigadores de más de 25 universidades y 60 instituciones. A nivel mundial, el consorcio internacional GEM, durante sus más de 20 años de existencia, ha desarrollado informes para más de 120 economías alrededor del mundo, lo que lo convierte en el estudio internacional sobre emprendimiento más extenso, con más países involucrados en describir el fenómeno y su entorno, y con una misma metodología común.

Pero todo esto no sería posible únicamente con el esfuerzo del equipo de trabajo que lo llevamos a cabo. Para que nuestro informe GEM pueda desarrollarse año tras año, resulta imprescindible el soporte de la Consellería de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, y desde aquí queremos reconocerlo y agradecerlo.

En cuanto a la situación detectada por el presente informe, presentada en las siguientes páginas, a nadie se nos escapa que vivimos en un entorno complejo,

ambiguo, y cambiante en el que se hace extremadamente difícil hacer previsiones y tomar decisiones. Particularmente las personas que quieren emprender o que están poniendo en marcha sus nuevas empresas, encaran sus proyectos en un nuevo escenario en el que la adaptación y resiliencia cobran más protagonismo si cabe.

Pero en todos los escenarios, hasta en los percibidos como más adversos, se generan oportunidades y en esta ocasión, el Informe recoge que la percepción que tiene la población valenciana sobre la existencia de oportunidades para emprender, ha aumentado en casi 10 puntos con respecto al año anterior. Un dato que sin duda tiene mucho que ver con que la intención de emprender se haya incrementado algo más de un 60% también en el último año. Posiblemente estos sean los datos más positivos del Informe de cara al futuro del emprendimiento. A su vez, los datos recogidos nos describen una realidad actual marcada por el sostenimiento de la actividad emprendedora, con algunos avances en positivo respecto al año anterior, pero también caracterizada porque el 80% de las personas que emprenden, reconocen que en su decisión les ha pesado la ausencia de otras alternativas laborales. Un aumento de la necesidad de emprender que no sorprende y que habrá que vigilar en el Informe del año próximo para confirmar su evolución.

Con todo, en las páginas que siguen se recoge la información detalla y actualizada de todos los indicadores GEM, que miden y caracterizan el emprendimiento en nuestra Comunidad. Como cada año, este informe está organizado en tres partes diferenciadas. En la primera estudiamos valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población; la segunda se centra en la actividad emprendedora y sus características, cuantificando las iniciativas puestas en marcha, y la identificación del perfil de las personas emprendedoras y sus actividades; y la tercera trata las condiciones del entorno en el que se desarrolla el proceso emprendedor.

Para finalizar, queremos agradecer a todas las personas que pacientemente han colaborado en esta edición: agentes del ecosistema emprendedor que forman el panel experto que valora el entorno, y por supuesto el colectivo emprendedor actual y futuro y todas las personas entrevistadas. Gracias a su colaboración un año más hemos podido recoger, en estas páginas, el estado del emprendimiento en la Comunidad Valenciana.

Equipo GEM Comunidad Valenciana
Universidad Miguel Hernández de Elche

EL PROYECTO GEM

“Global Entrepreneurship Monitor” (GEM) se constituye desde sus inicios como un observatorio investigador del fenómeno emprendedor con vocación internacional. Fue promovido originalmente en 1997 por Babson College y la London Business School, al objeto de plasmar la actividad emprendedora, así como diversos factores del entorno concernientes al emprendimiento.

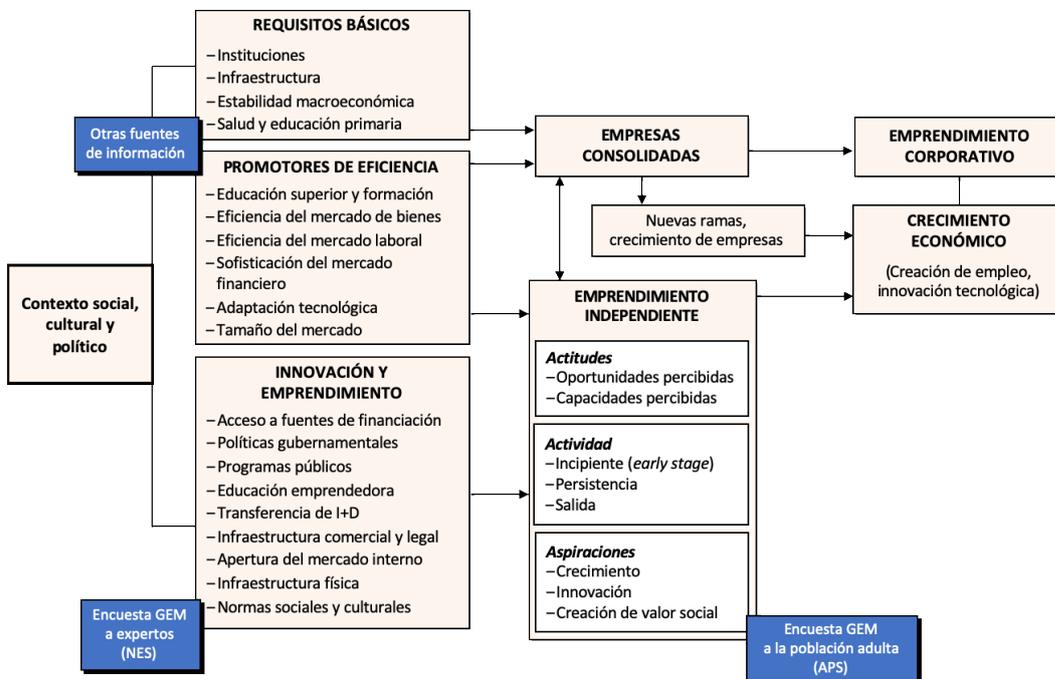
Desde 1999 está desarrollando su actividad en informes de ámbito global, nacional, regional y local, y el número de países incorporados al proyecto ha ido aumentando desde su primera edición. En números, GEM cuenta con 23 años de andadura, lo que significa 23 años de datos, en los que de forma acumulada, se han analizado más de 120 economías alrededor del mundo y se ha entrevistado a más de tres millones de personas, contando la red con más de 370 especialistas de investigación en emprendimiento de más de 300 instituciones académicas y de investigación, colaborando junto a más de 200 instituciones de apoyo. Todo ello hace de GEM el más extenso estudio en torno al emprendimiento en el mundo. La actual edición 2021 cuenta con la participación de 47 economías, en las que se han entrevistado más de 148.000 personas.

En España, el Proyecto se encuentra desagregado en una “Red de Regiones”, formada por diversos grupos de investigación, que elaboran informes específicos acerca de la actividad emprendedora en su entorno más cercano. En la presente edición, la red española está conformada por 20 equipos, casi 160 personas investigando el fenómeno emprendedor, 25 universidades y más de 60 instituciones. En concreto, el equipo GEM formado por un grupo de investigación de la Universidad Miguel Hernández, cumple su mayoría de edad, con 18 años ya desarrollando el informe anual de la comunidad Valenciana, que proporciona una perspectiva de evolución sobre:

1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población.
2. Actividad emprendedora y sus características.
3. Contexto en el que se desarrolla el proceso emprendedor.

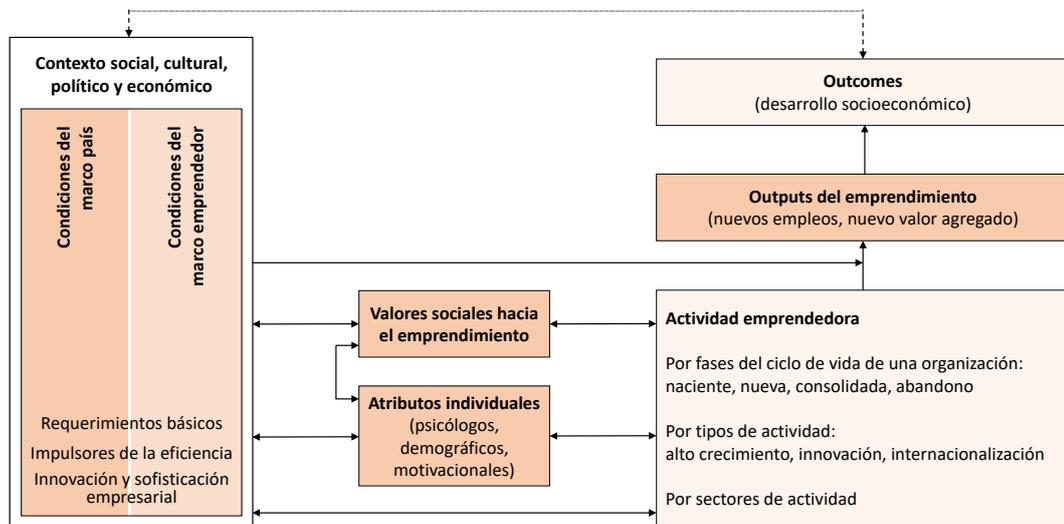
Así, los informes generados a través de GEM se configuran como una herramienta integral de información en torno al fenómeno emprendedor, asentada sobre la base de un sólido modelo teórico, que se ha ido perfeccionando en el seno del consorcio investigador con el transcurso del tiempo, y que se nutre empíricamente de diversas fuentes de información, tanto primarias (encuestas APS y NES, comentadas más adelante), como complementarias (informes como *Global Competitiveness Report (GCR)*, *Doing Business*, y otros. La figura 1 describe la estructura del actual marco teórico GEM.

Figura 1. Marco teórico GEM.



Este marco teórico se complementa con un marco conceptual que establece un modelo de relaciones entre los bloques de variables del modelo que representan las condiciones para emprender, la propia actividad emprendedora y los resultados que se derivan de ella (figura 2), y que considera que el proceso emprendedor participa en un círculo endógeno de desarrollo económico y social.

Figura 2. Marco de relaciones de variables GEM.



Con todo, el marco de desarrollo de GEM asume la actividad emprendedora como resultado de la interacción entre la percepción de un individuo sobre una oportunidad, su capacidad (motivación y habilidades) para actuar sobre ésta, y las distintas condiciones del entorno en el que se encuentra, siendo por tanto el resultado de la confluencia individuo-entorno.

Dentro de este marco, el consorcio investigador GEM considera la creación o puesta en marcha de una iniciativa empresarial, como un proceso secuencial compuesto por una serie de etapas, iniciadas con la generación de una idea, seguida de las acciones de su puesta en marcha, el lanzamiento al mercado, el comienzo de las operaciones y el inicio de una fase de consolidación, que culmina con la empresa consolidada cuando ésta alcanza suficiente madurez (supervivencia de al menos tres años y medio), o bien con la posibilidad del abandono por los promotores, ya sea por cierre o por traspaso de la iniciativa.

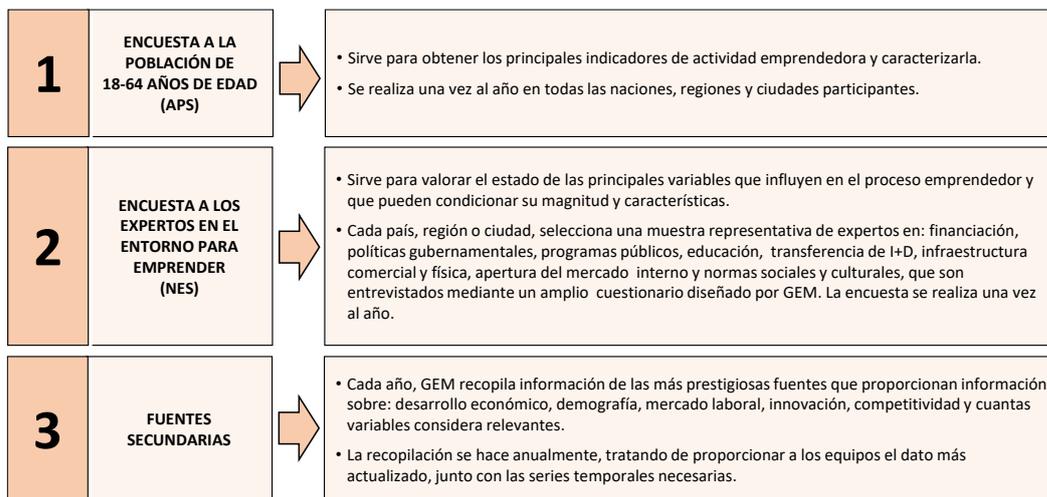
Así entendido en el seno del consorcio GEM, la figura 3 recoge este proceso emprendedor en las citadas etapas, que abarcan desde el desarrollo de la intencionalidad de emprender (emprendimiento potencial) hasta la puesta en marcha (emprendimiento naciente), desarrollo (emprendimiento nuevo) y consolidación de la actividad emprendedora (empresa consolidada).

Figura 3. Descripción del proceso emprendedor según GEM.



Las fuentes de información principales empleadas por GEM son (figura 4) la encuesta que se realiza a la población de 18-64 años, denominada APS (Adult Population Survey) y la encuesta a expertos colaboradores, denominada NES (National Expert Survey). Ambas series de datos nutren diversas partes del modelo y se complementan con las aportaciones de otras fuentes de información secundaria. Particularmente, la encuesta a la población proporciona los datos para obtener los indicadores que describen y caracterizan la actividad emprendedora y el proceso emprendedor, tal y como se entiende en GEM, mientras que la encuesta a expertos permite valorar el estado de las principales variables de entorno que influyen en el proceso emprendedor.

Figura 4. Fuentes de información GEM.



BALANCED SCORECARD

Este apartado recoge algunos de los indicadores más relevantes que ofrece este Informe GEM Comunidad Valenciana, en forma de cuadro de mando o Balanced Scorecard, facilitando una visión de conjunto del estado del emprendimiento en el tercer trimestre de 2021 y su comparación con 2020.

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población (% población 18-64 años)	2020	2021
Percibe buenas oportunidades para emprender	17,3%	26,9%
Dispone de red social emprendedora	35,4%	42,0%
Se auto-reconoce habilidades y conocimientos para emprender	51,7%	49,8%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	66,1%	54,5%
Ha abandonado una actividad por cierre, traspaso o jubilación	1,6%	2,5%
Ha proporcionado inversión informal	2,5%	3,2%
Involucración en el proceso emprendedor (% población 18-64 años)	2020	2021
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	5,2%	8,4%
Actividad emprendedora incipiente hasta 42 meses (TEA)	5,1%	5,3%
Actividad consolidada (más de 42 meses)	6,1%	6,7%

Valoración media de expertos de condiciones de entorno (escala 1 a 10)	2020	2021
Acceso a infraestructura física y de servicios	6,9	6,8
Acceso a infraestructura comercial y profesional	6,1	6,0
Programas públicos de apoyo	6,0	5,8
Educación y formación emprendedora etapa post secundaria	5,3	5,2
Normas sociales y culturales	4,9	5,1
Barreras de acceso al mercado interno	4,5	4,8
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	4,8	4,5
Transferencia de I + D	4,6	4,5
Dinámica del mercado interno	4,4	3,5
Financiación	4,2	4,4
Políticas fiscales y burocracia administrativa	4,3	4,4
Educación y formación emprendedora en primaria y secundaria	3,6	3,2

RESUMEN EJECUTIVO

Valores, percepciones y actitudes emprendedoras

La decisión de puesta en marcha de iniciativas de negocio, y el desarrollo de comportamientos emprendedores, se encuentran condicionados por multitud de variables, entre las que destacan más allá de elementos objetivos, algunas características de carácter subjetivo, como son los valores, percepciones y actitudes emprendedoras.

Los datos GEM indican que, en 2021, un 26,9% de la población considera que existen oportunidades de negocio a seis meses vista. Este porcentaje supone una recuperación respecto al año anterior (17,3%), en que el dato se había desplomado literalmente tras la irrupción de la COVID.

En relación al auto reconocimiento de habilidades emprendedoras, los datos indican que cerca de la mitad de la población (49,8%) considera que posee conocimientos y habilidades necesarios para la puesta en marcha de un proyecto empresarial, porcentaje muy similar al de años anteriores.

El porcentaje de población que reconoce el miedo al fracaso, como inhibidor del proceso emprendedor, ha disminuido considerablemente, alcanzando al 54,5% (66,1% en 2020) volviendo a valores similares a los de 2019, previos a la aparición de la crisis sanitaria.

El porcentaje de población que cuenta con una red de personas emprendedoras en su círculo cercano, alcanza al 42%, lo que supone un incremento de 6,6 puntos respecto a 2020, año en que este dato sufrió un fuerte descenso.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En el tercer trimestre de 2021, el porcentaje de personas que manifiestan su intención de poner en marcha una iniciativa de negocio a tres años vista asciende a un 8,4%, tras la abrupta caída sufrida en 2020 (5,2%) que llevó

al valor más bajo del registro histórico (igualando al de 2009). Este dato apunta a una recuperación, tras el frenazo que supuso la incertidumbre y volatilidad introducidas por la crisis sanitaria y económica derivada.

Además, el 5,3% de la población adulta de la Comunidad Valenciana estaba involucrada en actividades emprendedoras con menos de 42 meses de funcionamiento, superando en 0,2 puntos al porcentaje recogido en 2020, y encadenando cuatro años consecutivos de crecimiento, pareciendo consolidar su vuelta a datos previos, que no se obtenían desde 2013.

Sin embargo, la motivación más frecuentemente aludida para emprender es la ausencia de otras alternativas laborales (81% de respuesta entre las personas involucradas en esas actividades emprendedoras), por encima del dato obtenido en 2020 (62,75%).

Otro 6,7% de la población adulta en la Comunidad Valenciana fue identificada como perteneciente al empresariado consolidado, lo que significa la mejora del dato alcanzado en 2020 (6,1%).

El porcentaje de población que afirma haber abandonado una actividad en los 12 meses anteriores alcanza el 2,5% (1,6% en 2020). En más de una tercera parte de casos el negocio ha continuado en otras manos, por lo que la tasa real de cierres sería del 1,6% (1,2% en 2020).

Perfil socio-económico de las personas emprendedoras

Atendiendo a las características del perfil medio de las personas involucradas en actividades con menos de 42 meses en el mercado (TEA), los datos de 2021 indican que se trata de un hombre en un 52,8% de los casos, con una edad promedio de unos 42 años, estudios secundarios en un 39,6% de los casos y universitarios en el 35,9%, y que dispone de algún tipo de formación específica para emprender (79,2%).

Características de las actividades emprendedoras

Sobre el total de actividad emprendedora incipiente registrada (menos de 42 meses de operatividad), el 69,1% de las iniciativas se orienta al sector servicios (46,3% al consumo y 22,7% a servicios a empresas), reflejando la

terciarización de la economía, en los datos 2021 más acusada que en años anteriores.

En relación a la propiedad, en 2021 son más de la mitad (56,6%) los emprendimientos incipientes con una sola persona propietaria del negocio, esto es, emprendiendo en solitario.

Respecto a la dimensión del empleo generado por las iniciativas con hasta 42 meses de operativa, en 2021, en la Comunidad Valenciana sigue siendo mayoritaria la presencia de iniciativas con hasta un máximo de cinco empleos, que en esta ocasión suponen un 90,9% del total. Además, este dato incluye un 34,9% de iniciativas que no generan más empleo que el de la persona propietaria.

La orientación exportadora de las actividades emprendedoras en fase incipiente (hasta 42 meses) se ha incrementado respecto a 2020, año en el que se acusaron de forma especialmente intensa, las dificultades de acceso a mercados exteriores provocadas por la pandemia. Los datos indican que, en 2021, un 34,6% de estas actividades exportan, y en particular el 6,3% realizan más del 75% de sus ventas en el exterior.

Respecto a la orientación innovadora de las iniciativas, un 16,9% se reconoce ubicada en sectores de media o alta tecnología, un 30,2% afirma haber realizado innovaciones en producto/servicio en el último año y un 29,9% en procesos o tecnologías.

En relación a la adopción de tecnologías digitales, más de la mitad de las iniciativas en fase incipiente (52,1%) afirman haberlo hecho como respuesta a la crisis sanitaria para la comercialización de sus productos y servicios, y un 17,2% manifiestan haber modificado o ampliado las estrategias que tenían planificadas previamente. Además, casi dos terceras partes (65,2%) contemplan a futuro la expectativa de ampliar la intensidad de uso de estas tecnologías

En cuanto a la sostenibilidad de las iniciativas incipientes, un 58,3% afirma priorizar en sus estrategias, el impacto social y/o medioambiental que la actividad de sus negocios pueda tener. A nivel operativo, un 53,1% reconoce haber desarrollado acciones para minimizar o reducir el impacto medioambiental de sus iniciativas y un 27,7% acciones relacionadas con el impacto social.

Sobre las necesidades financieras de las iniciativas nacientes en 2021 (aquellas en sus primeros 3 meses de actividad), se detecta una cierta ampliación respecto a la situación 2020. Y si bien la dispersión de las respuestas recabadas impide ofrecer claramente un valor representativo, la mitad de los emprendimientos tienen unas necesidades de hasta 10.000 €, que es además el valor más frecuentemente declarado por las personas emprendedoras.

Estas necesidades de capital semilla para la puesta en marcha, son cubiertas en parte (53,8%) por sus ahorros personales, un 14,9% recurre a familiares y amistades, y el recurso a bancos e instituciones financieras sigue descendiendo, pasando a suponer un 14,7%. La figura del inversor informal se reconoce en un 3,2% de la población, estando la aportación más habitual en torno a los 5.000 €. Con todo, respecto a 2020, se incrementan las necesidades medias de capital, se reduce la financiación bancaria, y se vuelve a incrementar ligeramente la presencia de la financiación informal, recurriéndose más a familia y amigos.

Condiciones de entorno

Adicionalmente a la información obtenida por la encuesta de población adulta, un panel integrado por agentes procedentes de diferentes ámbitos relacionados con el emprendimiento y el ecosistema emprendedor valora la situación general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora.

En relación a los diferentes factores analizados, los expertos perciben como positivas las condiciones de acceso a la infraestructura física, a la infraestructura comercial y profesional, los programas públicos de apoyo, la orientación emprendedora de la educación superior, y la valoración del emprendimiento desde las normas socio-culturales de la región.

Además, juzgan como muy cercanas a la adecuación, el grado de apertura del mercado interno, las políticas de apoyo hacia el emprendimiento desarrolladas en la Comunidad Valenciana, las condiciones relativas a la transferencia de I+D y las posibilidades de acceso a financiación.

Se resaltan como condiciones necesitadas de mejora, la suficiencia y adecuación de la oferta de fuentes de financiación para emprender, y los

aspectos fiscales y burocráticos relacionados con la puesta en marcha y desarrollo de iniciativas.

Por último, se juzga como condiciones más desfavorables la dinámica del mercado interno, y especialmente, como condición necesitada de actuación prioritaria y peor valorada con diferencia, la referida a la orientación al emprendimiento de la educación primaria y secundaria en la Comunidad Valenciana.

Tras dos años consecutivos en que el grupo experto ha ido incrementando sus valoraciones medias sobre las condiciones del entorno, en 2021 la valoración se mantiene similar a la de 2020, por lo que se puede considerar que en conjunto, el grupo experto mantiene estable su valoración global sobre el entorno específico para emprender.

CAPÍTULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN

1.1 Introducción

La capacidad emprendedora y su desarrollo en un territorio, están condicionadas por numerosas variables que afectan tanto a los individuos como a la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales. Entre estos condicionantes, adicionalmente a aspectos concretos, como su experiencia, su situación laboral o su formación, desde una perspectiva individual, se pueden encontrar otros de carácter más subjetivo, como los valores, percepciones y actitudes emprendedoras, y que llegan a terminar por influir en el desarrollo de comportamientos y conductas emprendedoras, pudiendo por tanto, favorecer o entorpecer el inicio y puesta en marcha de nuevas iniciativas.

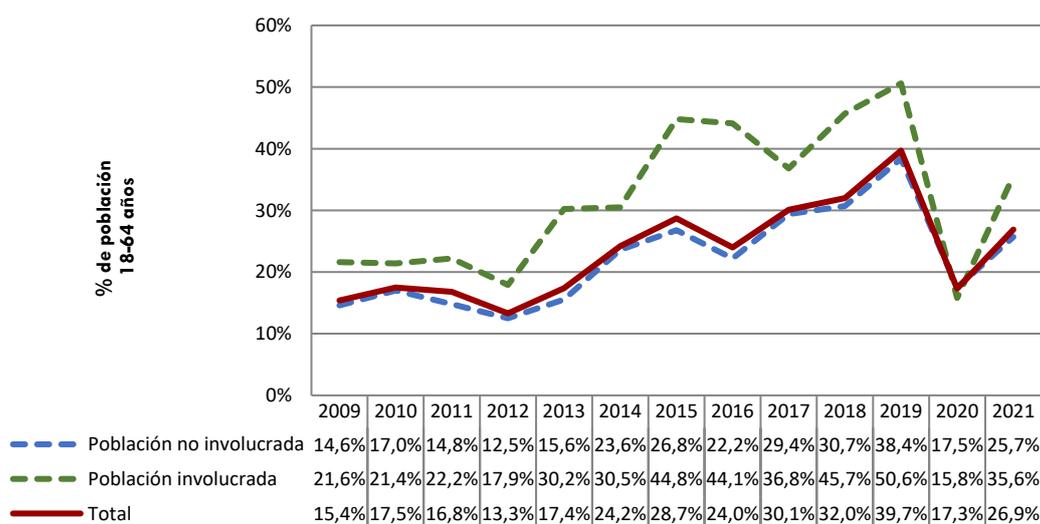
En base a ello, en este capítulo se presenta un análisis de distintos valores, percepciones y actitudes de la población de la Comunidad Valenciana, en relación al emprendimiento, tanto para el conjunto de la población, como de manera desagregada, en función de su involucración o no en el proceso de creación de empresas. Las variables estudiadas son: la percepción de existencia de buenas oportunidades para emprender a corto plazo, la percepción de la posesión de capacidades para ello, la disponibilidad de una red social emprendedora, y la sensación de miedo a fracasar como posible inhibidor o barrera al desarrollo de una conducta emprendedora.

