



INFORME EJECUTIVO 2013 GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

José María Gómez Gras - Ignacio Mira Solves
Jesús Martínez Mateo - Marina Estrada de la Cruz



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^aCinta Gisbert López

Antonio J. Verdú Jover

Domingo Galiana Lopera

M^a Isabel Borreguero Guerra

Jesús Ruiz García

ISSN: 1988-4885

Maquetación: Servicio de Innovación y Apoyo Técnico a la Docencia y a la Investigación
siatdi@umh.es

Patrocinadores e instituciones:



experience





Global Entrepreneurship Monitor

Informe GEM Comunidad Valenciana 2013





José María Gómez Gras (Novelda, 1960) es Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Censor Jurado de Cuentas, Economista-Auditor y Catedrático de Organización de Empresas de la UMH con una experiencia de 30 cursos.

En 2000 se incorpora al grupo de investigación en “Promoción y Creación de Empresas” de la Universidad Miguel Hernández.

Es autor de más de 100 trabajos científicos e Investigador en más de 50 proyectos nacionales e internacionales sobre la problemática del mundo empresarial y de la Creación y Dirección de Empresas. Desde su creación dirige el grupo de investigación en “Promoción y Creación de Empresas” de la UMH y el Observatorio “Global Entrepreneurship Monitor” en la Comunidad Valenciana, promovido a nivel internacional por Babson College y London Business School.

Participante en más de 90 conferencias, reuniones científicas, y diversos Congresos Nacionales e Internacionales y más de 80 intervenciones entre Masters y Cursos de Especialización Profesional.

También, es Evaluador Acreditado del Modelo de Excelencia de la European Foundation for Quality Management (EFQM 500+), de Revistas de Administración y Dirección de Empresas y de proyectos para la Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (ANEP). Director de varias Tesis Doctorales y Trabajos de Suficiencia Investigadora.

Miembro de sociedades y asociaciones científicas en el campo de especialización (American Management Association, Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas, Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa).



Ignacio Mira Solves (Alicante, 1967), Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Valencia y Doctor por la Universidad Miguel Hernández, es profesor titular del Área de Organización de Empresas, en el Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la Universidad Miguel Hernández.

En el campo profesional, trabajó en el Instituto Tecnológico del Juguete (AIJU) entre 1993 y 2000, como consultor de I+D y como director del departamento de ingeniería. En 2000 se incorpora al grupo de investigación en “Promoción y Creación de Empresas” de la Universidad Miguel Hernández, desde donde viene desarrollando diversas investigaciones y consultoría para diferentes entidades públicas y privadas.

Investigador fundador y director técnico del Observatorio Global Entrepreneurship Monitor en la Comunidad Valenciana desde su creación en 2004, recibe en 2007 el encargo de poner en marcha la Cátedra de Jóvenes Emprendedores de la Universidad, patrocinada por Bancaja, con la misión de impulsar el espíritu emprendedor y la creación de empresas entre los miembros de la comunidad universitaria, dirigiéndola durante sus primeros cinco años. En 2011 es nombrado Director del Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la Universidad Miguel Hernández.

Autor de numerosas publicaciones sobre emprendimiento, en los últimos años ha participado en el desarrollo de diversos proyectos de investigación nacionales y europeos, centrados en el estudio de factores de influencia sobre la creación de empresas y el emprendedor.



Jesús Martínez Mateo (Orihuela, 1971) es Licenciado en Economía por la Universidad de Alicante y Doctor en Dirección y Tributación de la Empresa por la Universidad Miguel Hernández. Desarrolla su actividad docente e investigadora como profesor titular del Área de Organización de Empresas en el Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la Universidad Miguel Hernández.

En 2000 se incorporó al grupo de investigación en “Promoción y Creación de Empresas” de la Universidad Miguel Hernández, desde donde viene realizando investigaciones y estudios para diferentes instituciones y organizaciones públicas y privadas. Además, ha prestado sus servicios como investigador en la Cátedra Banca JÓvenes Emprendedores de esta universidad, cátedra cuya misión es impulsar el espíritu emprendedor y la creación de empresas entre los miembros de la comunidad universitaria, durante sus primeros cinco años de existencia.

Miembro del Observatorio Emprendedor Global Entrepreneurship Monitor, y de su red de investigación en España, forma parte del equipo GEM responsable del seguimiento de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, desde su creación en 2004.

En el ámbito de la gestión universitaria, en 2008 es nombrado Vicedecano de Gestión Académica de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche, y en la actualidad es Vicedecano responsable del Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos de la Universidad Miguel Hernández.

Investigador especializado en Entrepreneurship y conducta emprendedora, ha publicado numerosos estudios relacionados con el mundo de la creación de empresas y el emprendimiento, y participa en diversos proyectos de investigación en torno al estudio de los factores que inciden y provocan el desarrollo de comportamientos emprendedores, particularmente universitario y ligado al entorno territorial y económico.



Marina Estrada de la Cruz (Alicante, 1973) es Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Alicante, Master en Gestión y Administración de la Empresa Comercial por la Universidad Miguel Hernández y en la actualidad está realizando su doctorado en Marketing y Dirección Estratégica por la UMH. Desarrolla su actividad profesional como Responsable del Área Económico Financiera y de Emprendedores en el Centro Europeo de Empresas Innovadoras de Elche y es profesor asociado en el Área de Organización de Empresas del Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la Universidad Miguel Hernández.

Posee mas de diez años de experiencia en el campo del asesoramiento a emprendedores y empresas innovadoras de reciente creación. En la actualidad colabora como asesor para diferentes organizaciones y proyectos como la Universidad Miguel Hernández, la Fundación Universidad Empresa y el Centro Yuzz en Alicante.

En el ámbito del emprendimiento es gestor de la red P+D+i, coordinada por el Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), y tecnólogo de la Asociación Nacional de Centros Europeos. Desde el año 2005 ha estado liderando proyectos relacionados con la creación de empresas de base tecnológica y ha colaborado en la gestión y desarrollo de numerosos proyectos de I+D. Desde el año 2006 es técnico de la Red Circe gestionando el Punto de Asesoramiento y Tramitación para la Creación de Empresas de forma telemática.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RELACIÓN EQUIPOS INTEGRANTES RED GEM ESPAÑA 2013	11
PRESENTACIONES	17
Conseller de Economía, Industria, Turismo y Empleo.....	17
Diputado de Fomento y Desarrollo. Diputación de Alicante.....	19
Presidente Ejecutivo Air Nostrum.....	21
EL PROYECTO GEM	23
BALANCED SCORECARD	27
RESUMEN EJECUTIVO	29
CAPÍTULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES EMPRENDEDORAS	33
1.1 Introducción	33
1.2 Percepción de oportunidades	33
1.3 Disponibilidad de red social emprendedora.....	34
1.4 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	35
1.5 El temor al fracaso como obstáculo para emprender.....	36
1.6 Emprendimiento como opción profesional	37
1.7 Emprendimiento de éxito y estatus social y económico	37
1.8 Medios de comunicación y emprendimiento.....	38
1.9 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto del resto de regiones españolas.....	39
1.10 Opinión de los expertos acerca de los valores y actitudes emprendedoras de la población	40
CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL	43
2.1 Introducción	43
2.2 Desglose y magnitud de los componentes del proceso emprendedor.....	44
2.3 Evolución de la intención emprendedora.....	46
2.4 Evolución de la actividad emprendedora	46
2.5 Evolución de la actividad consolidada.....	48
2.6 Descripción del proceso de abandono de actividades y su evolución	49
2.7 Resultados del proceso emprendedor en el contexto regional español	51
CAPÍTULO 3. MOTIVACION PARA EMPRENDER: OPORTUNIDAD Y NECESIDAD	53
3.1 Introducción	53
3.2 Oportunidad y necesidad en la actividad emprendedora	54
3.3 Oportunidad y necesidad en el contexto regional español	56

CAPÍTULO 4. PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR.....	57
4.1 Introducción	57
4.2 Género.....	57
4.3 Edad	58
4.4 Procedencia	59
4.5 Formación	60
4.6 Nivel de renta	62
4.7 Situación laboral.....	62
4.8 Perfil medio de las personas involucradas en el proceso emprendedor.....	63
CAPÍTULO 5. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES	65
5.1 Introducción	65
5.2 Sectores generales de actividad.....	65
5.3 Número de socios.....	66
5.4 Dimensión y número de empleados.....	67
5.6 Visión del emprendedor sobre su iniciativa.....	68
CAPÍTULO 6. EL PROCESO EMPRENDEDOR EN FUNCIÓN DEL GÉNERO.....	71
6.1 Introducción	71
6.2 Participación en las etapas del proceso emprendedor en función del género.....	71
6.3 Evolución de la actividad emprendedora en función del género.....	73
6.4 Aproximación al perfil emprendedor por género	74
6.5 Valores, percepciones y actitudes con influencia en la actividad emprendedora. Perspectiva de género	75
6.6 Entorno sociocultural para el emprendimiento femenino	77
CAPÍTULO 7. LA FINANCIACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO NACIENTE	79
7.1 Introducción	79
7.2 Capital semilla medio	79
7.3 El inversor informal y su perfil.....	81
CAPÍTULO 8. ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO EN EL QUE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	83
8.1 Introducción	83
8.1 Valoración global de las condiciones de entorno para emprender	86
8.2 Detalle de las valoraciones de las condiciones de entorno	89
8.3 Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones.....	99
CAPÍTULO 9. REFLEXIONES FINALES	105
ÍNDICE DE FIGURAS	109
ÍNDICE DE TABLAS	111
FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO	113

RELACIÓN EQUIPOS INTEGRANTES RED GEM ESPAÑA 2013

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	UCEIF-Cise Red Española de Equipos Regionales GEM	Ricardo Hernández (Director GEM-España) Federico Gutiérrez-Solana (Director de Cise) Iñaki Peña, Maribel Guerrero y José Luis González (Equipo Dirección Técnica GEM- España) Manuel Redondo e Inés Rueda (Administración) Antonio Fernández (Web máster) Red Española de Equipos Regionales GEM	Banco Santander UCEIF-Cise Red Española de Equipos Regionales GEM Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Andalucía Emprende Fundación Pública Andaluza. Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Junta de Andalucía Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Maicas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación Universidad de Zaragoza Fundación Emprender en Aragón
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información Instituto Tecnológico de Canarias
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández Laviada (Dir. GEM-Cantabria) Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández José Manuel López Fernández Marta Pérez Pérez Inés Rueda Sampedro Lidia Sánchez Ruiz Ana María Serrano Bedía Francisco M. Somohano Rodríguez	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Cataluña	<p>Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona</p> <p>Universitat Autònoma de Barcelona</p>	<p>Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña)</p> <p>Joan Lluís Capelleras</p> <p>Marc Figuls</p> <p>Enric Genescà</p> <p>Teresa Obis</p>	<p>Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local</p> <p>Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Ocupació</p>
Castilla y León	<p>Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León</p>	<p>Mariano Nieto Antolín (Dir. GEM-Castilla y León)</p> <p>Nuria González Álvarez</p> <p>Constantino García Ramos</p> <p>José Luis de Godos Díez</p> <p>Daniel Alonso Martínez</p>	<p>Iberdrola</p> <p>Universidad de León</p>
Castilla La Mancha	<p>Universidad de Castilla La Mancha</p>	<p>Juan José Jiménez (Dir. GEM-Castilla La Mancha)</p> <p>Ángela González Moreno</p> <p>Francisco José Sáez Martínez</p> <p>Rafael Minami Suzuki</p>	<p>Universidad de Castilla La Mancha</p> <p>Junta de Comunidades de Castilla La Mancha</p>
Comunidad Valenciana	<p>Universidad Miguel Hernández de Elche</p>	<p>José María Gómez Gras (Dir. GEM-C. Valenciana)</p> <p>Ignacio Mira Solves (Director técnico)</p> <p>Jesús Martínez Mateo</p> <p>Marina Estrada De la Cruz</p> <p>Antonio J. Verdú Jover</p> <p>M^a José Alarcón García</p> <p>M^a Cinta Gisbert López</p> <p>Lirios Alós Simó</p> <p>Domingo Galiana Lapera</p> <p>M^a Isabel Borreguero Guerra</p>	<p>Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (MPIVA)</p> <p>Diputación Provincial Alicante</p> <p>Air Nostrum, Catral</p> <p>Export. Fundación Juan Perán-Pikolinos,</p> <p>Fundación Manuel Peláez Castillo,</p> <p>Goldcar, Grupo Eulen, Grupo Soledad, Mustang, Panter, Seur, Vectalia, Escuela de Empresarios (EDEM),</p> <p>Universidad Miguel Hernández de Elche</p>

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	<p>Ricardo Hernández Mogollón (Dir. GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico)</p> <p>M^a de la Cruz Sánchez Escobedo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Antonio Fernández Portillo José Nicolás Montero Jaramillo Raúl Rodríguez Preciado</p>	<p>Gobierno de Extremadura Universidad de Extremadura Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Fundación Academia Europea de Yuste Hoy Diario de Extremadura El Periódico de Extremadura Philip Morris Spain, S.L. Palicrisa Caja Rural de Extremadura Imedexsa. Caja Duero La Caixa Gestyona, S.L. Grupo Ros Multimedia Garrigues Cofex Cetiex Diputación de Badajoz Fundación Cáceres Capital Fundación Cívica Fundecyt-Parque Científico y Tecnológico de Extremadura Fundación Universidad Sociedad</p>

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Araceli de Lucas Sanz (Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López Ana Vázquez Eibes	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)
	Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape)	Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández	Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape)
	Universidad de Santiago de Compostela	Isabel Neira Gómez Sara Fernández López Nuria Calvo Babío María Bobillo Varela Maite Cancelo Márquez Loreto Fernández Fernández Rubén Lado Sestayo Marta Portela Maseda Mercedes Teijeiro Álvarez M ^a Milagros Vivel Búa David Rodeiro Pazos Guillermo Andrés Zapata Huamaní	Universidad de Santiago de Compostela (USC)
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Lloret José Andres Lopez Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Conserjería de Universidades, Empresa e Investigación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Creemos con Europa Universidad de Murcia Cátedra de Emprendedores CEEIM Fundación Cajamurcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra Universitat Autònoma de Barcelona	Ignacio Contín Pilart (Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana Víctor Martín Sánchez	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
País Vasco	Orkestra-Instituto Vasco de Competitividad, y Deusto Business School	Iñaki Peña y Maribel Guerrero (Directores GEM- País Vasco) Eissa Alrumaithi José L. González-Pernía	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
	Universidad del País Vasco	Ana Blanco María Saiz Jon Hoyos	
	Mondragón Unibertsitatea	Nerea González Saioa Arando	
	Universitat Autònoma de Barcelona	David Urbano	
Madrid Ciudad	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende"	Iñaki Ortega Cachón (Director GEM-Madrid Ciudad) Esther Caurín Arribas (Coordinadora) Iván Soto San Andrés	Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid
	Ayuntamiento de Madrid		
	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)	Isidro de Pablo López (Director Técnico GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Fernando Alfaro Ramos	
	Universidad Autónoma de Madrid		
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinómetro	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Equipos de la Red GEM España



Máximo Buch Torralva
Conseller de Economía, Industria, Turismo y Empleo

La actividad emprendedora nace de una actitud creativa y dispuesta a asumir el riesgo de iniciar y gestionar un nuevo negocio. El emprendedor es una persona dinámica que arriesga por un proyecto que crea riqueza y empleo.

La Administración, y en concreto la Generalitat, ha hecho una apuesta decidida por el emprendimiento para reactivar nuestra economía y generar nuevos puestos de trabajo. Es, sin duda, uno de los principales recursos con que contamos para recuperar el terreno perdido durante la crisis.

Nuestro apoyo a esta actividad se centra en respaldar todas las fases de un proyecto emprendedor. Aportamos apoyo financiero y trabajamos para crear un caldo de cultivo favorable a emprendimiento para situar a la Comunitat Valenciana como lugar de referencia en España y Europa.

Así, estamos impulsando acuerdos de colaboración público-privada que nos permitan ofrecer nuevos productos y líneas de financiación para las empresas y emprendedores de la Comunitat que cubran todas las etapas del proyecto mediante las líneas de Emprendedores, Business Angels, Venture Capital, Microcréditos, Aceleración Empresarial, y la participación en fondos y sociedades de capital riesgo.

Y al mismo tiempo, estamos apostando por proyectos como el Banco de Patentes, el Valencian Global o la celebración de eventos como EMTECH España o Iberian TechTour para atraer e incentivar a inversores y emprendedores a nuestra región.

Quiero aprovechar estas líneas para reafirmar nuestra apuesta por este colectivo con la creación del Consejo Valenciano del Emprendedor. Un órgano de coordinación y consultivo, que contará con la participación de las universidades e institutos tecnológicos, del Consejo de Cámaras, de las asociaciones empresariales, del mundo de las cooperativas y de los autónomos, así como de empresarios de reconocida trayectoria en el ámbito del emprendimiento.

Con este Consejo queremos, desde el consenso, elaborar una nueva estrategia para el fomento del emprendedor que ayude a mejorar las políticas de emprendimiento haciéndolas más eficientes en la gestión y más eficaces en los resultados.

Todo el esfuerzo que realiza la sociedad valenciana en su conjunto tiene su eco más allá de nuestras fronteras. Muestra de ello es el reconocimiento por parte de la Unión Europea de la Comunitat Valenciana como Región Europea Emprendedora (EER) para 2015, un premio al afán de la Comunitat por consolidarse como referente europeo del emprendimiento y la innovación en todo el territorio europeo, y que nos anima a seguir trabajando en la línea que hemos iniciado.

Por ello, vamos a continuar apostando por el desarrollo de un ecosistema emprendedor que sea atractivo, sostenible, eficaz y eficiente mejorando y simplificando los trámites administrativos, eliminando trabas. También ahondaremos en la consolidación de la cultura innovadora y en el impulso al emprendimiento en todos los sectores, desde los emergentes a los más tradicionales.

Finalmente, felicitar a todos aquellos que han colaborado en el Informe GEM que, un año más, constituye una herramienta fundamental de estudio y trabajo para conocer cuál es la realidad del emprendimiento en la Comunitat.

Máximo Buch Torralva
Conseller de Economía, Industria, Turismo y Empleo
Generalitat Valenciana



Alejandro Morant Climent
Diputado de Fomento y Desarrollo
Diputación Provincial de Alicante

Al emprendimiento se le ha considerado, desde siempre, como el motor del crecimiento económico y de la creación de empleo. En el momento en el que nos encontramos, de salida de la crisis económica, el emprendimiento está ayudando a crear nuevos empleos, a limitar las pérdidas de oficios, así como a brindar alternativas de carrera a las personas en empleo asalariado precario.

La actividad emprendedora es uno de los aspectos más importantes relacionados con el mundo económico y empresarial. Su conocimiento es esencial para que cualquier persona interesada, pueda participar con éxito en el fenómeno emprendedor, es decir, que tome decisiones acertadas, informadas y encaminadas a motivar el crecimiento empresarial.

Por ello, estudios como el que ahora sostienes en tus manos, resultado de muchas horas de trabajo e investigación, inciden en los factores y elementos que enfocan y muestran la realidad actual del emprendedurismo en la Comunidad Valenciana, y ayudarán a la toma de decisiones de nuestros emprendedores.

Lo normal es que el emprendedor inicie su actividad empresarial a pequeña escala, y son esas pequeñas empresas las promotoras de crear la mayor parte del empleo y de la actividad económica en la provincia de Alicante, o en cualquier otro territorio de España. La Diputación Provincial de Alicante es consciente de esta realidad, y desde el área de Fomento y Desarrollo que dirijo, hemos apostado firmemente, en los últimos años, en proyectos encaminados a crear empresas; apoyando a las PYMES y organizando actividades como “El Día de la Persona Emprendedora de la Provincia de Alicante”, en el que se transmiten y potencian entre los asistentes, experiencias vinculadas con la creación de empresas y con ideas innovadoras, todo ello como germen para la creación de empresas y por consiguiente la aparición de nuevos puestos de trabajo.

Las distintas Administraciones públicas, las asociaciones empresariales, los institutos tecnológicos, los viveros de empresas, los CEEIs y las Universidades de nuestra Comunidad Autónoma, tenemos que ir juntos de la mano para que cualquier persona que tenga un proyecto innovador y/o emprendedor reciba nuestro respaldo y convierta su idea en realidad. Con ello no solo será un triunfo individual del emprendedor, sino que revierte en un triunfo colectivo que beneficia al resto de la sociedad.

No quiero cerrar este prólogo, sin antes felicitar y agradecer el extraordinario trabajo de todos los participantes en este Informe GEM Comunidad Valencia 2014, estudio referente de conocimiento anual de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana que sin duda, este año también, ayudara a sus lectores a conocer la realidad de nuestra región, facilitando una visión actual del emprendimiento, ideas claves y, en definitiva, el apoyo necesario para conseguir el éxito de un proyecto emprendedor.

Alejandro Morant Climent
Diputado de Fomento y Desarrollo
Diputación Provincial de Alicante



Carlos Bertomeu
Presidente Ejecutivo
Air Nostrum

De las muchas cosas que han captado mi interés al leer el informe que hoy usted tiene entre sus manos, me gustaría quedarme con dos de ellas.

En primer lugar, con el hecho de que un 17,4% de la población entrevistada considere que existen oportunidades de negocio a seis meses vista, un 4,1% más que en 2012, el punto más bajo desde que este parámetro comenzó a medirse allá por el año 2004. Desde mi punto de vista eso significa que la sociedad ya está notando ese cambio en la tendencia del escenario macroeconómico que las empresas venimos percibiendo de forma intermitente durante el último año.

La teoría económica tiene mucho que ver con la psicología de masas y, el optimismo empresarial que genera la lenta recuperación de la economía, retroalimenta a ésta y es un excelente abono para que brote de nuevo la semilla de la prosperidad. Sinceramente creo que ésta es una excelente noticia para todos, porque la reactivación del consumo es una de las principales variables para que puedan triunfar las iniciativas emprendedoras.

En segundo lugar, me gustaría incidir en un par de datos más para hacer una reflexión sobre el propio papel que la universidad juega en el emprendimiento. El estudio GEM acredita que el 50,5% de los emprendedores en la Comunidad Valenciana poseen estudios universitarios y también que 2 de cada 3 personas que crean una empresa lo hacen porque creen que existe una oportunidad de negocio.

Hoy quiero aprovechar esta tribuna para reivindicar el trabajo de la universidad a la hora de formar capital humano altamente cualificado del que se beneficia la sociedad en su totalidad.

La universidad pública es un esfuerzo gigantesco que pagamos entre todos y constituye una de las principales fuentes de talento de las que bebemos las empresas. Habitualmente, cuando hacemos esta reflexión pensamos siempre en los trabajadores

que se incorporan a nuestras compañías desde sus diferentes especialidades y ramas del saber y, mucho menos, en esos emprendedores que, en muchos casos, acometen la difícil tarea que tienen por delante con poco más bagaje que su formación y la capacidad de análisis que han desarrollado en las aulas.

A ellos les quiero dedicar hoy este prólogo porque gracias al esfuerzo de todos nosotros por mantener una universidad pública de calidad, la sociedad al completo podrá seguir beneficiándose de esa savia nueva que supone el emprendimiento y, gracias también a universidades como la Miguel Hernández de Elche, podremos conocer mejor las necesidades que requieren nuestros emprendedores.

Yo creo sinceramente en esta simbiosis necesaria y también pienso que sólo con la implicación de todos los agentes sociales e instituciones podremos seguir desarrollando un caldo de cultivo propicio “y rico en nutrientes” para que nuestra comunidad siga siendo el vivero de empresas que España y la Unión Europea nos demandan.