1.2 Percepción de oportunidades

Todo proceso emprendedor conlleva la percepción de una oportunidad de negocio, sea buscada de forma proactiva, o sea detectada o encontrada como vía de escape a una situación adversa. Más allá de la motivación, que se examinará en otra sección, en este apartado se ofrecen los resultados de la opinión de las personas entrevistadas en la encuesta APS GEM, acerca de la existencia de buenas oportunidades a corto plazo.

Los datos indican que, en el tercer trimestre de 2021, un 26,9% de la población de la Comunidad Valenciana percibe buenas oportunidades para emprender a seis meses vista. Este porcentaje supone cierta recuperación, tras la brusca caída en 2020, de los porcentajes en crecimiento positivo que venían observándose desde 2012. De hecho, el dato de 2019, último registrado antes de la irrupción de la Covid-19, representó el máximo del período observado (39,7%), pero la pandemia sanitaria quebró bruscamente la evolución de la percepción de oportunidades, reflejando la enorme incertidumbre asociada, y el especial desconocimiento acerca del rumbo futuro de la situación. Y si bien todavía el dato 2021 no llega a alcanzar aquel de 2019, la magnitud del incremento recogido, de casi 10 puntos, parece dejar claro una cierta recuperación de la confianza.

Figura 5. Evolución de percepción de existencia de oportunidades (% de población entre 18-64 años).



De hecho, desglosando el dato, se observa que este incremento viene de la mano, tanto del colectivo involucrado en el proceso emprendedor como del que no, siendo más amplio en la población emprendedora. En particular, y centrando la atención en las personas involucradas en el proceso emprendedor, el porcentaje de éstas que reconoce oportunidades para emprender en 2021 supone más del doble del recogido en 2020, lo que puede considerarse un claro indicador de la recuperación de la confianza emprendedora en la Comunidad Valenciana.

1.3 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

Al inicio del proceso emprendedor, no sólo se halla el reconocimiento de oportunidades de negocio por la persona, sino también el sentimiento de ésta de que se encuentra preparada para abordar un proceso de estas características. Es también un elemento subjetivo, independiente del nivel de formación reglada que posea o de su formación específica. Se trata de su propia percepción individual y convencimiento personal respecto a sus conocimientos y habilidades, y resulta un factor fundamental de influencia para el desarrollo de comportamientos emprendedores, dado que esta percepción se vincula al sentimiento de factibilidad o viabilidad de que se puede poner en marcha un negocio.

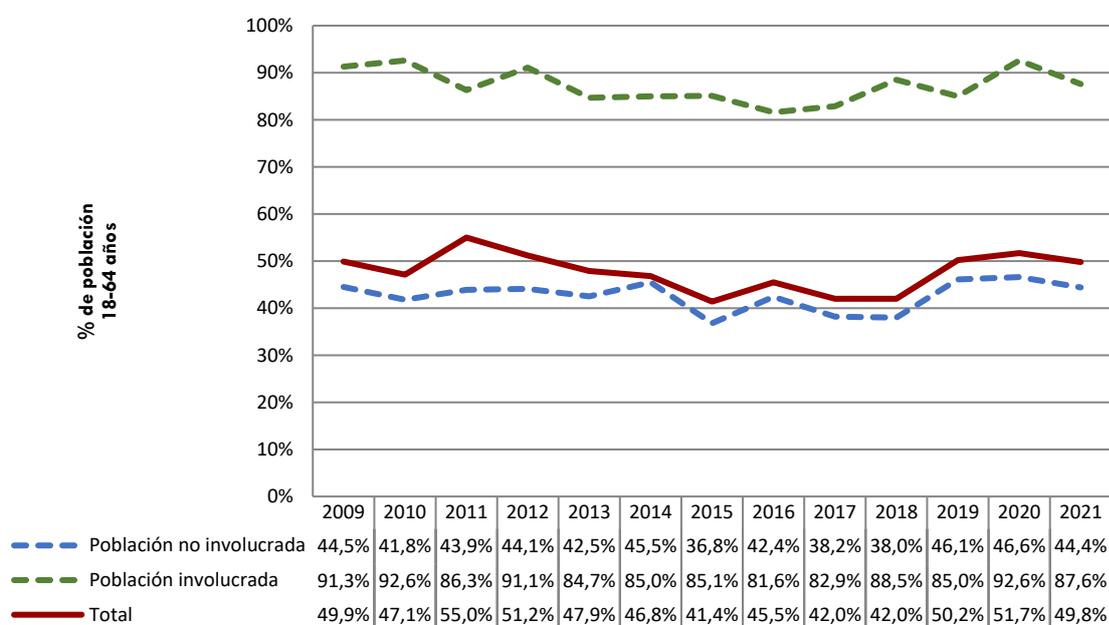
De hecho, la fuerte asociación a comportamientos emprendedores de esta percepción, denominada también “autoeficacia percibida”, se puede observar a lo largo de todo el período de análisis (figura 6). En concreto, y comparándola con el resto de elementos analizados en este capítulo, resulta la que mayor diferencia recoge entre el colectivo emprendedor y el no emprendedor, con porcentajes que prácticamente doblan en el primer caso al segundo, manteniéndose además mucho más estable, independientemente de los vaivenes del entorno económico y del contexto emprendedor.

2021 no es una excepción a este hecho. Los datos recogidos revelan que, en la Comunidad Valenciana, prácticamente la mitad de la población (49,8%) considera que posee los conocimientos y habilidades necesarios para abordar la puesta en marcha de un proyecto empresarial, más o menos en la senda de los tres últimos años considerados, con un leve descenso de casi dos puntos respecto a 2020. Por segmentos de población, esta pequeña variación se recoge en ambos colectivos, y en cuanto a porcentajes de población convencida de su autoeficacia, el recogido en la población involucrada

prácticamente dobla nuevamente, como se ha mencionado, al de la población no implicada en el proceso emprendedor (87,6% vs. 44,4% respectivamente).

Como comentábamos en el anterior informe, de este modo, y al igual que en los datos para el conjunto de España, si bien la incertidumbre provocada por la pandemia en sus primeros meses sí afectó fuertemente a la percepción de oportunidades, y el progresivo despeje de dicha incertidumbre, la está afectando igualmente, no ha sido tanto así con la percepción de capacidad emprendedora de las personas, que se mantiene en todo el período en torno a la mitad de la población, mostrándose menos dependiente del contexto.

Figura 6. Evolución del autorreconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender (% de población entre 18-64 años).



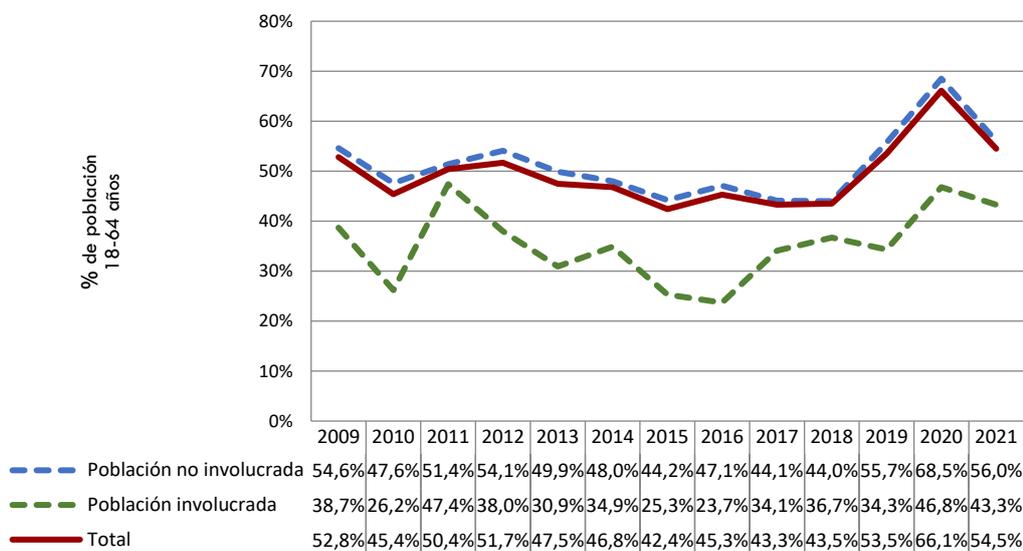
1.4 El temor al fracaso como obstáculo para emprender

Toda iniciativa de negocio se encuentra sujeta a resultados inciertos y a operar bajo ciertas dosis de riesgo. La aversión al riesgo de la población, en cuanto barrera que pueda inhibir comportamientos emprendedores, se recoge en GEM como temor al fracaso. En este sentido, en 2021, los datos recogidos evidencian que se vuelve a percepciones similares a las de 2019,

tras el fuerte incremento recogido en 2020 con la irrupción de la pandemia sanitaria. De este modo, en 2021 es un 54,5% de la población adulta entrevistada la que considera que la posibilidad de fracaso constituiría en su caso un impedimento para emprender. Este porcentaje supone un descenso considerable respecto a 2020 (66,1%), que había aumentado a su vez 12,6 puntos respecto a 2019, volviendo como decimos a la senda previa a la Covid-19.

La recuperación de los datos se registra tanto entre las personas no involucradas en actuaciones emprendedoras como en las que sí. De este modo, los datos del tercer trimestre de 2021 suponen un menor miedo a un posible fracaso de las iniciativas como factor limitante de los comportamientos emprendedores. Como podemos observar, el miedo al fracaso supone, al igual que la percepción de oportunidades, una variable altamente sensible a la evolución de los entornos y a la incertidumbre asociada a los mismos.

Figura 7. Evolución de la tasa de población que ve el fracaso como obstáculo emprendedor (% de población entre 18-64 años).

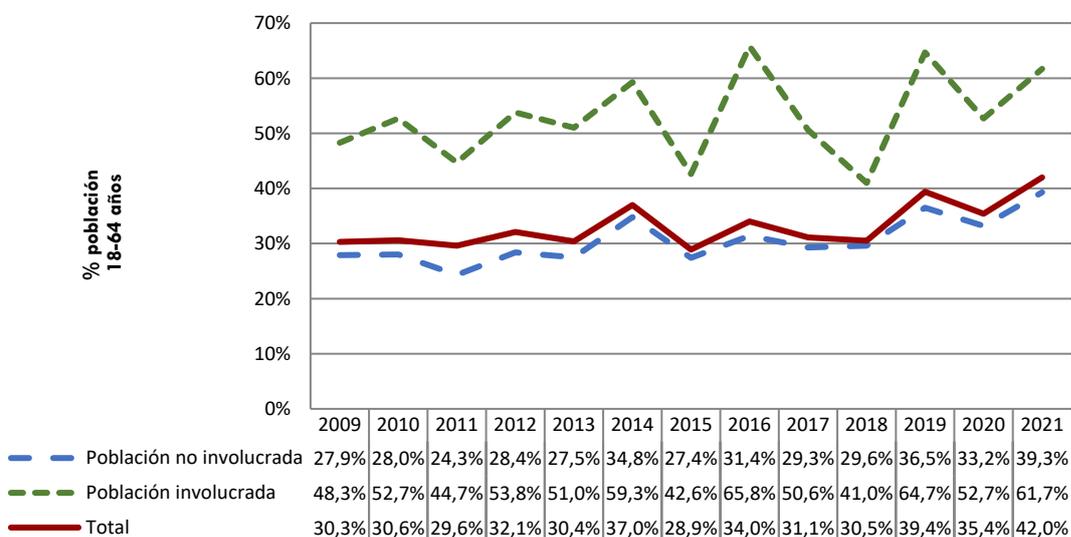


1.5 Disponibilidad de red social emprendedora

El conocimiento de otras personas emprendedoras, particularmente de aquellas que han puesto en marcha sus iniciativas recientemente, se reconoce como un elemento que contribuye al desarrollo de nuevas iniciativas, en cuanto que proporciona la posibilidad de interactuar con quienes ya han puesto en marcha su actividad empresarial, y que facilita ejemplos a los que seguir que, a su vez, pueden inducir nuevos comportamientos emprendedores. Así, además del reconocimiento de oportunidades, la confianza en las propias capacidades, o el grado de aversión al riesgo, el capital social con el que se cuenta puede llegar a resultar un elemento clave también en la involucración en comportamientos emprendedores.

La información recogida al respecto para 2021 muestra, en la Comunidad Valenciana, una recuperación de los porcentajes al respecto tras su descenso en 2020 (figura 8).

Figura 8. Evolución de la posesión de red social emprendedora (% de población entre 18-64 años).



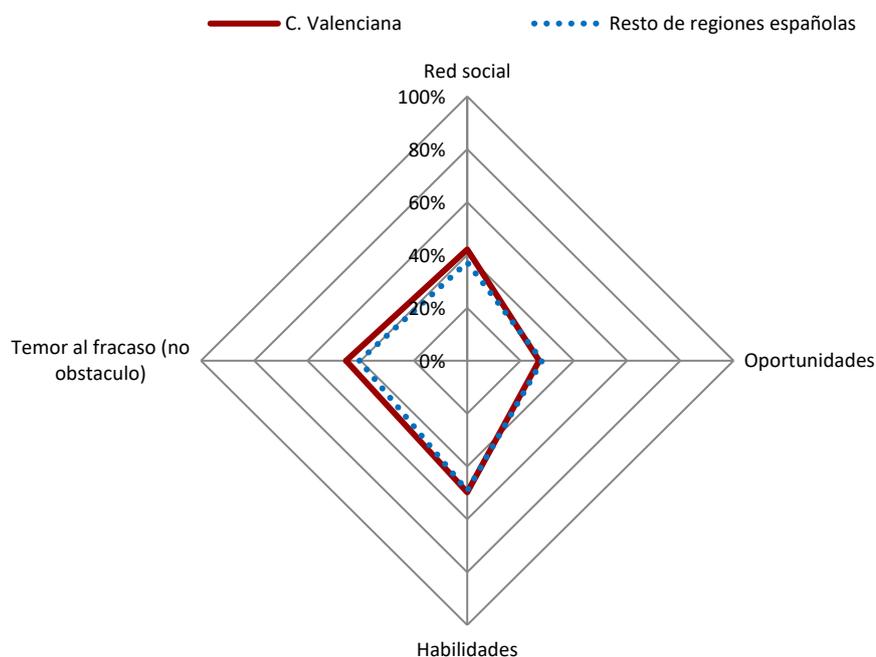
A nivel agregado, un 42% de la población afirma contar con la presencia de personas emprendedoras en su círculo social cercano, lo que implica un incremento de 6,6 puntos frente a los datos recogidos en 2020, que a su vez habían descendido cuatro puntos respecto a 2019. Por otra parte, esta

recuperación se detecta en ambos grupos, si bien de manera más acusada entre las personas involucradas en el proceso (nueve puntos) que entre las ajenas al mismo (6,1), lo cual resulta lógico, dado que su red emprendedora es más amplia, y además se habían visto afectadas en mayor medida también por el movimiento de descenso de 2020. De hecho, comparativamente hablando, la presencia de esta red es superior entre el colectivo emprendedor (61,7%) que entre la población no involucrada (39,3%), como es habitual y lógico.

1.6 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español

Para finalizar este capítulo, la figura 9 recoge los ítems analizados para la Comunidad Valenciana, posicionándolos en relación a los datos promedio del resto de regiones españolas, observándose valores muy similares.

Figura 9. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.



CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

2.1 Introducción

En GEM se considera que el proceso de puesta en marcha y desarrollo de una actividad emprendedora conlleva el paso por una serie de etapas o fases, que vienen recogidas de forma esquemática en la figura 10.

Estas etapas se definen operativamente del siguiente modo:

- (1) actividad emprendedora o TEA (porcentaje de individuos de la población adulta implicados en iniciativas² cuya operatividad –medida por el pago de salarios de cualquier tipo– no supera los 42 meses³); y desglosada a su vez, en actividad naciente (hasta 3 meses) y nueva (entre 3 y 42 meses);
- (2) actividad empresarial consolidada (cuando la actividad supera los 42 meses);
- (3) cierres y ceses, producidos en el período de los doce meses anteriores a la realización de la encuesta, relativos tanto a la fase de TEA como a la consolidada, y
- (4) emprendimiento potencial (individuos con la intención de fundar un negocio a tres años vista, medido como porcentaje sobre la población adulta).

² Se entiende por implicados en iniciativas, tanto a los individuos involucrados en el proceso de creación y desarrollo de empresas que poseen parte del capital, como al autoempleo.

³ A efectos operativos, en todos los casos y etapas se miden los meses durante los cuales se llevan pagando salarios.

2.2 Desglose de componentes del proceso emprendedor

Las etapas del proceso emprendedor se inician con la “intención emprendedora”, medida en GEM a través de las personas consideradas como “empreendedoras potenciales”, pasando a continuación a una etapa de actividad emprendedora inicial o temprana, relacionada con la puesta en marcha, denominada “actividad naciente”. Seguidamente, se pasa por una etapa denominada “actividad nueva” y posteriormente se llegaría a la etapa de “actividad consolidada”. GEM aúna las fases de “actividad naciente” y “actividad nueva”, para obtener el indicador TEA, con el que mide la actividad emprendedora de una región.

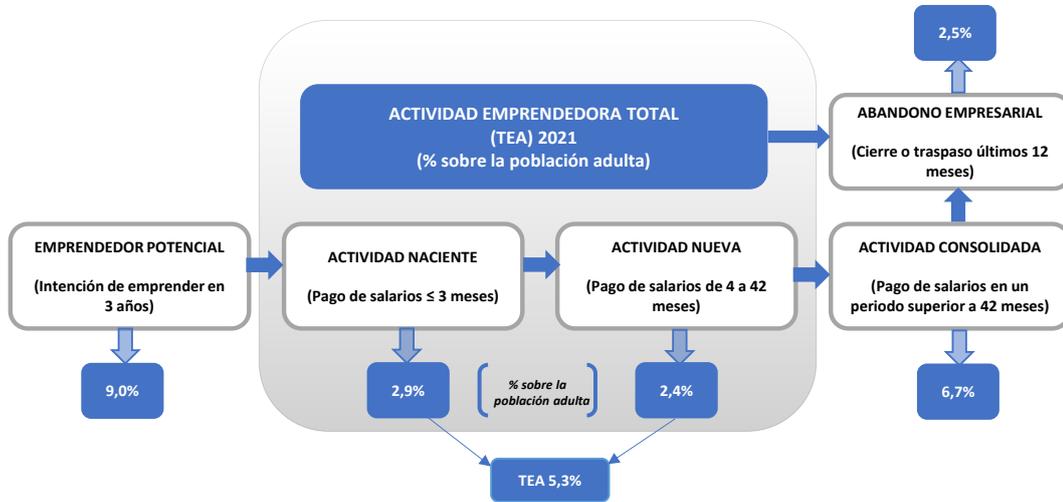
A continuación, la figura 10 muestra una perspectiva general de las etapas del proceso emprendedor consideradas.

Figura 10. Las etapas del proceso emprendedor en GEM.



El registro de datos de los componentes del proceso emprendedor se obtiene en GEM en un momento concreto del tiempo, a través de la medición de los porcentajes de población adulta que se encuentran en una u otra etapa del proceso. La figura 11 muestra los resultados de los indicadores del proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana en el último año, a través de los porcentajes de población recogidos en cada una de sus etapas. En conjunto, los porcentajes de personas involucradas en cada una de las fases del proceso emprendedor han aumentado en todos los casos.

Figura 11. Tasas de involucración 2021 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.



La tasa de actividad emprendedora total TEA (tasa de emprendimiento reciente o incipiente) es tradicionalmente considerado el indicador principal en GEM. De acuerdo con los datos, se situó en 2021 en un 5,3%, lo que se traduce en que algo más de cinco personas de cada 100 en la Comunidad Valenciana, de entre 18 y 64 años, estaban involucradas en la fase central del proceso emprendedor, es decir, en actividades emprendedoras con hasta 42 meses de funcionamiento entre junio y septiembre de 2021.

En la composición del índice, podemos diferenciar dos grupos de personas. Así, respecto a esta TEA de 5,3%, más de la mitad de las personas, esto es, un 2,9% se encontraban desarrollando una “actividad naciente”, es decir, estaban tratando de poner en marcha su iniciativa (se hallaban en los tres primeros meses); mientras que el resto, un 2,4% se encontraban involucradas en una “actividad nueva”, buscando hacerse un hueco en el mercado (llevaban entre 3 y 42 meses en funcionamiento).

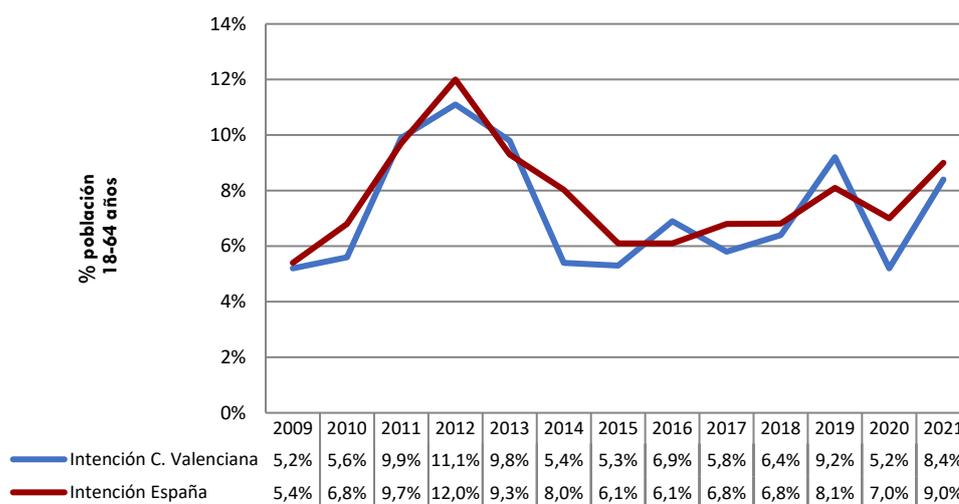
De otro lado, la encuesta GEM identifica, en la Comunidad Valenciana, que un 8,4% de la población adulta se encuentra en la etapa previa a la fase TEA. Corresponde esta población a la denominada emprendedora potencial, esto es, personas en la etapa embrionaria, en la que se desarrolla la intención de poner en marcha un negocio. Adicionalmente, el colectivo de quienes han visto consolidar sus iniciativas (más de 42 meses) alcanza a un 6,7% de la población adulta, y el porcentaje de quienes han abandonado una actividad se sitúa en un 2,5%, si bien una fracción de este porcentaje no ha supuesto cierres definitivos, como veremos posteriormente.

2.3 Evolución de la intención emprendedora

La intención emprendedora supone tradicionalmente una conducta especialmente afectada en períodos de alta incertidumbre y volatilidad, lo que viene manifestado en el correspondiente indicador elaborado al respecto.

Así, la figura 12 muestra cómo, efectivamente, la evolución histórica de este indicador se ha visto afectada por la volatilidad y la incertidumbre propiciada por el pasado período de la crisis económica de 2008 y los elevados niveles de desempleo alcanzados, así como también por la posterior recuperación, pero igualmente por la nueva crisis actual, tanto en su inicio en 2020 como en su aparente mejora en 2021.

Figura 12. Evolución de la tasa de intención emprendedora (% de población 18-64 años).



En efecto, con el inicio de la crisis económica y su profundización, la tasa de intencionalidad fue incrementándose, y especialmente y de forma muy notable entre los años 2010 y 2012, pudiéndose ello vincular muy probablemente a la situación laboral y económica de la Comunidad, y siendo en concreto en 2012 cuando se recogió la tasa más alta del histórico de datos. En este sentido, y con las lógicas diferencias, la evolución, en líneas generales, fue muy similar a la recogida en el conjunto de España.

A partir de dicho punto la tasa volvió a reducirse, llegando en 2015 a valores equivalentes a los de 2009, y con posteriores altibajos hasta registrar, ya en 2018, un incremento de 0,6 puntos, para en 2019, recoger un fuerte incremento nuevamente, de casi tres puntos, que llevó el porcentaje hasta un 9,2%, casi un punto por encima del dato nacional. Posteriormente, el dato 2020 manifestó nuevamente esa alta afección por la volatilidad y la incertidumbre que especialmente este indicador muestra, cayendo abruptamente hasta un 5,2% (un descenso del 43,4%).

Y del mismo modo en 2021, con un mayor conocimiento de la Covid-19 y el progreso de las vacunas, la tasa recogida indica que el porcentaje de personas, que manifiestan su intención de poner en marcha una iniciativa de negocio a tres años vista, se incrementa fuertemente hasta un 8,4% (un incremento del 61,5% respecto al dato anterior), suponiendo un retorno cercano a los datos de 2019, que ya venían evolucionando en positivo desde 2017.

2.4 Evolución de la actividad emprendedora reciente

Como ha sido mencionado, la actividad emprendedora reciente, se asocia habitualmente en GEM al indicador TEA, que recoge el porcentaje de población entre 18 y 64 años involucrada en actividades de hasta 42 meses de operatividad, que son las situadas en la etapa central del proceso emprendedor antes mostrado en la figura 11. Este dato asciende en 2021 a un 5,3%, lo que supone el valor más elevado desde 2014 en la Comunidad Valenciana.

Su evolución contextualizada en el tiempo se recoge en la figura 13a, la cual muestra la serie histórica de datos de esta ratio desde el año 2009. Como se puede observar, tras el mínimo alcanzado en 2010 y el fuerte repunte recogido en 2011, esta magnitud ha venido continuamente recogiendo datos en descenso desde los momentos centrales de la anterior crisis económica, hasta que en 2018 se registró un ligero incremento de 0,3 puntos, seguido en 2019 por una nueva variación positiva de otros 0,7 puntos que situó a la TEA en el mayor porcentaje de población embarcada en la puesta en marcha y crecimiento de nuevos negocios desde antes de 2014.

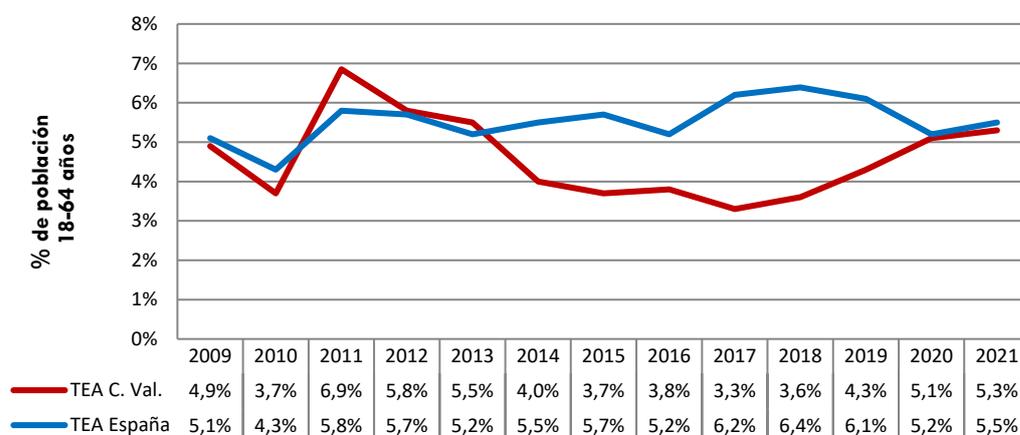
Ya en el contexto de la crisis inducida por la pandemia sanitaria, en 2020, el dato recogido fue de un 5,1%, lo que supuso un nuevo incremento que venía a confirmar la positiva tendencia de los dos años anteriores, y todo ello en

un entorno además que venía siendo de desaceleración económica. Así, si bien los datos relativos al desarrollo de intenciones emprendedoras se vieron golpeados por los efectos de la pandemia, como hemos visto en el apartado anterior, en la actividad emprendedora incipiente se recogió un incremento, lo cual no era de extrañar, dado que se trataba de iniciativas ya puestas en marcha previamente o en paralelo al inicio de la crisis sanitaria.

Dentro de este contexto evolutivo, el dato 2021 supone una continuación de la tendencia, si bien con un incremento más suavizado respecto al recogido en 2020, congruente también con el descenso de intencionalidad emprendedora que se produjo en 2020.

En cualquier caso, y como también sucedió en 2020, hay que atender a la motivación de estas iniciativas, que vieron incrementar los orígenes en la necesidad, y la siguen manteniendo como factor principal, como veremos posteriormente en la sección 2.7.

Figura 13a. Evolución TEA de actividad emprendedora (% de población 18-64 años).

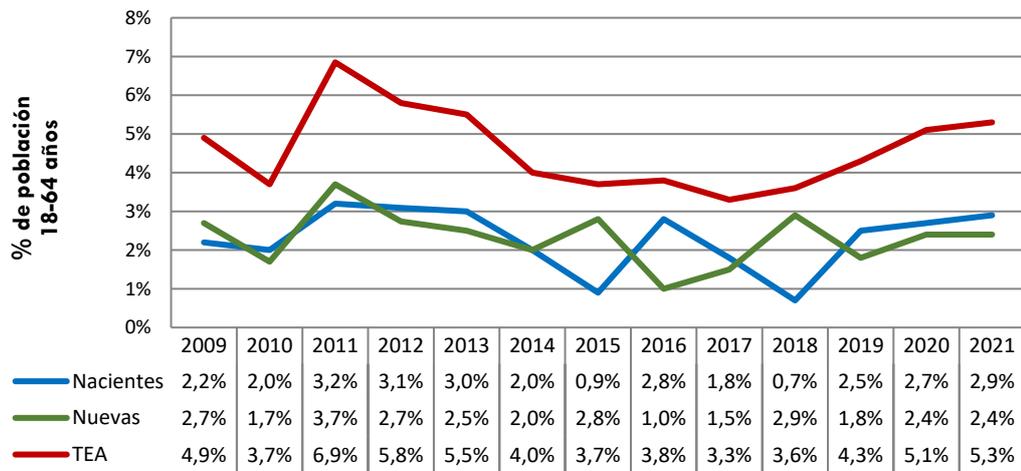


En relación a la evolución respecto al conjunto de España, se puede observar en la figura 13a que, durante el período analizado, la evolución de la región mantuvo inicialmente un cierto paralelismo, si bien a partir de 2014 comenzó a abrirse un diferencial entre ambos datos que fue incrementándose progresivamente hasta alcanzar los casi 3 puntos en 2017, para ir cerrándose nuevamente en los tres últimos años, hasta registrarse en 2020, una escueta diferencia de 0,1 puntos entre un indicador y otro, que en 2021 prácticamente se mantiene (0,2 puntos).

A continuación, la figura 13b ofrece una evolución de la desagregación de esta actividad emprendedora reciente o incipiente (TEA) en: (1) “actividades nacientes”, con hasta tres meses de operatividad, y propias de la puesta en marcha inicial; y (2) “actividades nuevas” con entre 3 y 42 meses de actividad.

Como se observa, el ascenso registrado en 2021, viene de la mano de las actividades nacientes (menos de 3 meses en el mercado), con un crecimiento de 0,2 puntos, mientras que las actividades nuevas (entre 3 y 42 meses de actividad) se mantienen en los mismos porcentajes que en 2020, de modo que se mantiene la tendencia por la que, durante los últimos tres años vienen teniendo cierto mayor peso las actividades nacientes frente a las nuevas dentro del conjunto de la actividad emprendedora total.

Figura 13b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana (% de población 18-64 años).

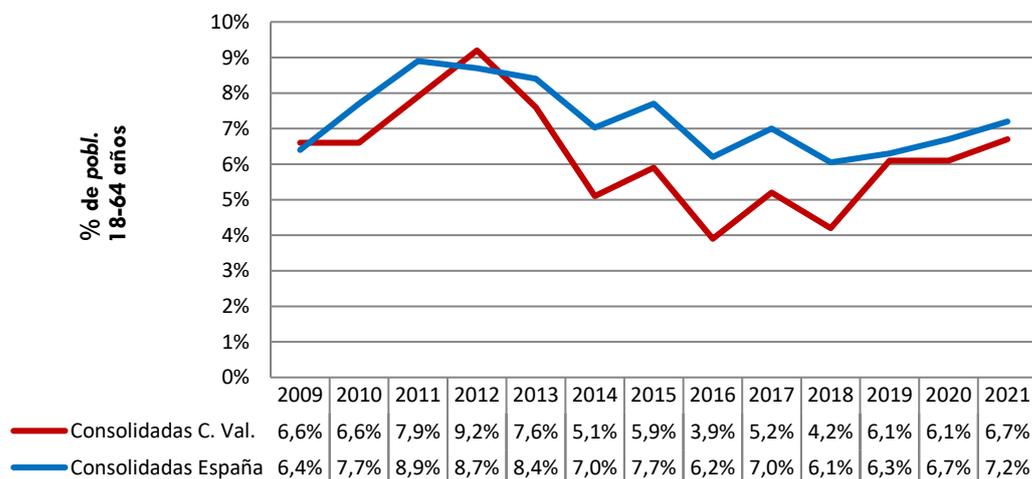


2.5 Evolución de la actividad consolidada

En el modelo GEM, la actividad consolidada viene englobada por aquellas iniciativas que han perdurado más de 42 meses. Los datos 2021 ponen de manifiesto que, en la Comunidad Valenciana, un 6,7% de su población adulta fue identificada como perteneciente al empresariado consolidado, lo que significa mejorar los valores obtenidos desde 2018.

Al respecto, si en el informe GEM anterior comentábamos que el dato alcanzado en 2020 debía observarse con suma prudencia, teniendo en cuenta la situación derivada de la crisis sanitaria, y la cantidad de negocios y empresas que se estaban manteniendo sin cerrar merced a las diversas ayudas y la articulación y mantenimiento del sistema de ERTes, este comentario sigue siendo ahora en parte válido, en tanto que muchas de las ayudas se han prolongado en el tiempo. Pero también es justo reconocer que muchas de las empresas, con y sin ayudas, han sabido mantenerse y/o reinventarse, reorientando en ocasiones, no sólo sus productos y servicios, sus procesos y tecnologías, sino hasta gran parte o la totalidad de sus modelos de negocio.

Figura 14. Evolución de la tasa de actividades consolidadas (% de población entre 18-64 años).



En relación a la comparativa territorial y evolutiva de los datos durante el período analizado, ésta muestra una cierta similitud en sus caídas y repuntes respecto al dato nacional, siendo desde 2013 (de forma similar a lo que

ocurre con la actividad TEA) cuando el dato se situó por debajo del promedio nacional y fue ampliando su brecha hasta aproximadamente los dos puntos, diferencia en la que se fue manteniendo en las distintas mediciones, reduciéndose la diferencia a partir de 2019 y hasta el actual 2021, período en que los datos registrados acerca de la consolidación de iniciativas son los más elevados en la Comunidad desde antes de 2014.

2.6 Evolución de abandonos y cierres

GEM sondea el porcentaje de abandonos de actividad empresarial durante los doce meses anteriores al momento de la encuesta, incluyendo cierres definitivos de actividad e iniciativas que han pasado a otras manos, así como las motivaciones tras ello.

En 2021, la encuesta a la población adulta de la Comunidad Valenciana ha captado que el porcentaje que afirma haber abandonado una actividad en los 12 meses anteriores alcanza el 2,5% (figura 15). Además, de este total, un 40,5% reconoce haber traspasado el negocio, por lo que la tasa real de cierres se situaría en el 1,6%.

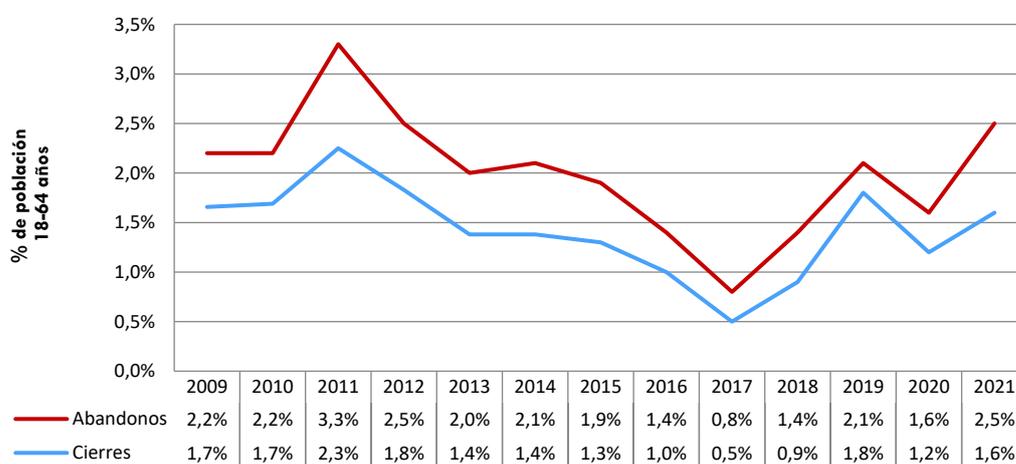
Respecto a su evolución, estas tasas muestran, una vez más, la afección de la actividad emprendedora por los ciclos económicos y la incertidumbre en torno a los mismos. Así, tanto la tasa de abandonos como la de cierres, venían incrementándose desde 2007, para alcanzar su máximo en 2011 y descender paulatinamente hasta 2018, año en el que se recogió un repunte, continuado en 2019 y seguido del descenso que supuso el dato 2020.

Este dato, más allá de ser contradictorio en su momento, debía ser puntualizado, como se advirtió en el informe GEM anterior. Así, los valores se referían a abandonos y cierres acontecidos en los 12 meses anteriores a septiembre-octubre de 2020, por lo que se advertía que, para recoger de forma más precisa los efectos que podían derivarse de la pandemia, habría que estar a la información que se recogiera en el siguiente informe.

Pues bien, el dato 2021 recoge en gran medida ya la casuística acontecida, dado que ahora se refiere a cierres llevados a cabo en los 12 meses anteriores a junio-septiembre de 2021, de modo que sí se recogen cierres ocasionados con posterioridad a la irrupción de la pandemia sanitaria. De este modo, vemos como un 2,5% de las personas encuestadas afirman haber llevado a cabo el cierre de alguna actividad, siendo el dato más elevado del

período analizado desde 2012. Además, el porcentaje de traspasos respecto a los cierres pasa de ser una cuarta parte de los mismos en 2020 a superar la tercera parte en 2021. En cualquier caso, hay que advertir también aquí, al igual que hemos mencionado al hablar de la actividad consolidada, que el sistema de ayudas articulado, y en particular el sistema de ERTes por COVID y su prolongación en el tiempo, puede haber contribuido al mantenimiento de una parte importante de empresas y negocios, que, de otro modo, habrían pasado a incrementar estas estadísticas de cierres, tal y como sucedió también en 2020.

Figura 15. Evolución de la tasa de abandono y cierres (% de población entre 18-64 años).



En relación a las motivaciones tras los ceses, destacan dos que pueden estar íntimamente relacionadas, y que conjuntamente suponen más de dos tercios de las mismas. Se trata de problemas asociados a la no rentabilidad de los negocios, aducidas por un 39,9% de las personas entrevistadas (47,2% en 2020), y de los problemas inducidos a consecuencia de la Covid-19, mencionados por un 28,1% (5,9% en 2020, lo que abunda en la idea de que el anterior informe GEM todavía no recogía los cierres relacionados con la pandemia).

Ya a cierta distancia, otros motivos aludidos por las personas entrevistadas son el haber encontrado otra oportunidad de negocio o laboral (12,5%); la intención previa ya planificada de cierre (7,8%), donde en gran medida

podríamos situar la jubilación; la oportunidad de vender el negocio (7,6%); y los problemas para lograr financiación (4,1%), que podrían incorporarse junto a los mencionados en primer lugar con la rentabilidad y la Covid-19.

Figura 16. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.

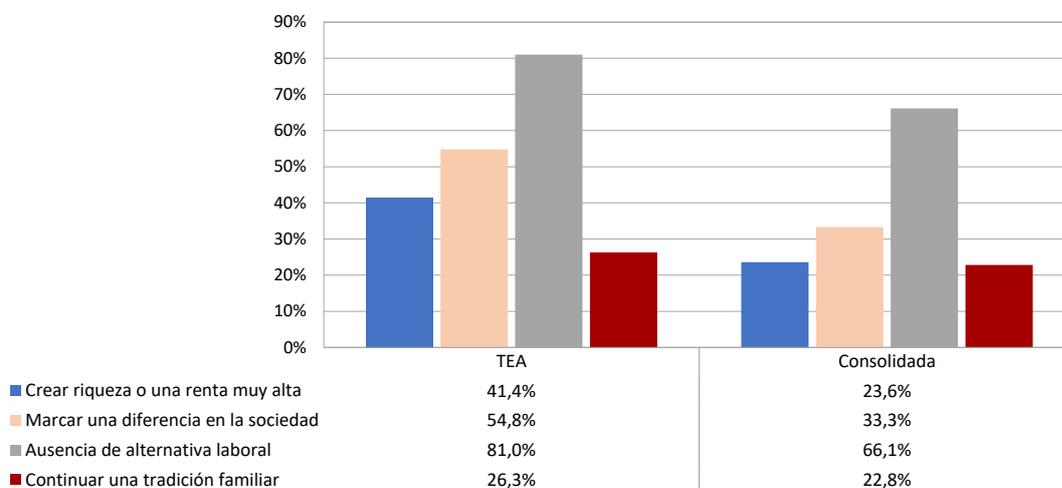
¿Ha abandonado una actividad de cualquier tipo incluyendo el autoempleo en los últimos 12 meses?	
Respuesta afirmativa: 2,5% de la población de 18 a 64 años	
Esa actividad que ha abandonado, ¿ha seguido en funcionamiento gestionada por otras personas?	
SI	NO (cierres efectivos)
40,5%	59,5%
Tasa real de cierres efectivos: 1,6% de la población de 18 a 64 años	
<i>¿Cuál ha sido el principal motivo de abandono de la actividad?</i>	
El negocio no era rentable	39,9%
Covid-19	28,1%
Otro trabajo u oportunidad	12,5%
Ya estaba planeado	7,8%
Oportunidad de venta	7,6%
Problemas de financiación	4,1%

2.7 Motivación de las personas emprendedoras

A fin de detectar la motivación tras las iniciativas de negocio de la población emprendedora, la encuesta GEM solicita a las personas involucradas en el proceso que valoren en una escala Likert desde 1 (totalmente en desacuerdo) hasta 5 (totalmente de acuerdo), en qué medida la creación de su negocio responde a alguna de las siguientes motivaciones: (a) marcar una diferencia en la sociedad; (b) crear riqueza o una renta muy alta; (c) continuar una tradición familiar; y (d) a falta de otras alternativas laborales.

La figura 17 recoge las respuestas al respecto. En concreto se muestra el porcentaje de quienes se han mostrado de acuerdo o totalmente de acuerdo con las motivaciones propuestas (puntuaciones 4 y 5 respectivamente, en la escala de 1 a 5).

Figura 17. Motivación emprendedora.



La información recogida indica que la motivación más frecuentemente aludida en el conjunto de la actividad emprendedora incipiente (TEA) es la ausencia de otras alternativas laborales (81% de respuesta). Con porcentajes menores se encuentran marcar una diferencia en la sociedad con un 54,8%; crear riqueza o una renta muy alta con un 41,4%; y continuar una tradición familiar (26,3%).

Esto es, la motivación ligada a la necesidad sigue, como en 2020, destacando como la principal, incrementándose además en 18,25 puntos. Por el contrario, marcar una diferencia en la sociedad y la creación de riqueza o renta han descendido, mientras que mantener una tradición familiar, dobla su porcentaje de un año a otro. De este modo, entre las motivaciones de la actividad emprendedora incipiente, la necesidad derivada de la ausencia de alternativas junto a la oportunidad de aprovechar “algo que ya se tiene” parecen marcar la pauta en 2021, probablemente de forma vinculada a la crisis económica derivada de la pandemia por COVID.

Por su parte, entre las personas que han superado esta fase y se encuentran en la de consolidación, con un recorrido superior a los 42 meses de actividad, la situación es similar, si bien los porcentajes son menores debido a que el abanico de respuestas ha sido menor. Así, nuevamente destaca como principal motivación la ausencia de alternativas laborales (66,1%), mientras que marcar una diferencia en la sociedad aglutina un tercio de las respuestas, y el resto de motivos no alcanza una cuarta parte.

2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español

A continuación, la tabla 2 recoge, con ánimo comparativo, los porcentajes de población implicada en cada una de las fases del proceso emprendedor, relativos al contexto regional español.

Tabla 2. Resultados del proceso emprendedor por comunidades autónomas.

Comunidad Autónoma	Intención	Naciente	Nuevo	TEA	Consolidado	Abandono	Cierre
España	9,0%	3,1%	2,7%	5,5%	7,2%	2,2%	1,5%
Andalucía	10,3%	2,7%	2,2%	4,9%	6,7%	2,0%	1,5%
Aragón	7,1%	1,7%	2,5%	4,2%	7,8%	1,7%	1,1%
Asturias	6,3%	2,1%	1,8%	3,9%	8,2%	1,6%	1,1%
Baleares	9,0%	2,9%	1,8%	4,7%	5,5%	1,8%	1,0%
Canarias	10,8%	2,6%	1,6%	4,3%	5,0%	7,5%	1,6%
Cantabria	7,0%	2,6%	3,5%	6,1%	10,1%	1,5%	1,1%
Castilla y León	8,9%	2,6%	2,5%	5,0%	5,8%	1,7%	1,2%
Castilla La Mancha	7,9%	2,6%	2,6%	5,3%	6,8%	2,2%	1,5%
Cataluña	8,5%	3,8%	3,4%	7,2%	8,6%	2,5%	1,8%
Comunidad Valenciana	8,4%	2,9%	2,4%	5,3%	6,7%	2,5%	1,6%
Extremadura	8,2%	2,6%	2,2%	4,8%	7,9%	1,9%	1,2%
Galicia	8,0%	2,7%	2,2%	4,9%	8,7%	1,6%	1,2%
Madrid	10,6%	3,7%	3,3%	7,0%	7,3%	2,8%	2,0%
Murcia	7,7%	2,3%	1,8%	4,1%	6,5%	1,4%	0,9%
Navarra	8,3%	2,3%	2,7%	5,0%	9,3%	2,3%	1,4%
País Vasco	8,0%	2,3%	2,7%	4,9%	5,2%	1,8%	1,3%
Rioja	5,3%	2,0%	2,0%	4,0%	8,7%	1,1%	0,5%

CAPÍTULO 3. PERFIL SOCIO- ECONÓMICO DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR

3.1. Introducción

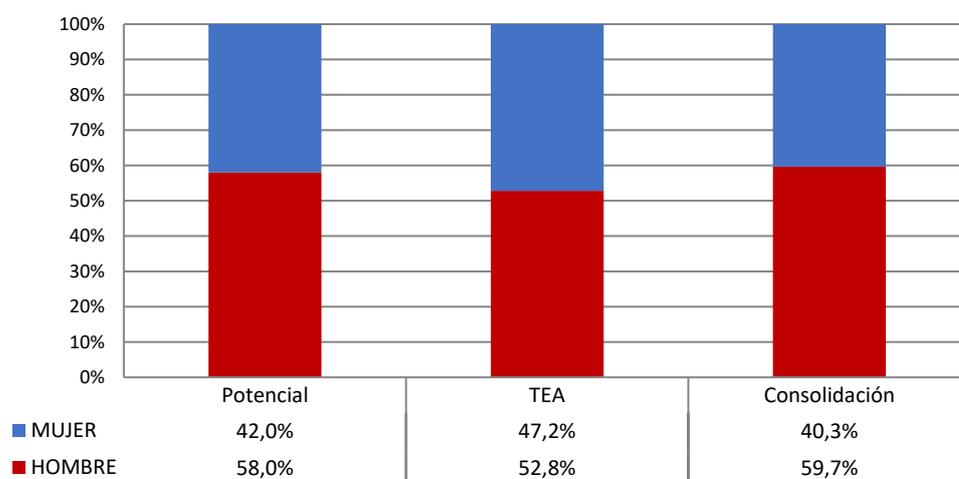
En este capítulo se muestra el perfil medio de las personas que participan en el proceso emprendedor, a partir de la información obtenida sobre los individuos de la población adulta, residentes en la Comunidad Valenciana en junio-septiembre de 2021 y que en ese momento estaban involucrados en alguna fase del proceso emprendedor. La información obtenida facilita una aproximación a los datos relacionados con el perfil emprendedor, desde el punto de vista demográfico (sexo y edad), así como formativo o de capital humano (nivel de estudios reglados y formación específica emprendedora).

3.2. Sexo

La figura 18 muestra la distribución por sexo de la actividad emprendedora en 2021 para las diferentes etapas del proceso emprendedor. En todas ellas, se observa una menor presencia relativa de mujeres frente a hombres, con algunas diferencias. Así, entre la población que tiene en mente el proyecto a futuro de iniciar un negocio, se recoge un 42% de mujeres por un 58% de

hombres. Ya en la etapa que recoge la actividad emprendedora operativa hasta 42 meses (TEA), es donde se aprecian las menores diferencias entre ambos colectivos (mujeres y hombres), recogiendo un 47,2% de presencia femenina. Por último, y como viene siendo habitual, entre la población emprendedora cuya actividad se ha consolidado, el porcentaje de mujeres en este caso desciende al 40,3%.

Figura 18. Distribución por sexo en las fases del proceso emprendedor.