Trabajar en pro del emprendimiento es trabajar en favor del futuro. Del de todos.

Mis mejores deseos para todos los emprendedores.

Carlos Bertomeu
Presidente Ejecutivo
Air Nostrum

EL PROYECTO GEM

“Global Entrepreneurship Monitor” (GEM) es un observatorio internacional del fenómeno emprendedor, que se desarrolla con periodicidad anual. Su actividad se inicia en el año 1999 de la mano de London Business School y Babson College, y se viene plasmando en informes de ámbito global, nacional, regional y local gracias al consorcio de investigadores que lo integran.

Desde su primera edición, el número de países incorporados al proyecto ha ido en aumento. En los 14 años de andadura se han analizado en GEM cerca de un centenar de países en uno u otro momento, y la edición 2013 cuenta con la participación de 71 de ellos, en los que se han entrevistado en torno a 198.000 personas.

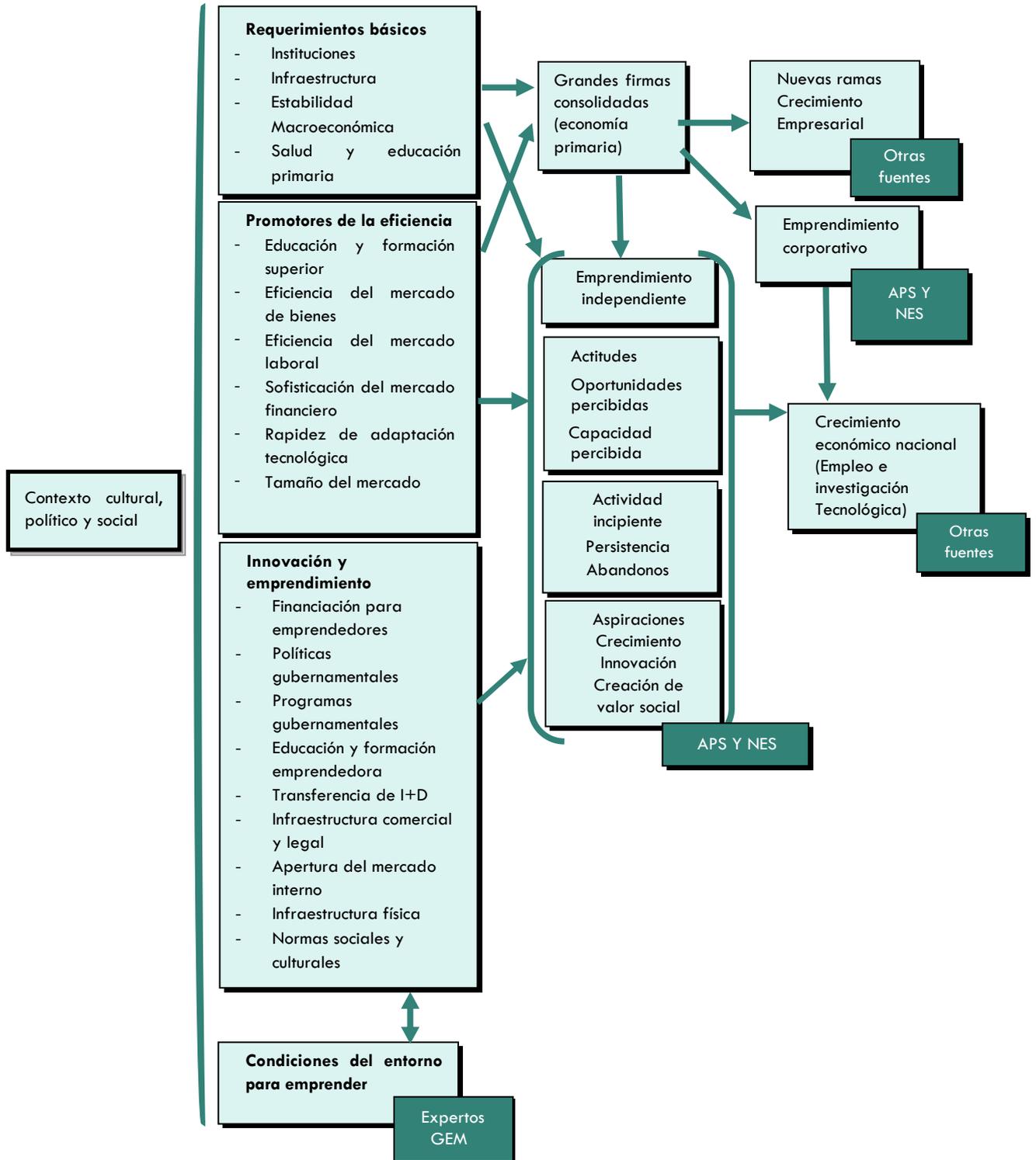
En España, el Proyecto se encuentra desagregado en una “Red de Regiones”, formada por diversos grupos de investigación, que elaboran informes específicos acerca de la actividad emprendedora en su entorno más cercano. Esta organización del Proyecto en España ha sido merecedora en 2012, del galardón al mejor equipo GEM a nivel mundial. En la presente edición, la red española está conformada por 130 investigadores, 19 universidades, 90 instituciones, el Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE) y Banco Santander.

Particularmente en la Comunidad Valenciana, éste es ya el décimo año de participación, conteniendo el presente informe, una síntesis de los resultados obtenidos y de la evolución observada, y proporciona datos sobre:

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

De este modo, GEM se configura como una herramienta integral de información en torno al fenómeno emprendedor, basada en un sólido modelo teórico, y que se nutre empíricamente de diversas fuentes de información (ver Figura 1).

Figura 1. Modelo teórico GEM y fuentes de información que lo nutren



Las fuentes de información propias de GEM son la encuesta a la población de 18-64 años, denominada APS (Adult Population Survey) y la encuesta a expertos 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.

Particularmente, la encuesta a la población proporciona los datos para obtener los indicadores que describen el proceso emprendedor, tal y como se entiende en GEM, y que se describe en la Figura 2.

Figura 2. Descripción del proceso emprendedor según el Proyecto GEM



Siguiendo este esquema, el consorcio investigador GEM entiende la creación o puesta en marcha de una iniciativa empresarial, como un proceso secuencial compuesto por una serie de etapas, que abarcan desde el desarrollo de la intencionalidad de emprender hasta la puesta en marcha, desarrollo y consolidación de la actividad emprendedora.

BALANCED SCORECARD

Este apartado recoge los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM Comunidad Valenciana, en forma de cuadro de mando integral o Balanced Scorecard. La estructura de este informe sintético permite obtener una visión de conjunto del estado del emprendimiento en la Comunidad Valenciana durante el año 2013.

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población (%)	2012	2013
Percebe buenas oportunidades para emprender	13,3%	17,4%
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	32,1%	30,4%
Se autoreconoce habilidades y conocimientos para emprender	51,2%	47,9%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	51,7%	47,5%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	11,1%	9,8%
Ha abandonado una actividad por cierre, traspaso o jubilación	2,5%	1,8%
Ha actuado como inversor informal	4,1%	4,0%
TEA, tasa de iniciativas entre 0 y 3,5 años sobre población de 18-64 años (%)	2012	2013
TEA Total	5,8%	5,5%
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	4,9%	4,6%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,8%	6,4%
Distribución del TEA, tomado como 100% (%)	2012	2013
TEA por necesidad (iniciativas a falta de alternativas de empleo)	23,0%	31,7%
TEA por oportunidad (iniciativas sobre oportunidades detectadas)	76,2%	64,7%
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	0,8%	3,6%
TEA del sector extractivo o primario	2,6%	2,8%
TEA del sector transformador	21,9%	13,8%
TEA del sector de servicios a empresas	21,1%	27,6%
TEA del sector orientado al consumo	54,0%	55,8%
TEA sin empleados	57,9%	61,8%
TEA de 1-5 empleados	30,2%	30,9%
TEA de más de 6 empleados	11,9%	7,3%
TEA iniciativas de emprendedores extranjeros de régimen general	6,8%	12,6%
TEA iniciativas de emprendedores extranjeros régimen comunitario	2,6%	2,4%

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

Valoración media de expertos de condiciones de entorno (escala 1 a 5)	2012	2013
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,47	3,75
Apoyo al emprendimiento femenino	3,10	3,19
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,08	2,98
Programas gubernamentales	2,60	2,98
Dinámica del mercado interno	3,02	2,81
Educación y formación emprendedora etapa post secundaria	3,04	2,76
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,65	2,55
Normas sociales y culturales	2,81	2,54
Barreras de acceso al mercado interno	2,65	2,46
Transferencia de I + D	2,66	2,41
Políticas fiscales y burocracia administrativa	2,65	2,27
Financiación para emprendedores	1,91	1,86
Educación y formación emprendedora en primaria y secundaria	2,10	1,81

RESUMEN EJECUTIVO

Valores, percepciones y actitudes emprendedoras

Las tasas de actividad emprendedora y su evolución en un territorio dependen de muchas variables que condicionan tanto al emprendedor, como al desarrollo de nuevas empresas. Entre estos condicionantes, desde una perspectiva sociocultural, se encuentran los valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población, que afectan al comportamiento emprendedor y puede facilitar el inicio y desarrollo de nuevas iniciativas o entorpecerlo.

En particular, en 2013 un 17,4% de la población considera que existen oportunidades de negocio a seis meses vista. Este porcentaje supera en un 4,1 puntos el obtenido en 2012, que fue considerado como el más bajo desde que en 2004 comenzó a medirse.

La disposición de red social emprendedora se muestra estable en los últimos tres años, disminuyendo ligeramente en 2013 (30,4% de los encuestados se relacionan con emprendedores en su círculo social).

En relación al auto-reconocimiento de habilidades emprendedoras, los datos indican que un 48% de los individuos sienten que cuentan con la destreza necesaria para la puesta en marcha de un proyecto empresarial, cifra que se ha mantenido relativamente estable a lo largo de los años analizados.

Respecto al posible papel del miedo al fracaso, como inhibidor a la hora de emprender, un 52,5% de la población no lo considera como un impedimento crítico para iniciar un proyecto empresarial.

Sin embargo, otros factores de influencia como la valoración de la creación de empresa como buena opción profesional, o el estatus social que puede proporcionar el desarrollo de empresa propia, se mantienen por encima del 50% aunque con una ligera disminución con respecto a 2012.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En lo relativo a las tasas de involucración de la población de la Comunidad Valenciana, los datos GEM registrados, advierten que el 22,9% de la población adulta se encontraba en alguna etapa del proceso emprendedor (intenciones emprendedoras, actividad naciente, actividad nueva, actividad consolidada), lo que supone una variación interanual negativa del 12,26%

En cuanto a la parte activa del proceso emprendedor, más allá de las intenciones, se estima que un 5,5% de los individuos de la población adulta de la Comunidad Valenciana se encontraban implicados en 2013, en actividades emprendedoras incipientes, o negocios de reciente creación, con menos de 42 meses de operatividad, siendo en este caso la variación interanual negativa del 5,17%.

Emprendimiento en función de su motivación

En 2013 siguen destacando los comportamientos emprendedores inducidos fundamentalmente por la explotación de una oportunidad de negocio (64,7% de los casos), mientras que cerca de un 31,7% de emprendedores reconocen la necesidad como motivo principal de su implicación en la puesta en marcha de una iniciativa empresarial.

Estos datos muestran un ligero incremento del peso de la actividad emprendedora puesta en marcha por necesidad respecto a 2012.

Perfil socio-económico de los emprendedores incipientes

El perfil medio de las personas que intervienen en el proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana durante 2013, es muy similar al reflejado durante 2012. Este perfil se corresponde con un varón en un 59,1% de los casos, cuya edad promedio se encuentra en torno a los 39 años (siendo por tramos de edad, el situado entre 35 y 44 años, el que mayor actividad presenta), y con una presencia de extranjeros de un 11%.

Respecto a la formación alcanzada por este perfil medio de emprendedor, un 32,1% ha completado la enseñanza obligatoria, y un 50,5% dispone de estudios universitarios.

Características de las actividades emprendedoras

Sobre el total de actividad emprendedora incipiente registradas, en 2013 siguen siendo mayoría los negocios orientados al consumidor final, con un 55,8%, y se mantiene la distribución de iniciativas emprendedoras por sectores de actividad.

En cuanto a la distribución del número de propietarios de las iniciativas con menos de 42 meses en el mercado, se advierte que el 50% de las mismas emprenden de forma individual, alcanzando este porcentaje a un 76,7% de las iniciativas cuando se le suma la puesta en marcha realizada entre dos socios.

El proceso emprendedor en función del género

Respecto a la distribución de género, se encuentran diferencias en función de la etapa del proceso a la que hagamos referencia. En particular 4,6 de cada 100 mujeres de la población adulta estaban implicadas en 2013 en actividades incipientes, mientras que en el caso de los hombres, el dato es 6,4 de cada 100.

Sobre el conjunto de iniciativas emprendedoras incipientes, ello supone que 4 de cada 10 emprendedores son mujeres.

La financiación del emprendimiento naciente

El apartado relativo a financiación, refleja un ligero incremento en términos generales respecto al año 2012. El 50% de los emprendedores nacentes estiman unas necesidades que no van más allá de los 20.000 euros, dato que se aproxima al obtenido en 2011 y 2010, frente a los 10.665 euros de 2012.

Entorno emprendedor

Complementariamente a la encuesta a la población, los expertos proporcionan un diagnóstico sobre el estado de las principales condiciones del entorno que afectan al desarrollo del proceso emprendedor.

Respecto a los factores analizados, se perciben adecuadas las condiciones relativas al acceso a infraestructura física, comercial y profesional, programas públicos de apoyo, así como en lo relativo a la orientación emprendedora en la educación superior. En el otro extremo destacan, como aspectos peor valorados y más necesitados de mejora, los relativos a la orientación al emprendimiento de la educación primaria y secundaria, y muy especialmente, los que representan soporte y apoyo financiero a las iniciativas emprendedoras y empresariales.

CAPÍTULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES EMPRENDEDORAS

1.1 Introducción

Las tasas de actividad emprendedora y su evolución en un territorio, dependen de muchas variables que condicionan tanto al emprendedor, como al desarrollo de nuevas empresas. Entre estos condicionantes, desde una perspectiva sociocultural, se encuentran los valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población, que afectan al comportamiento emprendedor y puede facilitar el inicio y desarrollo de nuevas iniciativas o entorpecerlo.

Así pues, la involucración emprendedora en un territorio, depende en gran medida de los valores socioculturales de cada zona geográfica y de las percepciones de la población acerca del emprendimiento, por lo que este primer capítulo engloba el análisis de los valores, las percepciones y las actitudes de la población de la Comunidad Valenciana, emprendedora o involucrada en la creación de empresa y la no involucrada.

En concreto, son analizadas la percepción de existencia de buenas oportunidades para emprender a corto plazo, el juicio acerca de la posesión de capacidades para ello, la disponibilidad de red social emprendedora, la percepción del miedo a fracasar como posible barrera, y otros elementos relativos a las normas socioculturales con influencia sobre los comportamientos individuales.

1.2 Percepción de oportunidades

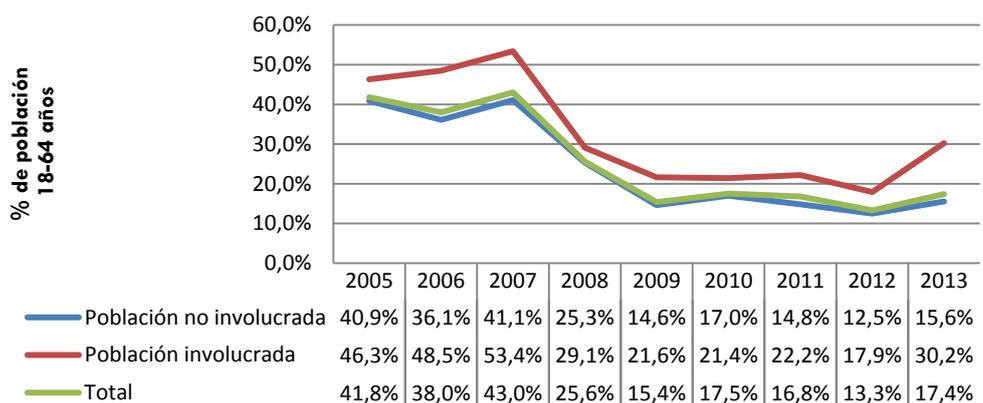
La puesta en marcha de cualquier iniciativa de negocio supone la explotación de una oportunidad, previamente detectada por el emprendedor o equipo de

emprendedores. En este sentido, la encuesta GEM a la población adulta sondea a los entrevistados, en relación a su opinión acerca de la existencia de buenas oportunidades para emprender a corto plazo.

Los datos 2013 indican que un 17,4% de la población de la Comunidad Valenciana aprecia oportunidades para el emprendimiento a futuro en la región. Este porcentaje supone un cambio respecto a la tendencia de los tres últimos años, ya que en 2012 se había recogido el dato más bajo de todo el periodo analizado en relación a este aspecto.

En el caso de las personas involucradas en el proceso emprendedor, el cambio es especialmente considerable, de forma que el porcentaje evoluciona del 17,9% al 30,2%, mientras que las personas no involucradas en un proceso emprendedor, el porcentaje pasa del 12,5 al 15,6%.

Figura 3. Evolución de percepción de existencia de oportunidades.

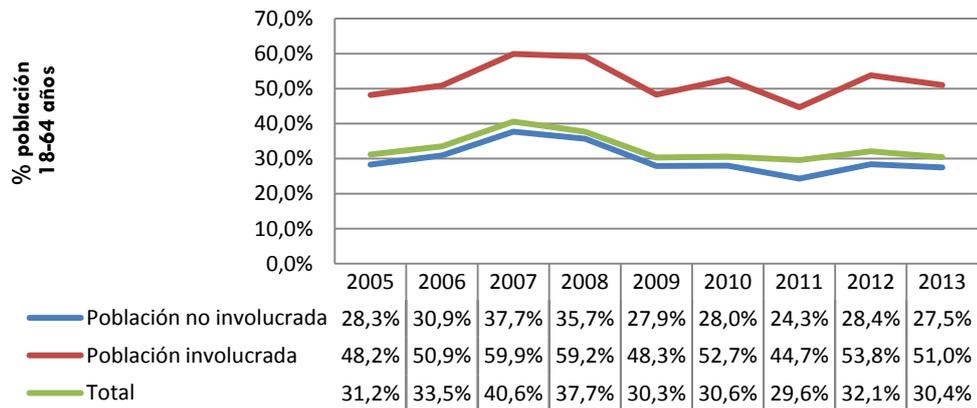


1.3 Disponibilidad de red social emprendedora

Entendida como conocimiento de otros emprendedores que hayan puesto en marcha sus iniciativas recientemente (hasta dos años antes del momento de la encuesta), la pertenencia a una red social emprendedora, o la presencia de emprendedores en el círculo cercano, constituye un valioso elemento cultural, dado que proporciona ejemplos de personas que han dado el paso de poner en marcha iniciativas y la posibilidad de interactuar con ellas. Esta variable recoge un leve descenso en 2013, tanto en la población involucrada en el proceso emprendedor como en la que no lo está, si bien se mantiene en cualquier caso la

tendencia de los últimos cinco años, que sostiene el porcentaje de población con red social emprendedora en torno al 30%.

Figura 4. Evolución de la posesión de red social emprendedora.



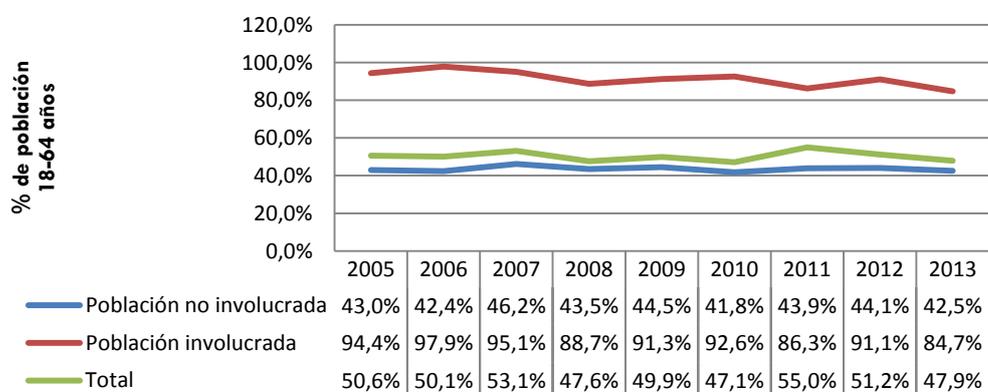
1.4 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

La percepción de capacidades para la creación de empresas, también denominada autoeficacia percibida, hace referencia al juicio propio acerca de la posesión de habilidades y conocimientos adecuados para desarrollar una iniciativa de negocio.

En el ámbito investigador es reconocida como un componente fundamental para el desarrollo de comportamientos emprendedores, dado que está vinculada al sentimiento de viabilidad de éste, siendo uno de los rasgos personales que más puede impulsar hacia el emprendimiento efectivo.

Los datos de la encuesta a la población indican que, en la Comunidad Valenciana, cerca de la mitad de los individuos (47,9%) sienten que cuentan con el bagaje de capacidades necesario para la puesta en marcha de proyectos de negocio, cifra que se ha mantenido relativamente estable a lo largo de todo el período analizado. Por colectivos, el porcentaje de emprendedores con autoeficacia percibida, dobla al de población no involucrada.

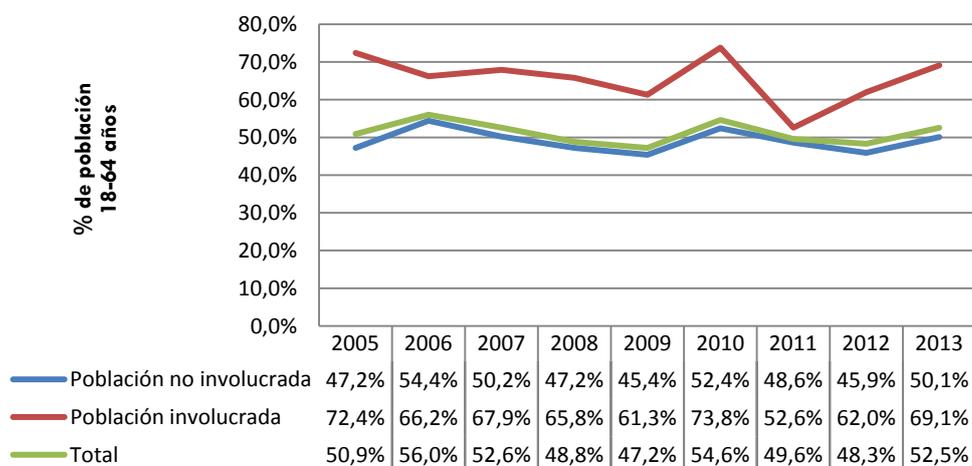
Figura 5. Evolución del auto-reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender.



1.5 El temor al fracaso como obstáculo para emprender

La aversión al riesgo, relacionada en GEM con el papel del miedo al fracaso como barrera emprendedora, es otro de los factores con influencia en la decisión de emprender. Sobre este aspecto, la información obtenida en 2013 evidencia que el 52,5% de la población de la Comunidad de 18 a 64 años, no considera la posibilidad del fracaso como un impedimento para iniciar el negocio, porcentaje que se ha mantenido en niveles similares durante los últimos tres años.