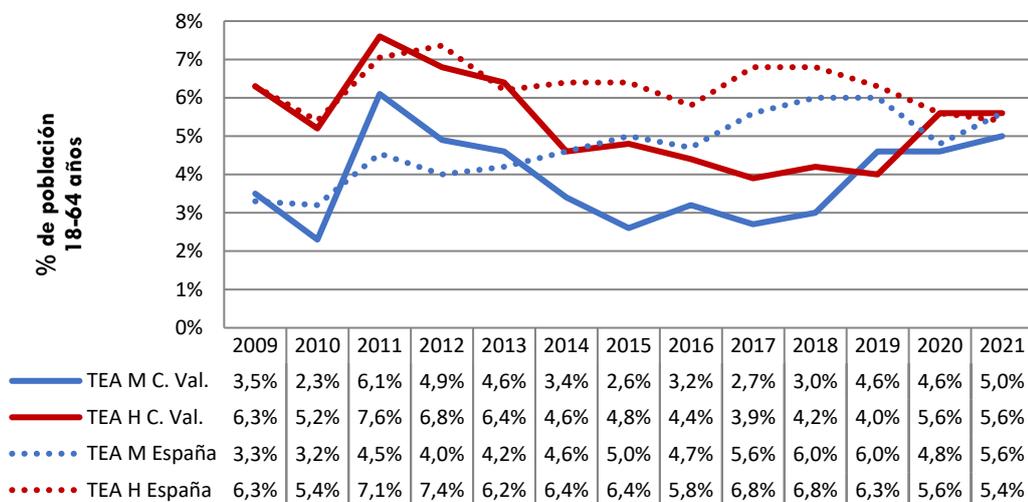
De otro lado, la tabla 3 da cuenta de los porcentajes de población involucrada sobre el total de personas de cada grupo en cada una de las etapas del proceso. En consonancia con la distribución por sexo dentro de cada una de estas fases, las distintas tasas de involucración ofrecen una mayor propensión relativa para los hombres, que se da en menor medida en la fase de actividad emprendedora TEA, y en mayor diferencia en la etapa de consolidación.

Tabla 3. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por sexo.

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
Hombres	9,7%	5,6%	8,0%
Mujeres	7,1%	5,0%	5,4%

La figura 19 pone la atención en la etapa central del proceso emprendedor (TEA), ofreciendo la evolución por sexo de esta tasa de actividad emprendedora, y su comparación con el conjunto de España. Se observa que, si bien se apreciaba inicialmente cierto paralelismo general, desde 2014 los datos de la Comunidad Valenciana se fueron distanciando de los del caso nacional. Sin embargo, estas diferencias han tendido a reducirse lentamente en los últimos años, como se ha comentado en la sección de evolución de la actividad emprendedora en general. Además, las diferencias entre los índices TEA de hombres y mujeres, tanto en la Comunidad Valenciana como en España, se han venido estrechando en los últimos años, hasta el punto de que en 2019 las diferencias fueron mínimas en el caso de España y recogieron unos índices favorables a las mujeres en la Comunidad. Sin embargo, en 2020, las diferencias relativas resultaron nuevamente favorables al colectivo masculino, situación que se ha mantenido en 2021, aunque el gap es más reducido, y de los últimos tres años, se puede leer que la situación es en cualquier caso, más equitativa que en años precedentes.

Figura 19. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por sexo (% de población entre 18-64 años).



3.3. Edad

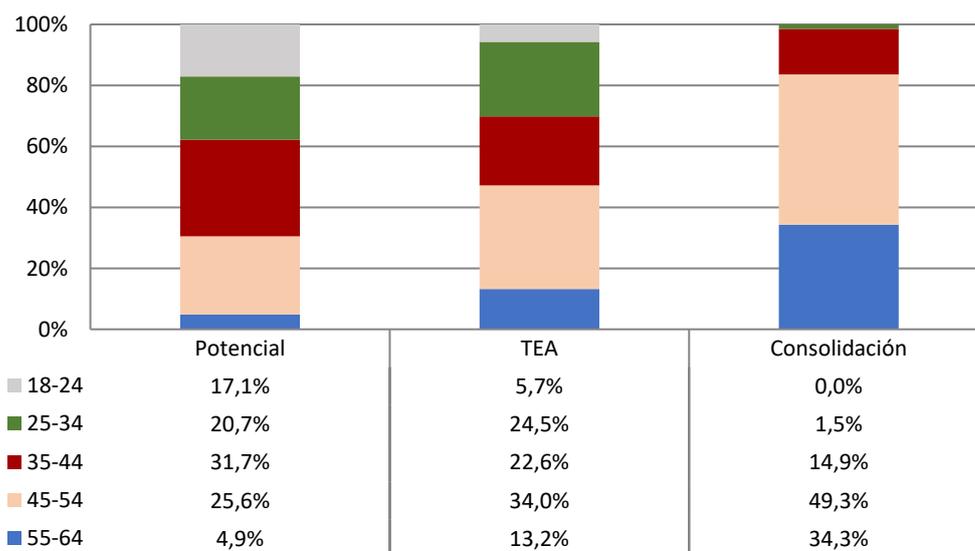
La distribución por edades de las personas involucradas en las etapas del proceso emprendedor en 2021 indica, como viene siendo habitual, que el colectivo más joven es el que corresponde a la fase de emprendimiento

potencial, con una media de edad de unos 38,3 años. Le sigue el promedio observado en la actividad emprendedora total con unos 42,1 años, y; por último, la etapa consolidada, con cerca de 51,6 años.

De hecho, si detallamos la composición por rangos de edad de las personas presentes en las distintas etapas del proceso emprendedor (figura 20) observamos un claro mayor peso de los tramos de edad superiores a medida que pasamos de intencionalidad emprendedora a actividad TEA y consolidada, y al contrario con los tramos inferiores. Así, por ejemplo, el tramo entre 55 y 64 años presenta unos porcentajes del 4,9%, 13,2% y 34,3% respectivamente. Mientras tanto, en el otro extremo del rango, las personas de 18 a 24 años muestran en dichas etapas correlativas porcentajes del 17,1%, 5,7% y un significativo 0% en el tramo de actividad consolidada. En el mismo sentido se puede hablar de los porcentajes de personas de 45 a 54 años frente a las de 25 a 34, a medida que nos adentramos en las etapas del proceso emprendedor.

Todo ello muestra, en cualquier caso, como viene siendo habitual, que la edad suele estar vinculada a la involucración emprendedora, dependiendo su resultado, en el caso de las personas más jóvenes, del balance entre la mayor carencia de recursos y/o experiencia, frente a la menor presencia de responsabilidades y cargas familiares que puedan limitar la capacidad de asunción de los riesgos que conlleva plantearse el inicio de una actividad.

Figura 20. Distribución por edad y fases del proceso emprendedor.



La tabla 4 amplía esta información, detallando las tasas de involucración en las diferentes etapas del proceso según los diferentes tramos de edad, de manera que permite hacerse una idea de en qué segmentos de edad se recoge mayor propensión a emprender por parte de la población adulta. En consonancia con los datos ya indicados anteriormente, es la población en segmentos más jóvenes la que tiene en mente en mayor medida involucrarse a futuro en la puesta en marcha de negocios. Por otro lado, dentro de la actividad con hasta 42 meses de operativa (TEA), encontramos mayor presencia de los segmentos de 25 a 44 y de 45 a 54 años, mientras que entre la actividad consolidada destacan los segmentos de mayor edad contemplados (desde los 45 a los 64).

Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por segmentos de edad.

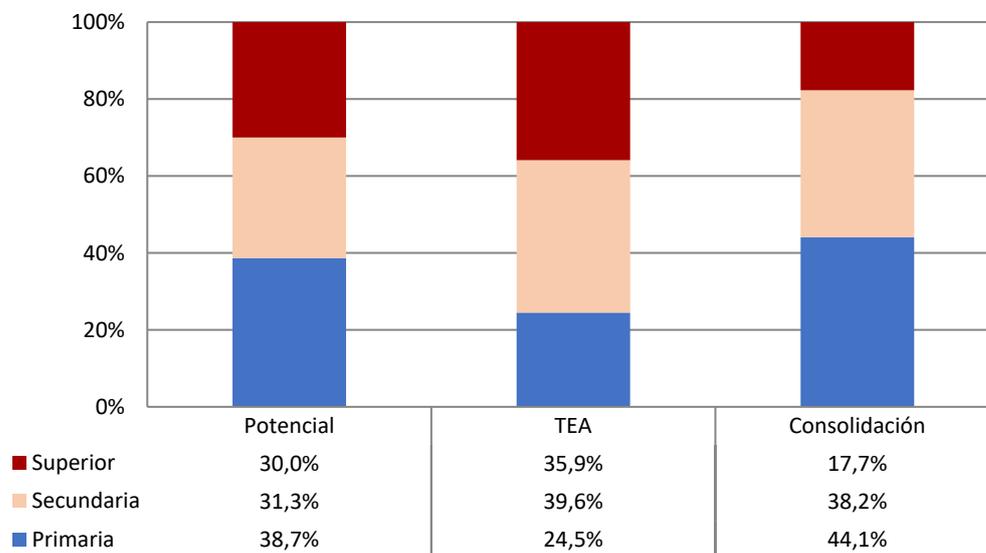
Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
55-64	1,9%	3,3%	10,9%
45-54	8,5%	7,1%	12,9%
35-44	11,1%	4,8%	4,0%
25-44	10,4%	7,4%	0,6%
18-24	13,0%	2,7%	0,0%

3.4. Formación

El capital humano de los individuos es una variable con repercusión en la disposición a involucrarse en actividades emprendedoras. Si bien en un capítulo anterior se ha hecho referencia al mismo al tratar el autorreconocimiento de capacidades para emprender, en aquella ocasión el punto de vista era subjetivo, en tanto que se trataba de una percepción de autoeficacia. En este caso lo tratamos como variable objetiva, al contemplar el nivel formativo reglado y la formación específica para emprender.

En primer lugar, la formación reglada del colectivo emprendedor viene aproximada por la variable nivel de estudios (figura 21).

Figura 21. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.



Por etapas del proceso, comenzando con las personas con intención de emprender, es en esta fase donde se aprecia un reparto más equitativo de los diferentes niveles educativos, con la disposición de educación primaria en primer lugar (38,7%), y la secundaria y superior a continuación (31,3% y 30% respectivamente).

En segundo lugar, en el caso de las personas involucradas en la actividad emprendedora reciente (TEA), un 39,6% tienen nivel educativo correspondiente a secundaria, mientras que el 35,9% disponen de estudios superiores universitarios, y cerca de una cuarta parte (24,5%) cuentan con estudios primarios.

Por último, es en la etapa de emprendimiento consolidado donde destacan sobre todo los niveles de educación primaria (44,1%) y secundaria (38,2%), reduciéndose en este caso la presencia de personas emprendedoras con estudios superiores a un 17,7%.

La tabla 5 profundiza en la información ofreciendo la propensión a involucrarse en cada una de las etapas del proceso emprendedor por segmentos de nivel educativo. Al respecto, la mayor tasa de intencionalidad se da en individuos con educación superior (13,8%), muy por encima de la mostrada por personas con niveles educativos secundarios y primarios, lo que podría apuntar a un aumento del nivel educativo de los emprendedores recientes y consolidados a futuro.

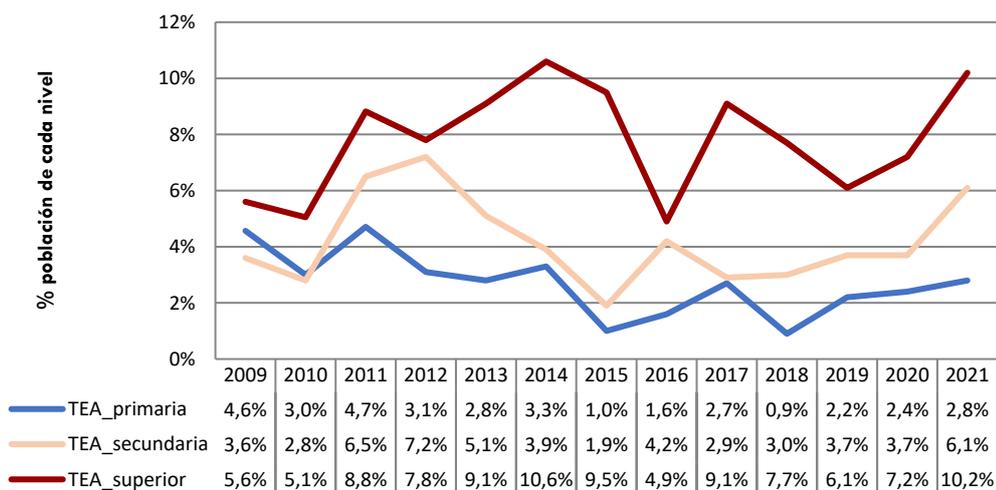
Por su lado, y en relación a la parte activa del proceso emprendedor, se observa una mayor involucración en términos de TEA entre quienes poseen una titulación superior (10,2%), lo que igualmente permite prever un aumento de los niveles educativos del emprendimiento consolidado en el futuro. Por último, en relación a la actividad consolidada el grado de implicación es superior en personas con estudios de secundaria (7,5%).

Tabla 5. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por nivel de estudios.

Tasas de involucración	Potencial	TEA	Consolidación
Superior	13,8%	10,2%	6,5%
Secundaria	7,6%	6,1%	7,5%
Primaria	6,8%	2,8%	6,4%

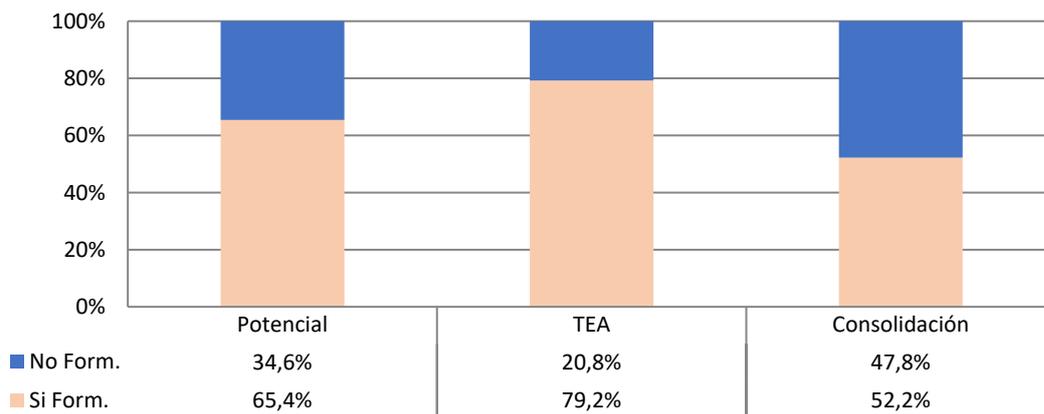
La figura 22 muestra la evolución temporal del índice TEA desglosado por niveles educativos. En la misma se observa que la mayor prevalencia de la involucración emprendedora entre los niveles educativos superiores, frente al resto, es común a todo el período analizado, así como que el incremento de TEA de un año a otro es común a todos los niveles.

Figura 22. Evolución de la actividad emprendedora por nivel educativo (% de población).



GEM recoge además información acerca de si las personas involucradas en sus diferentes etapas han recibido formación específica para emprender, relacionada con la puesta en marcha y gestión del negocio (figura 23).

Figura 23. Formación específica para emprender por fases del proceso.



Los datos recabados indican que es entre las personas implicadas en la fase TEA del proceso donde mayor presencia de formación específica relativa al emprendimiento se encuentra, que alcanza a un 79,2% del grupo. Por su parte, la situación resulta más repartida en la fase de emprendimiento consolidado, de modo que quienes consideran que en algún momento a lo largo de su vida han recibido formación específica ligada a la puesta en marcha y/o gestión de un negocio suponen algo más de la mitad del grupo (52,2%). Por último, entre los individuos que todavía no se encuentran en la fase activa, pero que declaran su intención de emprender a tres años vista, únicamente algo más de la tercera parte (34,6%) dispone de algún tipo de formación específica al respecto, si bien como la intencionalidad lo es a medio plazo, los individuos pueden todavía estar formándose o tener proyectada esta formación para más adelante.

Los datos 2021 son muy similares, para la actividad TEA y la actividad consolidada, a los recogidos en 2020, si bien en el caso de la etapa de intencionalidad el porcentaje se ha incrementado en unos 30 puntos, lo que podría estar alumbrando una cantera de personas dispuestas a emprender, con una mayor preparación específica que la recogida tras la irrupción de la COVID, momento en el que, en parte la ausencia de alternativas, pudo estar llevando a muchas personas a intentar, o plantearse, emprender sin la

formación adecuada para ello, como parecía desprenderse de los datos analizados en el anterior informe GEM.

3.5. Perfil medio

El perfil medio de las personas involucradas en cada fase del proceso emprendedor en función de la información mostrada a lo largo de este capítulo se sintetiza en la tabla 6.

Tabla 6. Perfil medio 2021 de personas involucradas por fase del proceso emprendedor.

PERFIL MEDIO	% Sexo masculino/femenino	Edad	Formación	Formación emprendedora
Emprendimiento potencial	58,0/42,0	38,3	Primaria	65,4%
Actividad TEA	52,8/47,2	42,1	Secundaria	79,2%
Actividad consolidada	59,7/40,3	51,6	Primaria	52,2%

CAPÍTULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES

4.1. Introducción

Una vez analizado el proceso emprendedor en cuanto a la actividad registrada en sus diferentes etapas, así como el perfil socio económico de las personas que protagonizan aquella, en este capítulo se recoge, en primer lugar, una caracterización general y comparada en el tiempo del tipo de iniciativas de carácter incipiente (TEA), en base a su sector de pertenencia y a su dimensión, por número de personas socias y empleo generado, así como también se analiza su financiación en las etapas iniciales, exclusivamente en el caso de las iniciativas nacientes.

Esta caracterización se complementa con información, para el año 2021, acerca de su carácter familiar y de la visión que las personas involucradas, tanto en actividades incipientes (nacientes y nuevas) como consolidadas, tienen, en particular en relación a la orientación innovadora y exportadora de sus iniciativas, a la adopción de tecnologías digitales, y a su orientación a la sostenibilidad.

4.2. Sectores generales de actividad

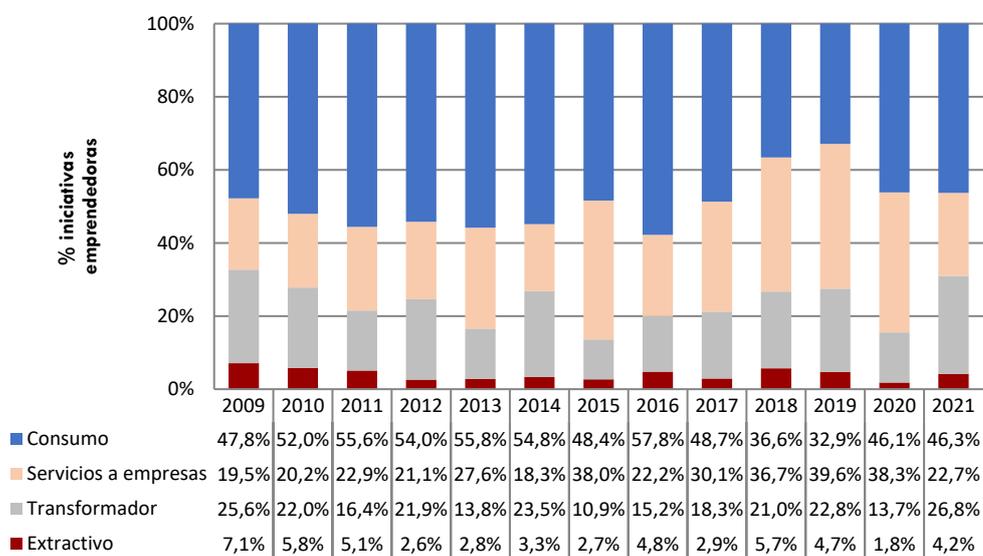
El observatorio emprendedor GEM emplea una clasificación de la actividad de carácter sintético, que categoriza los sectores a los que pertenecen los negocios en cuatro grandes bloques: sector extractivo, transformador, servicios a empresas, y actividades orientadas al consumidor final.

Atendiendo a la citada categorización, la figura 24 muestra la distribución de actividades en fase emprendedora TEA, en la Comunidad Valenciana, desde 2009 hasta 2021.

Como se viene detectando año tras año, los datos siguen reflejando lo que podríamos denominar terciarización de la economía de la Comunidad Valenciana. Así, en 2021, en un 69,1% de los casos las iniciativas en fase emprendedora corresponden al sector servicios.

En concreto, las actividades de consumo mantienen prácticamente su porcentaje (46,3%) respecto a 2020, mientras que se aprecia una reducción de la presencia de actividades de servicios a empresas de algo más de un tercio de un año a otro, y un incremento de las actividades relacionadas con el sector transformador que retorna a porcentajes previos a 2020. Por su parte, el sector extractivo sigue siendo el que menor porcentaje de las actividades aglutina (4,2%).

Figura 24. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras).

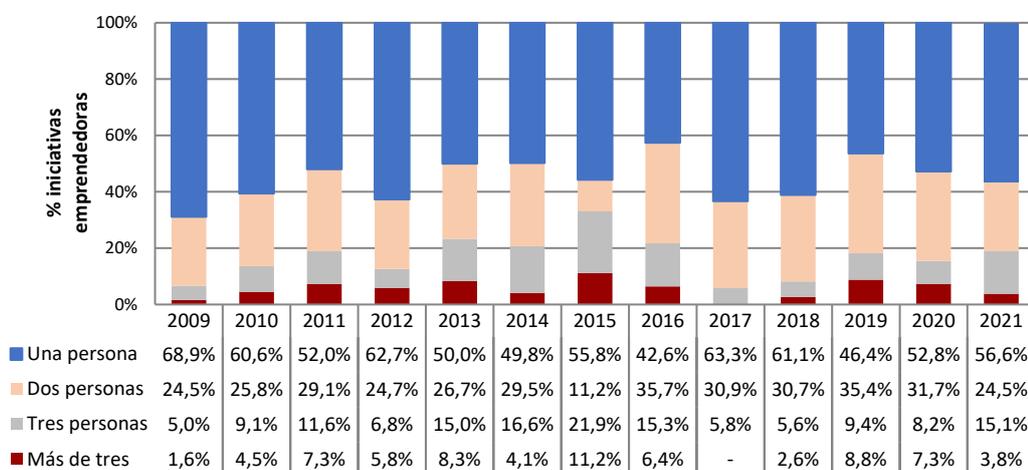


4.3. Número de personas socias

Es objeto de este apartado el estudio de la dimensión de las iniciativas emprendedoras (TEA) en base a su propiedad y a la distribución del número de personas socias de dichas iniciativas.

La figura 25 recoge la distribución del número de personas propietarias, así como su evolución desde 2009. La misma muestra que, en la Comunidad Valenciana, las iniciativas empresariales se desarrollan mayoritariamente en solitario, en tanto que el porcentaje de personas que indican que, contándola a ella, no hay nadie más en la propiedad de la empresa, es mayoría año tras año. Es una situación, como decimos, que suele mantenerse relativamente estable a lo largo del histórico de datos en cuanto a las iniciativas captadas cada año. Por tanto 2021 no es una excepción, y, en concreto en este último año, son un 56,6% los emprendimientos incipientes con una sola persona como propietaria del negocio, ampliando el dato recogido en 2020 cerca de cuatro puntos, y el de 2019 en algo más de 10.

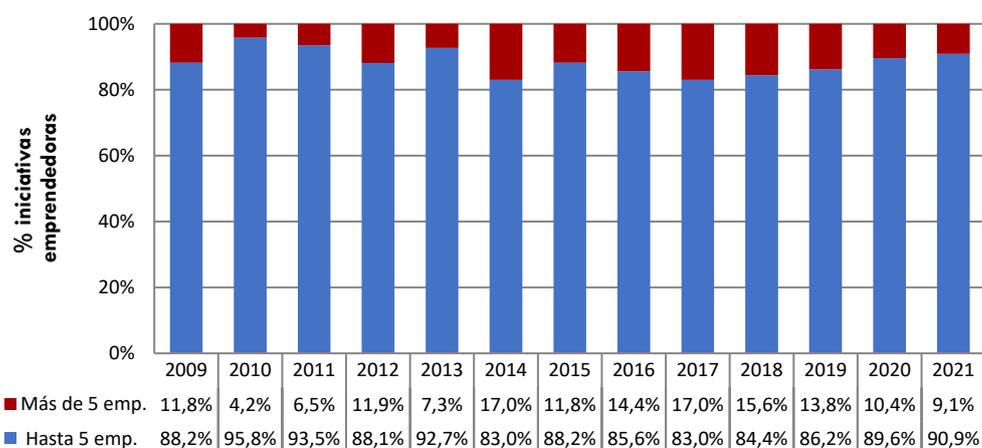
Figura 25. Distribución del número de personas propietarias de las iniciativas en fase emprendedora.



4.4. Dimensión y empleo

La dimensión empresarial de las iniciativas de negocio en fase incipiente (TEA), y su evolución, se muestra en la figura 26 en base a la perspectiva del número de empleos generados.

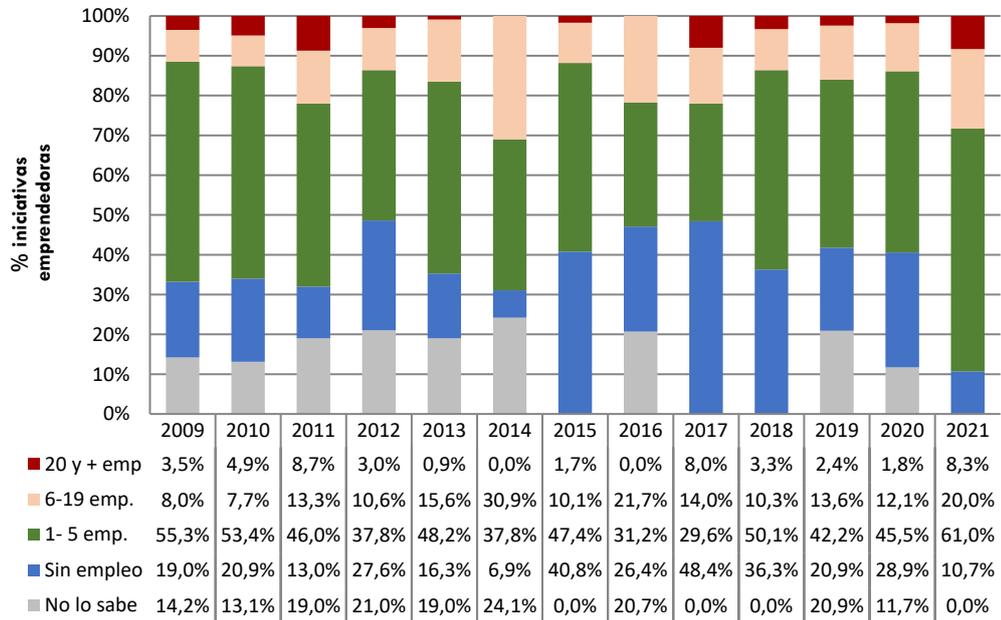
Figura 26. Iniciativas fase emprendedora según tramo de empleo generado y evolución temporal.



En la Comunidad Valenciana, en 2021, nuevamente sigue siendo mayoritaria la presencia de iniciativas con hasta un máximo de cinco empleos, que en esta ocasión suponen un 90,9% del total de estos negocios con menos de 42 meses de operatividad, tratándose de un dato que además se encuentra en paulatino crecimiento desde 2017. Adicionalmente mencionar, si bien no se refleja en la figura 26, que el porcentaje de iniciativas que no generan más empleo que el de la persona propietaria de las mismas asciende a un 34,9%.

La figura 27 amplía la información anterior, ofreciendo la distribución de las iniciativas de negocio de acuerdo a las expectativas de empleos esperados a cinco años vista. Ello permite tener una aproximación de las perspectivas de crecimiento de las iniciativas en base a este criterio.

Figura 27. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras).



Al respecto, en primer lugar, destacar que son un 10,7% quienes ven sus iniciativas a cinco años sin generación de empleo adicional, además del suyo propio. Ello es relevante en tanto que reduce a algo más de una tercera parte la respuesta recogida en 2020. En consecuencia, el resto de respuestas se incrementan en porcentaje, y así observamos como, por ejemplo, la visión a cinco años con entre 1 y 5 empleos esperados se incrementa en 15,5 puntos, aglutinando a un 61% de las iniciativas. A continuación, son un 20% quienes esperan tener entre 6 y 19 personas empleadas (7,9 puntos más), y, por último, un 8,3% esperan disponer de 20 o más empleos en su iniciativa en el futuro (frente a un 1,8% en 2020). Es también significativo el hecho de la ausencia de respuestas “no lo sé” a la encuesta, por lo que podría decirse que hay cierta mayor confianza respecto al futuro que la prevista en 2020.

En cualquier caso, y pudiendo calificarse los datos recogidos sobre expectativas como algo positivo en relación a la respuesta de un año antes, la existencia aún de elevadas dosis de incertidumbre en cuanto a la crisis sanitaria, junto a los hechos actuales derivados de la guerra de Ucrania, y las consecuencias actuales -y por venir- de todo ello para la economía y el comercio internacional, hacen difícil tomar la respuesta de las personas encuestadas como una previsión a futuro, siendo en todo caso expectativas positivas por cumplir.

4.5. Financiación de las iniciativas

La financiación de las iniciativas emprendedoras constituye sin duda un aspecto fundamental, no solo en el recorrido de las mismas, sino especialmente al inicio, e incluso con carácter previo. Para pulsar esta cuestión, se ha sondeado a las personas involucradas en la puesta en marcha de iniciativas de negocio y que se encuentran, por tanto, en la etapa denominada “naciente” en GEM, acerca de las necesidades de capital estimadas para dicho arranque. El tratamiento de estos datos nos permite aproximar de algún modo la envergadura de las iniciativas de negocio que las personas encuestadas estaban poniendo en marcha en el entorno de junio a septiembre de 2021 en la Comunidad Valenciana, a través de la inversión requerida para su desarrollo, así como su comparativa con años anteriores.

Una primera cuestión que se realiza a la población emprendedora detectada en fase naciente, es la de si la puesta en marcha y desarrollo de su negocio ha requerido dinero hasta la fecha. Así, en 2021 un 76,2% de las personas encuestadas afirman haber requerido invertir dinero para ello, mientras que el 23,8% restante manifiesta no haberlo necesitado (3,5 puntos más que en 2020).

Al respecto, la tabla 7 muestra, para quienes sí reconocen haber requerido invertir dinero para la puesta en marcha y desarrollo de la iniciativa, una síntesis aproximativa de la información obtenida, en relación a los valores representativos de las necesidades financieras estimadas y su agrupación por cuartiles.

Las necesidades financieras declaradas en 2021 con más frecuencia por las iniciativas nacientes ascienden a 10.000 €. No obstante, hay que decir que se trata de un valor indicado en el 25% de los casos, por lo que hay cierta dispersión de la respuesta, si bien menor que en otros años anteriores. En cuanto al segundo valor más frecuentemente declarado, supone unas necesidades de unos 20.000 €, siendo su frecuencia de un 12,7%

Por todo ello, y como suele ocurrir habitualmente, estos datos han de ser tomados con cautela, toda vez que esta cuestión es ciertamente sensible, por lo que la tasa de no-respuesta es bastante elevada, y también debido a la dispersión de la misma, que presenta algunos datos aislados, no representativos, con cuantiosas necesidades de capital, y que afecta a los valores medios, así como también en esta ocasión a los modales.

Tabla 7. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.

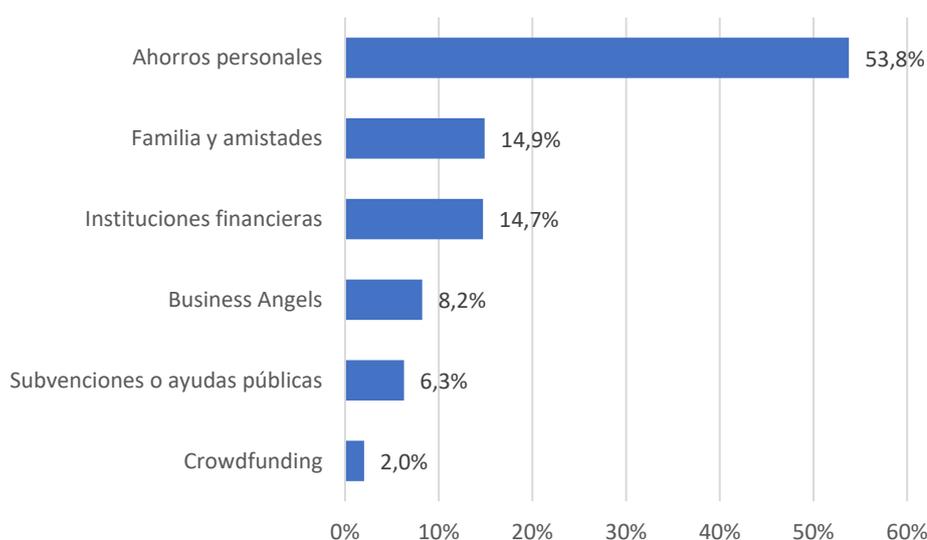
VALOR REPRESENTATIVO	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Moda (Valor más frecuente)	3.000 € (17,50%)	5.000 € (19,40%)	20.000 € (11,70%)	15.000 € (22,00%)	30.000 € (10,6%)	6.000 € (7,4%)	10.000 € (25,0%)
Segundo valor más frecuente	20.000 € (13,00%)	25.000 € (19,00%)	5.000 € (10,90%)	35.000 € (21,10%)	6.000 € (9,9%)	20.000 € (7,2%)	20.000 € (12,7%)
NECESIDADES POR CUARTILES	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Del 1% al 25% de emprend. nacientes	Hasta 5.502 €	Hasta 5.000 €	Hasta 5.000 €	Hasta 1.773 €	Hasta 8.000 €	Hasta 3.000 €	Hasta 7.230 €
Del 26% al 50% de emprend. nacientes	5.502 € - 15.985 €	5.000 € - 24.156 €	5.000 € - 6.049 €	1.773 € - 15.000 €	8.000 € - 30.000 €	3.000 € - 6.000 €	7.230 € - 10.000 €
Del 51% al 75% de emprend. nacientes	15.985 € - 33.679 €	24.156 € - 38.679 €	6.049 € - 20.000 €	15.000 € - 41.493 €	30.000 € - 70.000 €	6.000 € - 24.000 €	10.000 € - 30.000 €
Del 76% al 100% de emprend. nacientes	Más de 38.384 €	Más de 38.679 €	Más de 20.000 €	Más de 41.493 €	Más de 70.000 €	Más de 24.000 €	Más de 30.000 €

De este modo, siempre teniendo en cuenta lo advertido, y en base únicamente a estas respuestas más frecuentes, podría quizá apuntarse en la dirección de un cierto incremento respecto a 2020 en cuanto a la dimensión financiera de las nuevas iniciativas que se ponen en marcha, toda vez que el valor más frecuente se ha incrementado de 6.000 a 10.000 €, y el segundo valor permanece en la misma cantidad (20.000 €). En todo caso, es complejo dilucidarlo con seguridad, dada la elevada dispersión de la respuesta que se recogió en 2020.

Sin embargo, al observar la ordenación por cuartiles en la tabla 7, sí se podría intuir una cierta ampliación de necesidades entre las iniciativas captadas en 2021 respecto a las de 2020. De este modo, ordenadas las necesidades de capital declaradas de menor a mayor, se observa que el primer 25% de las respuestas (los que menos requerimientos han manifestado), llegan hasta unas necesidades de 7.230 €, frente a los datos inferiores de 2020; el segundo grupo en cuanto a dimensión de las necesidades declaradas (segundo cuartil, del 26% al 50% de las iniciativas) se encuentra entre 7.230 € y 10.000 €, también superior a 2020. Y así ocurre también con el tercer y cuarto grupos (respectivamente entre 10.000 € y 30.000 €, y por encima de 30.000 €).

Por otra parte, y en relación ahora a la financiación del capital semilla requerido para abordar la puesta en marcha de las nuevas iniciativas de negocio (figura 28), en promedio, un 53,8% del capital requerido fue cubierto a través de ahorros personales por las personas encuestadas, siendo, como en 2020 (44,8%) la mayor fuente financiera empleada, con un destacado incremento del recurso frente a aquel año, que ya se había incrementado respecto a 2019. Por otra parte, en segunda posición destaca el recurso a la familia y a las amistades (14,9%), mientras que el empleo como fuente de bancos o instituciones financieras, por su parte, descienden a la tercera posición.

Figura 28. Fuente de origen, del capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de los negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2020 (% de origen de los fondos)



De este modo, observamos como, respecto a la situación de 2020, y probablemente influenciado por la situación económica provocada por la crisis COVID, los propios ahorros se mantienen como principal recurso financiero, reforzando su presencia, y ascendiendo también sensiblemente el requerimiento a ahorros de familiares, amistades y personas conocidas; mientras que, de otro lado, la financiación procedente de instituciones financieras para la puesta en marcha de iniciativas de negocio, que puedan contribuir a la reactivación de la situación económica sigue reduciéndose.

Adicionalmente, en GEM también es estudiada la figura de la financiación informal (tabla 8). Así, en 2021 un 3,2% de la población afirma encontrarse financiando, o haber financiado en los últimos años, la puesta en marcha de negocios de terceras personas mediante aportaciones propias (sin tener en cuenta la financiación a cambio de una participación en la empresa).

Tabla 8. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana.

Descriptor	2021
% Población inversión informal	3,2%
Aportación más habitual	5.000 €
Relación con persona beneficiaria (%)	Familia 51,4% Amistad 43,9%
Sexo (%)	Mujer 23,6%
Edad media (años)	44,8
Situación laboral	Trabaja 71,7%
Intención de emprender (%)	27,3%
Involucración en TEA (%)	17,4%
Emprendimiento consolidado	8,8%
Oportunidades a 6 meses (%)	45,2%
Red social emprendedora	68,7%
Posee habilidades emprendedoras	65,0%
Miedo a fracasar como barrera	36,5%
Facilidad para iniciar un negocio	43,3%

Comparativamente respecto a la información obtenida en años anteriores, esto supone un retorno a cifras similares a las de 2019 (3,4%), tras la reducción de la presencia de esta figura entre las fuentes de financiación en 2020 (2,5%), y si bien no se puede caracterizar de forma propia la aportación representativa, dada la amplia casuística, sí se puede indicar que la aportación más habitual es de 5.000 € (4.000 € en 2020).

En síntesis, el perfil de las personas que llevan a cabo inversión informal se corresponde mayoritariamente, en 2021 en la Comunidad Valenciana, con un hombre de cerca de 45 años, con actividad laboral en la mayoría de los casos, a quien unen lazos principalmente familiares o de amistad con la persona beneficiaria, y cuya aportación más común es de unos 5.000 €. Además, se trata de un colectivo, el de la inversión informal, que ofrece mayor implicación en las diferentes fases del proceso emprendedor que la población general, especialmente en cuanto a intencionalidad y actividad TEA, y cuya percepción de oportunidades para emprender a corto plazo en el entorno es superior, disponiendo de mayor red social emprendedora, que reconoce su autoeficacia en mayor medida, y que otorga al miedo a fracasar menor importancia como potencial inhibidor de una conducta emprendedora.

4.6. *Carácter familiar de las iniciativas*

Las figuras 29 y 30 recogen el carácter familiar de las iniciativas de negocio de la Comunidad Valenciana en 2021, atendiendo tanto a su estructura de propiedad como a su administración. Así, entre las iniciativas recientes (TEA), un 68,9% tienen propiedad familiar, y un 63,6% cuentan con otros miembros de la familia en labores de gestión. Estos datos se incrementan, en el caso de las iniciativas consolidadas, a un 93,7% con propiedad familiar, y un 87,5% con la participación de otros miembros en la gestión.

De este modo, se aprecia un menor peso de iniciativas de carácter familiar entre las actividades más recientes, tanto en la estructura de propiedad como en la administración de la empresa. Los datos son muy similares a los que se dan en el conjunto de España.

Figura 29. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras. Propiedad mayoritaria de la familia (% de iniciativas emprendedoras).

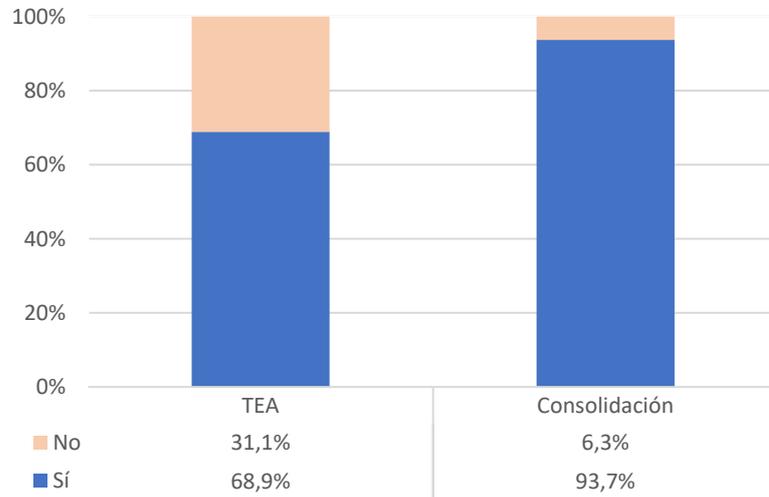
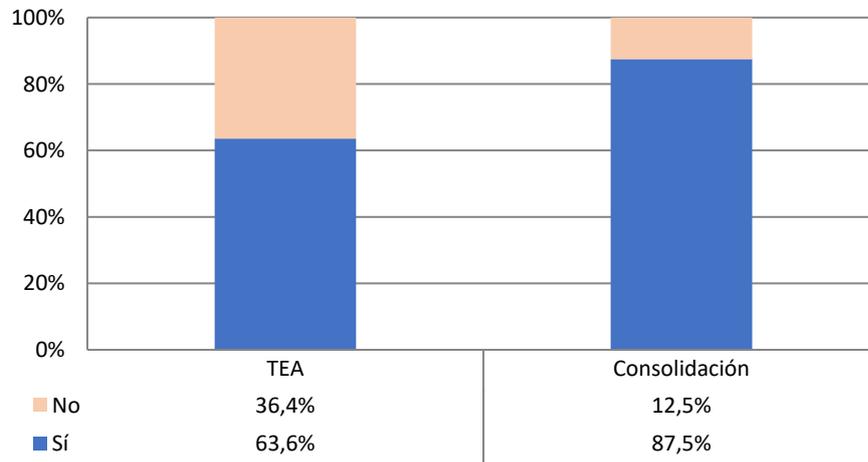


Figura 30. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras. Participación de otros miembros familiares en la gestión (% de iniciativas emprendedoras).

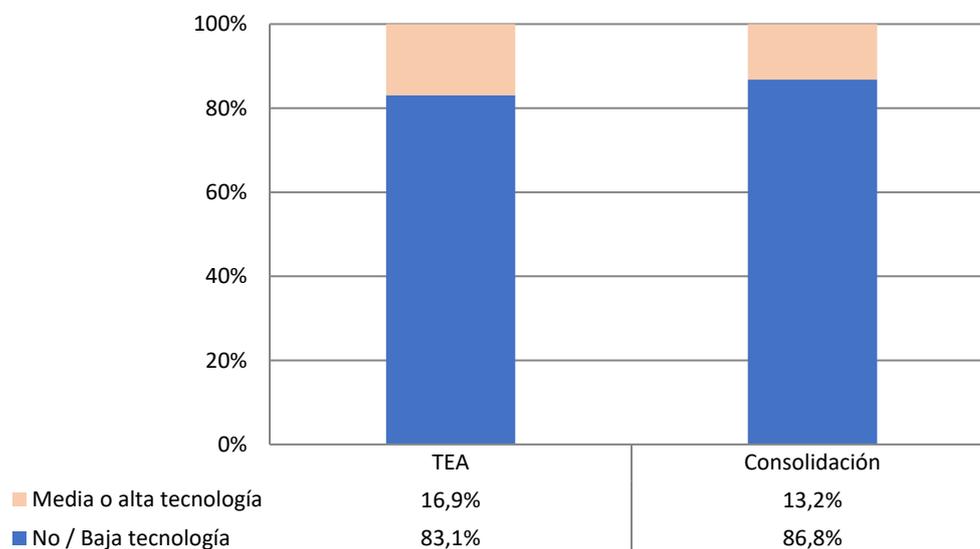


4.7. Orientación innovadora

GEM incluye una serie de cuestiones dirigidas a las personas involucradas en la parte activa del proceso emprendedor (iniciativas en fase incipiente o TEA y en fase de consolidación), al objeto de captar información sobre cómo perciben el desarrollo de su iniciativa. En particular, en este apartado, se centra la atención en la orientación innovadora del negocio. Para medir ésta, en primer lugar, en GEM se indaga acerca de la aplicación de tecnologías más o menos sofisticadas en la actividad cotidiana de las iniciativas. Para ello, se recoge información sobre el nivel tecnológico del sector al que se pertenece (figura 31).

Así, entre los negocios con un recorrido no superior a 42 meses, el 83,1% afirma pertenecer a sectores de bajo o nulo nivel tecnológico, mientras que únicamente el 16,9% consideran competir en sectores de media o alta tecnología. En el caso de las empresas consolidadas, se recogen datos similares, de modo que un 86,8% de las personas encuestadas en esta etapa consideran encontrarse en sectores de baja o nula tecnología, mientras que un 13,2% dice competir en sectores de medio o alto nivel tecnológico.

Figura 31. Orientación innovadora percibida a través del nivel tecnológico del sector (% de iniciativas emprendedoras).

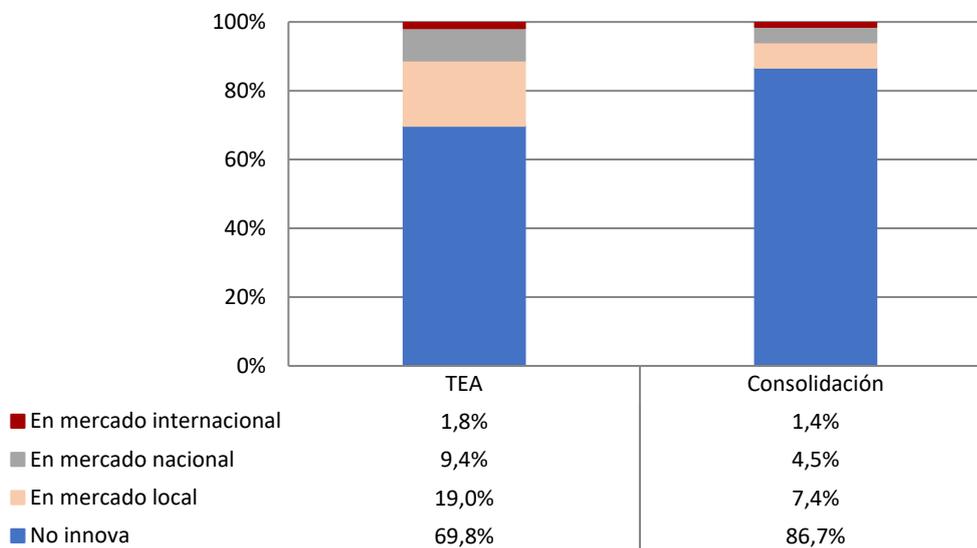


De forma complementaria a la información acerca del nivel tecnológico del sector, GEM sondea también las innovaciones en producto y/o servicio, y también en procesos, que han desarrollado las empresas en el último año, y que se sintetizan en las figuras 32 y 33.

Así, en primer lugar, la figura 32 muestra que una mayoría de iniciativas emprendedoras no ha llevado a cabo innovaciones en productos o servicios durante 2021. En particular, el 69,8% de las actividades con menos de 42 meses de operatividad y el 86,7% de las actividades consolidadas.

Cuando se centra el foco en las iniciativas que reconocen haber innovado, se observa que, en su mayor parte, se trata de innovaciones dirigidas al mercado doméstico, fundamentalmente el mercado local. Especialmente en el caso de las iniciativas más jóvenes (28,4% de las mismas) respecto a las consolidadas (11,9%). En este sentido, al igual que en 2020, el componente innovador en producto/servicio parece ser menos frecuente entre los modelos de negocio más veteranos (empresas consolidadas) que entre los más recientes (iniciativas TEA).

Figura 32. Innovaciones en productos o servicios llevadas a cabo en 2020 (% de iniciativas emprendedoras).

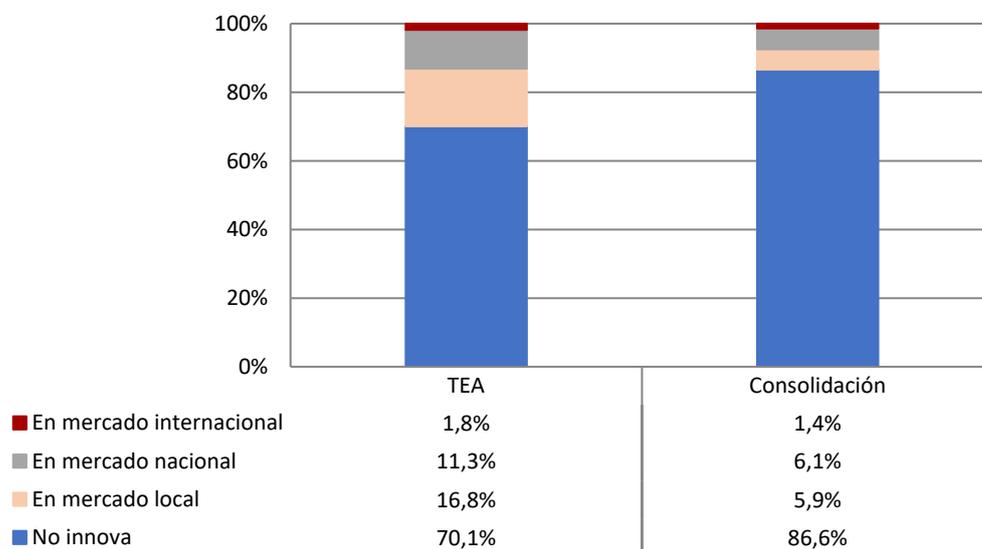


En segundo lugar, en relación a la innovación en procesos o en las tecnologías empleadas por las iniciativas de negocio durante 2021 (figura 33), se recoge

una imagen que ofrece un comportamiento muy similar a la foto fija de la innovación en producto/servicio. En este sentido, manifiestan no haber llevado a cabo actividades innovadoras en procesos o tecnologías, un 70,1% de las actividades en fase TEA, porcentaje que asciende al 86,6% en el caso de las iniciativas consolidadas.

También de forma similar a lo obtenido en el caso de la innovación en producto/servicio, igualmente, predominan las innovaciones en procesos o tecnologías dirigidas especialmente al mercado doméstico (28,1% en las iniciativas más incipientes, frente a 12% en las iniciativas ya consolidadas).

Figura 33. Innovaciones en procesos o tecnologías empleados para los productos o servicios llevadas a cabo en 2020 (% de iniciativas emprendedoras).