Figura 6. Evolución de la tasa de población que no ve el fracaso como obstáculo emprendedor.

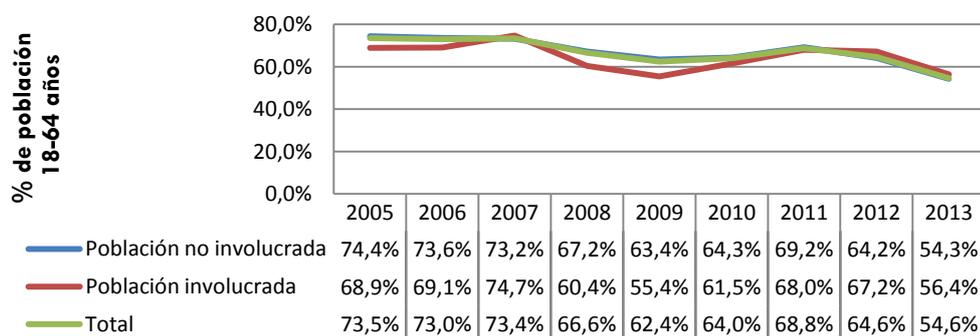


1.6 Emprendimiento como opción profesional

La percepción que del emprendimiento tiene la sociedad en su conjunto, se relaciona con sus normas socio-culturales, y tiene influencia sobre el desarrollo de intenciones y conductas individuales. En este sentido, GEM sondea a la población acerca de su opinión sobre si la sociedad lo considera o no una buena opción profesional.

Al respecto, más de la mitad de la población sigue considerando la opción emprendedora como una buena salida profesional (54,6%), sin que haya diferencias relevantes de opinión entre el colectivo de emprendedores y los no involucrados, si bien el porcentaje es el más bajo obtenido en este ítem desde que se analiza en la Comunidad Valenciana (se mantenía por encima del 60% desde 2008, y por encima del 70% con anterioridad a dicho año).

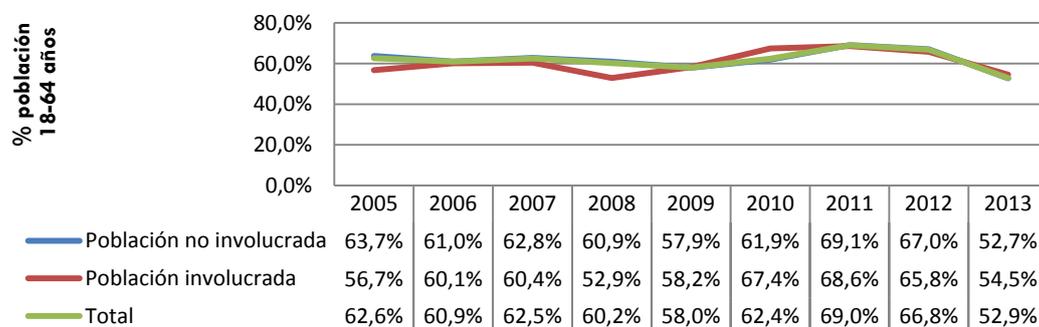
Figura 7. Evolución de la tasa de personas que piensan que en la Comunidad Valenciana se considera que emprender es una buena opción profesional.



1.7 Emprendimiento de éxito y estatus social y económico

Otro elemento socio-cultural con influencia en las conductas, es la consideración de la sociedad en cuanto a reconocimiento y estatus otorgado a los emprendedores de éxito. En este sentido, se observa que en 2013, el porcentaje de población que piensa que en la Comunidad Valenciana el emprendimiento de éxito se traduce en una buena posición social y económica se mantiene por encima del 50%, aunque es el valor más bajo recogido en el histórico.

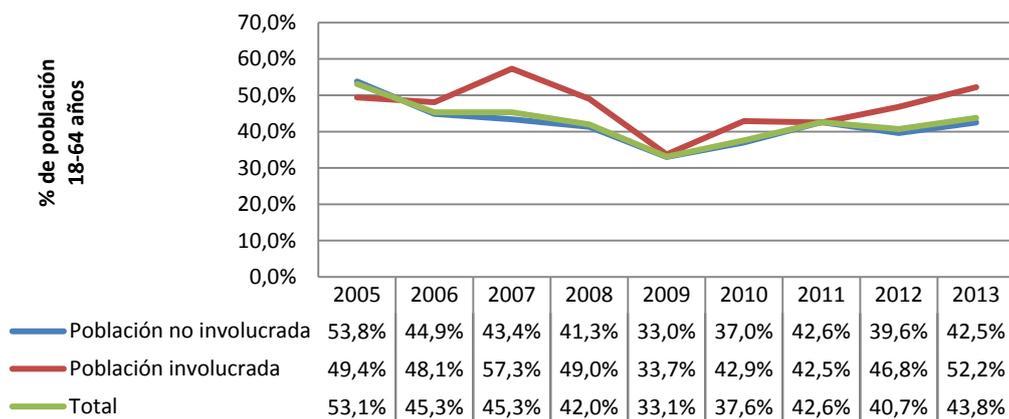
Figura 8. Evolución de la tasa de personas que piensan que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica.



1.8 Medios de comunicación y emprendimiento

Las acciones encaminadas a facilitar la divulgación del emprendimiento como opción profesional, y la presencia de noticias publicadas en los *mass media* al respecto, ofrecen indicios acerca de la cultura emprendedora de una sociedad, y su impacto puede contribuir a mantener y desarrollar dicha cultura.

Figura 9. Evolución de la tasa de personas que piensan que los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito.

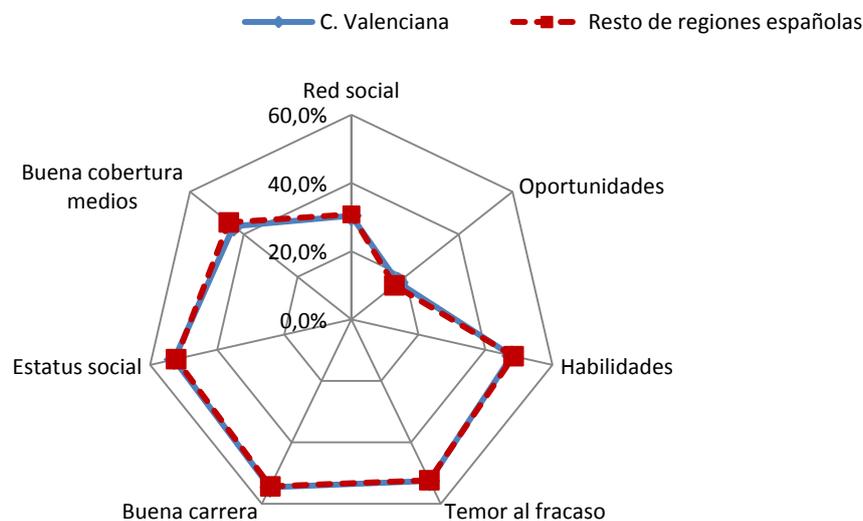


En conjunto, el porcentaje de personas que piensan que los medios de comunicación están realizando esta labor en la Comunidad Valenciana, experimenta un incremento respecto a 2012, recuperando niveles de años anteriores.

1.9 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto del resto de regiones españolas

La figura 10 recoge, a modo de síntesis comparativa, el posicionamiento de la Comunidad Valenciana respecto a la media del resto de regiones españolas, en relación a los ítems analizados en el capítulo, observándose valores muy similares.

Figura 10. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.



1.10 Opinión de los expertos acerca de los valores y actitudes emprendedoras de la población

Como se ha mencionado anteriormente, GEM recoge información de un panel de expertos procedentes de diversos ámbitos relacionados con el emprendimiento, de manera complementaria a la encuesta APS. Esto permite evaluaciones de carácter cualitativo acerca del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora en un territorio. Las conclusiones completas de este panel y la información sobre la composición del mismo se detallan en el capítulo final, al tratar las condiciones de entorno emprendedor en su conjunto.

Particularmente en relación a los valores y actitudes emprendedoras de la población, la tabla 1 muestra las valoraciones de los expertos sobre una serie de cuestiones circunscritas al ámbito de la Comunidad Valenciana, relacionadas con: (1) la percepción de existencia de oportunidades por la población; (2) su capacidad emprendedora; (3) factores de influencia en la motivación; y (4) las normas sociales y culturales.

Cada cuestión es valorada en una escala Likert, de 1 a 5, donde 1 es falso (total desacuerdo del experto con la afirmación) y 5 es cierto (total acuerdo del experto con la afirmación), siendo 3 el valor “neutro”. Las puntuaciones que se observan en la tabla son el promedio de las valoraciones realizadas por los 36 expertos consultados en la Comunidad Valenciana sobre cada cuestión.

Tabla 1. Valoración de los expertos sobre motivación y capacidad emprendedora y normas sociales y culturales. Evolución temporal.

Percepción de oportunidades. Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Hay muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,72	3,44	3,53	3,22	3,47	3,14	3,11	3,50
Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	3,11	3,33	3,34	3,19	3,44	3,09	3,08	2,34
Las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos 5 años	3,56	3,35	3,25	2,97	2,88	2,85	2,74	3,42
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,83	2,67	2,51	2,14	2,22	2,09	2,06	2,51
Hay muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	2,77	3,03	2,49	2,67	2,47	2,37	2,78	3,02
<i>Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)</i>								

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

Capacidad emprendedora. Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un negocio con alto potencial de crecimiento	2,29	2,19	2,06	1,75	1,81	1,97	2,08	1,93
Mucha gente tiene conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha y dirigir un pequeño negocio	2,85	2,88	2,40	2,71	2,36	2,44	2,50	2,51
Mucha gente tiene experiencia en la puesta en marcha de negocios	2,71	2,55	2,26	2,29	1,97	2,17	2,31	2,17
Mucha gente puede reaccionar rápidamente en la detección de nuevas oportunidades de negocios que se presentan	2,83	2,88	2,66	2,54	2,22	2,29	2,39	2,34
Mucha gente está preparada para organizar los recursos necesarios para poner en marcha un pequeño negocio	2,66	2,89	2,60	2,56	2,08	2,31	2,44	2,33
Mecanismos de motivación. Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	3,28	3,31	3,06	2,89	2,83	2,89	2,72	2,98
Convertirse en empresario es una opción profesional deseada por mucha gente	3,06	2,83	3,00	2,69	2,64	2,72	2,69	2,95
Los empresarios de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social	3,94	3,66	3,97	3,81	3,63	3,69	3,64	3,53
Es frecuente ver noticias en los medios de comunicación sobre empresarios de éxito	3,43	3,17	3,51	3,54	3,33	3,61	3,25	3,34
La mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3,26	2,97	3,22	3,46	3,11	3,28	3,11	3,40
Normas sociales y culturales. Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.	3,46	2,94	3,35	3,36	3,11	3,22	3,45	3,06
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía, y la iniciativa personal.	3,14	2,72	3,03	3,00	2,56	2,97	3,07	2,85
Las normas sociales y culturales estimulan la toma de riesgo empresarial.	2,89	2,31	2,63	2,44	2,31	2,61	1,91	2,41
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación.	3,09	2,34	2,71	3,09	2,58	2,69	2,97	2,73
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida.	3,72	2,72	2,79	2,97	2,56	2,86	3,45	3,00
<i>Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)</i>								

CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

2.1 Introducción

El proceso emprendedor comprende el conjunto de etapas en que las personas se involucran a la hora de identificar, evaluar y explotar nuevas oportunidades de negocio en el mercado. En el contexto GEM, las definiciones operativas a las que hacen referencia estas etapas son las siguientes:

- (1) actividad emprendedora o TEA (porcentaje de individuos de la población adulta implicados en iniciativas¹ cuya operatividad –medida por el pago de salarios de cualquier tipo- no supera los 42 meses); y dividido a su vez, en actividad naciente (hasta 3 meses) y nueva (entre 3 y 42 meses);
- (2) actividad empresarial consolidada (casos en los que sí se han superado los 42 meses);
- (3) cierres y ceses, acaecidos en el período de los doce meses anteriores a la realización de la encuesta, y
- (4) emprendedores potenciales (individuos con la intención de fundar un negocio a tres años vista, medido como porcentaje sobre la población adulta).

Figura 11. Las etapas del proceso emprendedor en el proyecto GEM.



¹Entendiéndose por implicados en iniciativas, a los individuos involucrados en el proceso de creación de empresas o autoempleo, o bien en su desarrollo una vez puestas en marcha, debiendo en cualquier caso, poseer parte del capital.

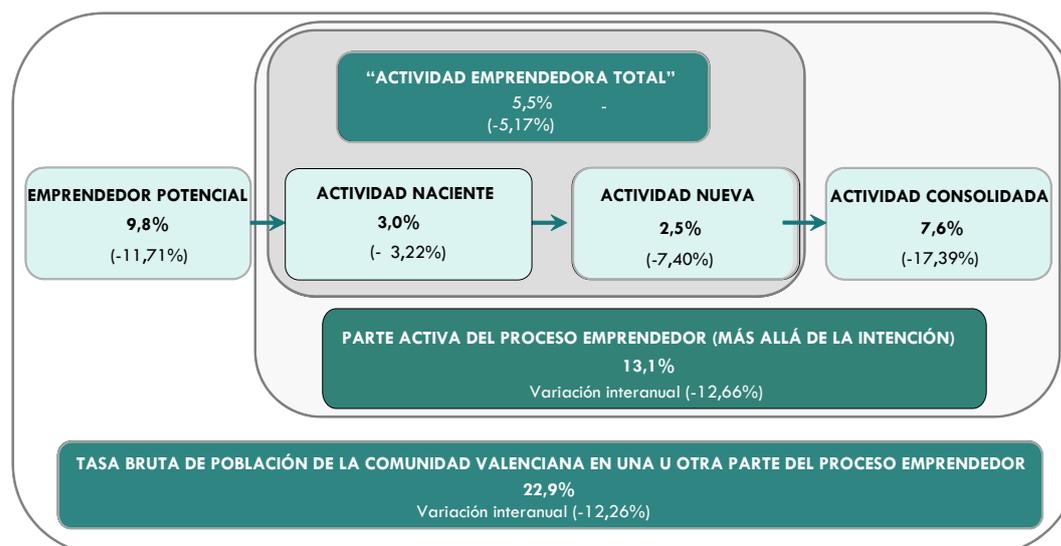
2.2 Desglose y magnitud de los componentes del proceso emprendedor

Desde una perspectiva global, el proceso emprendedor se inicia con la “intención emprendedora”, medida en GEM a través de los denominados “empreendedores potenciales”, pasando posteriormente a una etapa de actividad emprendedora temprana, relacionada con la puesta en marcha, denominada “actividad naciente”. Seguiría una etapa hacia la consolidación, denominada “actividad nueva”, y por último, se llegaría a una etapa de “actividad consolidada”. GEM aúna las fases de “actividad naciente” y de “actividad nueva”, para obtener el indicador TEA, con el que mide la actividad emprendedora de una región.

Con todo, el desglose y magnitud de los componentes del proceso emprendedor se obtiene en GEM en un momento concreto del tiempo, a través de los porcentajes de población adulta que se encuentran en una u otra etapa del proceso.

La figura 12 incorpora los porcentajes de población obtenidos en cada fase en la Comunidad Valenciana, en junio de 2013, y la tasa de variación respecto a 2012. En todos los casos, la información procede de la encuesta a la población adulta, llevada a cabo a una muestra representativa de 2.000 individuos.

Figura 12. Tasas de involucración de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor y variación interanual.



Como viene sucediendo desde 2011, de las cuatro etapas del proceso analizadas, la que aglutina una mayor proporción de población adulta es la que se corresponde con la intención emprendedora: personas que manifiestan su intención de emprender una iniciativa empresarial o autoemplearse en los próximos tres años (emprendedores potenciales). La respuesta recogida permite estimar que un 9,8% de la población adulta de la Comunidad Valenciana está planteándose el desarrollo de iniciativas de negocio. Sin embargo, la variación interanual es negativa respecto al año anterior, lo que supone que la intención de materializar una actividad emprendedora por parte de la población adulta ha disminuido en 2013.

El colectivo de implicados en la parte activa del proceso emprendedor en 2013, supone el 13,1% de la población adulta, lo que significa en términos de variación interanual, una disminución del 12,66%. Dado que esta etapa aún las fases naciente, nueva y consolidada, a continuación se comentan los resultados de cada una de las mismas por separado.

En primer lugar, el índice TEA (que recoge la Actividad Emprendedora Total) revela que en 2013, el 5,5% de la población adulta de 18 a 64 años estaba involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial. Más de la mitad de este colectivo corresponde a emprendedores nacientes que están tratando de poner en marcha un proyecto de negocio (3,0% de la población adulta), mientras que el resto son emprendedores nuevos, dueños y gestores de negocios con entre 3 y 42 meses en el mercado (2,5% de la población adulta).

La evolución última de estos datos supone, respecto a 2012, una reducción interanual de 5,17 puntos en el índice TEA. Esta variación se debe, tanto a un descenso del porcentaje de población implicada en actividades nacientes como también de la población involucrada en actividades nuevas. En todo caso, la reducción ha sido mucho menor en actividad naciente (-3,22%) que en nueva (-7,40%), y de hecho, casi se podría hablar de cierto sostenimiento de los porcentajes de actividad naciente en los últimos tres años.

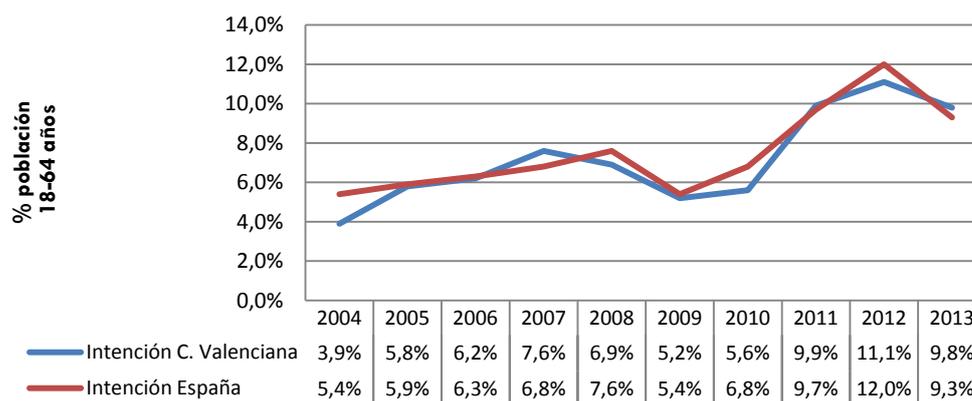
Por último, la actividad consolidada, la que lleva más de 3,5 años en el mercado, aglutina al 7,6% de la población, con una disminución interanual del 17,39%. Esta tendencia viene observándose prácticamente desde 2010, con la agudización del período de crisis.

2.3 Evolución de la intención emprendedora

La evolución de este indicador en la Comunidad Valenciana presenta una etapa creciente hasta 2007, recogiéndose un descenso en 2008, que se reitera en 2009, y comienza a despegar en 2010. A partir de 2011 el dato se incrementa de forma notable, probablemente relacionado con la situación laboral y económica de la población, de modo que en 2012 se recoge el mayor dato del histórico.

Sin embargo, en el año 2013 se detecta un nuevo descenso, concluyendo en un dato de 9,8% en la Comunidad Valenciana. A grandes rasgos, este indicador evoluciona de forma paralela al conjunto nacional.

Figura 13. Evolución de la tasa de intención emprendedora.



2.4 Evolución de la actividad emprendedora

Los datos de evolución de la actividad emprendedora (TEA) de la Comunidad Valenciana vienen recogiendo continuos descensos desde el principio de la crisis, situándose el mínimo registrado en 2010, año tras el que se recogió un leve incremento de actividad en 2011, que sin embargo no ha perdurado en 2012 y 2013.

Figura 14a. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora.

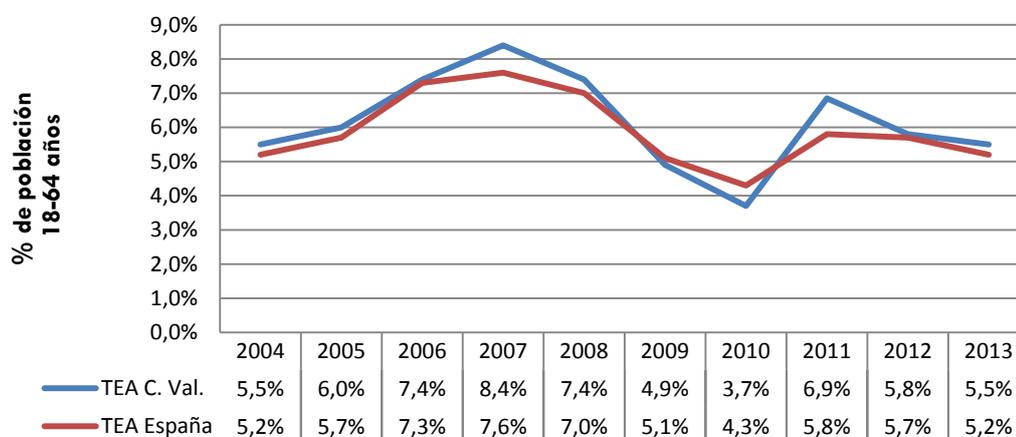
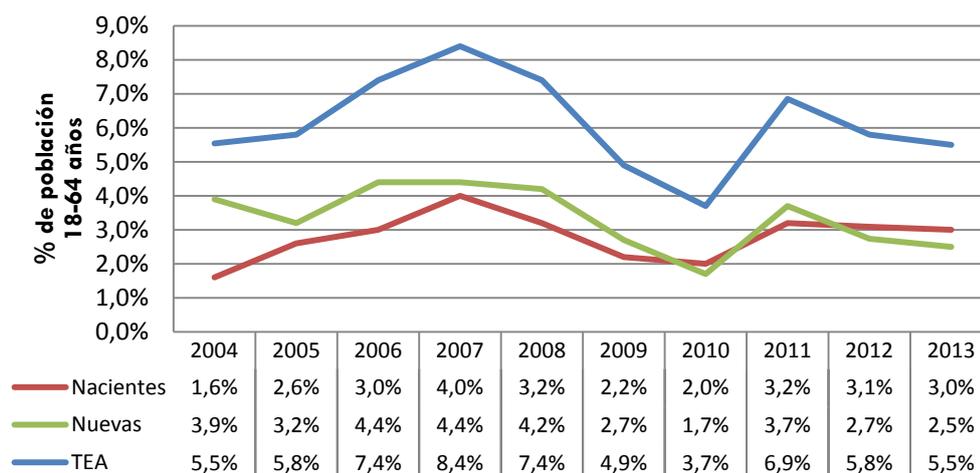


Figura 14b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana.



La figura 14a muestra que esta evolución sigue un cierto paralelismo con el dato promedio de España, con la particularidad de que en los años en que se marcan puntos de inflexión, los cambios son ligeramente más suaves en el caso español.