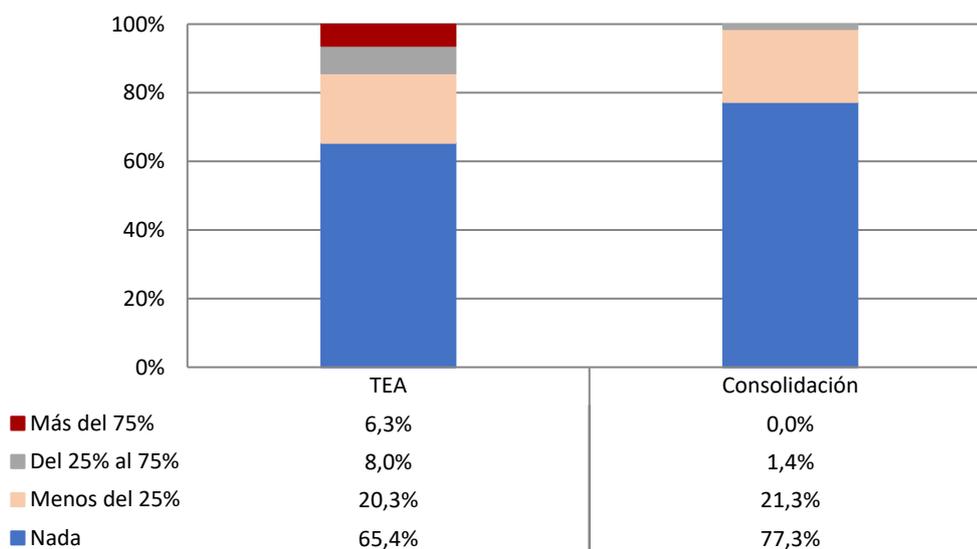
4.8. Orientación exportadora

La orientación exportadora de las iniciativas es medida en GEM como el porcentaje de facturación procedente de ventas al exterior, y viene recogida en la figura 34. Los datos ponen de manifiesto que cerca de dos terceras partes (65,4%) de las actividades emprendedoras en fase incipiente no exportan, encontrándose además un 20,3% de iniciativas que consideran menos de la cuarta parte de sus ventas como foráneas. En el caso de las

iniciativas ya consolidadas, el porcentaje de las no exportadoras es superior, ascendiendo a un 77,3%, mientras que el porcentaje de las que afirman que menos de una cuarta parte de sus ventas son al extranjero es de un 21,3%.

Evolutivamente hablando, comentar que la orientación exportadora se ha incrementado respecto a los datos obtenidos en 2020, que se habían reducido respecto a 2019. No es de extrañar, dado que, ante la situación mundial propiciada por la crisis sanitaria, en una primera etapa hubo que hacer frente a cierres de fronteras que pudieron dificultar las exportaciones e importaciones, por lo que las ventas dirigidas a los mercados domésticos, ya sean locales o a nivel país, pudieron ganar peso sobre las facturaciones totales de las empresas, siempre hablando en términos generales.

Figura 34. Orientación exportadora (% de iniciativas emprendedoras).



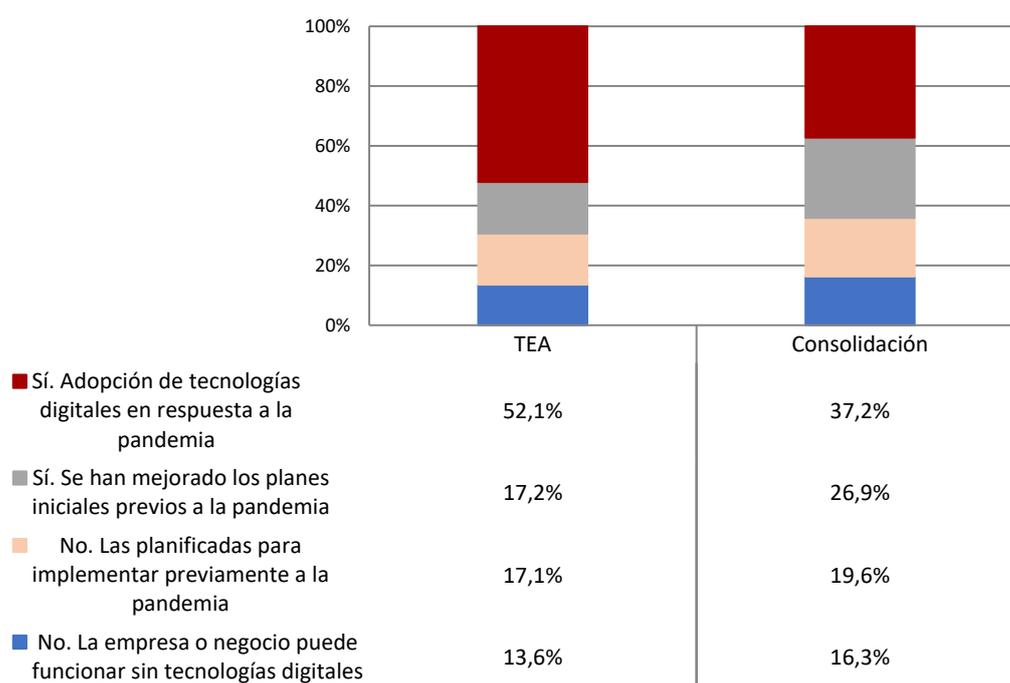
4.9. Adopción de tecnologías digitales

En relación a la adopción de tecnologías digitales, la encuesta a la población considera dos tipos de cuestiones. En primer lugar, se ha planteado a las personas emprendedoras si sus negocios están haciendo uso de tecnologías digitales para la venta y/o prestación de sus productos o servicios, como respuesta a la pandemia.

La respuesta a esta cuestión viene recogida en la figura 35. Comenzando por las iniciativas emprendedoras en fase incipiente (TEA), podemos observar que la pandemia ha afectado a casi tres de cada cuatro iniciativas en su respuesta. De hecho, más de la mitad (52,1%) afirman haber adoptado tecnologías digitales para la comercialización de sus productos y servicios como respuesta a la crisis sanitaria, mientras que un 17,2% manifiestan haber modificado o ampliado las estrategias que, al respecto, tenían ya planificadas con carácter previo a la irrupción de la Covid-19.

En el caso de las iniciativas ya consolidadas, son también mayoría las que indican haberse visto afectadas de una u otra forma, aunque en un porcentaje menor (64,1%). Así, algo más de la tercera parte (37,2%) han adoptado tecnologías digitales como parte de su respuesta, y un 26,9% han mejorado los planes previstos con anterioridad a la pandemia.

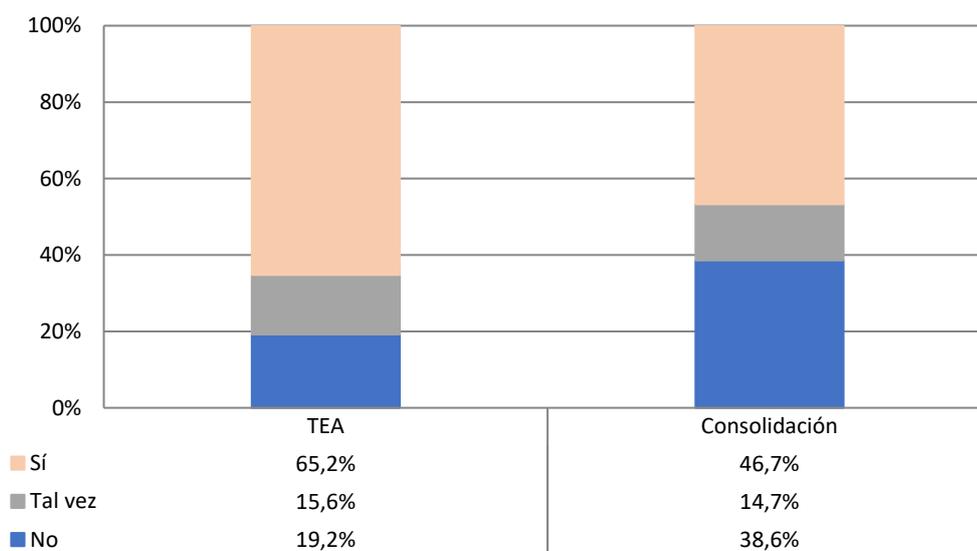
Figura 35. Adopción de tecnologías digitales y crisis sanitaria (% de iniciativas emprendedoras).



Adicionalmente a la cuestión anterior, se ha sondeado por la expectativa de incrementar el grado de uso de tecnologías digitales para la venta o prestación de productos y/o servicios a seis meses vista tras el momento de

la encuesta (figura 36). En este sentido, casi dos terceras partes (65,2%) de las iniciativas en fase incipiente (TEA) contemplan a futuro la expectativa de ampliar su intensidad de uso de estas tecnologías, porcentaje que, en el caso de las empresas ya consolidadas en el mercado, no alcanza la mitad (46,7%).

Figura 36. Expectativas de adopción de tecnologías digitales (% de iniciativas emprendedoras).



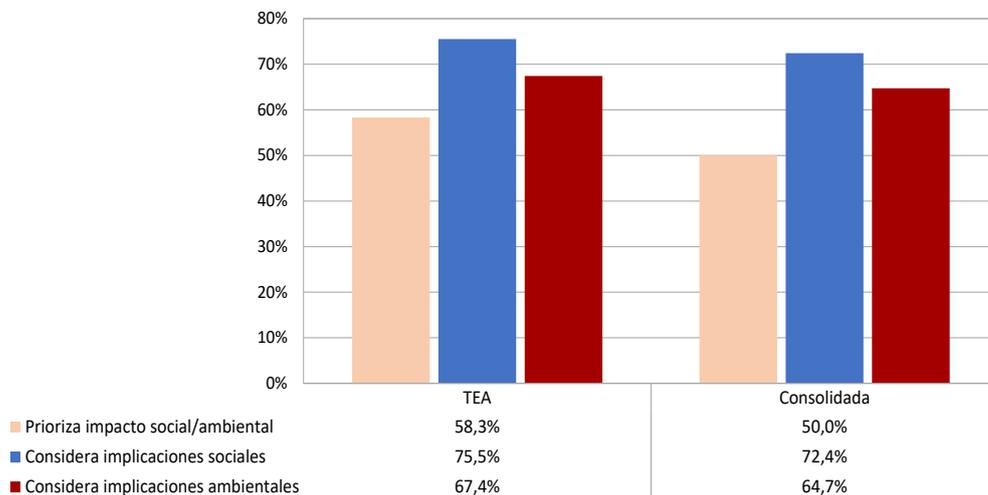
4.10. Orientación a la sostenibilidad

La cuestión de la orientación a la sostenibilidad centra la atención en la preocupación que las personas emprendedoras consultadas manifiestan, más allá de su viabilidad económica, por el impacto social y medioambiental de sus iniciativas.

Al respecto, una primera cuestión sondea si las personas al frente de estas iniciativas priorizan en sus estrategias el impacto social y/o medioambiental que la actividad de sus negocios puede tener. En relación a ello, un 58,3% de las personas involucradas en iniciativas incipientes se manifiesta de acuerdo con esta afirmación, y un 50% en el caso de las personas al frente de iniciativas ya consolidadas hacen lo mismo.

De manera complementaria, se sondea si en la toma de decisiones operativas se tienen en cuenta las repercusiones o implicaciones sociales y ambientales de las mismas. En este caso, la respuesta muestra también un alto grado de implicación con la orientación a la sostenibilidad, si bien algo mayor en relación a aspectos sociales que ambientales. Así, en torno a tres de cada cuatro personas involucradas en iniciativas emprendedoras reconoce considerar las implicaciones sociales de sus decisiones operativas (75,5% entre iniciativas incipientes; 72,4% entre consolidadas), mientras que, para el caso de la consideración de las posibles repercusiones medioambientales, los porcentajes se sitúan en torno a los dos tercios de las personas encuestadas (67,4% y 64,7% respectivamente).

Figura 37. Orientación a la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).

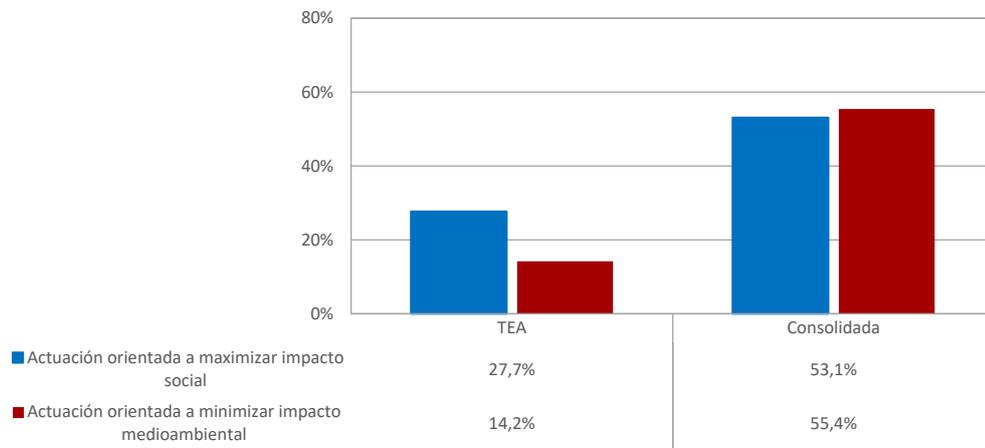


La encuesta GEM, adicionalmente a recoger la preocupación por la sostenibilidad, sondeando las consideraciones y prioridades de las personas involucradas en las iniciativas emprendedoras, ha explorado sobre el desarrollo de acciones específicas para maximizar su impacto social, así como para minimizar su impacto medioambiental durante el último año (figura 38).

En relación a estos aspectos, los resultados indican que, si bien la orientación a la sostenibilidad es elevada, como se ha visto anteriormente en función de las prioridades y consideraciones, cuando se trata de la ejecución de acciones específicas, los porcentajes de involucración son menores. Así, algo más de la mitad de las personas encuestadas reconocen haber dado pasos concretos en la práctica para minimizar o reducir el impacto medioambiental de sus

iniciativas (53,1% entre las iniciativas TEA y 55,4% entre las consolidadas), mientras que unos porcentajes menores se recogen en el caso de actuaciones dirigidas a la maximización del impacto social (27,7% entre las TEA y 14,2% entre las consolidadas).

Figura 38. Actuación en la práctica por la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).



CAPÍTULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER

5.1. Introducción

Esta sección ofrece una valoración del estado del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora, a través de una serie de factores con capacidad para condicionar y afectar a las oportunidades de negocio, al potencial emprendedor de la población y al propio proceso de nacimiento y evolución de iniciativas empresariales. Se trata del contexto específico para emprender, y no del contexto socio-económico general o de competitividad de un país o región.

Para su modelización, desde sus inicios GEM incorpora en su modelo nueve condiciones de entorno vinculadas a la actividad emprendedora (tabla 8), las cuales son analizadas con carácter anual por personas expertas procedentes de diversos ámbitos y relacionadas con la actividad emprendedora, lo que ofrece un punto de vista complementario al de la población, acerca del contexto en el que ésta decide implicarse o no en la dinámica emprendedora y empresarial.

En el caso específico de la Comunidad Valenciana, hace ya 18 años, en 2004, y con ocasión del primer informe GEM de la región, se formó un grupo experto, integrado por 36 personas, empresarias y profesionales, el cual valora anualmente la situación de las condiciones de entorno.

Este grupo mantiene al menos un 75% de sus miembros de año a año, al objeto de garantizar una cierta continuidad en los criterios empleados para valorar las condiciones establecidas. La procedencia y ámbito de influencia de sus 36 integrantes se recoge en las tablas 9 y 10. Se ha contado con la participación de individuos relacionados con todas las condiciones de entorno

analizadas y con procedencia del mundo empresarial (empresarios y empresarias, representantes de asociaciones empresariales, etc.), y del ámbito de la Administración (organismos regionales, provinciales y locales que ofrecen servicios y desarrollan programas específicos para el emprendimiento).

Las condiciones de entorno analizadas por el grupo experto se describen a continuación en la tabla 9.

Tabla 9. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por el grupo experto.

Condición	Descripción
APOYO FINANCIERO	Disponibilidad de recursos financieros para creación, puesta en marcha y crecimiento de nuevas empresas, incluye subvenciones y ayudas.
POLÍTICAS PÚBLICAS	Apoyo de las políticas de las administraciones públicas a empresas nuevas o en crecimiento, principalmente impuestos o regulaciones.
PROGRAMAS PÚBLICOS	Existencia de iniciativas o programas de apoyo directo para asistir a empresas nuevas y en crecimiento.
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN	Presencia en los sistemas educativos y demás formación no reglada, de programas y herramientas que potencien habilidades y conocimientos necesarios para la creación y dirección de empresas.
TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA	Contribución de los sistemas de investigación y desarrollo a la creación de nuevas oportunidades de negocio relacionadas con I+D.
INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL	Disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, y otros que facilitan servicios para creación o desarrollo de negocios.
APERTURA DEL MERCADO INTERNO	Facilidad de las empresas nuevas y en crecimiento para introducirse en el mercado y competir.
ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA	Facilidad de acceso a los recursos físicos existentes a un coste que no discrimine a las empresas nuevas o en crecimiento.
NORMAS SOCIALES Y CULTURALES	Medida en la que las normas culturales y sociales del territorio, favorecen o inhiben la puesta en marcha de nuevas empresas.

Tabla 10. Ámbito de influencia del grupo experto GEM Comunidad Valenciana 2021.

Ámbito de influencia	Número de personas
Apoyo financiero	4
Políticas gubernamentales	4
Programas gubernamentales	4
Educación y formación	4
Transferencia de I+D	4
Infraestructura comercial y profesional	4
Apertura de mercado	4
Acceso a infraestructura física	4
Normas sociales y culturales	4
Total	36

Tabla 11. Ámbito de procedencia del grupo experto GEM Comunidad Valenciana 2021

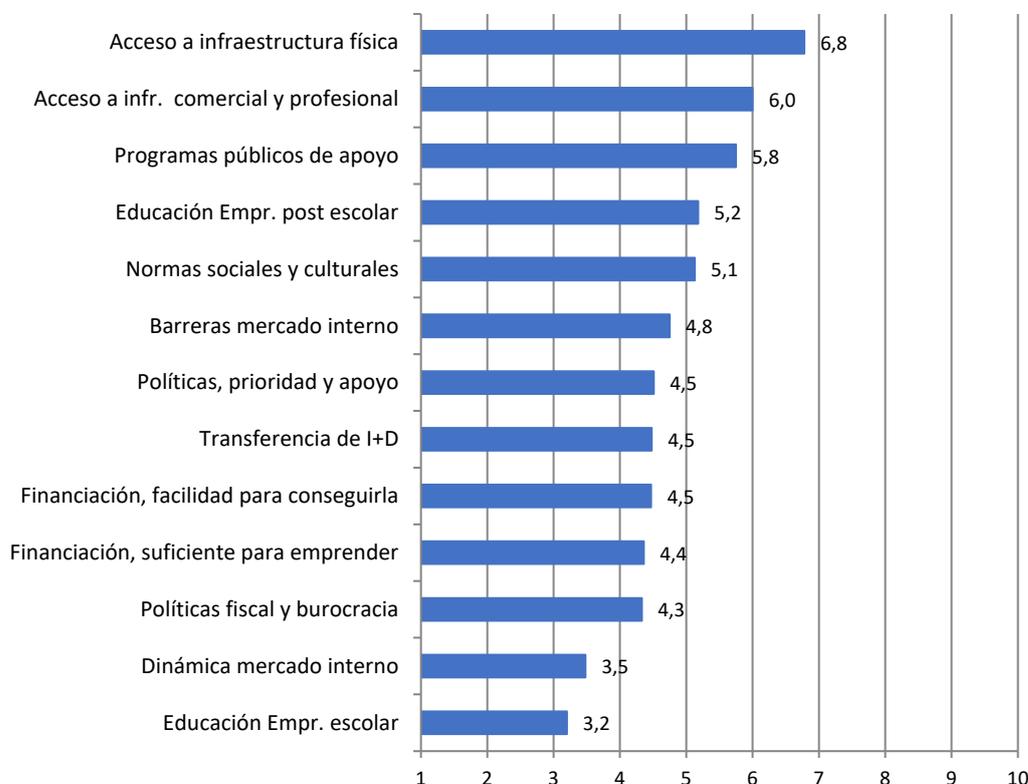
Ámbito de procedencia	Número de personas
Empresarios/as	16
Profesionales:	20
• de cámaras de comercio y asociaciones empresariales	4
• de entidades regionales de apoyo	4
• de entidades locales de apoyo	4
• de innovación y desarrollo empresarial	4
• de financiación de las iniciativas emprendedoras	4

5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender

La figura 39 recoge las valoraciones realizadas por el grupo acerca del estado de las condiciones del entorno emprendedor en la Comunidad Valenciana en 2021⁴. Las nueve condiciones citadas aparecen desglosadas en trece ítems, en tanto que políticas de apoyo, así como educación y apertura de mercado, y en esta ocasión también la financiación, se desagregan a su vez en otras dos, según se aprecia en la figura.

⁴ El grupo experto realiza estas valoraciones entre los meses de junio y julio.

Figura 39. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2021 en la Comunidad Valenciana.



Los integrantes del grupo expresan su grado de acuerdo o desacuerdo en relación a una batería de cuestiones representativas de cada una de las condiciones de entorno en base a una escala Likert de 1 a 10⁵, siendo las valoraciones mostradas el resumen global para cada una de éstas.

Es habitual en los informes GEM que en la escala utilizada (1 a 10), prácticamente ninguna de las condiciones supere, o incluso alcance el 7 por parte del grupo experto. Éste es un resultado frecuente, dado que una puntuación próxima a 10 supondría una percepción de perfección por parte de la totalidad de integrantes del grupo, toda vez que se trata de valoraciones medias conformadas por la integración de cuestiones y las respuestas promedio del conjunto. Es por ello precisamente que se puede decir que, en síntesis, la figura 39 ofrece una imagen de situación respecto al emprendimiento que las personas consultadas continúan considerando como

⁵ Las valoraciones globales que superan la media de 5 puntos se pueden considerar favorables.

adecuada en promedio, si bien mejorable en gran parte de los aspectos, de forma similar a lo que, por otra parte, se da en el caso nacional.

No obstante, hay que mencionar que tras dos años consecutivos en que el juicio del grupo experto mostraba su acuerdo con mejorías en las valoraciones de la mayoría o totalidad de las condiciones, en 2021 se registran valores similares o levemente más modestos en algunos de los casos, como veremos a continuación, pero que en conjunto, mantienen el nivel global percibido por el juicio experto sobre el entorno específico para emprender.

Así, para comenzar, en esta edición 2021 son cinco las condiciones evaluadas que superan el valor medio de 5, frente a las cuatro de 2020, las tres de 2019 y las dos de 2018, de modo que en una primera aproximación, observamos que, *grosso modo*, son cada vez más las condiciones configuradoras del entorno emprendedor que, a juicio del grupo experto, alcanzan o superan el “aprobado”.

Estas condiciones son: la relativa al acceso a infraestructura física (6,8) como es habitual en la Comunidad; el acceso a infraestructura comercial y profesional (6,0); los programas públicos de apoyo (5,6); por segunda ocasión consecutiva la valoración de los niveles educativos superiores y de formación, en su orientación emprendedora (5,2); a los que se suma también, en esta ocasión, el juicio sobre las normas socio-culturales de la región en relación con el emprendimiento (5,1), condición que, de este modo, ve mejorar su valoración de ocasiones anteriores.

Siguen a continuación, con valoraciones que prácticamente alcanzan el 4,5 o lo superan, por este orden: el grado de apertura del mercado interno (4,8); la percepción sobre las políticas de apoyo hacia el emprendimiento desarrolladas en la Comunidad (4,5); las condiciones relativas al estado de la transferencia de I+D (4,5); y el juicio sobre las posibilidades para el acceso a la financiación (4,5).

Por otro lado, ligeramente por debajo de la valoración 4,5, se encuentran, correlativamente: la opinión respecto a la financiación, pero en este caso respecto a la suficiencia y adecuación de su oferta para emprender (4,4), que resulta algo peor valorada que la facilidad para acceder a la misma; y los aspectos fiscales y burocráticos relacionados con la puesta en marcha y desarrollo de iniciativas empresariales (4,3).

Por último, por debajo de 4 se juzgan dos condiciones. La volatilidad del mercado interno, con 3,5 puntos es la condición con diferencia, que más se

reduce respecto a 2020. Y es que las consecuencias de la crisis derivada de la pandemia han afectado con fuerza a los mercados en cuanto a su dinámica de cambios en un solo año, a juicio de los expertos para peor. Por otro lado, la condición peor valorada (3,2) es nuevamente la relativa a la orientación al emprendimiento de la educación en sus niveles inferiores.

Esta información relativa al estado de las condiciones en 2021 en una primera aproximación, se puede enriquecer desde un punto de vista evolutivo, en la tabla 12. Ésta ofrece la evolución temporal de las puntuaciones (en sus equivalentes en escala 1 a 5, y donde el valor medio adecuado es el 3). Como se observa, en general es habitual que la jerarquía de factores no se altere en gran medida en los últimos años, si bien cabe destacar, como hemos mencionado, que tras los incrementos recogidos en la mayoría de condiciones en los últimos dos años (y especialmente en 2020), en 2021 la percepción del panel experto es, a grandes rasgos, de cierto continuismo respecto a los citados dos años.

Especialmente destacables son los casos de algunas de las condiciones que llegan en 2021 a superar el valor promedio 3, como son las normas socio-culturales, o el juicio sobre el grado de apertura del mercado interno; así como también la valoración de la educación y formación en niveles superiores en cuanto a su orientación emprendedora, que tras superar dicha valoración de 3 en 2020, se sigue manteniendo, consolidando la consideración de su adecuación en 2021.

De otro lado, algunas de las condiciones parecen haber sido afectadas por la prolongación de la crisis sanitaria y sus efectos, de modo que podemos observar como elementos relacionados con las políticas y programas, pese a su valoración, reciben puntuaciones menores a las otorgadas en 2020, lo que podría indicar que entonces se juzgó apropiada la respuesta dada desde lo público en primera instancia a la pandemia y sus consecuencias, pero que se pide y espera más con la prolongación de la misma, como tendremos oportunidad de ver más adelante en este capítulo.

Del mismo modo, el juicio otorgado en 2021 revela, en relación a 2020, el grado de afección del dinamismo del mercado interno, consecuencia de la velocidad de los cambios que se están produciendo en el entorno, así como la necesidad de prestar atención a la transferencia de I+D y atender de forma apropiada la orientación al emprendimiento de la educación en sus niveles iniciales, que sigue siendo la condición peor valorada.

Tabla 12. Evolución de la valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana (desde 1 hasta 5)

Valoración global	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Acceso a infraestructura física	3,7	3,5	3,8	3,8	4,0	4,1	3,9	3,9	3,9	3,9	3,8
Acceso a infraestructura comercial y profesional	3,1	3,1	3,0	2,9	2,7	3,2	3,3	3,0	3,2	3,5	3,5
Programas públicos de apoyo	3,1	3,1	3,0	3,0	3,0	3,0	3,2	3,2	3,3	3,5	3,4
Normas sociales y culturales	2,9	2,8	2,5	2,8	3,0	2,9	2,8	2,5	3,0	3,0	3,2
Educación y formación post-secundaria	3,0	3,0	2,8	2,9	2,8	3,0	3,1	2,7	3,0	3,2	3,1
Mercado interno: apertura	2,4	2,7	2,5	2,5	2,4	2,7	2,6	2,5	2,8	2,8	3,0
Políticas públicas: políticas de apoyo	2,4	2,7	2,6	2,7	2,5	2,3	2,3	2,5	2,8	3,0	2,8
Transferencia de tecnología	2,5	2,7	2,4	2,5	2,3	2,5	2,3	2,4	2,6	2,9	2,8
Apoyo financiero	2,1	1,9	1,9	2,3	2,1	2,2	2,2	2,3	2,6	2,7	2,7
Facilidad de acceso a financiación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,7
Financiación suficiente	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,7
Políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	2,7	2,6	2,3	2,6	2,1	2,3	2,1	2,3	2,4	2,7	2,7
Mercado interno: velocidad de los cambios	2,6	3,0	2,8	2,6	2,3	2,3	2,3	2,4	2,6	2,8	2,3
Educación primaria y secundaria	2,0	2,1	1,8	2,0	1,7	1,8	1,9	1,6	2,2	2,3	2,2

Como se ha mencionado al inicio, las personas integrantes del grupo experto expresan su grado de acuerdo o desacuerdo en relación a una batería de cuestiones más detalladas representativas de cada una de las condiciones de entorno, siendo las valoraciones mostradas anteriormente, el resumen global o agregado para cada una de éstas.

Avanzando algo más en el detalle de lo comentado, y comenzando por los aspectos relacionados con las condiciones de acceso a **infraestructura física**, es habitual encontrar en los estudios GEM llevados a cabo en territorios desarrollados, y en particular en todas las ediciones de la Comunidad Valenciana, que estos aspectos destaquen sobre el resto, siendo de los mejor valorados. También en esta edición se observa que la totalidad de las cuestiones ligadas a esta condición de entorno son evaluadas favorablemente. Destacan el estado de las infraestructuras físicas relacionadas con el transporte y otras comunicaciones, el acceso a sistemas de comunicación (telefonía, Internet, ...), su rapidez de provisión y su coste, y el acceso a servicios básicos como gas, agua y electricidad para una empresa nueva o en crecimiento, o la disponibilidad de espacios para alquilar como oficina para actividades de servicios, siendo en todo caso, el único aspecto con margen de mejora respecto al resto (si bien también “aprobado”) la disponibilidad de espacios para alquilar que sean apropiados para llevar a cabo actividades de producción por parte de empresas nuevas y en crecimiento.

La valoración de la **infraestructura comercial y profesional**, en segundo puesto como suele ser habitual, pone de manifiesto el acuerdo del grupo experto en cuanto a la adecuada situación de las posibilidades de acceso a una oferta amplia y adecuada de agentes de aprovisionamiento, subcontratistas, consultoría y asesoría, así como a servicios contables y bancarios con carácter general, si bien en negativo se resalta la dificultad para afrontar los costes de muchos de estos servicios por parte de las empresas nuevas y en crecimiento.

A continuación, valorados en tercer lugar, como en anteriores ocasiones, los **programas públicos de apoyo** siguen siendo positivamente reconocidos por el grupo experto. Sin embargo, a diferencia de otros años, no es así en todos sus componentes. En positivo, siguen destacando especialmente la opinión sobre las personas que trabajan en los diferentes organismos de apoyo, en cuanto a la competencia y eficiencia de su trabajo; y la suficiencia en cuanto a la cantidad de programas orientados a empresas nuevas y en crecimiento. Se consideran meramente adecuados por otra parte, las posibilidades de que toda aquella persona que necesita ayuda de un programa para un

negocio nuevo o en crecimiento pueda encontrar lo que necesita, y la efectividad de muchos de los programas. Por último, se juzga como inadecuada la posibilidad de obtener asesoramiento completo contactando con un único organismo. Este cambio interno, en cuanto a la valoración de los diferentes aspectos comprendidos dentro de la categoría de programas de apoyo, haría pensar en la necesidad de una readaptación a la nueva situación generada por la pandemia COVID, como se verá en secciones posteriores relacionadas con los elementos favorecedores o impulsores de la actividad emprendedora y con las recomendaciones al respecto.

La condición relativa a las **normas sociales y culturales** y su relación con valores vinculados al emprendimiento, ha recibido una puntuación superior a 5, a la que ya se acercó en el Informe del pasado año. En particular, el grupo experto destaca, como en anteriores informes, si bien con una puntuación más elevada, que la cultura de la Comunidad Valenciana apoya y soporta el éxito conseguido a través del esfuerzo personal y enfatiza la autoeficacia, la autonomía y la iniciativa personal, a lo que se añade en esta ocasión también, el énfasis en la innovación y la creatividad, que mejoran su valoración. Además, se sigue reconociendo como un valor propio de dicha cultura la responsabilidad de los individuos, más que de la colectividad, en la gestión de su propia vida, y se pone el énfasis en la necesidad de mejora de la disposición a asumir riesgos.

En el caso de las cuestiones relativas a la **educación**, éstas son valoradas de forma muy diferente, según se vinculen a primaria y secundaria, los sistemas de formación profesional, o la educación superior. En este sentido, las valoraciones a las cuestiones vinculadas a la educación en sus **niveles inferiores** muestran de forma clara la necesidad de mejora, especialmente la atención a los contenidos orientados a economía, mercados, empresa y emprendimiento, así como reforzar, también especialmente, las competencias ligadas al fortalecimiento de la creatividad, la autoeficacia y la iniciativa personal. Por otro lado, en **niveles superiores**, la cuestión mejor valorada es la percepción sobre la adecuación, para el emprendimiento, de la preparación práctica y de la formación en gestión empresarial. En este sentido, se valora también de forma adecuada la formación de los centros de formación profesional, formación superior y universidades, en relación a la creación de empresas y a la gestión de nuevas iniciativas de negocio, si bien las puntuaciones en estos particulares únicamente rozan el aprobado y cuentan todavía con margen de mejora.

La valoración realizada sobre el **mercado interno** de la Comunidad Valenciana se efectúa respecto a dos consideraciones: apertura y volatilidad.

En relación al grado de **apertura** de los mercados y las oportunidades que ello conlleva, se sigue reconociendo la dificultad que supone el acceso a los mismos para las empresas nuevas y en crecimiento, si bien con cierta mejora respecto al año anterior. En todo caso, el elemento peor valorado sigue siendo el referente a los costes de entrada a los mercados. En este sentido, el grupo experto muestra su acuerdo (aprobado) con la factibilidad de entrada para las nuevas empresas, y considera que la legislación orientada a evitar situaciones de monopolio o cuasi monopolísticas es clara y se hace cumplir. En lo tocante a la **dinámica** de los cambios del mercado interno, la valoración desciende ligeramente con respecto a 2020.

Las **políticas de apoyo** a la creación de empresas, recogen distinta valoración -como suele ocurrir- según se ponga el foco en su **orientación y prioridad** para el emprendimiento (4,5), o bien en la facilidad y rapidez de los **trámites** administrativos que conllevan (4,3). En el primer caso, se recoge un ligero descenso de la valoración tras los incrementos recogidos desde 2017, y el grupo experto, en su valoración, muestra su acuerdo especialmente con el reconocimiento de las políticas de apoyo y soporte a las empresas nuevas y en crecimiento como una prioridad para los gobiernos de diferentes ámbitos territoriales, nacionales, regionales y locales. De otro lado, en relación al conjunto de tasas, impuestos, regulaciones y trámites burocráticos, ligados al proceso de puesta en marcha de una empresa y a su crecimiento, se reconoce como viene siendo habitual, un gran margen de mejora.

El **entorno tecnológico** de la Comunidad Valenciana, en cuanto a las posibilidades de transferencia de tecnología, sigue mostrando una situación necesitada de mejora, de acuerdo al juicio emitido, que de hecho ha descendido respecto a 2020. Así, la única afirmación que recogía hasta ahora una valoración positiva, la capacidad y potencialidad clave de la ciencia y la tecnología para la creación de empresas competitivas, desciende hasta un 4,9 de puntuación, mientras que otros aspectos como la eficiencia de la transferencia efectiva de I+D desde las universidades y los centros públicos de investigación, la disponibilidad de soporte para comercializar las ideas del colectivo investigador mediante empresas, o especialmente la capacidad de las empresas nuevas y en crecimiento para poder dotarse de las últimas tecnologías, o la disposición de subvenciones públicas para ello, se consideran con recorrido todavía por delante.

En cuanto a las **condiciones financieras** que enfrentan en su entorno las empresas nuevas y en crecimiento, tradicionalmente entre los factores peor valorados, han sido divididas para este informe en dos. De modo que un

conjunto de afirmaciones evaluadas se asocia a la suficiencia de fuentes financieras y otro a la facilidad de acceso a esas fuentes.

Comenzando por la valoración global del apoyo financiero en cuanto a su **facilidad de acceso**, generalmente entre las condiciones peor juzgadas, ha recogido una valoración de 4,5. En este sentido, el aspecto mejor valorado es el que hace referencia a la facilidad para atraer agentes inversores y financiadores para acometer el crecimiento de las empresas una vez éstas han completado la fase de start-up. De otro lado, se consideran a mejorar, elementos como los costes asociados a la provisión de un soporte financiero adecuado para las empresas nuevas y en crecimiento; y sobre todo la posibilidad de conseguir suficiente capital semilla para cubrir las etapas de start-up y crecimiento inicial. Con todo, el elemento peor valorado sigue siendo la financiación bancaria mediante préstamos y similares.

En lo relativo a la **suficiencia** de fuentes de financiación, la valoración global es levemente inferior (4,4). En particular, y como viene siendo habitual, únicamente se juzga como aspecto meramente adecuado, el acceso a la financiación informal procedente de familia o amistades (recurso que se ha visto incrementado en 2021, como hemos visto en la sección de la financiación de las iniciativas). Por otro lado, sí hay cierto reconocimiento del esfuerzo y de la adecuación de las políticas de apoyo financiero para empresas nuevas y en crecimiento, y también de la presencia de *Business Angels* profesionales.

En conjunto pues, los **aspectos financieros** ligados a la creación y puesta en marcha de iniciativas de negocio siguen ocupando una baja posición en el contexto del resto de condicionantes, que se puede considerar como evidencia de la situación de incertidumbre que todavía se vive y sus repercusiones sobre la liquidez y el crédito a las empresas, en particular desde la banca privada y las entidades de crédito. Así, si bien desde 2016 se viene experimentando una lenta mejoría de las condiciones financieras con carácter global, el grupo experto, las sigue situando, en el contexto del conjunto, entre las peor valoradas, por lo que puede seguir considerándose todavía como uno de los obstáculos al emprendimiento en la Comunidad Valenciana en 2021.

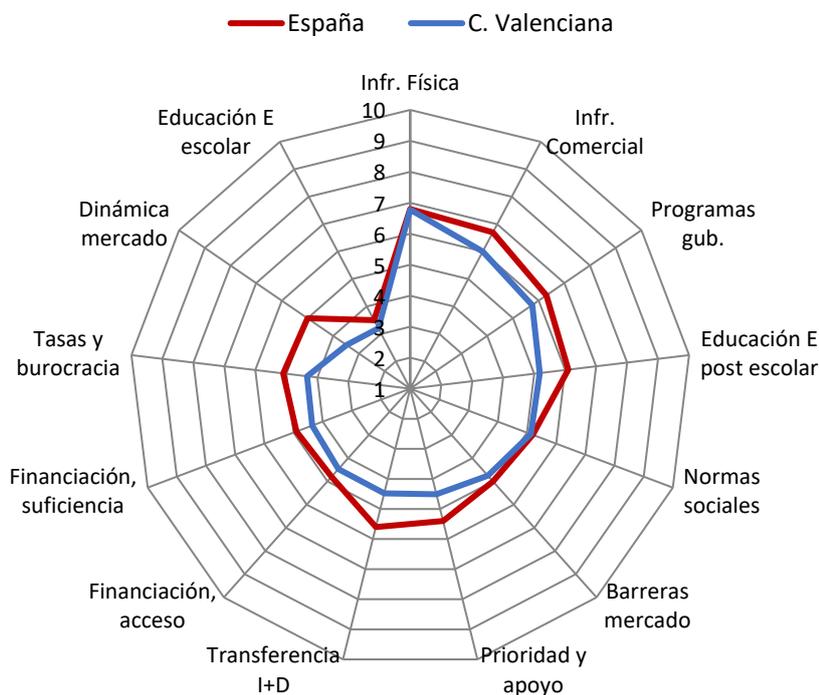
Para finalizar, la figuras 40 y 41 sitúan las valoraciones de las condiciones generales de entorno emprendedor en un contexto comparativo respecto al conjunto de España y al resto de regiones, respectivamente.

En primer lugar, la figura 40 recoge la totalidad de las condiciones de entorno evaluadas en secciones anteriores, en relación al conjunto de España,

observándose una opinión más conservadora por parte del panel experto de la Comunidad Valenciana en una mayoría de condiciones.

En particular, llegan a ser relevantes por la diferente puntuación otorgada, los aspectos relacionados con la percepción del panel experto sobre las condiciones relativas a la volatilidad de los mercados internos, el estado de la transferencia de I+D, la orientación emprendedora de los niveles educativos superiores, o la evaluación de las políticas, en cuanto a su prioridad y apoyo para con el emprendimiento y en relación a la burocracia de las mismas y al nivel de cargas impositivas para las personas emprendedoras. En cualquier caso, se debe tener en cuenta que cada panel regional o territorial es diferente, y mientras que el formado para la Comunidad Valenciana valora exclusivamente su propio entorno, el formado para el conjunto de España valora de manera agregada la totalidad de los territorios que integran el Estado.

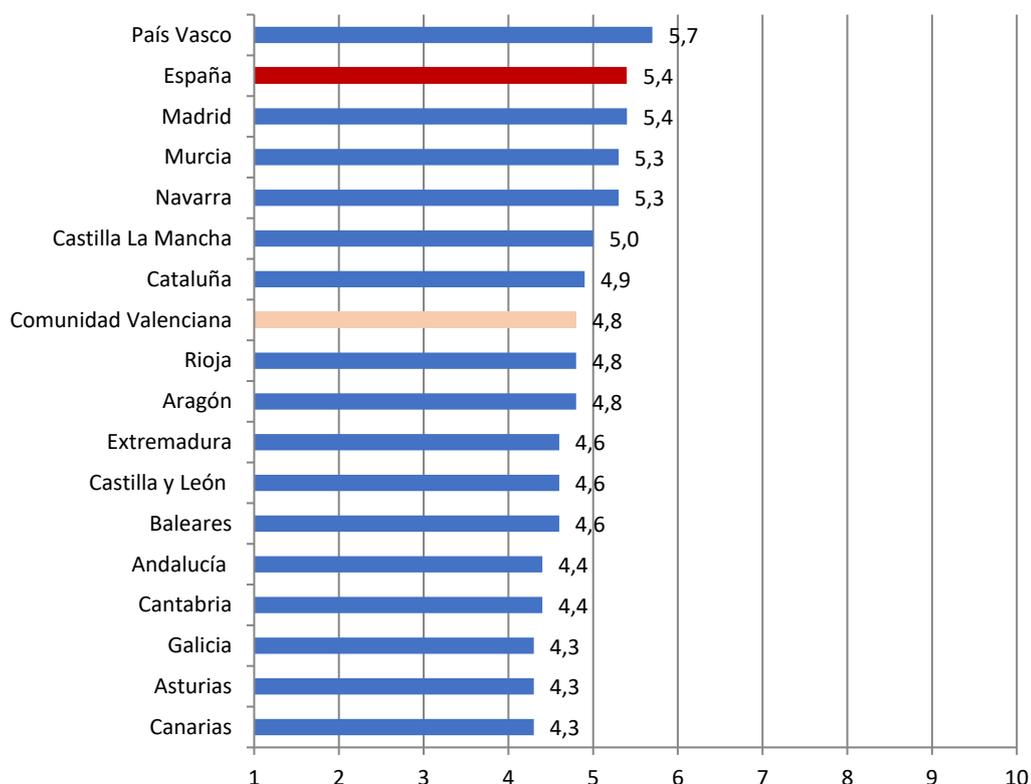
Figura 40. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2021 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.



En este sentido, la figura 41 ofrece el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) de la Comunidad Valenciana en el marco comparativo del resto de España. Este índice representa el promedio de los trece indicadores que valoran los grupos expertos entrevistados en cada uno de los territorios participantes en GEM, y permite tener una aproximación a la valoración global de los ecosistemas emprendedores nacionales y territoriales, de modo que, el índice recoge una comparativa general de las condiciones de cada territorio.

Los datos indican que el ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana obtiene globalmente una valoración promedio cercana al “aprobado” y se sitúa en puestos centrales en el conjunto del resto de comunidades, a seis décimas de la media del conjunto nacional. En todo caso, se trata de valoraciones cuantitativas y sintetizadoras, que deberían ser interpretadas a la luz del resto de datos e indicadores de la actividad emprendedora y la calidad de ésta.

Figura 41. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2021 en la Comunidad Valenciana y en el resto de España.



5.3. Percepción del impacto de la pandemia en las condiciones para emprender

La situación vivida desde la irrupción de la pandemia por COVID ha llevado a que, en el seno del consorcio GEM, se hayan elaborado diversos trabajos monográficos orientados a analizar su impacto en la actividad emprendedora⁶. En esta edición 2021-2022, se decidió incluir en el cuestionario dirigido a los paneles expertos, dos bloques de ítems relacionados con el impacto de la COVID en las condiciones del contexto para el emprendimiento. La presente sección analiza, con la misma metodología empleada para las condiciones generales de entorno emprendedor, los resultados obtenidos para el caso del panel de la Comunidad Valenciana (figura 42).

Figura 42. Percepción impacto de la pandemia en diferentes aspectos (2021).



⁶ Disponibles para su descarga a través de <https://www.gemconsortium.org/> y <https://www.gem-spain.com/>.

Todas las cuestiones valoradas por el panel en este caso, cuentan con la premisa inicial de que la afirmación planteada se ha producido como consecuencia de la pandemia.

En la figura 42 se observa cómo el mayor grado de acuerdo se muestra con tres aspectos que modifican tanto el flujo de trabajo interno de las empresas como el modelo de negocio propiamente dicho, las cuales reciben puntuaciones por encima de 6. Así, es claro el reconocimiento por el panel de que, como resultado de la pandemia, un número considerable de empresas nuevas y en crecimiento están promoviendo el teletrabajo.

A continuación, el mayor grado de acuerdo se muestra con las afirmaciones relativas al concepto de “gig economy” (economía de pequeños encargos, bajo demanda, etc.), tanto en lo relativo a que un número considerable de empresas están adoptando modelos de negocio basados en este concepto, como a su calificación como un motor importante para la puesta en marcha de nuevas iniciativas de negocio.

Con calificaciones de 5 y 6, se encuentran otros tres aspectos. Los dos primeros hacen referencia a la acción de gobierno. De este modo, en primer lugar, el grupo experto expresa su acuerdo relativo con la afirmación de que, como consecuencia de la crisis sanitaria, se ha acelerado la “agenda verde” o política medioambiental específica, tomando medidas efectivas para promover la sostenibilidad y la conciencia ambiental entre las empresas. Y, en segundo lugar, se expresa también el reconocimiento de que las medidas adoptadas por el gobierno durante los primeros 12 meses de la pandemia han ayudado a evitar el cierre de un número significativo de empresas y la pérdida de empleo. En tercer lugar, el panel considera, con valoración también de “aprobado”, que las empresas nuevas y en crecimiento pueden afrontar el costo de los procesos de digitalización que la nueva situación derivada de la pandemia exige para mantener la competitividad.

Por último, tres son los aspectos que no llegan al 5: la opinión acerca de la toma de decisiones efectivas del gobierno para controlar la crisis de salud mientras daña la economía lo menos posible; la influencia de la pandemia en la priorización de la protección del medio ambiente sobre la rentabilidad o el crecimiento; y por último, si, en el contexto pandémico, se puede considerar que existe suficiente apoyo gubernamental en forma de subsidios específicos, beneficios fiscales o capacitación para ayudar a las empresas a implementar y/o adoptar la digitalización empresarial, aspecto que ha sido destacado como fundamental, por ejemplo, para la implantación efectiva del teletrabajo.

5.4. Factores de impulso a la actividad emprendedora y recomendaciones del panel experto

El análisis del entorno específico en el que se desarrolla la actividad emprendedora de la Comunidad Valenciana, se amplía a través de las opiniones del grupo experto sobre el papel que determinadas condiciones pueden estar jugando como impulsoras del emprendimiento.

Para ello, se solicita a cada una de las personas integrantes del grupo que indique un máximo de: (a) tres aspectos fundamentales que, según su criterio, pueden estar actuando como impulsores, favoreciendo la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana; y (b) tres recomendaciones o medidas para mejorar la actividad emprendedora. A partir del conjunto de respuestas obtenidas, y su clasificación en los ámbitos definidos por la metodología GEM, las tablas 13 y 14 muestran una síntesis conjunta de los resultados, los cuales pasamos a comentar a continuación en detalle.

Tabla 13. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora (2021).

Ámbitos del entorno que suponen apoyos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje que cita cada ámbito (importancia)
Contexto político, institucional y social	58,3%
Transformación digital y tecnología	36,1%
Programas públicos de apoyo	22,2%
Normas sociales y culturales	22,2%
Clima económico	22,2%
Capacidad emprendedora	19,4%
Características de la fuerza de trabajo	19,4%
Apoyo financiero	16,7%
Educación y formación	13,9%
Crisis económica	13,9%
Infraestructura comercial y profesional	8,3%
Políticas públicas	5,6%

Tabla multi-respuesta donde cada persona menciona hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)

Comenzando por las condiciones de entorno que han actuado como fuerzas impulsoras o **apoyos de la actividad emprendedora** en la Comunidad Valenciana (tabla 13), se apuntan como factores principales: el actual estado del contexto político, institucional y social (58,3%); la transformación digital y tecnológica (36,1%); los programas de apoyo (22,2%); las normas sociales y culturales de la Comunidad Valenciana (22,2%), éstas íntimamente vinculadas a la capacidad emprendedora de su población (19,4%); y el actual clima económico (22,2%), también vinculado al estado del contexto político-institucional-social mencionado en primer lugar.

Primero, el contexto político, institucional y social, que ha sido destacado por el grupo experto por encima del resto de condiciones, por primera vez en esta edición 2021. Sin duda, lo unimos al actual **clima económico**, como decíamos más arriba, pues todo forma parte de un mismo contexto, un auténtico entorno VUCA⁷ de manual, tormenta perfecta de alta volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad, propiciada por la crisis sanitaria y todas las consecuencias que hemos padecido, para la salud, el comercio, la economía, el bienestar de personas, el desarrollo de empresas, la acción de instituciones y gobiernos, y los posteriores hechos de carácter geopolítico y geoestratégico a los que estamos asistiendo en la actualidad. El panel de personas expertas reconoce en este contexto actual también la existencia de oportunidades para nuevas empresas.