Por otro lado, la figura 14b ofrece una evolución de la desagregación de la actividad emprendedora en: (1) actividades “nacientes”, propias de la puesta en marcha inicial; y (2) actividades “nuevas”, que han superado los tres meses de actividad, pero se encuentran todavía en la senda del camino a la consolidación. Dicha descomposición permite observar también cierto paralelismo en la

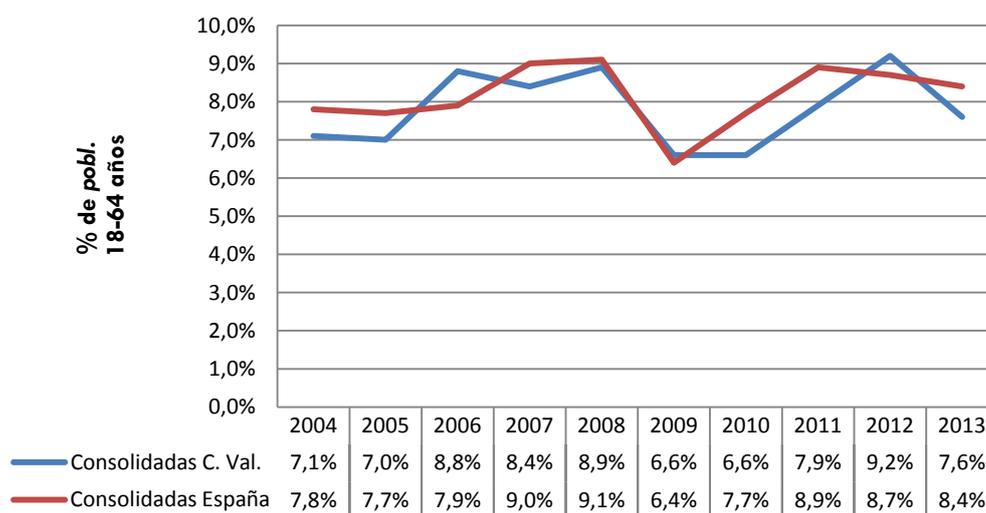
evolución de estos dos componentes de la actividad emprendedora. Sin embargo se aprecia que en los últimos años, la actividad naciente cae con menos fuerza. De hecho, en 2012, la responsable fundamental de la caída de actividad emprendedora fue la actividad nueva, por las dificultades que plantea la actual crisis económica.

Por otra parte, la evolución de la actividad naciente registrada que apenas ha variado en los últimos años, viene a plantear cierta estabilidad de la tasa de entrada (3% en 2013), que indica que se mantiene el intento de puesta en marcha de actividades empresariales, en parte ante las dificultades que plantea la actual coyuntura y la ausencia de alternativas laborales.

2.5 Evolución de la actividad consolidada

Los datos de evolución de la actividad consolidada de la Comunidad Valenciana (figura 15) muestran que también para este tipo de actividad, el mínimo registrado se produjo entre 2009 y 2010, y se observa un cierto paralelismo con la evolución recogida para el conjunto de España.

Figura 15. Evolución de la tasa de actividades consolidadas.



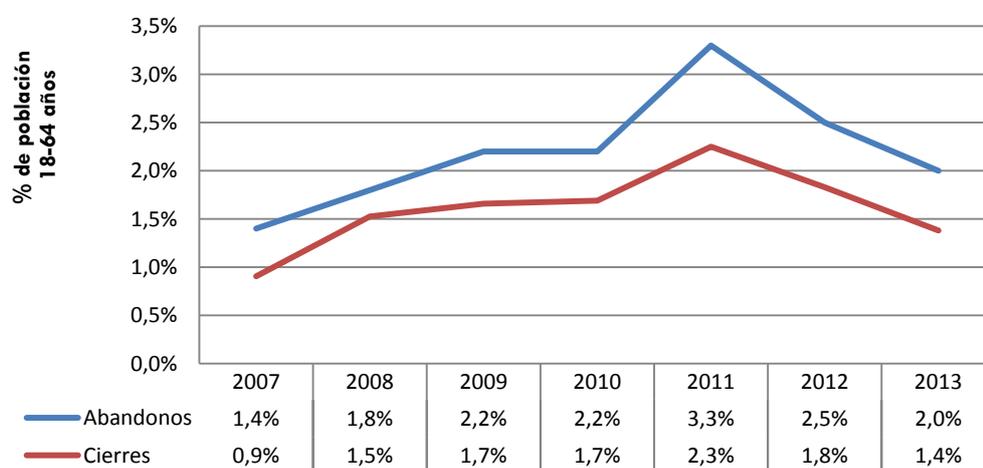
*Datos anteriores a 2008 actualizados según reformulación GEM 2008 para actividades consolidadas.

*Dato 2011 estimado.

2.6 Descripción del proceso de abandono de actividades y su evolución

Los indicadores GEM recogen el porcentaje de población adulta que ha cesado en sus actividades empresariales a lo largo de los doce meses anteriores al momento de la encuesta (junio 2013). De este modo, se obtiene una aproximación a los abandonos de actividades empresariales, independientemente de que se produjera en una actividad naciente, nueva o ya consolidada.

Figura 16. Evolución de la tasa de abandono y cierres².

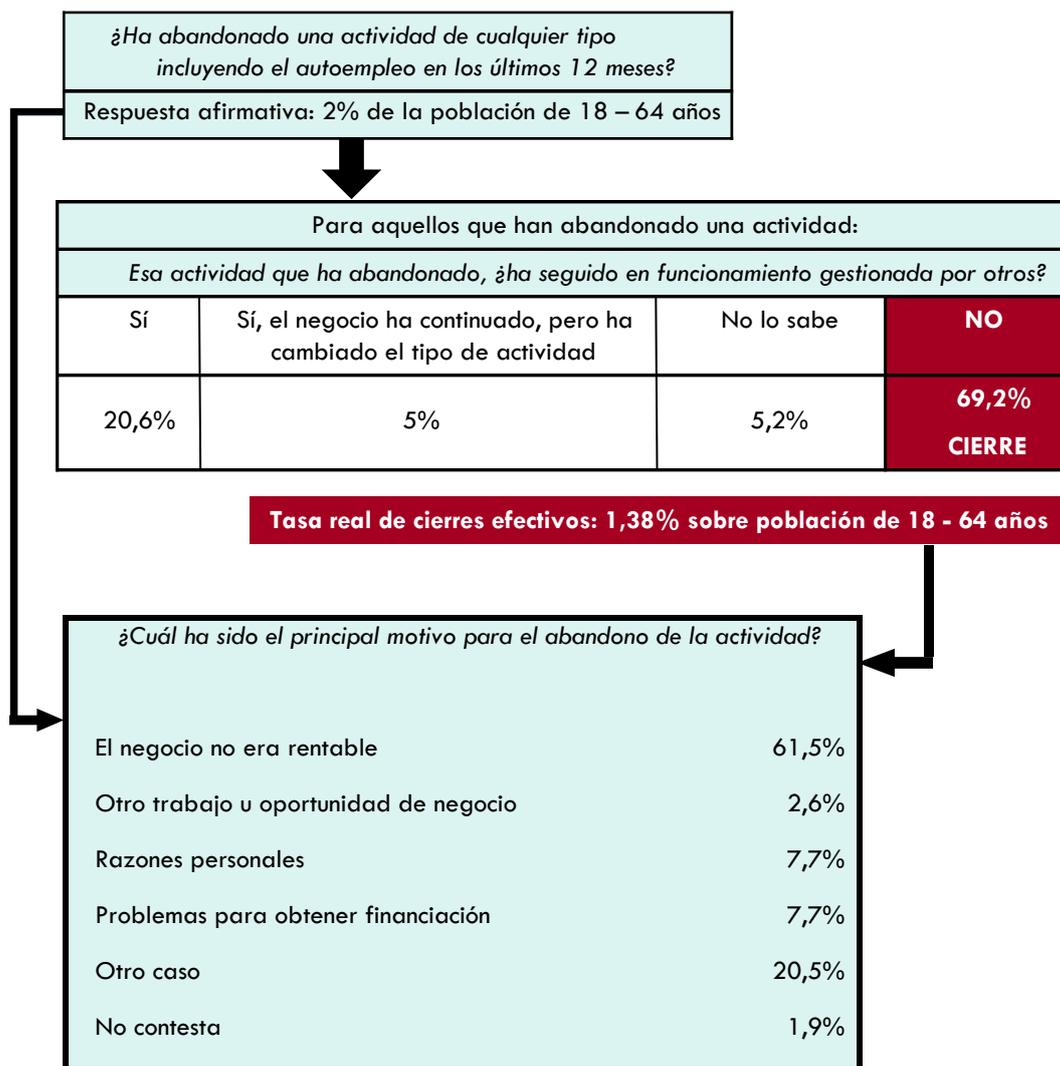


Dentro de los abandonos, en GEM se diferencia en función de si el procedimiento ha sido un cierre de la actividad o si ésta ha pasado a manos de otros, pudiendo en tal caso los nuevos titulares continuar con la misma actividad o modificarla. En 2013, la encuesta ha captado que el porcentaje de población adulta de la Comunidad Valenciana, que afirma haber abandonado una actividad en los 12 meses anteriores a la misma, asciende a un 2% (figura 16). Además, de este total que afirma haber cesado en sus actividades, casi un 70% indica que el negocio no ha continuado en manos de otros, por lo que la tasa real de cierres es del 1,4%. En cuanto a su evolución, tanto la tasa de abandonos como la de cierres, venían incrementándose desde 2007, y se observa una disminución de ambos porcentajes en 2012 y 2013 muy positiva.

² La variable cierres efectivos se incorporó al observatorio GEM en 2007, por lo que no se disponen de datos anteriores.

En relación a los motivos del cese, los entrevistados los asocian, fundamentalmente (en más de un 50% de los casos) a aspectos ligados a problemas de rentabilidad (figura 17).

Figura 17. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.



2.7 Resultados del proceso emprendedor en el contexto regional español

Para finalizar este capítulo, se ofrece una tabla que destaca comparativamente la posición de las cifras del proceso emprendedor de la Comunidad Valenciana en el contexto territorial español.

Tabla 2. Resultados proceso emprendedor contexto regional español (ponderaciones US Census).

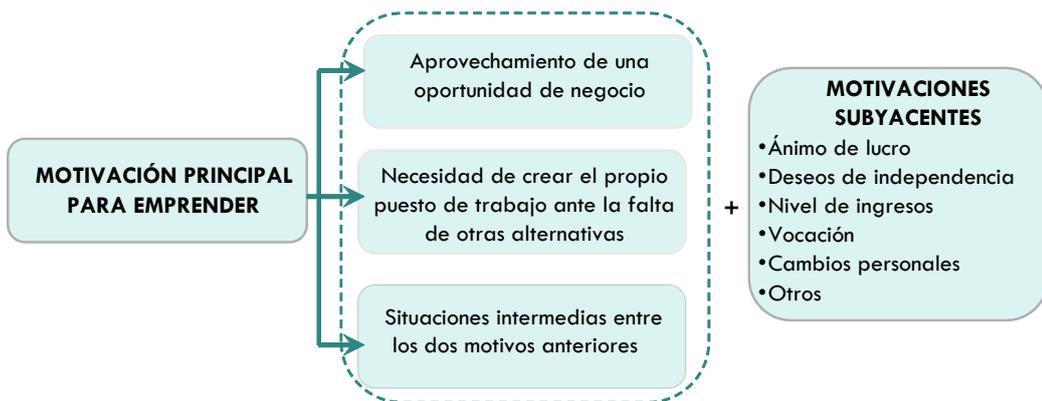
Resultado del proceso emprendedor en el contexto regional español							
Región	Intención	TEA13	Naciente	Nuevo	Consolidado	Cierre	Traspaso
Andalucía	10,9	5,37	3,41	2,00	7,13	1,85	0,94
Aragón	7,77	4,22	2,57	1,71	9,89	1,06	0,3
Asturias	7,62	4,18	2,71	1,46	7,43	1,52	0,52
Baleares	9,03	6,71	3,73	2,98	9,35	2,52	0,49
Canarias	11,67	6,30	3,81	2,64	5,82	2,07	0,74
Cantabria	8,23	3,92	2,61	1,31	8,74	1,13	0,72
C León	6,76	3,72	1,68	2,04	10,41	1,2	0,32
C La Mancha	9,38	4,92	2,77	2,25	10,61	1,38	0,4
Cataluña	10,94	6,61	4,20	2,65	10,10	1,40	0,35
C Valenciana	9,76	5,52	3,02	2,56	7,59	1,38	0,62
Extremadura	10,4	5,76	3,65	2,10	12,57	1,70	0,4
Galicia	7,11	4,11	1,96	2,20	9,82	0,76	0,45
C Madrid	7,91	4,77	2,91	1,91	6,27	0,75	0,45
Murcia	11,1	5,30	2,79	2,61	10,22	1,70	0,30
Navarra	6,42	4,12	2,32	2,10	7,31	0,79	0,2
País Vasco	6,02	2,96	1,6	1,41	7,92	1,2	0,3
Rioja	9,81	7,04	4,8	2,49	11,4	0,76	0,76
Ceuta	10,22	3,53	1,99	1,53	5,36	1,47	0,5
Melilla	7,6	6,00	1,63	4,36	5,87	0,98	0,49
España	9,35	5,21	3,09	2,20	8,39	1,40	1,90

CAPÍTULO 3. MOTIVACION PARA EMPRENDER: OPORTUNIDAD Y NECESIDAD

3.1 Introducción

En relación con la puesta en marcha de una actividad empresarial, el Observatorio GEM considera tres tipos de aspectos relacionados con la motivación del emprendedor: “emprendimiento por oportunidad”, cuando se trata de la explotación de oportunidades previamente buscadas y detectadas por los potenciales emprendedores; “emprendimiento por necesidad”, cuando la búsqueda de la oportunidad es inducida por una necesidad personal, debido a circunstancias adversas o a la ausencia de otras alternativas laborales; y por último la consideración de “situaciones intermedias”, en las que se reconoce una parte de oportunidad o necesidad, aunque no como único motivo principal.

Figura 18. Motivaciones de la puesta en marcha.



3.2 Oportunidad y necesidad en la actividad emprendedora

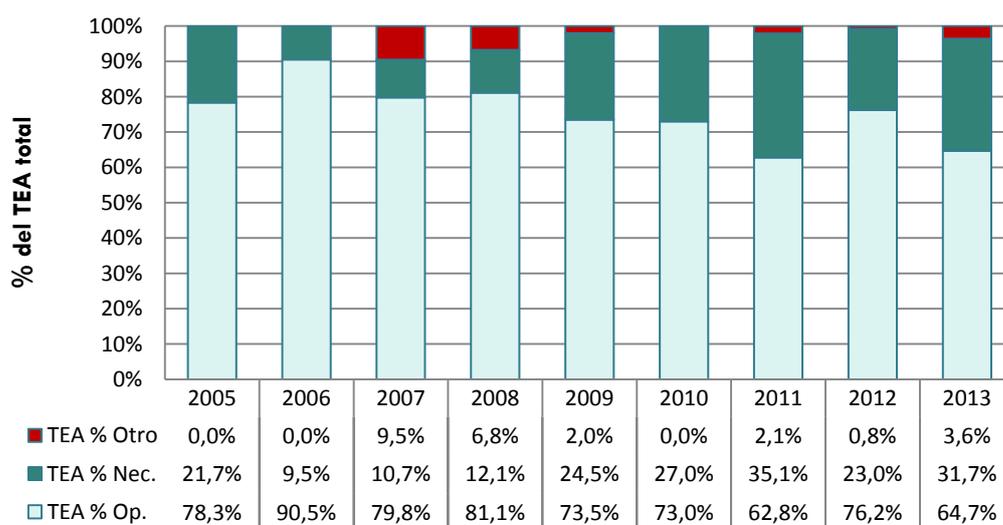
La tabla 3 muestra las cifras obtenidas en 2013, relativas a los diversos tipos de emprendimiento en función de la motivación, distinguiendo entre las iniciativas que están en fase naciente y nueva.

Tabla 3. Motivación de inicio de la actividad emprendedora (% sobre población de 18-64 años).

Motivo de su creación	Tipo de iniciativa		
	Naciente	Nueva	TEA
Oportunidad pura	0,8%	0,8%	1,6%
Oportunidad en parte	1,2%	0,8%	2,0%
Necesidad	0,9%	0,8%	1,7%
No clasificable	0,1%	0,1%	0,2%
Total	3,0%	2,5%	5,5%

De acuerdo con estos datos, si bien la mayor parte de las actividades emprendedoras siguen obedeciendo a oportunidad, en 2013 se detecta, respecto a 2012, un incremento de peso de las iniciativas puestas en marcha por necesidad, que obedecen básicamente a la componente de actividades nacientes.

Figura 19. Evolución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su motivación.



En esta actividad naciente, la motivación por oportunidad, pasa de un 12,9% a un 30%, mientras que en el caso de la actividad nueva, por el contrario, se reduce de un 33% a un 30,7%.

Desde una perspectiva temporal más amplia, la figura 19 muestra la evolución de la actividad emprendedora TEA motivada por oportunidad (pura y en parte) y necesidad, desde el año 2005. Los resultados evidencian un aumento de la tasa de emprendimiento por necesidad entre los años 2009 y 2011, que remite en los datos recogidos en 2012, para volver a repuntar en 2013, como se ha comentado previamente.

En el caso de los individuos que afirman haber desarrollado sus iniciativas llevados por factores de oportunidad, la encuesta a la población indaga sobre las motivaciones intrínsecas que subyacen. La figura 20 resume los resultados para 2013, predominando motivaciones relacionadas con los retornos económicos.

Por su parte, la figura 21 amplía la perspectiva temporal, en cuanto a estas motivaciones subyacentes, mostrando la evolución histórica de los datos hasta 2013.

Figura 20. Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades.

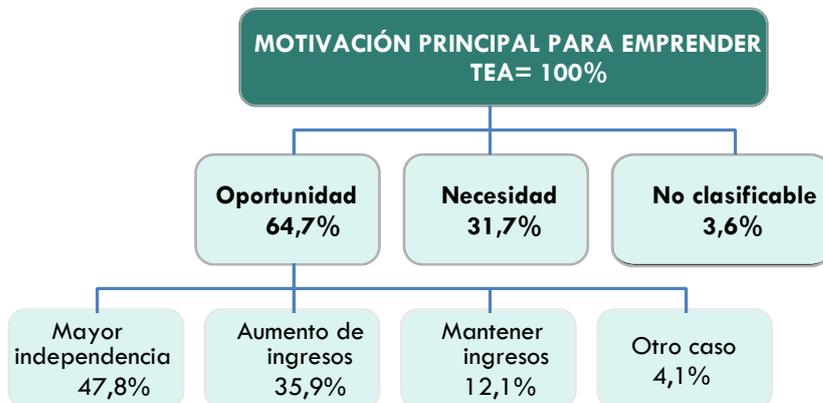
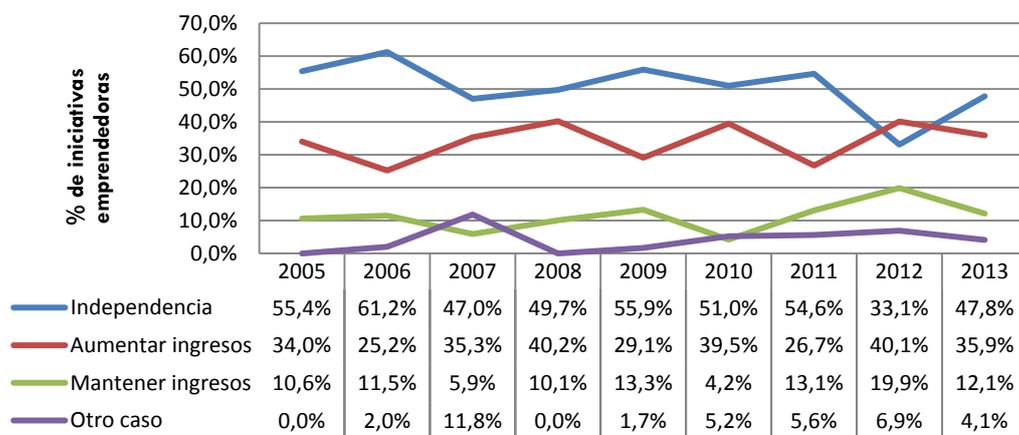


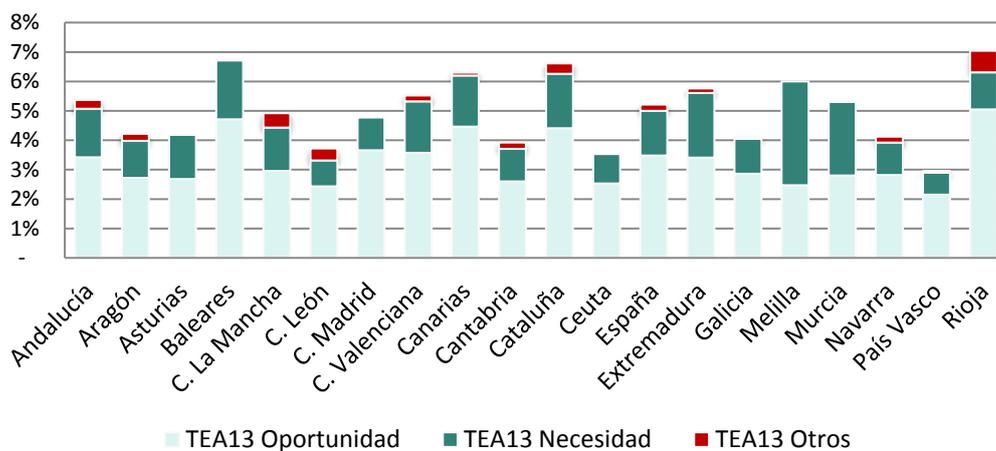
Figura 21. Evolución de motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades.



3.3 Oportunidad y necesidad en el contexto regional español

La figura 22 contextualiza los datos correspondientes a motivaciones de la actividad emprendedora en el conjunto de regiones españolas. En todos los casos, la actividad por oportunidad es superior a la actividad por necesidad.

Figura 22. Actividad emprendedora según motivación, en el contexto regional.



CAPÍTULO 4. PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR

4.1 Introducción

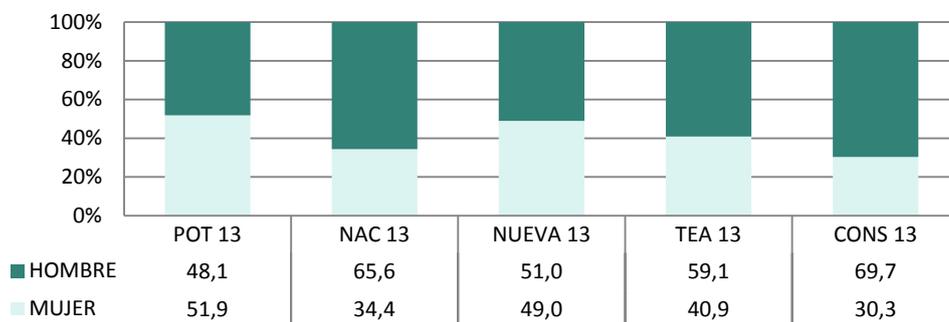
En este capítulo se presenta el perfil medio de las personas que intervienen en el proceso emprendedor. Para su elaboración se ha partido de la información proporcionada por los individuos de la población adulta, residentes en la Comunidad Valenciana en junio de 2013, y que en ese momento estaban involucrados en una iniciativa empresarial de algún tipo: potencial, naciente, nueva, y consolidada.

Estos rasgos facilitan una aproximación al perfil emprendedor, desde el punto de vista demográfico (género, edad y procedencia); formativo (nivel de estudios reglados y formación específica emprendedora); y económico-situacional (nivel de renta de la unidad familiar y estatus laboral).

4.2 Género

La distribución de género en las distintas etapas del proceso emprendedor no es homogéneo, en función de la etapa del proceso a la que hagamos referencia. Así, se encuentra prácticamente equilibrada en la etapa de intenciones, mientras que para la etapa de actividad emprendedora incipiente (TEA), la relación es de 4 mujeres por cada 6 hombres, y en la actividad consolidada esta ratio desciende, y pasa a 3 mujeres por cada 7 hombres.