Segundo, la transformación digital y tecnológica. Las restricciones impuestas por la pandemia han propiciado una transformación digital y tecnológica forzada y acelerada en una gran cantidad de actividades, que ha impulsado además la aparición de nuevas iniciativas, y que ya fue destacado en este sentido por las valoraciones realizadas el año pasado. Si bien en aquel momento, en el seno del informe 2020-2021, este elemento se aupó al primer lugar entre los impulsores reconocidos, dada la urgencia y la exigencia de la implantación y transformación digital, nuevamente en esta ocasión es altamente destacado, si bien como segundo elemento en importancia, sólo por debajo del contexto político, institucional, social y económico en que nos encontramos. En este sentido, a lo largo de este informe, elementos relacionados con la adaptación y transformación digital o la importancia de las tecnologías han sido tratados y reconocidos en diferentes apartados. Y abundando en ello, y en relación a la respuesta recogida del panel experto, son citados y destacados aspectos como las nuevas tecnologías en general, el comercio electrónico, la digitalización de la economía, por supuesto el teletrabajo, la consultoría informática, la prestación de servicios profesionales a consumidores y empresas en línea, la

⁷ Volatilidad, incertidumbre (*Uncertainty*), Complejidad y Ambigüedad

transformación de los modelos productivos, la revolución en las comunicaciones, el fomento de iniciativas como por ejemplo el proyecto Distrito Digital, las investigaciones y adaptaciones forzadas por la necesidad de adaptación a trabajar conviviendo con la Covid-19, y la rápida transferencia de los resultados de las investigaciones a las empresas y a la sociedad, que han sido puestos de manifiesto nuevamente, y en gran medida, por las personas entrevistadas.

Tercero, los programas públicos de apoyo al emprendimiento. Siempre destacados como elementos favorecedores de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, si bien han dejado los dos primeros puestos, que tradicionalmente solían ocupar. No obstante, siguen manteniendo, como se observa en la tabla 13, su importancia. Así, cabe reiterar que se percibe un esfuerzo por parte de las administraciones, en relación al fomento de la actividad emprendedora y a la mejora de sus programas de actuación al respecto. En este sentido, el panel experto vuelve a destacar los diferentes programas de apoyo por parte de Consellerías, Ayuntamientos, Diputaciones y también el IVF (Instituto Valenciano de Finanzas), además de los programas de aceleración e impulso puestos en marcha desde parques científicos y universidades. Asimismo, son resaltados elementos como el esfuerzo y la labor jugada por las agencias de desarrollo en el ámbito local y su cercanía a las personas embarcadas en las fases potenciales e incipientes del proceso emprendedor; la dotación de infraestructuras, y en particular el rol de apoyo de parques científicos y tecnológicos, viveros, incubadoras y aceleradoras, así como el papel de la red de CEEIs; y nuevamente la proliferación de los espacios de *coworking*, así como en particular, el desarrollo del Mapa del Ecosistema de Emprendimiento de la región con la geolocalización de las Entidades y Servicios de apoyo, y en general el dinamismo del ecosistema emprendedor de la Comunidad Valenciana.

Cuarto, la cultura emprendedora de la Comunidad Valenciana, a lo que unimos por su íntima relación, la **capacidad emprendedora** de su población. De este modo, las personas integrantes del panel experto destacan, no ya el propio espíritu emprendedor de la región, sino también el impulso que la propia cultura emprendedora consideran que está recibiendo. La capacidad de iniciativa personal, las iniciativas emprendedoras desarrolladas, y las políticas de fomento de la cultura del emprendimiento, más allá del apoyo a emprendedores y a emprendedoras, son destacados por el panel.

En definitiva, son muchos los elementos identificados como impulsores, entre los que cabe también mencionar los nuevos modelos de negocio basados en economía colaborativa, economía circular, y “gig economy”, los orientados a

la sostenibilidad, o los derivados de las posibilidades de las nuevas tecnologías en relación con el teletrabajo, la modificación de los propios flujos de trabajo en las organizaciones, o los asesoramientos personalizados online. Todo ello sin olvidar que la propia crisis inducida por la pandemia sigue siendo mencionada como impulsor en cuanto a nuevas oportunidades que pueden surgir y también por la creación de iniciativas de negocio surgidas por necesidad o ante la ausencia de otras alternativas laborales.

Las principales **recomendaciones para la mejora del ecosistema emprendedor** de la Comunidad Valenciana propuestas por el grupo experto (tabla 14) reiteran, en el conjunto de sus primeros puestos, las recogidas en anteriores ediciones. De esta forma, el impulso a las políticas relacionadas con el emprendimiento (91,4%); el acceso a la financiación (57,1%); la mejora de los programas públicos de apoyo (48,6%), o una mayor y mejor educación y formación en emprendimiento (45,7%), repiten como las más destacadas y a cierta distancia del resto.

Tabla 14. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones (2021).

Ámbito del entorno al que pertenecen las recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje que cita cada ámbito (importancia)
Políticas de apoyo	91,4%
Apoyo financiero	57,1%
Programas públicos de apoyo	48,6%
Educación y formación	45,7%
Acceso a infraestructura física	17,1%
Infraestructura comercial y profesional	14,3%
Normas sociales y culturales	11,4%
Transferencia de I+D	2,9%
Contexto político, institucional y social	2,9%

Tabla multi-respuesta donde cada persona menciona hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)

Primero, las recomendaciones relativas a las **políticas de apoyo** (91,4%) que, una vez más insisten especialmente en los trámites burocráticos y las obligaciones administrativas. Resulta fundamental desde este punto de vista simplificarlas en la medida de lo posible y dotarlas de mayor agilidad, no

solo para empresas ya en funcionamiento sino para la creación de nuevas iniciativas de negocio. En esta línea también, la mejora de la fiscalidad, el descenso de la carga impositiva, la mayor dotación de ayudas, así como el incremento de estímulos fiscales a la inversión privada, vuelven a ser mencionados por el colectivo entrevistado. También es aludida una reducción de la carga social que soporta la empresa, para facilitar la contratación, así como en el mismo sentido, simplificar la legislación que pueda afectar a la contratación laboral. Además, el grupo experto considera necesario discriminar positivamente estas medidas hacia los primeros meses de actividad y reclama mejorar la agilidad en la tramitación y pago de las ayudas concedidas relacionadas con la crisis por Covid-19.

Segundo, las recomendaciones relativas al acceso a **financiación** (57,1%). Mejorar la facilidad para acceder a fuentes de financiación o mejorar las líneas de financiación existentes en pro de nuevos proyectos y empresas de reciente creación, vienen siendo aspectos destacados en los últimos años, y nuevamente son citados en esta edición 2021. Igualmente se sigue reclamando la necesidad de promover alternativas aún no suficientemente aprovechadas, como pueden ser la creación de fondos de capital riesgo, el fomento de vehículos privados de inversión (*business angels*), o estimular las plataformas de micro mecenazgo o *crowdfunding*. También se cita la necesidad de revisar las exigencias para acceder a financiación pública; ordenar y mejorar las subvenciones destinadas a la creación de nuevas empresas. En este sentido se aboga también por diseñar fórmulas flexibles de financiación para emprendimientos noveles, en fase semilla, toda vez que, en el caso de las empresas de nueva creación, lo más habitual es que requieran cubrir sus gastos iniciales sin disponer todavía de ingresos suficientes. Complementariamente a esto, se menciona la necesidad de articular mecanismos financieros para la etapa pre-semilla, en la que existe la idea, pero no un producto mínimo viable.

Tercero, los **programas de apoyo** (48,6%). Reconocidos entre las mejores condiciones de entorno, y citados en tercer lugar como uno de los principales elementos de soporte a la actividad emprendedora, es lógico que sean citados también entre las fundamentales recomendaciones para el fomento de la misma. De este modo, las personas integrantes del panel experto destacan aspectos como:

- procurar una mayor dotación de espacios de *coworking* y plataformas colaborativas de emprendimiento, viveros y centros de negocio con recursos suficientes;

- transformar progresivamente el modelo de apoyo, a partir de incubadoras y aceleradoras con enfoque de *venture builders* (factorías de empresas emergentes);
- seguir impulsando vías para el intercambio de experiencias entre emprendedores y *networking* entre empresas,
- fomentar la creación y desarrollo de comunidades emprendedoras, el desarrollo de programas de mentorización;
- *investors' day* profesionales;
- centralizar y mejorar la coordinación del asesoramiento prestado entre diferentes agentes del ecosistema emprendedor y las diversas administraciones evitando solapamientos y vacíos;
- crear programas de conexión entre empresas consolidadas y *start-ups*; corregir el cortoplacismo de algunos programas de apoyo;
- potenciar el emprendimiento, no sólo en las grandes ciudades, sino especialmente en el resto del territorio de la Comunidad.
- auditar y mejorar el propio ecosistema emprendedor de la región;
- crear e incorporar programas que incentiven proyectos sostenibles que contribuyan a un cambio en el modelo productivo de la Comunidad Valenciana. Empresas de base tecnológica, iniciativas de turismo experiencial, iniciativas de triple impacto, social, económico y ambiental, así como sectores de la economía circular y colaborativa.

Cuarto, recomendaciones relacionadas con los sistemas de **educación y formación** en la Comunidad Valenciana en relación a su orientación al emprendimiento (45,7%). En este ámbito, el grupo experto reitera su opinión de los últimos informes, en cuanto a la necesidad de mejorar los programas formativos orientados al emprendimiento y al mundo de la economía y empresa, desde las edades más tempranas y en los primeros niveles educativos, no ya únicamente en aspectos técnicos, sino en las competencias y aspectos culturales asociados, como la orientación al logro, la iniciativa, o el control interno, la creatividad, el crecimiento y desarrollo personal, y la superación del fracaso. Además, son mencionados también otros aspectos como el propio empuje a la creación de ecosistemas emprendedores dentro de las universidades valencianas, con la presencia de programas propios de aceleración y lanzaderas, y conexiones a los ecosistemas emprendedores de sus zonas de influencia.

CAPÍTULO 6. REFLEXIONES FINALES

Desde la irrupción de la Covid-19 en 2020, parece que vivimos en un entorno VUCA. El término VUCA se refiere a un entorno caracterizado por la **V**olatilidad, **U**ncertidumbre (**U**ncertainty), **C**omplejidad y **A**mbigüedad. Todo ello afecta al emprendimiento, provocando dificultades para la puesta en marcha de iniciativas, pero también propiciando nuevas oportunidades. Es innecesario reiterarse, hablar aquí de las consecuencias de la pandemia o de la crisis mundial de la cadena de suministro, de la invasión de Rusia a Ucrania, de la crisis energética, la inflación descontrolada a escala mundial...

Las repercusiones de la pandemia ya fueron captadas inicialmente por el anterior Informe GEM de 2020-2021. Gran parte de los datos recopilados y de la información elaborada, mostraba cómo la incertidumbre y la complejidad que derivó de la irrupción de la pandemia, terminó por afectar a las variables más relevantes tratadas en todos los informes GEM que se desarrollaban a nivel mundial, y en particular en el de la Comunidad Valenciana.

El actual informe de 2021-2022 también muestra la repercusión del entorno complejo en el que nos encontramos. Aun así, algunos indicadores, como los que recogen los porcentajes de personas involucradas en el proceso emprendedor, han incrementado o mantenido sus valores, lo que muestra datos positivos de evolución de la situación emprendedora.

En primer lugar, la evolución de la intencionalidad emprendedora, que supone un dato de relevancia en cuanto puede marcar la tendencia de evolución del emprendimiento de cara a futuro, ha registrado un fuerte incremento que la ha llevado desde el 5,2% de 2020, en que se hundió, a un 8,4% (una subida del 61,5%).

Por otro lado, y ya pasando a la fase activa del proceso emprendedor, el principal indicador de la actividad emprendedora en GEM, el denominado

TEA, muestra que un 5,3% de la población adulta de la región se encontraba, en junio-septiembre de 2021, implicada en actividades con hasta 42 meses de funcionamiento, incrementando de este modo en 0,2 puntos el porcentaje recogido en 2020, y registrando el dato más elevado desde 2014, con lo que se encadenan además cuatro años consecutivos de evolución positiva. Por añadidura, hay que decir que, respecto a sus componentes, la actividad nueva (entre 3 y 42 meses) se ha mantenido en su valor, mientras las actividades nacientes (menos de 3 meses en funcionamiento) son las responsables del incremento de la TEA, y además estas actividades nacientes son las que, durante los tres últimos años, vienen teniendo un mayor peso frente a las nuevas. Adicionalmente, la tasa de consolidación empresarial, que en 2020 mantuvo se mantuvo en el 6,1%, se ha incrementado en 2021 hasta un 6,7%.

Dentro de este contexto evolutivo, el dato TEA 2021 supone una continuación de la tendencia, si bien con un incremento más suavizado respecto al recogido en 2020, hecho congruente también con el descenso de intencionalidad emprendedora que se produjo en aquel momento. En cualquier caso, estos datos hay que leerlos en un contexto amplio, ya que todavía una cierta parte de las actividades detectadas que alimentan la TEA 2021 fueron creadas previamente a la explosión de la pandemia, y además, muchas se han puesto en marcha con origen en la falta de alternativas laborales, motivo aludido en mayor medida por gran parte de las personas involucradas en el proceso emprendedor. Adicionalmente, conviene recordar que la línea de ayudas emprendida desde las administraciones para apoyar a las empresas y negocios, y en particular los ERTes, que se prolongaron en el tiempo, permitieron a muchas iniciativas empresariales poder mantenerse pese a apenas contar con actividad.

A estos datos se suman otros resultados positivos desde un punto de vista evolutivo, como los obtenidos en relación a la orientación exportadora, que se ha incrementado respecto a la situación detectada en 2020, donde se tuvo que hacer frente a cierres de fronteras.

En este contexto, también los resultados obtenidos en cuanto a los valores, percepciones y actitudes en la población, se han visto afectados de diferente manera en función del indicador del que hablemos. Dos percepciones se vieron en 2020 especialmente afectadas, como son el papel del miedo al fracaso como inhibidor del proceso emprendedor y, especialmente, la percepción de buenas oportunidades de negocio a seis meses vista. En el informe actual, estos indicadores muestran una evolución en positivo. Así, el miedo al fracaso se reduce a niveles próximos a los de 2019, y por su parte,

la percepción de oportunidades de negocio a corto plazo se incrementa en casi 10 puntos, aunque sin recuperar todavía los niveles pre-pandemia.

Adicionalmente a los datos de la encuesta a la población, el grupo experto que califica el entorno emprendedor de la región, tras dos años consecutivos de evolución positiva, en los que incrementaba su valoración en la mayoría o totalidad de las condiciones, en 2021 otorga valores similares o levemente más modestos en algún caso, por lo que podemos considerar que en conjunto, se mantiene, sin cambios sustanciales, la valoración global sobre el entorno específico para emprender. Estas valoraciones continúan poniendo de manifiesto el papel relevante del ecosistema emprendedor y su contribución al fomento del emprendimiento y al desarrollo de las nuevas empresas. Aun así, el Informe recoge recomendaciones del panel experto para reforzar el ecosistema y seguir avanzado en su desarrollo.

Con todo y a pesar del entorno complejo en el que nos encontramos, los datos muestran una situación emprendedora con cambios positivos en percepciones, oportunidades y características de las iniciativas que se ponen en marcha, que constituyen una sólida base sobre la que continuar desplegando una estrategia emprendedora en nuestra Comunidad.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Marco teórico GEM.....	20
Figura 2. Marco de relaciones de variables GEM.....	21
Figura 3. Descripción del proceso emprendedor según GEM.....	22
Figura 4. Fuentes de información GEM.....	22
Figura 5. Evolución de percepción de existencia de oportunidades (% de población entre 18-64 años).....	32
Figura 6. Evolución del autorreconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender (% de población entre 18-64 años).....	34
Figura 7. Evolución de la tasa de población que ve el fracaso como obstáculo emprendedor (% de población entre 18-64 años).	35
Figura 8. Evolución de la posesión de red social emprendedora (% de población entre 18-64 años).	36
Figura 9. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.	37
Figura 10. Las etapas del proceso emprendedor en GEM.....	40
Figura 11. Tasas de involucración 2021 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.....	41
Figura 12. Evolución de la tasa de intención emprendedora (% de población 18-64 años).	42
Figura 13a. Evolución TEA de actividad emprendedora (% de población 18-64 años).	44
Figura 13b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana (% de población 18-64 años).	45
Figura 14. Evolución de la tasa de actividades consolidadas (% de población entre 18-64 años).	46
Figura 15. Evolución de la tasa de abandono y cierres (% de población entre 18-64 años).	48
Figura 16. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.	49
Figura 17. Motivación emprendedora.....	50
Figura 18. Distribución por sexo en las fases del proceso emprendedor.	54
Figura 19. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por sexo (% de población entre 18-64 años).....	55
Figura 20. Distribución por edad y fases del proceso emprendedor (% emprendedores).....	56
Figura 21. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor....	58

Figura 22. Evolución de la actividad emprendedora por nivel educativo (% de población).....	59
Figura 23. Formación específica para emprender por fases del proceso.....	60
Figura 24. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras).....	64
Figura 25. Distribución del número de personas propietarias de las iniciativas en fase emprendedora.....	65
Figura 26. Iniciativas fase emprendedora según tramo de empleo generado y evolución temporal.....	66
Figura 27. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras).....	67
Figura 28. Fuente de origen, del capital semilla requerido para la puesta en marcha y desarrollo de los negocios nacientes en la Comunidad Valenciana en 2020 (% de origen de los fondos).....	70
Figura 29. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras. Propiedad mayoritaria de la familia (% de iniciativas emprendedoras).....	73
Figura 30. Carácter familiar de las iniciativas emprendedoras. Participación de otros miembros familiares en la gestión (% de iniciativas emprendedoras).....	73
Figura 31. Orientación innovadora percibida a través del nivel tecnológico del sector (% de iniciativas emprendedoras).....	74
Figura 32. Innovaciones en productos o servicios llevadas a cabo en 2020 (% de iniciativas emprendedoras).....	75
Figura 33. Innovaciones en procesos o tecnologías empleados para los productos o servicios llevadas a cabo en 2020 (% de iniciativas emprendedoras).....	76
Figura 34. Orientación exportadora (% de iniciativas emprendedoras).....	77
Figura 35. Adopción de tecnologías digitales y crisis sanitaria (% de iniciativas emprendedoras).....	78
Figura 36. Expectativas de adopción de tecnologías digitales (% de iniciativas emprendedoras).....	79
Figura 37. Orientación a la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).....	80
Figura 38. Actuación en la práctica por la sostenibilidad (% de iniciativas emprendedoras).....	81
Figura 39. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2021 en la Comunidad Valenciana.....	86
Figura 40. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2021 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.....	94
Figura 41. Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI) 2021 en la Comunidad Valenciana y en el resto de España.....	95
Figura 42. Percepción impacto de la pandemia en diferentes aspectos (2021).....	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Balance Scorecard.....	23
Tabla 2. Resultados del proceso emprendedor por comunidades autónomas.	51
Tabla 3. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por sexo.	54
Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por segmentos de edad.	57
Tabla 5. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por nivel de estudios.....	59
Tabla 6. Perfil medio 2021 de personas involucradas por fase del proceso emprendedor.	61
Tabla 7. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.	69
Tabla 8. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana.....	71
Tabla 9. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por el grupo experto.	84
Tabla 10. Ámbito de influencia del grupo experto GEM Comunidad Valenciana 2021.	85
Tabla 11. Ámbito de procedencia del grupo experto GEM Comunidad Valenciana 2021	85
Tabla 12. Evolución de la valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana (desde 1 hasta 5).....	89
Tabla 13. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora (2021).	98
Tabla 14. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones (2021).....	101

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

Universo: Población de 18 a 64 años residente en la Comunidad Valenciana.

Población objetivo: 3.184.504 individuos (fuente INE)

Muestra: 1.000 individuos.

Margen de confianza: 95,0%.

Error muestral $\pm 3,10\%$ para el conjunto de la muestra para un intervalo de confianza del 95,0% (2 sigmas).

Varianza: máxima indeterminación ($p=q=50\%$).

Período realización de encuestas: junio-septiembre de 2021.

Metodología: encuesta telefónica asistida por ordenador (CATI).

Trabajo de campo: Instituto Opinometre

Grabación y creación bases de datos: Instituto Opinometre.

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un Consorcio compuesto, en la edición 2021, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Arabia Saudí, Bielorusia, Brasil, Canadá, Catar, Chile, Chipre, Colombia, Corea, Croacia, Egipto, Emiratos, Eslovaquia, Eslovenia, España, EE.UU, Finlandia, Francia, Grecia, Guatemala, Hungría, India, Irán, Irlanda, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Kazajistán, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Marruecos, Méjico, Noruega, Omán, Países Bajos, Panamá, Polonia, Reino Unido, República Dominicana, Rumanía, Rusia, Sudáfrica, Sudán, Suecia, Suiza, Turquía y Uruguay.

Los nombres de los miembros de todos los equipos españoles están publicados en la introducción de este Informe. Asimismo, existe el Informe Global Entrepreneurship Monitor y los Informes del resto de naciones participantes que pueden obtenerse en: www.gemconsortium.org.

© Global Entrepreneurship Research Association

Global Entrepreneurship Monitor

<http://www.gem-spain.com/>

ISSN 1988-4885

EQUIPO GEM ESPAÑA 2021

GEM España



GEM Andalucía



GEM Almería



GEM Córdoba



GEM Granada



GEM Jaén



GEM Málaga



GEM Sevilla



GEM Aragón



GEM Asturias



GEM Baleares



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla-La Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



PHILIP MORRIS SPAIN, S.L.



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Comunidad de Madrid



GEM Melilla



UNIVERSIDAD DE GRANADA

GEM Murcia

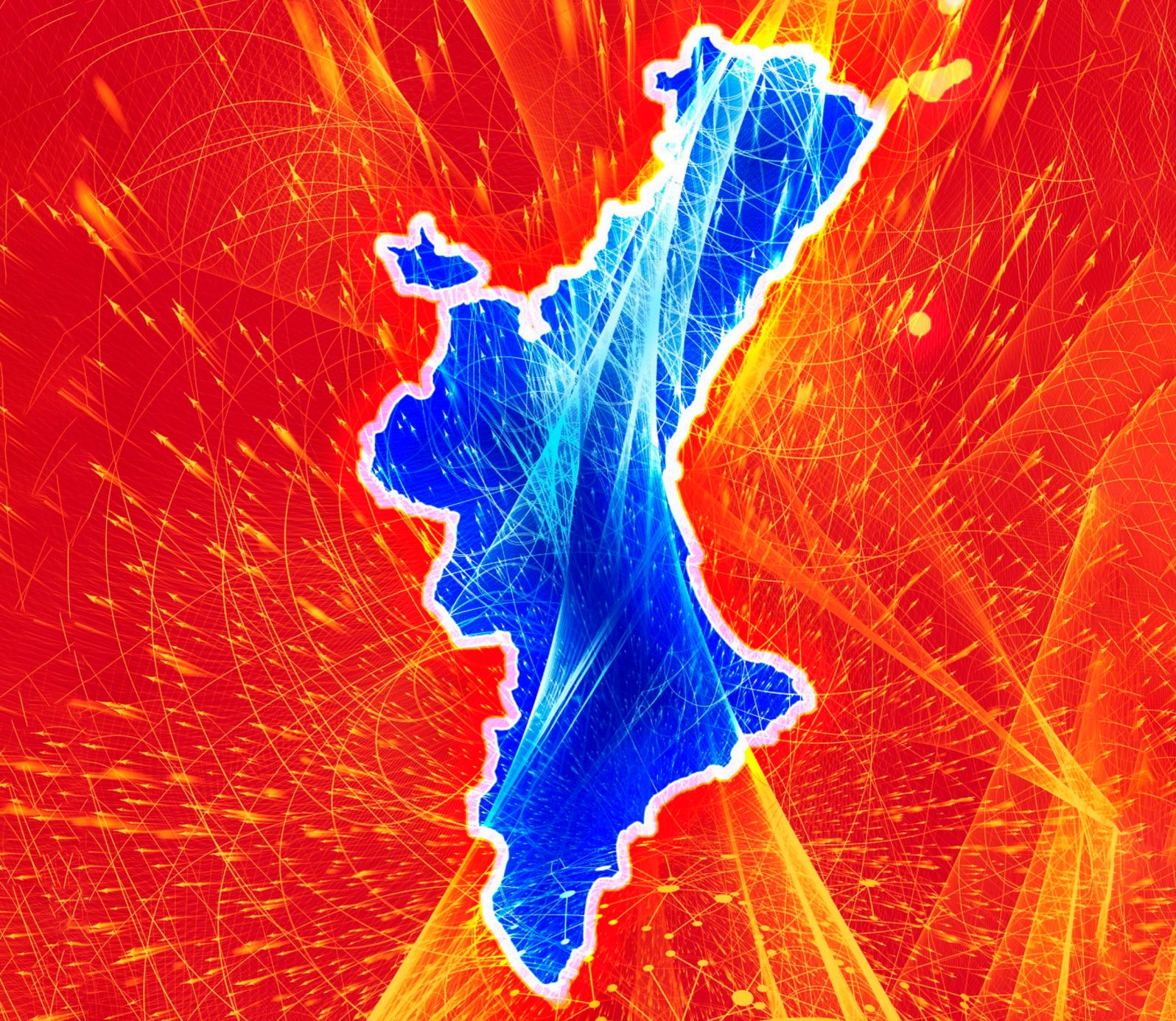


GEM Navarra



GEM País Vasco





Patrocinadores



Colaboran