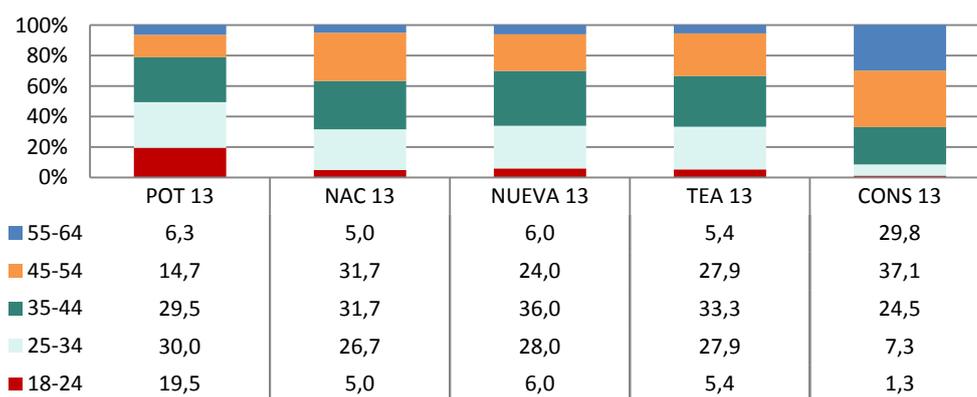
Figura 23. Distribución por género en las fases del proceso emprendedor.



4.3 Edad

La edad representativa del perfil de los emprendedores está relacionada con la etapa del proceso en que se encuentren. Así, la edad promedio representativa de cada fase se incrementa progresivamente desde la de los emprendedores potenciales (más de 37 años), pasando por la de los nacientes y nuevos (unos 39) hasta la de los consolidados (poco más de 55).

Figura 24. Distribución por rangos de edad y fases del proceso emprendedor.

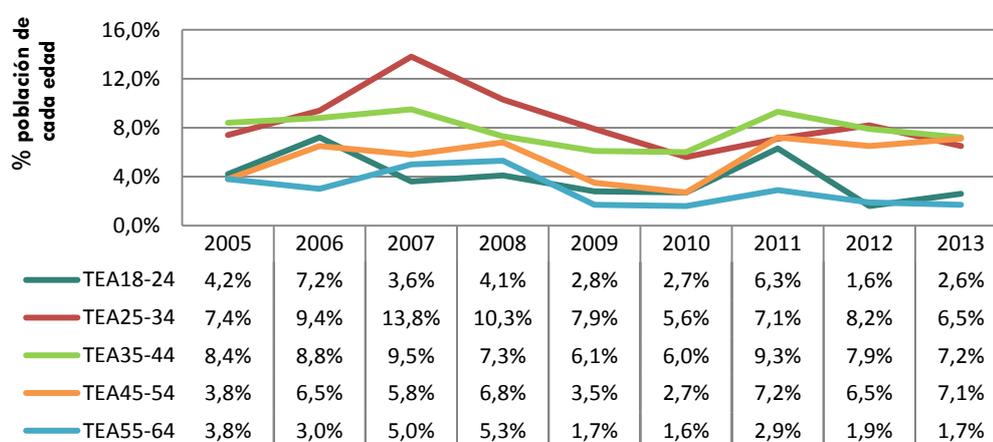


En cuanto a la distribución por tramos de edad en cada etapa del proceso emprendedor, se observa un mayor peso de los tramos correlativamente superiores a medida que pasamos de intencionalidad emprendedora a actividad

TEA y a consolidada, donde además pasa a reducirse de manera considerable la presencia de los emprendedores de menor edad.

La figura 25 muestra la evolución de la tasa de actividad emprendedora por grupos de edad, desde 2005. Destaca el aumento progresivo del peso de la actividad emprendedora entre los 45 y 54 años, que especialmente en los últimos tres periodos analizados, ha pasado a representar el principal grupo de emprendedores incipientes.

Figura 25. Evolución de la tasa de actividad emprendedora por rangos de edad.



4.4 Procedencia

La distribución de emprendedores, de acuerdo a su procedencia, recoge diferencias en función de la etapa en la que fijemos la atención, siendo más elevada la presencia de extranjeros fundamentalmente en las etapas tempranas, y disminuyendo sensiblemente entre las iniciativas ya consolidadas.

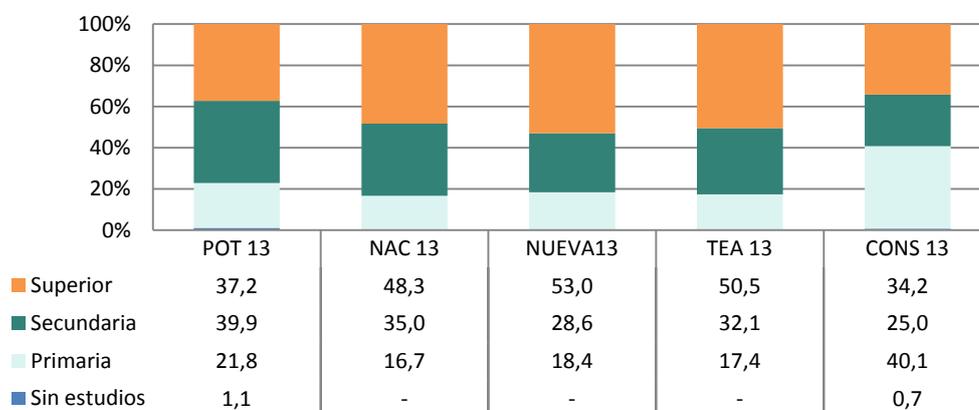
Tabla 4. Distribución de procedencia en las fases del proceso emprendedor.

Tipo de emprendedor	Potencial	TEA	Consolidado
Español	91,1%	89%	93,4%
Extranjero régimen general	6,8%	10,1%	2,6%
Extranjero régimen comunit.	2,1%	0,9%	3,9%

4.5 Formación

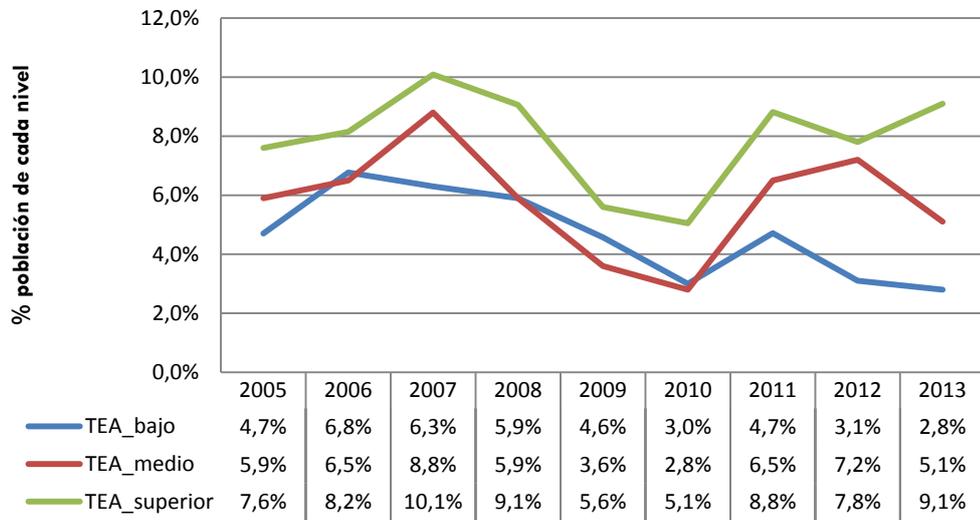
En relación al nivel educativo reglado alcanzado por los emprendedores destacan, como viene siendo habitual, dos grupos: el de titulados universitarios, y el de personas que han completado nivel educativo de secundaria, con preeminencia de los primeros. Particularmente en actividades consolidadas sobresale especialmente el porcentaje de aquellos que han completado el nivel de educación primaria, manteniendo la situación de años anteriores (figura 26).

Figura 26. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.



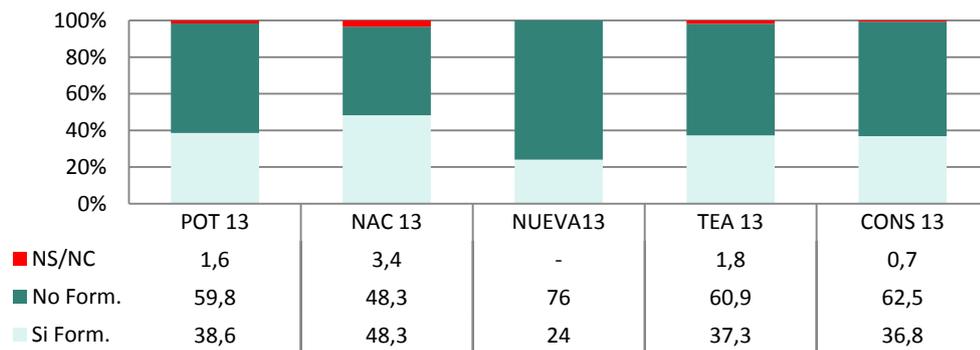
Por su parte, la figura 27 muestra la evolución de la tasa de actividad emprendedora desde 2005 en función de la formación, agrupada en tres únicos niveles (bajo: hasta primaria; medio: hasta secundaria; y superior: grado y postgrado universitario). Se observa cierto paralelismo en la evolución de la tasa de TEA en los niveles medio y superior, si bien los datos de 2013 recogen una ampliación de la brecha entre ambos.

Figura 27. Evolución de la tasa de actividad emprendedora en niveles educativos.



En cuanto a formación específica para emprender, la proporción de personas que declaran haber recibido algún tipo de formación relativa a aspectos propios de la puesta en marcha y gestión de negocios, se encuentra en niveles cercanos al 40%, si bien al descomponer la actividad emprendedora TEA, se observa que prácticamente la mitad de los emprendedores que inician su actividad, han recibido algún tipo de formación para ello.

Figura 28. Formación específica para emprender por fases del proceso.



4.6 Nivel de renta

La tabla 5 muestra a los emprendedores implicados en las distintas etapas del proceso emprendedor agrupados en tres niveles de renta familiar: hasta 10.000 euros, entre 10.000 y 20.000 euros, y por encima de 20.000 euros (tramos denominados en GEM, inferior, medio y superior respectivamente).

Dada la especial sensibilidad de los datos que recoge esta cuestión, la tasa de no-respuesta en la encuesta es tradicionalmente muy elevada, como lo ha vuelto a ser en 2013, por lo que conviene ser especialmente prudente con las interpretaciones, ya que los datos suponen una aproximación sujeta a ciertos márgenes de error.

Teniendo en cuenta la advertencia anterior, de los datos recogidos y con carácter general, entre los emprendedores potenciales se puede observar una mayoría de individuos ubicados en el tramo inferior de renta, probablemente relacionados con motivación emprendedora más ligada a la necesidad. En la actividad emprendedora incipiente (TEA) se detecta un mayor reparto entre los diferentes tramos. Finalmente, entre los emprendedores consolidados, la distribución por niveles de renta está más repartida, como es lógico esperar.

Tabla 5. Distribución del nivel de renta de las personas involucradas por fases del proceso emprendedor.

Tipo de emprendedor	Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado
Tercio inferior de renta	55,1%	43,6%	33,3%	39,4%	33,7%
Tercio medio de renta	27,6%	28,2%	22,2%	25,8%	29,3%
Tercio superior de renta	17,3%	28,2%	44,4%	34,8%	37,0%

4.7 Situación laboral

En este apartado se recoge la situación laboral de aquellos individuos que declaran su intención de emprender, o bien que están dando los pasos para la puesta en marcha de su iniciativa, dado que los empresarios nuevos y consolidados declaran su situación laboral como la de activos por cuenta propia. La situación durante el año 2013 se recoge en la tabla 6.

Los datos recogidos entre los emprendedores nacientes, indican que el porcentaje de los que se declaran activos asciende a un 61,7% mientras que el de desempleados supone un 28,3%.

Por otro lado, entre los emprendedores potenciales se observan similares porcentajes de activos frente a desempleados (38,3% y 38,8%). Estos porcentajes han mostrado evoluciones distintas en los tres últimos años, de modo que ha venido creciendo el porcentaje de desempleados entre los potenciales emprendedores y descendiendo el de activos, lo que parece acentuar la vinculación de la intencionalidad a circunstancias de necesidad.

Tabla 6. Distribución de la situación laboral de la población con intención de emprender a tres años y de los involucrados en actividades nacientes en 2013.

Tipo de emprendedor 2013	Potencial	Naciente
Trabajando a tiempo completo y/o parcial	38,3%	61,7%
Jubilado y situaciones asimiladas	2,7%	3,3%
Labores del hogar	4,8%	1,7%
Estudiante	15,4%	5,0%
Desempleado	38,8%	28,3%

4.8 Perfil medio de las personas involucradas en el proceso emprendedor

A partir de la información recogida en este capítulo, la tabla 7 recoge de forma sintética, el perfil medio de las personas involucradas en cada fase del proceso emprendedor.

Tabla 7. Perfil medio 2013 de involucrados por fase del proceso emprendedor.

Perfil medio	% Género masculino/femenino	Edad	Origen	Formación	Nivel de renta	% Situación laboral (activo/parado)
Potencial	48,1/51,9	35,8	Español	Media	Inferior	38,3/38,8
Naciente	65,6/34,4	40,2	Español	Superior	Inferior	61,7/28,3
Nuevo	50,0/49,0	39,2	Español	Superior	Superior	---
TEA13	59,1/40,9	39,7	Español	Superior	Inferior	---
Consolidado	69,7/30,3	48,5	Español	Primaria	Superior	---

CAPÍTULO 5. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES

5.1 Introducción

Este capítulo aproxima el perfil de las iniciativas de carácter incipiente, analizando la información relativa a las características de las actividades emprendedoras cuya operatividad no supera, en 2013, los 42 meses de actividad. Los datos hacen referencia al número de propietarios, sector en que operan y volumen de empleo generado.

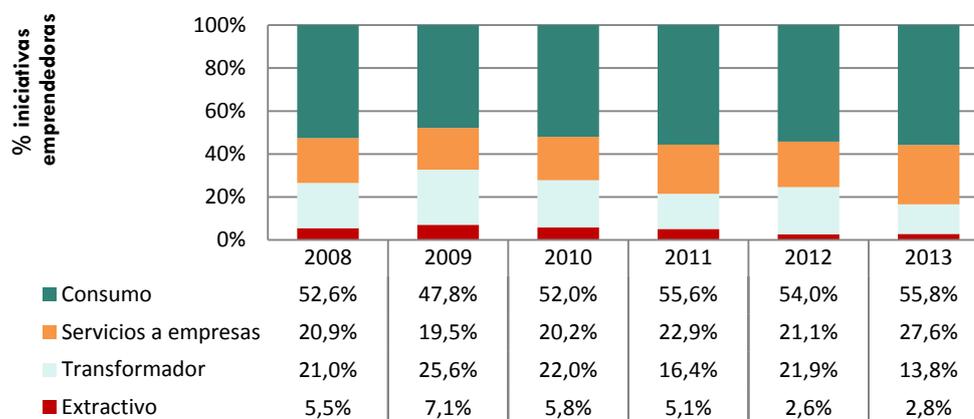
Además, se recoge también información acerca de las expectativas y percepciones de los emprendedores sobre sus iniciativas: crecimiento esperado, expectativas de generación de empleo, grado de innovación del producto o servicio que ofrecen en relación a clientes y competidores, y su potencial exportador.

5.2 Sectores generales de actividad

GEM emplea una clasificación sectorial de carácter sintético, que divide la actividad en cuatro grandes bloques: sector extractivo, transformador, servicios a empresas, y actividades orientadas al consumidor. La figura 29 ilustra, de acuerdo con esta clasificación, la distribución de actividades en fase emprendedora en la Comunidad Valenciana desde 2008 hasta 2013.

Los datos no hacen sino confirmar la tercerización de la economía de la Comunidad Valenciana, al igual que se recoge en el caso nacional, que en 2013 aglutina a un 83,4% de las iniciativas en fase emprendedora mientras que en el sector transformador absorbe a un 13,8% y el extractivo se mantiene en mínimos.

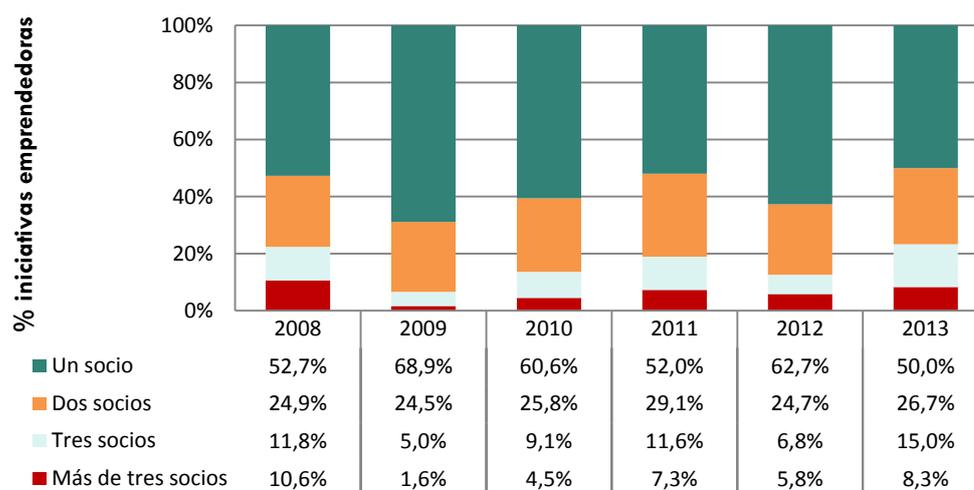
Figura 29. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad.



5.3 Número de socios

Tradicionalmente, en España las iniciativas suelen desarrollarse mayoritariamente en solitario y la Comunidad Valenciana no es una excepción, predominando aquellas constituidas por un único socio (figura 30).

Figura 30. Distribución del número de propietarios de las iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses, incluyendo al socio que contesta la encuesta.



5.4 Dimensión y número de empleados

La figura 31 muestra la evolución de la dimensión empresarial de las iniciativas en fase naciente y nueva, entre 2008 y 2013, en base a la perspectiva del número de empleados. En 2013, se observa un nuevo incremento de la presencia de iniciativas sin más empleados que el propio emprendedor (61,8%), circunstancia que desde 2009 viene situándose por encima del 50% de los casos.

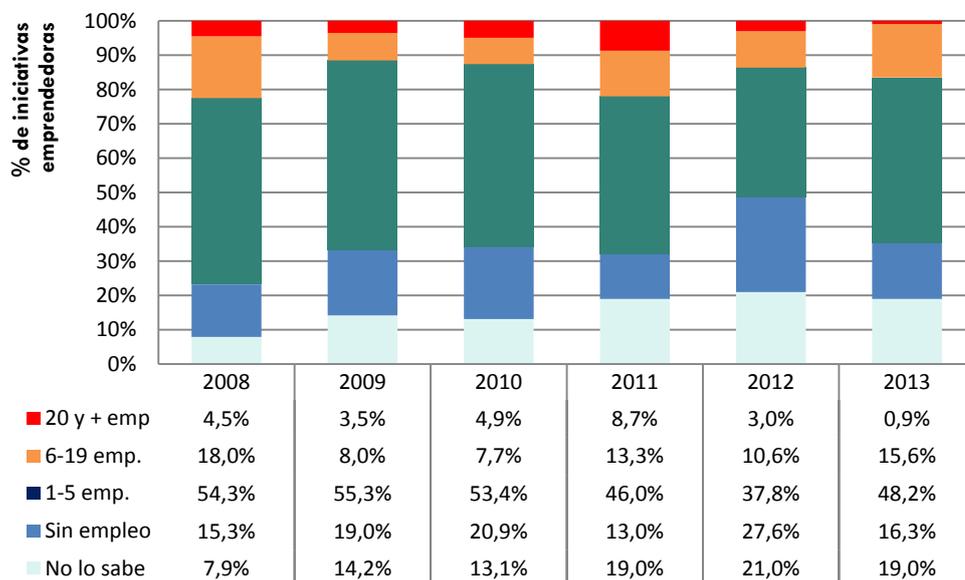
Figura 31. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal.



La caracterización de dimensión en base al empleo generado, se complementa con la visión que los propietarios de las iniciativas emprendedoras tienen sobre la expectativa de necesidades de recursos humanos a cinco años vista, ofreciendo una aproximación de las perspectivas de crecimiento de las mismas en base a este criterio (figura 32).

Las respuestas recogidas muestran que la situación más frecuente sigue siendo la de unas expectativas de entre 1 y 5 empleos.

Figura 32. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados esperado a cinco años vista y su evolución temporal.

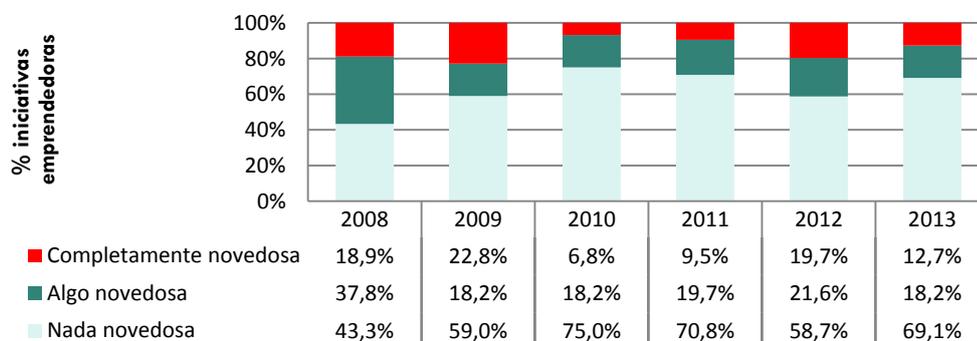


5.6 Visión del emprendedor sobre su iniciativa

GEM incluye una serie de cuestiones dirigidas a los emprendedores, al objeto de captar información sobre cómo perciben el desarrollo de su propia iniciativa, complementando la información de los apartados anteriores.

Así, la figura 33 recoge la percepción sobre el grado de novedad que supone la iniciativa para su mercado potencial. En función de las respuestas recabadas, cuatro de cada diez afirman percibir su negocio como novedoso, al menos parcialmente, de acuerdo al grado de diferenciación que su producto o servicio puede suponer para su clientela potencial.

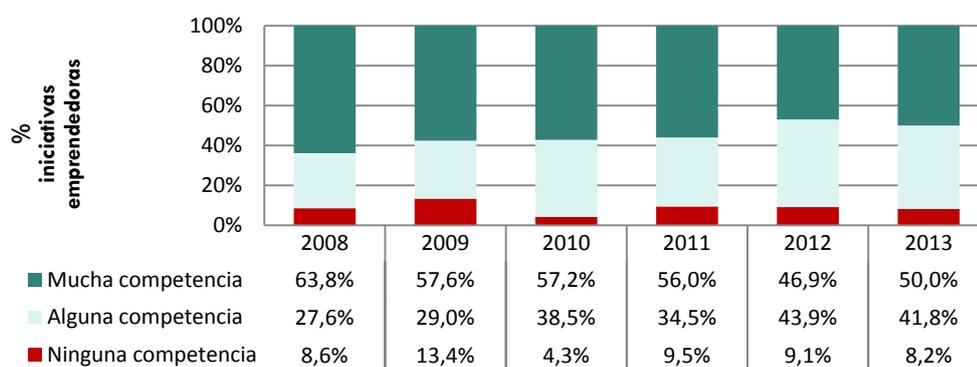
Figura 33. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según la percepción sobre el grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales.



Desde un punto de vista complementario al anterior, se sondea a los emprendedores también por la diferenciación que considera que tienen sus productos y servicios, en relación a sus competidores directos (figura 34).

En este caso, aproximadamente un 50% de encuestados afirma en 2013 que su producto o servicio presenta diferencias, totales o parciales, respecto al que ofrecen sus competidores.

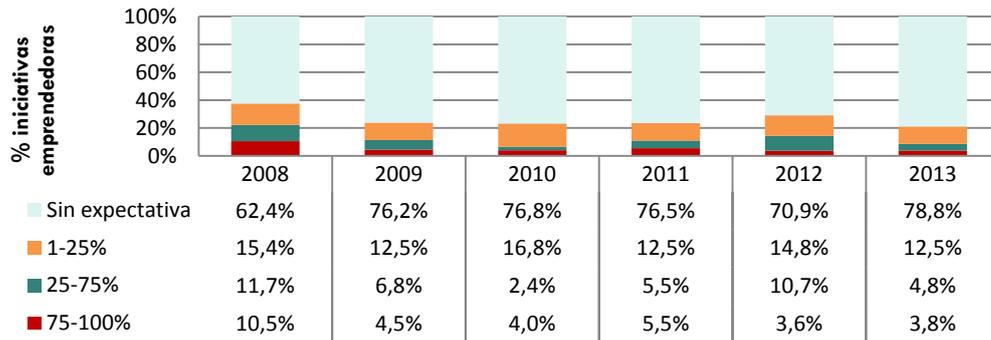
Figura 34. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según la percepción sobre el número de competidores que ofrecen el mismo producto o servicio a sus potenciales clientes.



Respecto a la estimación de posibles clientes en otros países, se registra un 78,8% de emprendedores sin expectativas de ventas en el exterior, lo que supone un porcentaje más elevado que los anteriores años analizados, mientras

que el porcentaje de los que indican que más del 75% de sus ventas potenciales están en el exterior, se mantiene en cotas reducidas (3,8%).

Figura 35. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según la percepción del emprendedor de la proporción de sus clientes potenciales fuera de España.



CAPÍTULO 6. EL PROCESO EMPRENDEDOR EN FUNCIÓN DEL GÉNERO

6.1 Introducción

En esta sección del informe se ofrece una perspectiva de la actividad emprendedora desde el punto de vista del género, lo que nos permite distinguir la distribución de la participación en las distintas etapas del proceso emprendedor, la evolución de la actividad emprendedora, así como los valores, percepciones y actitudes con influencia en la actividad emprendedora, en función de esta variable

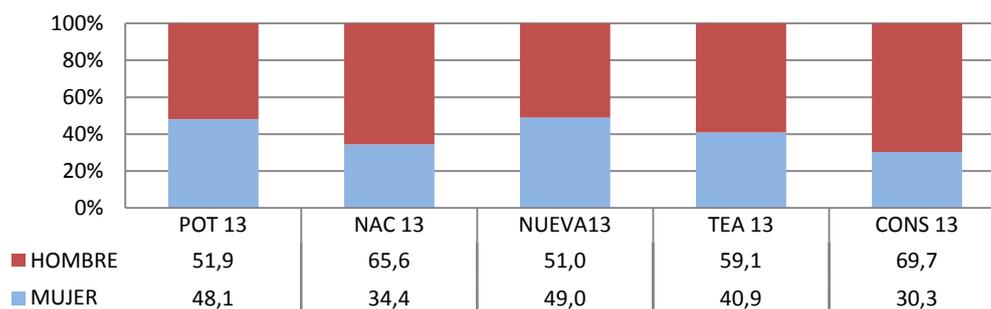
Esta información, procedente de la encuesta a la población, se completa con el juicio del grupo de expertos sobre el contexto sociocultural de la mujer emprendedora, y el apoyo que se presta a la puesta en marcha de actividades empresariales por mujeres en la Comunidad Valenciana.

6.2 Participación en las etapas del proceso emprendedor en función del género

Este apartado recoge los datos de participación en cada una de las etapas del proceso emprendedor, desde la declaración de intenciones emprendedoras a tres años vista, hasta la consolidación empresarial, pasando por las etapas activas propiamente emprendedoras (fases de actividad naciente y nueva). La figura 36, ya avanzada en el capítulo 4, expresa los datos en función de la cuota observada por género en el total de individuos participantes en cada etapa, mientras que la tabla 8 ofrece la información relativa a las tasas de intencionalidad y actividad por género.

Como ya se introdujo en la sección 4.2 de este informe, la distribución de género en las distintas etapas del proceso emprendedor muestra que la distribución hombres/mujeres es diferente en función de la etapa del proceso a que hagamos referencia, observándose una mayor presencia de mujeres en etapas más tempranas.

Figura 36. Distribución por género en fases del proceso emprendedor.



A continuación (tabla 8), si nos centramos en las tasas de involucración por género en cada una de las etapas del proceso, encontramos que la mayor implicación emprendedora, en ambos grupos, se recoge en la fase de intencionalidad, en la que se manifiesta la voluntad a futuro de desarrollar una iniciativa empresarial, pero todavía no se ha iniciado actividad alguna. En relación a la actividad emprendedora TEA, los porcentajes son favorables también al colectivo masculino, especialmente en su componente de actividad naciente; apenas observándose diferencias en el caso de actividades nuevas. En cuanto a actitud consolidada, la implicación es también inferior en el caso de mujeres, encontrándose en esta etapa la mayor diferencia.

Tabla 8. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por género.

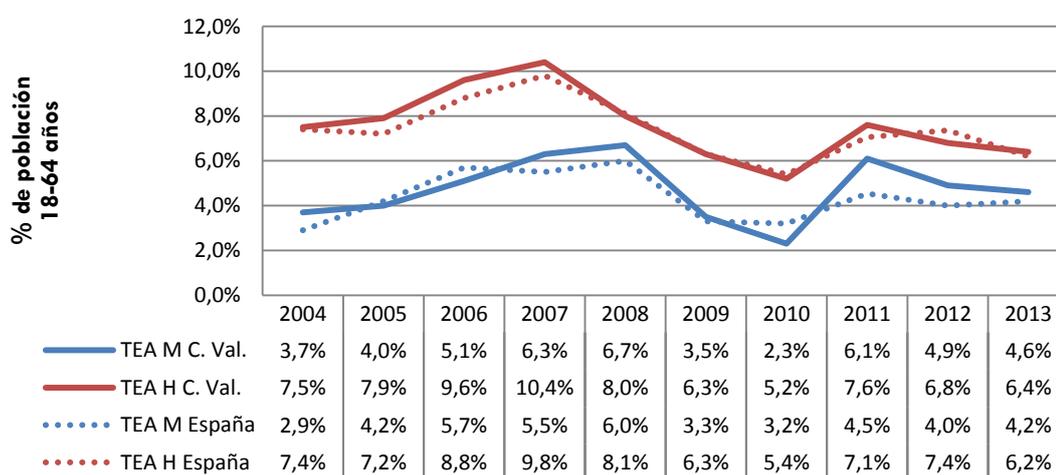
Tasas de involucración	Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado
Hombres	10,0%	3,9%	2,6%	6,4%	10,4%
Mujeres	9,4%	2,1%	2,5%	4,6%	4,7%

6.3 Evolución de la actividad emprendedora en función del género.

Este apartado se centra en la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), correspondiente a la fase activa del proceso emprendedor (actividad naciente y actividad nueva).

En este sentido, la figura 37 ofrece la evolución de las tasas de actividad emprendedora por género en la Comunidad Valenciana, y su comparación con el conjunto de España.

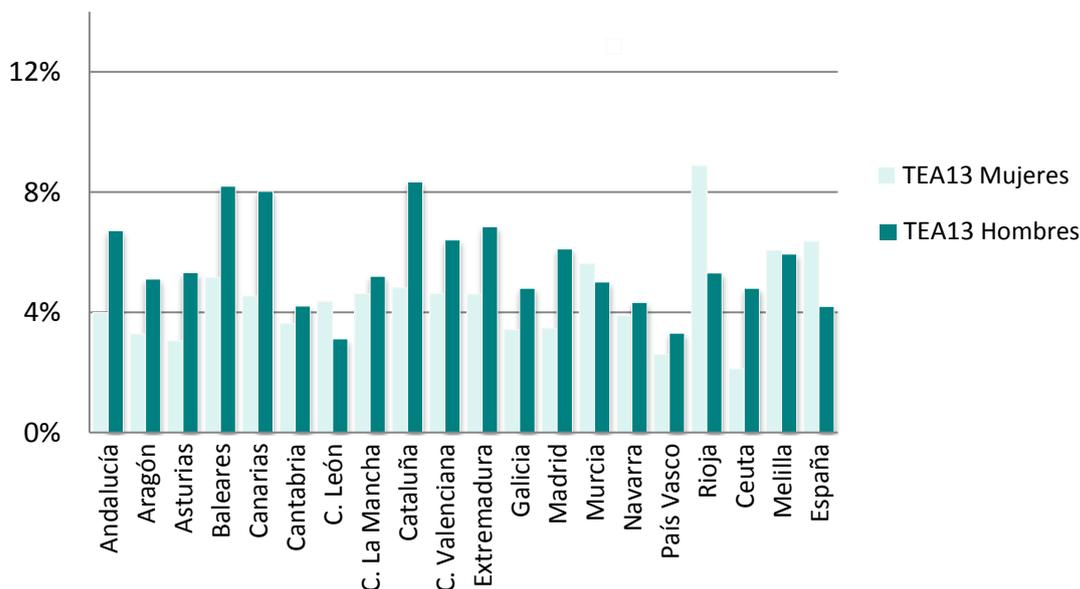
Figura 37. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género.



Los datos muestran que en 2013, en nuestra región, 4,6 de cada 100 mujeres de la población adulta estaban implicadas en actividades emprendedoras, mientras que en el grupo de hombres, el dato es de 6,4 de cada 100. En relación al conjunto de España, se aprecia cierto paralelismo en la evolución de las tasas, con leves diferencias que sitúan la tasa emprendedora femenina española en 2013, en 0,4 puntos por debajo de la correspondiente en la Comunidad Valenciana, mientras que entre los hombres se halla 0,2 puntos por debajo.

Adicionalmente, la figura 38 amplía la visión comparativa, situando las tasas de actividad emprendedora registradas por género en 2013, en el contexto regional español, destacando en particular la Comunidad Valenciana en el grupo de los más equilibrados en esta cuestión.

Figura 38. Tasa de actividad emprendedora comparada por género en el contexto regional español.



6.4 Aproximación al perfil emprendedor por género

El perfil tipo de la mujer emprendedora de la Comunidad Valenciana en 2013 (involucrada en iniciativas con una operatividad máxima de 42 meses) muestra particularidades y similitudes, respecto al perfil del hombre emprendedor.

En cuanto a la edad promedio, en ambos grupos se sitúa en casi 40 años. Por lo que respecta a su origen, en el grupo de hombres emprendedores, el origen extranjero se da en un 8,7% de los casos, mientras que en el colectivo de las mujeres, la procedencia foránea alcanza al 12,7% de las emprendedoras.

En el ámbito educativo, el nivel más frecuente entre las emprendedoras es el de los estudios superiores en un 47% de los casos, mientras que entre los emprendedores es la educación secundaria (55,6%).

En cuanto a formación específica en el ámbito empresarial y para la puesta en marcha de negocios, se da entre los emprendedores en un 40,6% de casos, mientras que entre las mujeres emprendedoras alcanza un 32,7%.

Por último, resaltar que en términos de motivación emprendedora, si bien en ambos casos se da mayoritariamente por oportunidad, en el caso de los hombres es 10 puntos mayor.

Tabla 9. Perfil medio emprendedor y motivación tras las iniciativas emprendedoras por género.

Rasgos del perfil	Emprendedoras	Emprendedores
Edad promedio	39,61 años	39,88 años
% Origen español	91,3%	87,3%
% Nivel educativo más frecuente	Superior (47%)	Secundaria (55,6%)
Formación específica emprendedora	32,7%	40,6%
% Situación laboral (activo/parado)	78,3% / 15,2%	79,8% / 15,6%
% Emprendimiento por oportunidad	58,8%	68,8%

6.5 Valores, percepciones y actitudes con influencia en la actividad emprendedora. Perspectiva de género

En el primer capítulo se recogía un análisis de diversos aspectos de carácter perceptual, reconocidos por su vinculación con el desarrollo de intenciones y conductas emprendedoras.

Esta sección pasa revista a dichos determinantes perceptuales, desde el punto de vista del género. En este caso, las cuestiones tratan de reflejar percepciones de toda la población en relación a las afirmaciones propuestas, no encontrándose circunscritas únicamente a los emprendedores. Por tanto, ofrecen una visión global al respecto, independientemente de que hombres y mujeres se encuentren o no inmersos en alguna etapa del proceso emprendedor (tabla 10).

La valoración de la existencia de oportunidades en el entorno en 2013 muestra un cierto incremento de respuestas positivas respecto a 2012, rompiendo la tendencia negativa de los últimos años, común tanto en hombres como en mujeres. Como sucede con el resto de variables, el porcentaje de hombres que consideran

que existen buenas oportunidades en el entorno sigue siendo algo más elevado que el de mujeres (19,7% frente a 15,1%)

La percepción de que se dispone de habilidades y conocimientos adecuados para el desarrollo y puesta en marcha de una actividad empresarial alcanza una diferencia de 9,6 puntos entre emprendedores y emprendedoras.

El papel del miedo a un hipotético fracaso de la iniciativa, y sus consecuencias como inhibidor, también ofrece una diferencia de 10,4 puntos, brecha que se ha ampliado con respecto a los dos años anteriores.

En cuanto a la posesión de red social emprendedora, también se amplían las diferencias, toda vez que el porcentaje de individuos que afirman tener emprendedores en su círculo cercano, evoluciona de forma similar a como lo hizo en 2012, incrementándose casi 5,5 puntos en el caso de los hombres y permaneciendo prácticamente invariable en el caso de las mujeres.

En relación a la percepción de la valoración que hace la sociedad del emprendimiento, en términos de buena opción profesional y recompensas al riesgo cuando se alcanza el éxito, se reduce en todos los casos, y no se recogen diferencias significativas entre ambos colectivos.

Tabla 10. Percepciones individuales y sociales con influencia en la actividad emprendedora. Perspectiva de género.

<i>% sobre población adulta por género</i>	Mujeres	Hombres
Existencia de buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista en el entorno		
Sí existen oportunidades	15,1%	19,7%
Percepción de conocimientos y habilidades para la creación de empresas		
Sí poseo esas capacidades	43,0%	52,6%
Posesión de red social emprendedora		
Sí conozco emprendedores	27,7%	33,2%
¿Supondría el miedo al fracaso un obstáculo para emprender?		
No supondría un obstáculo	44,8%	55,2%
En su región la creación de empresa se considera una buena opción profesional		
Sí se considera buena opción	54,6%	54,6%
En su región se considera que el éxito emprendedor proporciona un buen estatus social		
Sí proporciona buen estatus	52,5%	53,3%

6.6 Entorno sociocultural para el emprendimiento femenino

La valoración del entorno sociocultural se ha realizado a través de la participación de un grupo de expertos³, los cuales valoran su acuerdo en relación con una batería de afirmaciones, ofreciendo una visión complementaria a la procedente de la población.

El aspecto que encuentra un mayor grado de acuerdo por parte de los expertos, es la que hace referencia a la igualdad de capacidades para la actividad emprendedora, como viene siendo habitual en años anteriores. También hay acuerdo de los expertos respecto a la aceptación social de la actividad emprendedora como profesión para la mujer, al fomento de la creación de empresas por género, y a la igualdad de acceso a oportunidades. La cuestión que recibe la valoración más baja sigue siendo la referente a la disposición de servicios que hagan posible la conciliación de la vida familiar y profesional.

Tabla 11. Valoración de los expertos sobre el entorno sociocultural para el emprendimiento femenino en la Comunidad Valenciana. Evolución temporal.

En la Com. Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres	4,33	4,2	4,37	4,26	4,29	4,42	4,25	4,26
Emprender es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer	3,36	3,06	3,17	3,22	3,17	3,28	3,17	3,59
Las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres	3,11	3,14	3,82	3,69	3,53	3,47	3,39	3,35
Se fomenta entre las mujeres el autoempleo o la creación de empresas	3,19	2,86	3,18	3,23	3,11	3,34	2,91	3,22
Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso tras formar una familia	2,45	2,03	2,16	2,26	2,44	2,43	2,39	2,74
<i>Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)</i>								

³ La composición del panel de expertos y la metodología de trabajo asociada se detalla en el Capítulo 8. Valoración de condiciones de entorno.

CAPÍTULO 7. LA FINANCIACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO NACIENTE

7.1 Introducción

Una de las condiciones del entorno cuyo estado condiciona en mayor medida la magnitud y características de la actividad emprendedora es la disponibilidad y calidad de la financiación.

El análisis de las necesidades de financiación de las iniciativas en fase naciente explica cómo una parte significativa de ese emprendimiento responde a un perfil con necesidades modestas de capital semilla, y que, sin embargo cada vez necesitan más participación ajena para su arranque, ya sea través de crédito, subvenciones o aportaciones informales.

En este capítulo, se analiza además del capital semilla medio en la actividad emprendedora naciente, cuál es el perfil del inversor informal en la Comunidad Valenciana.

7.2 Capital semilla medio

Los emprendedores involucrados en actividades en fase naciente han sido sondeados acerca de las necesidades de capital que estiman para la puesta en marcha de las iniciativas empresariales que están creando. La agregación y tratamiento de estos datos permite aproximar la envergadura de las iniciativas de negocio que se estaban poniendo en marcha en junio de 2013 en la Comunidad Valenciana, a través de la inversión requerida para su desarrollo, así como su comparativa con años anteriores.

La tabla 12 ofrece una aproximación en relación a los valores representativos de las necesidades financieras estimadas y su agrupación en cuatro conjuntos de igual número de emprendedores por orden creciente de la cuantía estimada.

Tabla 12. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.

VALORES REPRESENTATIVOS	2010	2011	2012	2013
Mediana (valor central)	20.342€	20.000€	10.665€	20.000€
Moda (valor más frecuente)	6.000€ (17,5%)	0€ (11,6%)	0€ (18,8%)	3.000€ (15,6%)
Segundo valor más frecuente	25.000€ (12,6%)	30.000€ (9,7%)	15.000€ (11,5%)	20.000€ (12,7%)
NECESIDADES ORDENADAS POR CUARTILES DE EMPRENDEDORES	2010	2011	2012	2013
1% al 25% de emprendedores	Hasta 6.000€	Hasta 5.092€	Hasta 2262€	Hasta 3.930€
26% al 50% de emprendedores	6.000€ - 20.342€	5.092€ - 20.000€	2.262€ - 10.665€	3.930€ - 20.000€
51% al 75% de emprendedores	20.342€ - 93.428€	20.000€ - 79.124€	10.000€ - 77.393€	20.000€ - 45.013€
76% al 100% de emprendedores	Más de 93.428€	Más de 79.124€	Más de 77.393€	Más de 45.013€

Los 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 respuesta, que presenta algunos casos aislados, no representativos, con elevadas necesidades de capital, que afecta a los valores medios, por lo que es más apropiado hablar de valores frecuentes y grupos.

Hechas las salvedades anteriores, y en base a las respuestas más frecuentes obtenidas de la muestra de emprendedores nacientes, se puede seguir hablando de cierta modestia en cuanto a la dimensión financiera de las nuevas iniciativas que se ponen en marcha.

Así, las necesidades financieras declaradas con más frecuencia por los emprendedores nacientes, ascienden a 3.000 euros. Al respecto, hay que indicar que en los dos últimos años la mayor frecuencia de respuesta correspondía a “no hay requerimientos de capital para esta iniciativa”, circunstancia que había ido en aumento en los últimos tres años. El segundo valor más frecuentemente citado supone unas necesidades de unos 20.000 euros, valor superior al indicado en 2012.

Ello parece vislumbrar un cierto incremento en cuanto a requerimientos de capital, respecto a la situación captada en 2012, pero sin recuperar todavía las cifras de años anteriores. Esta circunstancia se aprecia también si analizamos la ordenación de las necesidades financieras por cuartiles, que apunta en el mismo sentido. De hecho, se puede ver en la tabla 12 cómo los límites de los grupos de emprendedores con menos necesidades se incrementan tras los descensos de los últimos tres años. En este sentido, el valor central que separa al 50% de emprendedores con menores requerimientos de necesidades de capital, del 50% con mayores necesidades, ha crecido hasta los 20.000 euros.

Coincidiendo con anteriores informes, esta tendencia viene siendo observada desde 2008, y se puede concluir en el sentido de que los requerimientos de capital de las iniciativas más modestas se están reduciendo sensiblemente desde el inicio de la crisis. Esto es, las iniciativas emprendedoras con menores estimaciones de capital de puesta en marcha, arrancan con menos capital cada año.

7.3 El inversor informal y su perfil

Los descriptores que aproximan la situación de la inversión informal en la Comunidad Valenciana se recogen en la tabla 13.

En concreto, el porcentaje de individuos que, en junio de 2013, afirma estar financiando o haber financiado en los últimos tres años, la puesta en marcha de negocios de terceros mediante aportaciones propias asciende a un 4,0% (sin tener en cuenta las aportaciones al capital a cambio de participación en la empresa). Ello supone un mantenimiento de la presencia de esta figura entre las fuentes de financiación para la iniciativa emprendedora en nuestra región, tras los incrementos de los últimos años.

El montante aportado de forma más habitual, asciende a 3.000 euros. Además, mayoritariamente a donante y receptor de la financiación les une cierta relación, en el sentido en que, en la mayor parte de los casos (casi un 94%) se trata de lazos de familia sobre todo, y/o amistad.

En síntesis, el perfil del inversor informal se corresponde con un hombre de unos 43 años, al que unen lazos de familia con el beneficiario, que se encuentra en activo, y cuya aportación más usual es de 3.000 euros. Su comparativa con los dos años anteriores viene recogida en la tabla 13.

Tabla 13. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana.

	2010	2011	2012	2013
% población como inversor informal	3,1%	3,1%	4,1%	4,0%
Aportación más frecuente	3.000 €	3.000 €	2.000 €	3.000 €
Relación más frecuente con el beneficiario (%)	Familiar 52,5% Amigo 34,4%	Familiar 65,3% Amigo 20,0%	Familiar 64,8% Amigo 20,1%	Familiar 64,3% Amigo 29%
Hombres/mujeres (%)	Hombre 71,3%	Hombre 59,1%	Hombre 64,7%	Hombre 56,1%
Situación laboral (%)	En activo 63,8%	En activo 79,8%	En activo 72,6%	En activo 50,2%
Edad promedio y tramo más frecuente	45,3 años. 35 a 44 (27,5%)	43,1 años. 35 a 44 (25,4%)	43,7 años. 35 a 44 (32,5%)	43,2 años. 35 a 44 (26,2%)
Renta más frecuente por tercios (%)	Superior 59,3%	Superior 67,4%	Superior 57,7%	Media 39%
Perciben oportunidades (%)	24,5%	15,8%	17,1%	21,0%
Miedo al fracaso no es freno (%)	64,8%	52,5%	60,4%	58,4%
Red social emprendedora (%)	70,0%	50,5%	67,8%	63,0%
Perciben que tienen habilidades emprendedoras (%)	76,9%	77,3%	68,7%	73,9%
Posee formación relacionada con emprendimiento (%)	45,5%	42,8%	43,3%	32%
Tienen intención de emprender (%)	19,0%	28,2%	21,7%	20,4%
Involucrados en TEA (%)	11,9%	14,3%	9,3%	7,5%

CAPÍTULO 8. ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO EN EL QUE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

8.1 Introducción

En este capítulo se ofrece una valoración del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora, el cual viene condicionado por una serie de factores que afectan a las oportunidades de negocio, el potencial emprendedor de la población, y otras variables como los nacimientos, consolidaciones y cierres de actividad.

En GEM se incluyen hasta nueve condiciones de entorno (tabla 14), analizadas por expertos procedentes de diversos ámbitos y relacionados 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. Se trata del contexto específico para emprender, y no del contexto socio-económico general o de competitividad de un país o región.

En el caso específico de la Comunidad Valenciana, en 2004 y con ocasión del primer informe GEM de la región, se formó un grupo de 36 empresarios y profesionales, el cual valora anualmente la situación de las condiciones de entorno. El grupo mantiene al menos un 75% de sus miembros entre ediciones consecutivas, al objeto de garantizar una cierta continuidad en los criterios empleados para valorar las condiciones establecidas.

Las tablas 15 y 16 detallan la procedencia y ámbito de influencia de los expertos participantes en el estudio GEM 2013 de la Comunidad Valenciana. Se ha contado con la participación de expertos relacionados con todas las condiciones de entorno analizadas y con procedencia del mundo empresarial (empresarios, representantes de asociaciones empresariales, etc.), y del ámbito de la Administración (organismos regionales, provinciales y locales que ofrecen servicios y desarrollan programas específicos para emprendedores).

Tabla 14. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por los expertos.

Condición	Descripción
APOYO FINANCIERO	Disponibilidad de recursos financieros de cualquier tipo para la creación, puesta en marcha y crecimiento de nuevas empresas, incluyendo subvenciones y subsidios.
POLÍTICAS PÚBLICAS	Contribución de las políticas de las administraciones públicas al apoyo de empresas de nueva creación o en crecimiento, manifestadas principalmente en 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, así como de otras instituciones relacionadas que facilitan este tipo de servicios para creación o desarrollo de negocios.
APERTURA DEL MERCADO INTERNO	Facilidad que encuentran las empresas nuevas y en crecimiento para introducirse en el mercado y competir.
ACCESO A LA 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 en el territorio, favorecen o inhiben la puesta en marcha de nuevas empresas.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

Tabla 15. Ámbito de influencia de los expertos participantes en el Informe GEM Comunidad Valenciana 2013.

Ámbito de influencia	Número de expertos
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

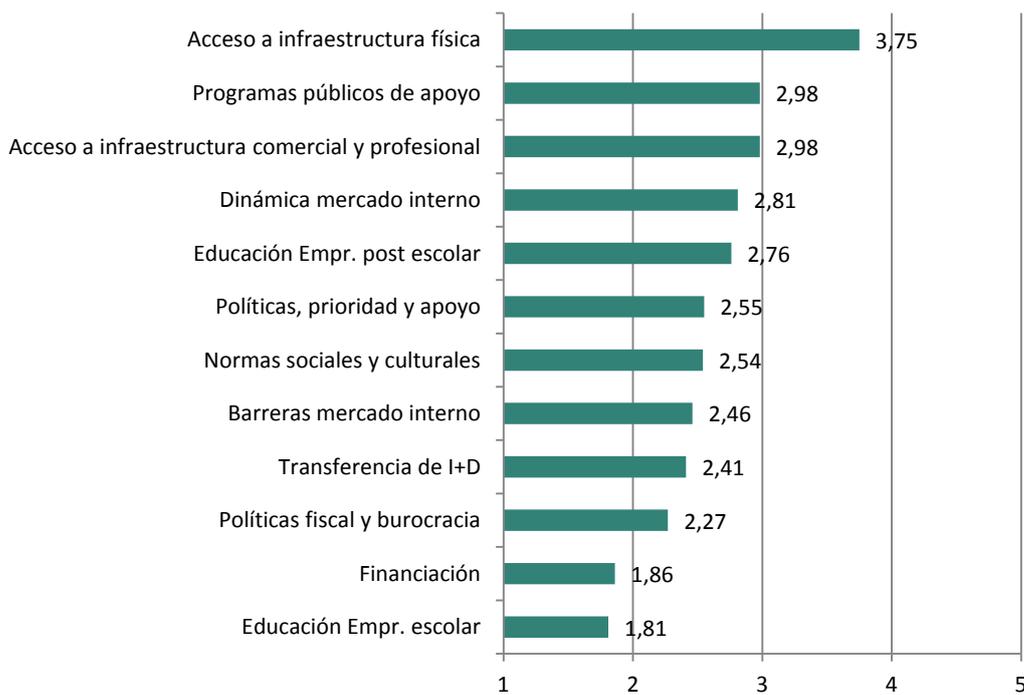
Tabla 16. Ámbitos de procedencia de los expertos participantes en el Informe GEM Comunidad Valenciana 2013.

Ámbito de procedencia	Número de expertos
Empresarios	12
Profesionales	24
<i>Expertos de cámaras de comercio y asoc. empresariales</i>	4
<i>Expertos de entidades regionales de apoyo</i>	4
<i>Expertos de entidades locales de apoyo</i>	4
<i>Expertos de innovación y desarrollo empresarial</i>	4
<i>Expertos de financiación</i>	4
<i>Expertos de educación y formación</i>	4
Total	36

8.1 Valoración global de las condiciones de entorno para emprender

La valoración de las condiciones de entorno emprendedor para el año 2013⁴, de acuerdo a su consideración por parte de los expertos consultados en el caso de la Comunidad Valenciana, se muestra en la figura 39. Se trata de valoraciones globales, que recogen una síntesis del grado de acuerdo o desacuerdo expresado por los expertos sobre una batería de cuestiones representativas que éstos evalúan según una escala Likert de 1 a 5⁵. El detalle de dichas cuestiones se puede consultar en el apartado 8.3 de este capítulo.

Figura 39. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2013. Comunidad Valenciana.



⁴ Los expertos realizan estas valoraciones en el segundo trimestre del año.

⁵ Las valoraciones globales que superan la media de 3 puntos se pueden considerar favorables, mientras que las que no la superan se consideran desfavorables.

Es habitual en los informes GEM que en la escala utilizada (1 a 5), prácticamente ninguna de las condiciones supere el 4. Éste es un resultado corriente, dado que un 5 supondría una percepción de perfección en dichas condiciones por parte de los expertos.

En síntesis, la figura 39 ofrece una imagen de la situación que los expertos consultados continúan considerando como poco favorable al emprendimiento, al igual que en el conjunto de España. De hecho, tan solo una de las condiciones evaluadas supera el 3: la relativa a las condiciones de acceso a infraestructura física. Ateniéndonos a la valoración media, también se pueden considerar como adecuadas otras dos: la evaluación efectuada acerca de los programas públicos de apoyo al emprendimiento y la percepción sobre el estado de las condiciones de acceso a infraestructura comercial y profesional, ambas con una valoración prácticamente de 3. En el otro extremo, como aspectos peor valorados y más necesitados de mejora, se encuentran los relativos a soporte y apoyo financiero a las iniciativas emprendedoras y empresariales, y la orientación al emprendimiento de la educación primaria y secundaria, ya que no alcanzan la puntuación 2.

No obstante, estos datos deben ser situados en un contexto más amplio y dinámico. En este sentido, la tabla 17 amplía la perspectiva desde un punto de vista temporal, ofreciendo, para la Comunidad Valenciana, la evolución de las valoraciones desde 2006, mientras que la figura 40 sitúa los datos 2013 en el contexto de valoraciones otorgadas al conjunto de España.

En relación a su evolución temporal (tabla 17), la jerarquía de factores -en cuanto a la puntuación relativa recibida- no se altera en gran medida en los últimos años, si bien la valoración global de los expertos consultados ha recogido leves descensos en todas las condiciones entre 2012 y 2013, con excepción de la concerniente al acceso a infraestructura física, que se ha incrementado. Las condiciones de acceso a la financiación y la orientación al emprendimiento de la educación en sus niveles iniciales, siguen recogiendo la peor valoración del período, al igual que ocurría en años anteriores.

A excepción de la infraestructura física, estos movimientos en las valoraciones sitúan por primera vez al resto de condiciones, por debajo de 3 puntos, de modo similar a lo que se recoge para el conjunto de España en 2013.

De hecho, la figura 40 nos muestra cierta similitud en la valoración relativa otorgada a las condiciones de entorno, entre la Comunidad Valenciana y el conjunto del territorio español, si bien hay que resaltar que la percepción de los expertos consultados en la región es globalmente superior respecto a la del conjunto del país, en particular en aspectos como la orientación emprendedora de la educación en todos sus niveles, la normas socioculturales, o las posibilidades

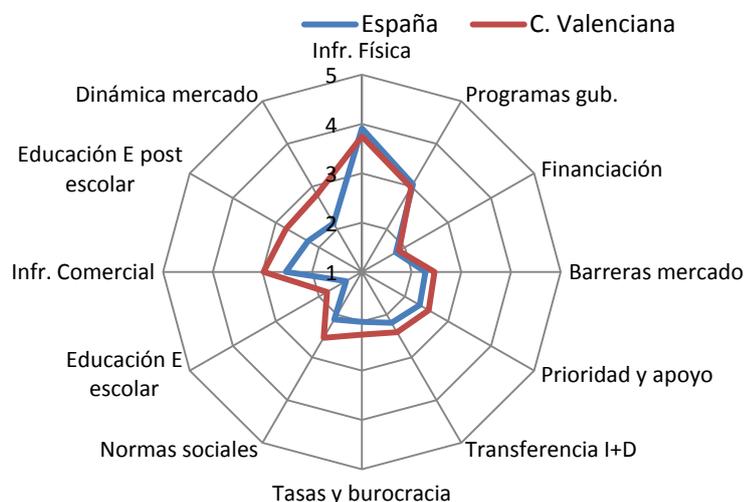
de acceso a infraestructura comercial y profesional, considerándose también su mercado interno más dinámico.

Tabla 17. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana. Evolución temporal.

Valoración global (mín.=1; máx.=5)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Acceso a infraestructura física	3,67	3,62	3,79	3,84	3,70	3,65	3,47	3,75
Programas públicos de apoyo	3,08	2,93	3,22	3,18	3,20	3,08	3,08	2,98
Acceso a infraestructura comercial y profesional	3,22	3,41	3,20	3,17	3,03	3,06	3,08	2,98
Mercado interno: velocidad de los cambios	2,14	2,26	2,69	2,75	2,63	2,59	3,02	2,81
Educación y formación post-secundaria	2,68	2,65	2,82	2,84	2,61	3,03	3,04	2,76
Políticas públicas: políticas de apoyo	2,79	2,78	2,80	2,57	2,43	2,41	2,65	2,55
Normas sociales y culturales	3,09	2,63	2,91	2,97	2,62	2,88	2,81	2,54
Mercado interno: apertura	2,81	2,68	2,68	2,67	2,74	2,42	2,65	2,46
Transferencia de tecnología	2,48	2,32	2,64	2,50	2,46	2,50	2,66	2,41
Políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	2,75	2,47	2,81	2,48	2,59	2,67	2,60	2,27
Apoyo financiero	2,43	2,39	2,37	2,33	2,13	2,11	1,91	1,86
Educación primaria y secundaria	1,89	1,72	1,82	1,75	1,82	2,02	2,10	1,81

En cada condición de entorno, el grupo de expertos evalúa la correspondiente batería de afirmaciones a partir de una escala de Likert, de 1 a 5, según su grado de acuerdo con las mismas. La valoración global de cada condición de entorno analizada se obtiene mediante un análisis de componentes principales que sintetiza el conjunto de afirmaciones valoradas en cada una de ellas.

Figura 40. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2013 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.



8.2 Detalle de las valoraciones de las condiciones de entorno

Como se ha anticipado, las valoraciones globales de las condiciones de entorno se obtienen a partir de una batería de cuestiones ligadas a cada una de las mismas. Este último apartado recoge el detalle de dichas cuestiones.

Es habitual en los estudios GEM llevados a cabo en territorios desarrollados, y en particular en todas las ediciones en la Comunidad Valenciana, que los aspectos relacionados con el **acceso a infraestructura física** (comunicaciones, servicios básicos de agua, electricidad, etc., carreteras,...) destaquen sobre el resto, siendo los mejor valorados. También en 2013 (tabla 18) las cuestiones particulares ligadas a esta condición de entorno son evaluadas favorablemente en su totalidad, destacando especialmente la evolución de las calificaciones respecto a los plazos para proveerse de acceso a servicios básicos (agua, electricidad,...) y al acceso a sistemas de comunicación (teléfono, internet), que supera la puntuación 4. Dentro de este conjunto de aspectos, los que tienen una valoración menor son los relativos los costes de acceso a estos servicios.

Tabla 18. Evaluación acceso a infraestructura física en la Comunidad Valenciana.

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento	3,53	3,47	3,89	4,00	4,00	3,77	3,83	3,92
No es excesivamente caro, para una empresa nueva o en crecimiento, acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.)	3,64	3,72	3,71	3,69	3,65	3,63	3,50	3,50
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana	3,49	3,32	3,59	3,86	3,65	3,54	3,50	4,14
Una empresa nueva o en crecimiento puede afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.)	3,86	3,83	3,92	3,67	3,76	3,69	3,25	3,44
Una empresa nueva o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.) en aproximadamente un mes	3,79	3,77	3,79	4,03	3,5	3,7	3,47	3,91

Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)

Los **programas públicos de apoyo** (tabla 19) continúan situándose en segundo lugar. Se mantiene la puntuación media obtenida en 2012, en torno al 3, y los elementos mejor valorados son el papel de los parques científicos e incubadoras en cuanto a su apoyo a la creación y desarrollo de empresas, y la profesionalidad de los técnicos de las entidades de apoyo. También se sitúa por encima del 3 por primera vez, el juicio sobre la posibilidad de que los demandantes de apoyo puedan encontrar programas adecuados a sus necesidades específicas. El resto de aspectos se consideran susceptibles de mejora, y en particular, desciende por debajo de 3, la puntuación otorgada a la posibilidad de obtener información adecuada sobre la amplia gama de las distintas ayudas existentes en materia de emprendimiento, mediante el contacto con un único organismo.

Tabla 19. Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana.

En la Com.Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas públicas a la creación y al crecimiento de nuevas empresas, contactando con un solo organismo público	3,25	3,29	3,09	3,03	3,03	3,34	3,17	2,83
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento	3,5	3,26	3,76	3,71	3,71	3,46	3,69	3,31
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas	2,97	3	3,22	3,06	3,06	3,09	2,61	2,94
Los profesionales que trabajan en las entidades públicas de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces	3,36	2,97	3,71	3,51	3,58	3,43	3,72	3,29
Casi todo el que necesita ayuda de un programa público para crear o consolidar una empresa puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades	2,71	2,43	2,81	2,89	2,92	2,81	2,58	3,28
Los programas públicos que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos	2,81	2,6	2,94	2,81	2,89	2,67	2,74	2,88

Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)

Las **condiciones de acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales** (tabla 20) siguen siendo percibidas como adecuadas, manteniendo prácticamente su valoración global durante los últimos tres años. Los expertos interpretan que existe suficiente infraestructura comercial-profesional, si bien sitúan la dificultad principal en su coste. En este ámbito, se considera adecuada la facilidad de acceso a servicios de asesoramiento empresarial, aunque la valoración ha descendido respecto a años anteriores, apropiado también el acceso a proveedores y subcontratistas, y difícil el acceso a buenos servicios bancarios y financieros, cuya valoración ha descendido particularmente, para ser la cuestión peor valorada en este ámbito.

Tabla 20. Evaluación del acceso a servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana.

En la Com. Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento	3,59	3,51	3,75	3,82	3,75	3,75	3,62	3,86
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores	2,65	2,53	2,37	2,41	2,44	2,31	2,42	2,46
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas	3,03	3,2	3,11	3,26	3,03	3,03	2,94	3,11
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal	3,56	3,53	3,54	3,51	3,42	3,5	3,53	3,19
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios	3,47	3,71	3,31	2,69	2,34	2,68	2,71	2,14

Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)

Tras las condiciones anteriores, encontramos un amplio conjunto de éstas que se sitúan en una zona “intermedia” (con puntuaciones por encima de 2, pero sin llegar a 3), esto es, que poseen cierto grado de desarrollo, pero que requieren ciertas actuaciones de mejora.

En primer lugar, se halla el juicio realizado sobre el **mercado interno** de la región, en sus dos consideraciones: **volatilidad y apertura** (tabla 21). Respecto a la primera, la valoración promedio de los expertos ha descendido levemente, tras el repunte que consideraba un incremento de la volatilidad de los mercados en 2012, aunque la percepción de dinamismo todavía se sitúa por encima de 2011, tanto en relación a la velocidad de los cambios que operan en los mercados de bienes y servicios orientados a consumo, como en los orientados a empresas. Respecto al grado de apertura de los mercados y las oportunidades que ello conlleva, los expertos siguen reconociendo dificultad en las posibilidades de acceso (barreras de entrada) para las empresas nuevas y en crecimiento, en mayor medida si cabe que en años anteriores.

Tabla 21. Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana.

En la Com.Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,12	2,23	2,65	2,78	2,69	2,63	3,06	2,91
Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,23	2,29	2,74	2,72	2,57	2,54	2,97	2,71
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados	2,68	2,6	2,6	2,58	2,39	2,47	2,8	2,36
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado	2,56	2,37	2,43	2,47	2,56	2,44	2,39	2,22
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas	2,67	2,94	2,69	2,83	2,92	2,56	2,59	2,68
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir	3,36	3	2,96	3	3	2,32	2,64	2,48

Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)

También en este segmento de valoraciones se sitúa el juicio sobre la orientación emprendedora de la educación y la formación. En particular (tabla 22) los **niveles educativos posteriores a la secundaria** son los que se encuentran relativamente mejor situados; sin embargo, tras los incrementos en cuanto a su valoración, recibidos en los dos últimos años, en 2013 se vuelve a niveles previos. Si bien las cuestiones integrantes de este nivel educativo recogen descensos, es de especial consideración el relativo al grado de acuerdo con la afirmación de que la formación en administración, dirección y gestión de empresas sea condición suficiente para asegurar una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas.

Tabla 22. Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana.

En la Com. Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
En la enseñanza primaria y secundaria se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	2,03	1,76	1,8	1,89	1,8	2,11	2,22	1,89
En la enseñanza primaria y secundaria se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de la economía de mercado	2	1,85	1,91	1,74	1,91	2,09	2,13	1,82
En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas	1,68	1,56	1,75	1,71	1,74	1,92	1,94	1,76
Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresa y el crecimiento de las establecidas	2,36	2,47	2,51	2,72	2,33	2,69	2,78	2,66
La formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas	2,9	2,72	3,21	3,14	2,94	3,36	3,26	2,82
Los sistemas de formación profesional y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas	2,84	2,67	2,73	2,7	2,56	3	2,91	2,75

Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)

Las **políticas de apoyo** a la creación de empresas (tabla 23), desarrolladas desde las distintas administraciones públicas, recogen distinta valoración según se ponga el foco en su orientación y prioridad para con el emprendimiento, o bien en la facilidad y rapidez de los trámites que conllevan. En relación al primer aspecto se sigue manteniendo la valoración relativa a la orientación de estas políticas a las empresas nuevas y en crecimiento, y se reduce drásticamente la valoración de su orientación a empresas de nueva creación, juzgada por los expertos como

necesitada de más atención. Respecto a la facilidad de tramitación, el juicio de los expertos presenta una evolución negativa, dando a entender que es un ámbito especialmente necesitado de acción, tanto en la burocracia a la que tienen que hacer frente los potenciales emprendedores (agilidad en trámites, regulaciones,...), como en relación a la coherencia del conjunto de tasas y distintas regulaciones que afectan al emprendimiento.

Tabla 23. Evaluación de las políticas públicas de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana.

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Las políticas públicas favorecen claramente a las empresas de nueva creación	2,39	2,31	2,22	2,14	2,06	2,2	2,44	1,97
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en las políticas del gobierno estatal	2,74	2,91	2,89	2,53	2,44	2,36	2,75	2,81
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en las políticas de la administración autonómica	3,06	3,03	3,11	3,03	2,75	2,66	2,69	2,78
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana	2,29	1,97	2,19	1,94	2,22	2,31	2,78	2,21
Impuestos y tasas no constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general	3,11	2,74	3,28	2,39	2,72	2,66	2,61	2,17
Impuestos, tasas y otras regulaciones públicas sobre la creación de nuevas empresas, y el crecimiento de las establecidas, son aplicados de una manera predecible y coherente	3,38	2,79	3,28	2,77	2,81	2,91	2,62	2,34
Llevar a cabo los trámites burocráticos y la obtención de licencias para el desarrollo de la actividad empresarial no representa una especial dificultad	2,79	2,39	2,46	2,39	2,56	2,66	2,56	2,25

Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)

En el caso de las **normas sociales y culturales** (tabla 24), y su relación con valores vinculados al emprendimiento, los expertos valoran la totalidad de las cuestiones por debajo de la puntuación media de 3. De este modo, se desprende que es necesario un esfuerzo en robustecer los pilares que conduzcan a una mayor cultura emprendedora en la sociedad. Especialmente baja es la valoración de la cuestión relativa a la asunción de riesgos empresariales, muy probablemente motivada por la incertidumbre del entorno.

Tabla 24 Evaluación de las normas sociales y culturales en la C. Valenciana.

En la Com. Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito conseguido a través del esfuerzo personal	3,46	2,94	3,35	3,36	3,11	3,22	3,17	2,81
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal	3,14	2,72	3,03	3,00	2,56	2,97	3,00	2,53
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial	2,89	2,31	2,63	2,44	2,31	2,61	2,44	2,17
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación	3,09	2,34	2,71	3,09	2,58	2,69	2,72	2,50
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida	3,72	2,72	2,79	2,97	2,56	2,86	2,75	2,75

Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)

En relación al entorno tecnológico, y la valoración de las posibilidades de **transferencia de tecnología** (tabla 25), en términos globales se recoge un descenso respecto a años anteriores, situándose en una posición relativa media-baja. La afirmación que recoge mayor grado de acuerdo de los expertos, sigue siendo la capacidad y potencialidad de la ciencia y la tecnología para la creación de empresas competitivas a nivel global. Sin embargo, queda patente en mayor grado que en años anteriores, la percepción de que existe una importante limitación de capacidad de las empresas nuevas para costearse el acceso a las

últimas tecnologías, así como en relación a la existencia y adecuación de ayudas para acceder a las mismas. Sigue considerándose fundamental mejorar los apoyos a científicos para la explotación de ideas con la creación de empresas.

Tabla 25. Evaluación de la transferencia tecnológica en la C. Valenciana.

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento	2,45	2,4	2,41	2,44	2,35	2,67	2,97	2,57
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas	2,66	2,71	2,89	2,65	2,68	2,84	2,91	2,94
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías	2	1,86	2,08	1,97	2,03	2,15	2,21	1,92
Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento, para adquirir nuevas tecnologías, son suficientes y adecuadas	2,38	2,3	2,58	2,62	2,26	2,15	2,18	1,88
La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global	2,73	2,8	3,4	2,18	3,06	3,35	3,16	3,21
Existe el apoyo suficiente para que los científicos puedan explotar sus ideas a través de la creación de nuevas empresas	2,38	2,39	2,74	2,32	2,49	2,32	2,3	2,06

Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)

Al igual que en anteriores ediciones, tanto en la Comunidad Valenciana como en el resto de España, las dos condiciones que obtienen las valoraciones más bajas (por debajo de 2), son la relativas a la educación primaria y secundaria, y al soporte financiero, condiciones habitualmente calificadas como deficitarias.

Respecto a la relación de la **educación primaria y secundaria** con el emprendimiento (véase anterior tabla 22), es la condición de entorno que recibe en 2013 la valoración global más baja, y si bien en los cuatro últimos años su valoración se había venido incrementando levemente, la percepción de los expertos, la reduce a niveles mínimos en el histórico GEM en la Comunidad

Valenciana. De este modo, se sigue dejando patente que la atención al estímulo de la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa desde edades tempranas, la mejora de conocimientos sobre economía, y fundamentalmente, el fomento del espíritu emprendedor, siguen siendo elementos deficitarios en el sistema educativo.

El **apoyo financiero** (tabla 26) ha ido reduciendo progresivamente su valoración año a año, al igual que ocurre en el promedio nacional, lo que viene a ser un reflejo de la situación de crisis que está constriñendo la liquidez y el crédito a las empresas. Las valoraciones de los expertos ponen de manifiesto que ninguna de las posibilidades de financiación analizadas merece la calificación de que su estado actual sea adecuado en la región. Únicamente dos de las cuestiones planteadas superan la valoración de 2 sobre 5: la existencia de inversores privados y la oferta de capital riesgo. Ambas mantienen e incrementan respectivamente su valoración respecto a 2012. El resto quedan por debajo de 2 y siguen mostrando una evolución negativa.

Tabla 26. Evaluación del apoyo financiero a la creación de empresas en la C. Valenciana.

En la Com. Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Existen suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento	2,65	2,63	2,67	2,42	2,19	2,14	1,89	1,81
Existen suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento	2,84	2,78	2,69	2,50	2,14	1,97	1,86	1,67
Existen suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento	2,65	2,56	2,81	2,72	2,42	2,31	1,77	1,72
Existe suficiente financiación de inversores privados distintos de los fundadores para empresas nuevas y en crecimiento	2,18	2,34	2,21	2,32	2,31	2,20	2,06	2,08
Existe una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento	1,96	2,24	2,27	2,23	2,35	2,21	1,97	2,26
Existe suficiente financiación ajena disponible, a través de la salida a bolsa, para las empresas nuevas y en crecimiento	2,00	1,66	1,47	1,76	1,77	1,94	1,93	1,74

Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)

8.3 Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones

El análisis del contexto emprendedor en la Comunidad Valenciana, se complementa mediante las opiniones del grupo de expertos en relación a frenos y favorecedores de la actividad emprendedora, así como con propuestas, recomendaciones o medidas para la mejora.

Para ello se ha solicitado a cada uno de los expertos entrevistados, hasta tres aspectos principales que a su juicio obstaculizan el emprendimiento en la región, tres que lo favorecen, y tres ámbitos sobre los que actuar para impulsarlo. Las tablas 27, 28 y 29 muestran los resultados obtenidos, a partir de la clasificación de las respuestas en los ámbitos definidos por el equipo GEM internacional.

De acuerdo con la opinión global expresada por los expertos regionales, los tres aspectos que mayor **obstáculo** (tabla 27) suponen a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana son el acceso a la financiación (83,3%), el estado de las políticas de apoyo (52,8%) y la crisis económica (38,9%).

La restricción de acceso a financiación sigue siendo con gran diferencia el principal obstáculo percibido, situada sin dudas por el conjunto de los expertos en primer lugar, un año tras otro, como principal factor que constriñe la actividad emprendedora y empresarial, y también como uno de los principales elementos sobre el que fijar la atención en cuanto a recomendaciones de mejora.

Por otra parte, la crisis económica y sus efectos aparecen en la presente edición en tercer lugar, mientras que anteriormente había sido el segundo obstáculo de mayor peso. En este sentido, el estado y adecuación de las políticas de apoyo al emprendimiento (en relación a su amplitud, adecuación y burocracia aparejada) pasan a situarse en segundo lugar. El resto de obstáculos destacados, aunque en menor medida, hacen referencia al estado del contexto político, institucional y social, la insuficiencia de una cultura emprendedora sólida y capacidad emprendedora en la población, y la orientación de la educación y la formación al emprendimiento en todos sus niveles.

Tabla 27. Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora.

Ámbitos del entorno que generan obstáculos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (gravedad)
Apoyo financiero	83,3%
Políticas de apoyo	52,8%
Crisis económica	38,9%
Contexto político, institucional y social	25,0%
Normas sociales y culturales	16,7%
Capacidad emprendedora	16,7%
Educación y formación	13,9%
Programas de apoyo	11,1%

Tabla multi-respuesta donde cada experto podía mencionar hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)

En relación a los **apoyos** (tabla 28), los expertos consultados enuncian como principales favorecedores del entorno a la actividad emprendedora, la situación del mercado laboral (41,7%), los programas e iniciativas públicas de apoyo (38,9%) y el grado de apertura del mercado interno (25%). Otros elementos positivos destacados (22,2%) son los esfuerzos en educación y formación, o la capacidad emprendedora percibida en la población de la Comunidad Valenciana.

Respecto a la situación del mercado laboral, un gran número de expertos ha citado el hecho de que las consecuencias de la crisis sobre éste están impulsando el emprendimiento, pero como consecuencia del elevado nivel de desempleo, de modo que se considera un factor de empuje sobre nuevas iniciativas emprendedoras, pero por necesidad ante la falta de la alternativa del empleo por cuenta ajena. Este hecho se ha podido observar al analizar la motivación emprendedora en el capítulo 3 de este informe.

De este modo, la crisis económica y sus efectos es considerada como fuente de obstáculos a la actividad emprendedora, y también como inductora del autoempleo y el emprendimiento por necesidad.

Así, como al igual que ocurría en la pasada edición de este informe, a juicio de los expertos, el clima económico generado por la crisis y sus consecuencias está modificando las características de la dinámica emprendedora en la región -al igual que en el resto de España- en tanto que, de un lado obstaculiza la actividad emprendedora, debido a las dificultades y la incertidumbre, y de otro

lado, está dando lugar a la generación de nuevas actividades por necesidad, ante la falta de alternativas y una situación laboral acuciante.

Los programas de apoyo se citan en segundo lugar como factor impulsor de la actividad emprendedora. En este sentido se destacan aspectos como la labor de los agentes de desarrollo en el ámbito local y la cercanía a los emprendedores potenciales e incipientes; el papel de las incubadoras y las aceleradoras; o la proliferación de los espacios de *coworking*, y diversos encuentros, actividades de promoción, información y formación a emprendedores, o iniciativas como el “Día de la Persona Emprendedora” y las convocatorias de diversos premios. Además, se destaca la progresiva simplificación y eliminación de trabas administrativas.

Los expertos han destacado en tercer lugar como favorecedor de la iniciativa emprendedora en el contexto 2013, aspectos relacionados con el grado de apertura del mercado en cuanto a nuevas oportunidades de negocio y formas alternativas de ofrecer productos y servicios ya existentes, así como en relación a la modificación de los grados de competencia y las posibles barreras de entrada a otros sectores. A juicio de los expertos, la exportación y la internacionalización constituye una vía para la puesta en marcha y crecimiento de negocios en la Comunidad Valenciana ante la atonía de la demanda interna, y por otra parte, el auge y reducción de coste de las tecnologías de la información y comunicación contribuye a la existencia de oportunidades en sectores relacionados con estas tecnologías e Internet, así como con el comercio electrónico, que además requieren de una, relativamente, baja inversión.

Como cuarto ámbito de apoyo citado por los expertos se encuentra la educación y la formación. En este sentido, si bien aparecía entre los obstáculos, el hecho de ser destacado como impulsor pone de manifiesto que los expertos opinan que se está actuando decididamente sobre este importante factor, pero que todavía queda mucho por hacer. La mayor orientación emprendedora de la educación reglada, la presencia de asignaturas específicas de ámbito económico y empresarial, las actividades de fomento en el ámbito educativo, o la amplia oferta formativa en materia de cursos que promueven el espíritu emprendedor, han sido destacadas por los expertos, pero reconociendo que sólo se ha recorrido parte del camino y que hay amplio margen de mejora.

Tabla 28. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora.

Ámbitos del entorno que suponen apoyos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (importancia)
Situación del mercado laboral	41,7%
Programas de apoyo	38,9%
Apertura del mercado interno	25,0%
Educación y formación	22,2%
Capacidad emprendedora	22,2%
Transferencia de I+D	16,7%
Políticas de apoyo	13,9%
Contexto político, institucional y social	13,9%

Tabla multi-respuesta donde cada experto podía mencionar hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)

Las principales **recomendaciones** (tabla 29) propuestas por los expertos reiteran las ya recogidas en la anterior edición de este informe. Así, la mejora de los programas de apoyo (62,9%), las políticas (54,3%), el apoyo financiero (51,4%), y la educación y formación (34,3%) son las más destacadas, pudiendo citarse también las relativas a tratar de reforzar y consolidar una mayor cultura emprendedora en la población y a mejorar la disponibilidad, acceso y provisión de información útil y orientada a emprendedores potenciales y actuales.

En relación a las políticas y programas de fomento, ambos factores se encuentran entre los apoyos y también entre los obstáculos, lo que implica que se reconoce su labor, pero que existe margen de mejora. Priorizar el apoyo y el fomento al emprendimiento, mejorar las subvenciones y exenciones, facilitar aspectos tributarios y contables, y sobre todo, agilizar la burocracia, que actúa como un freno adicional para los potenciales emprendedores, son destacados como necesidades por los expertos.

Respecto a la financiación, las opiniones de los expertos pasan por recomendar una mayor facilidad de acceso a la financiación, y manifiestan la necesidad de que el sector financiero vuelva a hacer circular el crédito para las empresas, así como que se estimule el desarrollo de nuevos productos de financiación más acordes a las necesidades actuales propiciadas por el nuevo entorno económico. Además, se citan fuentes de financiación no suficientemente aprovechadas, como son el papel que pueden jugar los business angels y las plataformas de crowdfunding.

Por último, cabe citar las recomendaciones relacionadas con la educación y su orientación al emprendimiento, que ocupan un lugar significativo tras los tres grupos citados. La importancia de facilitar actitudes y percepciones emprendedoras en todos los niveles educativos queda patente para los expertos, y en este sentido se plantean propuestas que pasan por acercar a los empresarios a las aulas desde los niveles básicos, y mostrarlos como casos de éxito, dar más peso a la formación práctica en emprendimiento, y potenciar el fomento del espíritu emprendedor desde edades tempranas.

Tabla 29. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora.

Ámbito del entorno al que pertenecen las recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (importancia)
Programas de apoyo	62,9%
Políticas de apoyo	54,3%
Apoyo financiero	51,4%
Educación y formación	34,3%
Normas sociales y culturales	14,3%
Información	11,4%

Tabla multi-respuesta donde cada experto podía mencionar hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)

CAPÍTULO 9. REFLEXIONES FINALES

El Observatorio GEM de la Comunidad Valenciana nos ha permitido, en estos diez últimos años, observar de cerca y analizar los principales indicadores de la actividad emprendedora bajo una perspectiva temporal y territorial.

En particular, los datos recogidos en el presente informe GEM, aportan conclusiones a cerca de la prevalencia de algunos rasgos y percepciones del carácter emprendedor en la población de 18 a 64 años, así como el resultado de la actividad emprendedora del año 2013 y el contexto en que se ha desarrollado.

Con todo, las dificultades económicas y laborales por las que atraviesa el país desde el año 2008, y en concreto la Comunidad Valenciana, han afectado considerablemente a las percepciones sobre oportunidades emprendedoras hasta el año 2012, año en el que se obtuvo el dato más bajo de todo el periodo analizado. Sin embargo, para el año 2013, los datos indican que un 17,4% de la población de la Comunidad Valenciana aprecia oportunidades para el emprendimiento a futuro en la región. Este porcentaje supone un cambio respecto a la tendencia de los tres últimos años.

En cuanto a la parte activa del proceso emprendedor, más allá de las intenciones, se estima que un 5,5% de los individuos de la población adulta de la Comunidad Valenciana se encontraban implicados en 2013, en actividades emprendedoras incipientes, o negocios de reciente creación, con menos de 42 meses de operatividad.

A pesar de que la actividad incipiente desarrollada ha disminuido respecto al año anterior, es destacable el crecimiento detectado en la actividad emprendedora nueva, lo que puede indicar que la puesta en marcha de iniciativas en 2012, ha visto su continuidad en 2013 en un aumento de actividad con algo más de recorrido.

Los datos de la encuesta a la población indican que en la Comunidad Valenciana, aproximadamente la mitad de los individuos sienten que cuentan con

el bagaje de capacidades necesario para la puesta en marcha de proyectos de negocio, cifra que se ha mantenido relativamente estable a lo largo de todo el período analizado. Éste es considerado como un componente fundamental para el desarrollo de comportamientos emprendedores, dado que está vinculado a la percepción de viabilidad de los proyectos empresariales.

Sin embargo, las iniciativas que se desarrollan continúan siendo de tamaño muy reducido, a juzgar tanto por sus necesidades financieras, como por sus requerimientos de recursos humanos actuales y a futuro. Estas circunstancias reflejan en muchas ocasiones, iniciativas que se desarrollan con vocación de autoempleo del propio emprendedor y con aportación del 100% del capital necesario con fondos propios.

Ante las crecientes dificultades de acceder a la financiación bancaria tradicional, continúa en un porcentaje similar al año anterior, la población implicada en financiación informal, básicamente familiares del emprendedor, con aportaciones medias de unos 3.000 euros. De éstos, más de la mitad de los inversores informales pertenecen al grupo conocido como de las tres F's (family, friends and fools), considerándose el entorno más cercano al emprendedor, a través del cual suelen conseguir los apoyos necesarios para iniciar su proyecto empresarial.

Además de la financiación, el asesoramiento y la formación específica para emprender, son dos de los factores más importantes considerados en el informe GEM, ya que constituyen un apartado fundamental para evitar cierres o abandonos prematuros de la iniciativa empresarial. En este punto cabe destacar que para aquellas iniciativas que podemos considerar como nacientes, aproximadamente un 50% de la población afirma poseer alguna formación específica para emprender. Estas iniciativas nacientes, son las que se convertirán en nuevas (hasta 3 y 42 meses de actividad) en años posteriores.

Los expertos que valoran el entorno en el que se desarrolla el proceso empresarial, consideran que el emprendedor de la Comunidad Valenciana sigue contando con el apoyo de una buena infraestructura física, comercial y profesional, y que además puede asesorarse por diferentes entidades que desarrollan programas de apoyo. Sin embargo, como aspectos peor valorados y más necesitados de mejora, destacan los relativos a la orientación al emprendimiento de la educación primaria y secundaria, clave para el futuro, y muy especialmente, el soporte y apoyo financiero a las iniciativas emprendedoras y empresariales, desde el ámbito privado y también desde el público, en cuanto a agilidad y resolución efectiva de subvenciones y otros programas de apoyo económico.

En este sentido, merece especial mención la Ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, como medida de apoyo al

emprendimiento más relevante desarrollada durante el año 2013. La amplitud de la norma y sus objetivos de cambio estructural, de impulso de las iniciativas emprendedoras, productividad, crecimiento e internacionalización empresarial, entre otros, justifica sobradamente el trabajo realizado en el informe GEM nacional, en el que un grupo de expertos ha valorado las novedades ofrecidas por la misma⁶.

De hecho, entre los aspectos que cobran importancia en la actual coyuntura son los relativos a políticas públicas que favorezcan las condiciones para iniciar nuevas actividades emprendedoras así como el establecimiento de mecanismos de reconocimiento y ventajas fiscales para fuentes de financiación informal y business angels, que en la situación actual, se hace imprescindible en muchas ocasiones para el inicio de la actividad. Es destacable por ejemplo en la Comunidad Valenciana, las medidas desarrolladas por diversas instituciones para ofrecer apoyo financiero para empresas de reciente creación. Se trata de medidas que les permiten apoyar económicamente a los emprendedores, evitando la descapitalización que para las instituciones implicadas suponían las subvenciones a fondo perdido.

Adicionalmente, otras medidas que pueden tener un efecto positivo, derivadas del incremento de la tasa de emprendimiento en solitario, son las relacionadas con actividades de networking que facilitan el intercambio de experiencias y los contactos entre emprendedores. Entre las desarrolladas, cabe destacar un considerable incremento en la Comunidad Valenciana de las actividades denominadas como “coworking”, es decir, una forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores, y pymes de diferentes sectores, compartir un mismo espacio de trabajo, tanto físico como virtual, para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente, a la vez que intercambian y fomentan proyectos en común.

Cabe destacar también, el lanzamiento en los últimos años de iniciativas privadas importadas del extranjero para apoyar la financiación de nuevas empresas como las plataformas de crowdfunding que comienzan a regularse fiscalmente en España, e iniciativas como las denominadas aceleradoras de start ups.

⁶ Disponible en <http://www.gem-spain.com/>

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo teórico GEM y fuentes de información que lo nutren.	24
Figura 2. Descripción del proceso emprendedor según el Proyecto GEM	25
Figura 3. Evolución de percepción de existencia de oportunidades.	34
Figura 4. Evolución de la posesión de red social emprendedora.	35
Figura 5. Evolución del auto-reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender	36
Figura 6. Evolución de la tasa de población que no ve el fracaso como obstáculo emprendedor.....	36
Figura 7. Evolución de la tasa de personas que piensan que en la Comunidad Valenciana se considera que emprender es una buena opción profesional.	37
Figura 8. Evolución de la tasa de personas que piensan que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica.	38
Figura 9. Evolución de la tasa de personas que piensan que los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito.	38
Figura 10. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.	39
Figura 11. Las etapas del proceso emprendedor en el proyecto GEM.	43
Figura 12. Tasas de involucración de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor y variación interanual.	44
Figura 13. Evolución de la tasa de intención emprendedora.	46
Figura 14a. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora.	47
Figura 14b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana.	47
Figura 15. Evolución de la tasa de actividades consolidadas.....	48
Figura 16. Evolución de la tasa de abandono y cierres.	49
Figura 17. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.	50
Figura 18. Motivaciones de la puesta en marcha.	53
Figura 19. Evolución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su motivación.	54
Figura 20. Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades.	55
Figura 21. Evolución de motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades.	56
Figura 22. Actividad emprendedora según motivación, en el contexto regional.	56
Figura 23. Distribución por género en las fases del proceso emprendedor.....	58
Figura 24. Distribución por rangos de edad y fases del proceso emprendedor.	58
Figura 25. Evolución de la tasa de actividad emprendedora por rangos de edad.	59
Figura 26. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor...60	
Figura 27. Evolución de la tasa de actividad emprendedora en niveles educativos.	61
Figura 28. Formación específica para emprender por fases del proceso.....	61

Figura 29. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad.	66
Figura 30. Distribución del número de propietarios de las iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses, incluyendo al socio que contesta la encuesta.....	66
Figura 31. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal.....	67
Figura 32. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados esperado a cinco años vista y su evolución temporal.....	68
Figura 33. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según la percepción sobre el grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales. ...	69
Figura 34. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según la percepción sobre el número de competidores que ofrecen el mismo producto o servicio a sus potenciales clientes.	69
Figura 35. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según la percepción del emprendedor de la proporción de sus clientes potenciales fuera de España.	70
Figura 36. Distribución por género en fases del proceso emprendedor.	72
Figura 37. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género.	73
Figura 38. Tasa de actividad emprendedora comparada por género en el contexto regional español.....	74
Figura 39. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2013. Comunidad Valenciana.....	86
Figura 40. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2013 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.....	89

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Valoración de los expertos sobre motivación y capacidad emprendedora y normas sociales y culturales. Evolución temporal.	40
Tabla 2. Resultados proceso emprendedor contexto regional español (ponderaciones US Census).	51
Tabla 3. Motivación de inicio de la actividad emprendedora (% sobre población de 18-64 años).	54
Tabla 4. Distribución de procedencia en las fases del proceso emprendedor.	60
Tabla 5. Distribución del nivel de renta de las personas involucradas por fases del proceso emprendedor.	62
Tabla 6. Distribución de la situación laboral de la población con intención de emprender a tres años y de los involucrados en actividades nacientes en 2013.	63
Tabla 7. Perfil medio 2013 de involucrados por fase del proceso emprendedor.	63
Tabla 8. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por género.	72
Tabla 9. Perfil medio emprendedor y motivación tras las iniciativas emprendedoras por género.	75
Tabla 10. Percepciones individuales y sociales con influencia en la actividad emprendedora. Perspectiva de género	76
Tabla 11. Valoración de los expertos sobre el entorno sociocultural para el emprendimiento femenino en la Comunidad Valenciana. Evolución temporal.....	77
Tabla 12. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.	80
Tabla 13. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana.	82
Tabla 14. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por los expertos.	84
Tabla 15. Ámbito de influencia de los expertos participantes en el Informe GEM Comunidad Valenciana 2013.	85
Tabla 16. Ámbitos de procedencia de los expertos participantes en el Informe GEM Comunidad Valenciana 2013.	85
Tabla 17. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana. Evolución temporal.	88
Tabla 18. Evaluación acceso a infraestructura física en la Comunidad Valenciana.	90
Tabla 19. Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana.	91
Tabla 20. Evaluación del acceso a servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana.	92
Tabla 21. Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana.	93
Tabla 22. Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana.	94

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

Tabla 23. Evaluación de las políticas públicas de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana.....	95
Tabla 24. Evaluación de las normas sociales y culturales en la C. Valenciana.	96
Tabla 25. Evaluación de la transferencia tecnológica en la C. Valenciana.....	97
Tabla 26. Evaluación del apoyo financiero a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana.	98
Tabla 27. Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora.....	100
Tabla 28. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora.	102
Tabla 29. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora.....	103

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

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

Población objetivo: 3.327.461 individuos.

Muestra: 2.000 individuos.

Margen de confianza: 95,5%.

Error muestral: $\pm 2,19\%$ para el conjunto de la muestra.

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

Período realización de encuestas: junio de 2013.

Método: entrevista telefónica asistida CATI.

Trabajo de campo: Instituto Opinómetro.

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un Consorcio compuesto, en la edición 2013, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Angola, Argentina, Bélgica, Bosnia y Herzegovina, Botswana, Brasil, Canadá, Colombia, Corea, Croacia, Chile, China, Ecuador, Eslovaquia, Eslovenia, EE.UU., España, Estonia, Filipinas, Finlandia, Francia, Ghana, Grecia, Guatemala, Hungría, India, Indonesia, Irán, Irlanda, Israel, Jamaica, Japón, Latvia, Libia, Lituania, Luxemburgo, Macedonia, Malasia, Malawi, Méjico, Nigeria, Noruega, Países Bajos, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, República Checa, Rumania, Rusia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Surinam, Tailandia, Taiwán, Trinidad y Tobago, Uganda, Uruguay y Vietnam. Asimismo, son componentes regionales del Proyecto, los equipos de: Andalucía, Aragón, Canarias, Cantabria, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco, nueve regiones de Chile, una de Méjico, una de Colombia y siete de Canadá. 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

EQUIPOS Y PATROCINADORES G.E.M. ESPAÑA 2013

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Catalunya



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM Madrid



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



Patrocinadores e instituciones:

