



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

INFORME EJECUTIVO 2011 - 2012



José María Gómez Gras
Ignacio Mira Solves
Jesús Martínez Mateo



UNIVERSITAT
Miguel
Hernández

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

INFORME EJECUTIVO 2011 - 2012

Autores:

José María Gómez Gras (Dir. GEM Comunidad Valenciana)

Ignacio Mira Solves (Dirección técnica)

Jesús Martínez Mateo

Investigadores colaboradores:

M^a José Alarcón García

Lirios Alos Simó

M^a Cinta Gisbert López

Domingo Galiana Lopera

Antonio J. Verdú Jover

María Isabel Borreguero Guerra

Jesús Ruiz García

ISSN 1988-4885

Edita:

Universidad Miguel Hernández de Elche

Maquetación:

Servicio de Innovación y Apoyo Técnico a la Docencia y a la Investigación

siatdi@umh.es

Patrocinadores e instituciones:





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.

RELACIÓN EQUIPOS INTEGRANTES RED GEM ESPAÑA 2012

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	UCEIF-Cise Fundación Xavier de Salas Red Española de Equipos Regionales GEM Nebrija Universidad	Federico Gutierrez-Solana (Director de Cise) Ricardo Hernández (Director GEM-España) Alicia Coduras (Directora Técnica GEM- España) Álvaro Sandho González (Director de Comunicación y Desarrollo) Red de equipos GEM España	UCEIF-Cise Red Española de Equipos Regionales Santander Fundación Nebrija Fundación Rafael del Pino Ministerio de Industria Energía y Turismo Fundación Príncipe de Girona
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Dir. GEM Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio R. Ramos Rodríguez	Cátedra de emprendedores de la Universidad de Cádiz
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuema Consuelo González Gil Juan Maícas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación Fundación Emprender en Aragón
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Agustín Sánchez Medina Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Gobierno de Canarias Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Francisco J. Martínez García (Dir. GEM Cantabria) Ana Fernández Laviada (Coord.) Gemma Hernando Moliner M ^a Concepción López Fernández José Manuel López Fernández Marta Pérez Pérez Inés Rueda Sampedro Ana María Serrano Bedia Francisco M. Somohano	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo

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

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
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 Placeres Conde Suárez	Instituto Gallego de Promoción Económica (Igape)
	Universidad de Santiago de Compostela	Isabel Neira Gómez Sara Fernández López Nuria Calvo Babío Loreto Fernández Fernández	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 Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Nuria Nevers Esteban Lloret Jose Andres Lopez Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Universidades Empresa e Investigación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Crecemos con Europa Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra	Ignacio Contín Pilart (Director GEM Navarra) Martín Larraza Kintana Victor Martín Sánchez	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo Confederación de Empresarios de Navarra (CEN)
País Vasco	Orkestra-Instituto Vasco de Competitividad, y Deusto Business School	Iñaki Peña (Director del proyecto GEM País Vasco) José L. González-Pernía Maribel Guerrero	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
	Universidad del País Vasco	María Saiz Jon Hoyos	
	Mondragón Unibertsitatea	Saiaoa Arando	
	Universitat Autònoma de Barcelona	David Urbano	

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Madrid Ciudad	<p>Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid</p> <p>Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid</p>	<p>Iñaki Ortega Chacón (Director GEM-Madrid Ciudad)</p> <p>Esther Caurín Arribas (Coordinadora)</p> <p>Iván Soto San Andrés</p> <p>Isidro de Pablo López (Director Técnico GEM-Madrid)</p> <p>Begoña Santos Urda (Coordinadora)</p> <p>Esperanza Valdés Lías (coordinadora)</p> <p>Yolanda Bueno Hernández</p> <p>Fernando Alfaro Ramos</p>	<p>Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende"</p> <p>Ayuntamiento de Madrid</p>

RESPONSABLE TRABAJO DE CAMPO GEM ESPAÑA 2012

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	<p>Josep Ribó (Director gerente)</p> <p>Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)</p>	Equipos de la Red GEM España



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

Apoyar el emprendimiento es sinónimo de apoyar la creación de empleo que es la máxima prioridad para el Gobierno valenciano y en ella hemos centrado todos nuestros esfuerzos para facilitar la aparición de nuevas iniciativas empresariales y respaldar a nuestros emprendedores. No en vano, según un estudio del Instituto de Empresa el 80% del empleo entre 1997 y 2010 en España fue creado por empresas con menos de 3 años de vida.

Estos datos ponen de manifiesto la incuestionable relación directa que existe entre emprendimiento, creación de empleo y crecimiento económico.

Desde la Generalitat no queremos que ningún proyecto empresarial viable se quede en el cajón por falta de apoyo y por ello 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. Hoy en día la financiación es una de las mayores necesidades a las que se enfrenta el emprendedor.

Así, este año vamos a poner a disposición de nuestros emprendedores préstamos y fondos de capital riesgo a los que destinaremos un presupuesto de 20 millones de euros, considerando la co-inversión privada, de 60 millones de euros en los que se enmarca la Línea Business Angels, Emprendedores o Venture Capital de la Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo.

Además, quiero hacer mención a otras actuaciones recientes como la puesta en marcha del Banco de Patentes en colaboración con las cinco universidades públicas valencianas, donde se va a poder trasladar el conocimiento innovador hacia los emprendedores cualificados que va a permitir que una idea patentada pueda acabar como un nuevo proyecto empresarial.

También destacar la colaboración que de forma pionera mantenemos con diferentes organismos de prestigio internacional como es el caso del MIT, desarrollando programas como el Valencian Global, que ayudará al crecimiento global de los proyectos con alto componente innovador basado en un modelo de

éxito desarrollado por el Instituto Tecnológico de Massachusetts o la celebración en Valencia de EMTECH la conferencia de tecnologías emergentes más importante del mundo.

Y es que desde la Generalitat trabajamos para construir una identidad de la Comunitat asociada a la innovación y el emprendimiento, que cree empleo cualificado y un tejido empresarial de alto valor añadido y un aspecto fundamental para lograrlo es que nuestros emprendedores cuenten con los recursos económicos necesarios para poner en marcha sus proyectos y a ello estamos dedicando todos nuestros esfuerzos.

No quisiera finalizar sin dar mi más sincera enhorabuena a todos los que hacen posible que año tras año disfrutemos del informe Global Entrepreneurship Monitor GEM, una herramienta, que en estos nueve años en la Comunitat, ha estado volcada en el apoyo al emprendimiento y que resulta esencial para conocer a través de sus informes la actividad emprendedora en nuestra región.

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



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

Cuando tenemos en nuestras manos un informe de estas características, directamente relacionado con la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, es fundamental hablar de crisis, incertidumbre, cambio y sobre todo innovación, términos que intrínsecamente ya forman parte de nuestra realidad cotidiana.

Desde los poderes públicos, entendemos que el emprendedurismo es una fuente de creación de riqueza para España y, en concreto en nuestra Comunidad dada nuestra idiosincrasia, que no podemos desdeñar.

Para ello, partimos de la idea de que la crisis, en la que estamos inmersos, sólo nos puede condicionar en un aspecto, y este es que constituye una oportunidad para llevar a cabo un cambio que afecte sustancialmente a las administraciones públicas y a las empresas, sin olvidar la transversal importancia de nuestro sistema educativo, pilar básico para emprender con futuro.

Los poderes públicos, que no somos generadores netos de riqueza, tenemos la obligación y el papel fundamental, en estos momentos, de ser el motor fundamental de la economía, asumiendo el protagonismo en la creación de oportunidades en nuestra sociedad. Somos las vías y la catenaria que imprimen seguridad y velocidad al tren de la sociedad civil, principal fuente de creación de riqueza. Somos, por tanto, posibilitadores y nuestro papel es reducir la incertidumbre, intentar gestionarla, poniendo a disposición de las personas emprendedoras una estructura estable que favorezca la interacción humana y la innovación para que nuestro Estado sea más competitivo.

Con esta vocación claramente definida, es innegable el dúplice apoyo, nunca suficiente, que las administraciones estamos ofreciendo desde su atalaya, para la mejora en la prestación de los servicios públicos y la racionalización del gasto. Por un lado, la reforma de la propia Administración Pública, conducente a la simplificación, definición y clarificación de competencias, y, por otro, la reformas

legales necesarias para la mejora de la competitividad, la innovación y el desarrollo, dirigidas al sector privado.

Es en este segundo aspecto es donde quiero detenerme, porque avala y potencia lo que este estudio, que tienen en sus manos, desarrolla. Para ello, me voy a referir al proyecto de ley de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, aprobado en el Consejo de Ministros del 24 de mayo de 2013 y que ahora inicia su andadura parlamentaria, para su enriquecimiento como norma reguladora.

De este proyecto de ley, me voy a quedar con dos ideas principales, bajo mi punto de vista. La primera, es que nace como una norma integral y completa en la que se aborda la globalidad del proceso de emprendimiento, terminando, definitivamente con la dispersión normativa existente y que conlleva una enorme dificultad para la creación de un negocio. La segunda, es la elaboración de un plan estratégico de internacionalización de la Economía Española y el fortalecimiento de los organismos de apoyo a la misma, buscando la proyección exterior y la seguridad de nuestras empresas.

Finalizo mis palabras agradeciendo el empeño e interés de este grupo humano que, año tras año, nos traslada su preocupación y apuesta por la actividad emprendedora en nuestro entorno más inmediato a través del Informe GEM, y que nos pone de manifiesto la importancia y la utilidad de la información que se deposita en este estudio.

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



Carlos Bertomeu
Consejero Delegado Air Nostrum L.A.M.

En el año 2006 escribí mi primer prólogo para el estudio GEM sobre la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana y, releéndolo hoy, compruebo que era un texto tan ilusionado como cargado de esperanza.

Dos motivos me impulsaban a ello: el primero que el informe GEM ya se afianzaba cómo una herramienta integral de conocimiento en torno al fenómeno emprendedor basada en un modelo teórico sólido y con acceso directo a las fuentes de información. Al fin, podíamos tener una perspectiva clara sobre el emprendimiento en nuestra comunidad; una foto fija suficientemente fiable para que los agentes implicados pudiesen adoptar las medidas necesarias destinadas a fomentar esta actividad.

La segunda razón era que, adicionalmente, los buenos datos económicos me permitían ser optimista acerca del crecimiento y futuro de la actividad emprendedora en nuestro entorno.

Hoy, seis años más tarde, la realidad es otra pero, aunque, el entorno sea muy adverso seguimos disponiendo de la mejor herramienta para diagnosticar correctamente la situación y arbitrar soluciones: el estudio GEM; una lente de precisión que nos permite visualizar adecuadamente la mayor o menor salud de nuestro tejido empresarial joven.

Lo único malo de hacer este ejercicio es que lo que vemos no acaba de gustarnos ya que, desde 2008, se observa una tendencia en el descenso de los valores, percepciones y actitudes favorecedoras del emprendimiento en la Comunidad Valenciana, aunque ello no suponga una significativa diferencia respecto a lo que está sucediendo en el resto de España.

Datos como que en 2012 han disminuido en un 4,7%, los adultos que se encontraban en alguna fase de la actividad emprendedora en nuestra región o que las dificultades de financiación ajena han motivado que se reduzcan a una

tercera parte los emprendedores que prevén aportar la totalidad del capital necesario a su iniciativa empresarial, acreditan que todavía nos queda muchísimo camino por recorrer en este campo; y éste es, sin duda, el momento para hacerlo.

Hoy, más que nunca, tenemos que intensificar el paso e ir de la mano empresas y administraciones públicas a la hora de sembrar la semilla del emprendimiento entre nuestros estudiantes, eliminar las trabas burocráticas que dificultan el nacimiento de los nuevos proyectos y, sobre todo y muy especialmente, facilitar el acceso al crédito a los que debutan en el mundo de la empresa. La crisis no puede ser la excusa para bajar los brazos. Muy al contrario, la presente recesión debe constituir el principal acicate para impulsar denodadamente la actividad emprendedora.

Tradicionalmente he hablado de la “renovación de la prosperidad” en esta tribuna y, en esta ocasión, debería hablar más bien de la “búsqueda de la prosperidad perdida”. Una búsqueda en la que no hay piedras filosofales, recetas mágicas ni santos griaes.

Sólo trabajo duro para crear un marco estable que genere mucha savia nueva en la economía de nuestra comunidad porque sin esta savia fresca, tardaremos mucho en ver los brotes verdes.

Carlos Bertomeu
Consejero Delegado Air Nostrum L.A.M.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

EL PROYECTO GEM	19
BALANCED SCORECARD	23
RESUMEN EJECUTIVO	25
CAPÍTULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES EMPRENDEDORAS	31
1.1. Introducción	31
1.2. Percepción de oportunidades	31
1.3. Disponibilidad de red social emprendedora	32
1.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	33
1.5. El temor al fracaso como obstáculo para emprender	34
1.6. Emprendimiento como buena opción profesional	35
1.7. Emprendimiento de éxito y estatus social y económico	35
1.8. Los medios de comunicación y el emprendimiento	36
1.9. Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto del resto de regiones españolas	37
1.10. La opinión de los expertos acerca de los valores y actitudes emprendedoras de la población.....	38
CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL	41
2.1. Introducción	41
2.2. Desglose y magnitud de los componentes del proceso emprendedor.....	42
2.3. Evolución de la intención emprendedora.....	44
2.4. Evolución de la actividad emprendedora	45
2.5. Evolución de la actividad consolidada	46
2.6. Descripción del proceso de abandono de actividades y su evolución	46
2.7. Resultados del proceso emprendedor en el contexto regional español	48
CAPÍTULO 3. EMPRENDIMIENTO EN FUNCIÓN DE SU MOTIVACIÓN	51
3.1. Introducción	51
3.2. Oportunidad y necesidad en la actividad emprendedora.....	52
3.3. Oportunidad y necesidad en el contexto regional español	54
CAPÍTULO 4. PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR	55
4.1. Introducción	55
4.2. Género.....	55
4.3. Edad.....	56
4.4. Procedencia.....	57
4.5. Formación	58
4.6. Nivel de renta.....	59
4.7. Situación laboral.....	60
4.8. Perfil medio de las personas involucradas en el proceso emprendedor español.....	61

CAPÍTULO 5. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR	63
5.1. Introducción	63
5.2. Sectores generales de actividad.....	63
5.3. Número de socios	64
5.4. Dimensión y número de empleados	65
5.5. Visión del emprendedor sobre su iniciativa	67
CAPÍTULO 6. EL PROCESO EMPRENDEDOR EN FUNCIÓN DEL GÉNERO	69
6.1. Introducción	69
6.2. Participación en las etapas del proceso emprendedor en función del género.....	70
6.3. Evolución de la actividad emprendedora en función del género.	71
6.4. Aproximación al perfil emprendedor por género	72
6.5. Valores, percepciones y actitudes con influencia en la actividad emprendedora. Perspectiva de género	74
6.6. Entorno sociocultural para el emprendimiento femenino.....	75
CAPÍTULO 7. LA FINANCIACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO NACIENTE	77
7.1. Introducción	77
7.2. Capital semilla medio en actividad naciente.....	77
7.3. El inversor informal y su perfil	79
CAPÍTULO 8. ANÁLISIS GENERAL DEL ENTORNO EN EL QUE SE DESARROLLA LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	81
8.1. Introducción	81
8.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender	84
8.3. Detalle de las valoraciones de las condiciones de entorno	87
CAPÍTULO 9. REFLEXIONES FINALES	99
ÍNDICE DE FIGURAS	103
ÍNDICE DE TABLAS	105
ANEXO TÉCNICO	107
Ficha técnica del estudio.....	107

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 2012 cuenta con la participación de 69 de ellos, en los que se han entrevistado en torno a 198.000 personas. Ello supone la más amplia edición hasta la fecha, en participación, muestra estadística y cobertura geográfica y económica, estimándose que está representada el 74% de la población mundial y el 87% del PIB mundial. Tanto por su magnitud como por sus resultados, constituye por tanto, el proyecto de investigación en torno al emprendimiento, de mayor envergadura en la actualidad¹.

En España, el Proyecto se encuentra desagregado en una “Red de Regiones”, formada por diversos grupos de investigación, con el objetivo de elaborar 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 del proyecto, la red española está conformada por 15 equipos regionales, más de 100 investigadores, 19 universidades, y 90 instituciones, empresas y organizaciones de apoyo y patrocinio, habiéndose entrevistado a 21.900 personas.

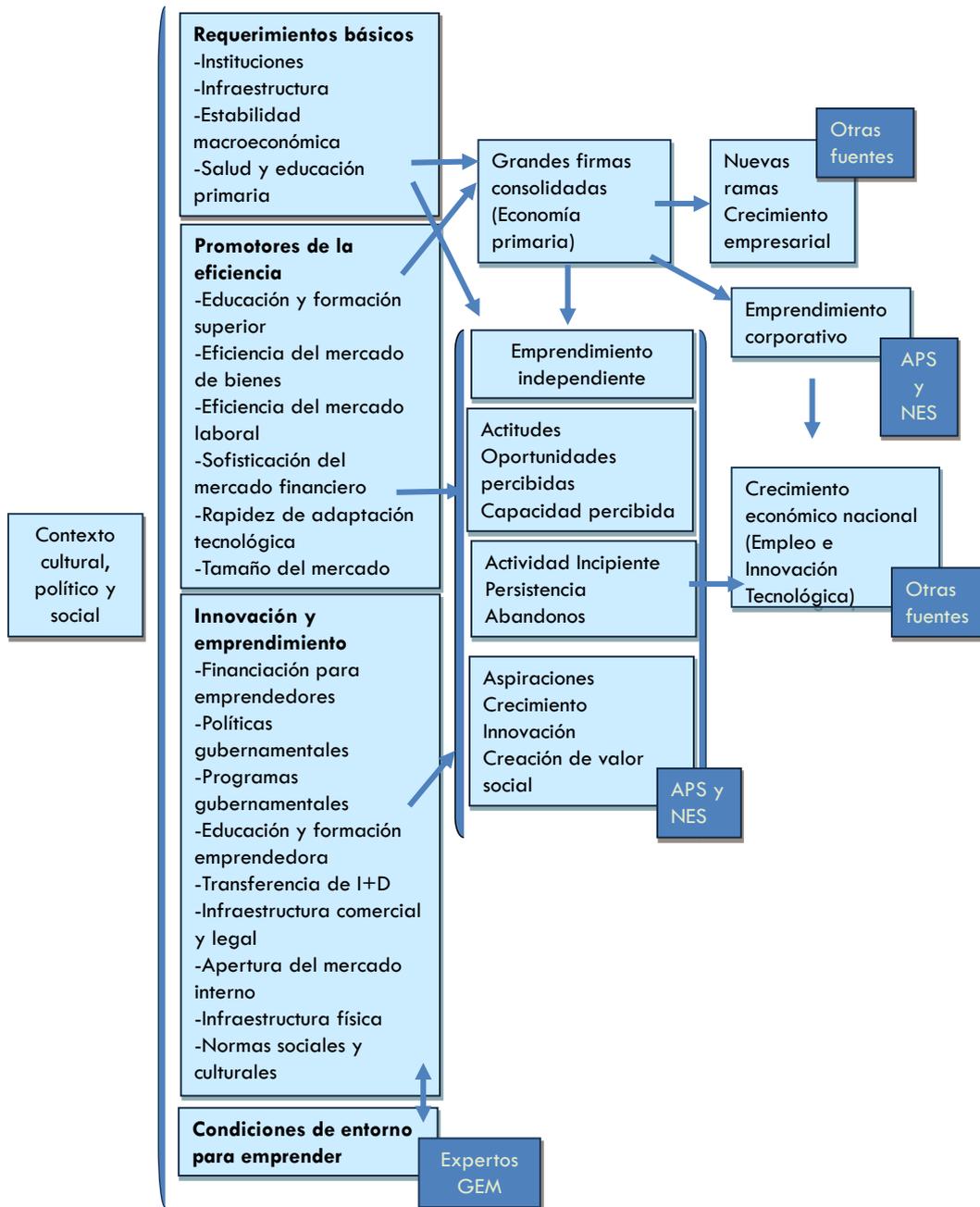
Particularmente en la Comunidad Valenciana, éste es ya el noveno año de participación, conteniendo el presente informe, una síntesis de los resultados obtenidos y de su evolución observada, proporcionando datos sobre:

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

¹ Más información sobre el proyecto GEM puede consultarse en www.gemconsortium.org



Fuente: GEM Global, 2008, Bosma, Acs, Levie, Autio et al.

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 2012, y también su comparación con los resultados de 2011.

Concepto: valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población (%)	2011	2012
Percibe buenas oportunidades para emprender	16,8%	13,3%
Tiene cierta red social (conoce a emprendedores)	29,6%	32,1%
Se auto reconoce habilidades y conocimientos para emprender	55,0%	51,2%
El miedo al fracaso es un obstáculo para emprender	49,6%	48,3%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	9,9%	11,1%
Ha abandonado una actividad por cierre, traspaso o jubilación	3,3%	2,5%
Ha actuado como inversor informal	3,1%	4,1%
Concepto: TEA, tasa de iniciativas de entre 0 y 3,5 años sobre población de 18-64 años residente en España (%)	2011	2012
TEA Total	6,9%	5,8%
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	6,1%	4,9%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	7,6%	6,8%
Concepto: distribución del TEA, tomado como 100% (%)	2011	2012
TEA por necesidad (iniciativas a falta de alternativas de empleo)	35,1%	23,0%
TEA por oportunidad (iniciativas sobreun negocio detectado)	62,8%	76,2%
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	2,1%	0,8%
TEA del sector extractivo o primario	5,1%	2,6%
TEA del sector transformador	16,4%	21,9%
TEA del sector de servicios a empresas	22,9%	21,1%
TEA del sector orientado al consumo	55,6%	54,0%
TEA sin empleados	57,1%	57,9%
TEA de 1-5 empleados	36,4%	30,2%
TEA de más de 6 empleados	6,5%	11,9%
TEA iniciativas de emprendedores extranjeros de régimen general	5,8%	6,8%
TEA iniciativas de emprendedores extranjeros régimen comunitario	2,2%	2,6%

Concepto: valoración media de los expertos de las condiciones de entorno (escala 1 – 5)	2011	2012
Financiación para emprendedores	2,11	1,91
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,41	2,65
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,41	2,65
Programas gubernamentales	2,67	2,60
Educación y formación emprendedora en primaria y secundaria	2,02	2,10
Educación y formación emprendedora etapa post secundaria	3,03	3,04
Apoyo al emprendimiento femenino	3,23	3,10
Transferencia de I + D	2,50	2,66
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,06	3,08
Dinámica del mercado interno	2,59	3,02
Barreras de acceso al mercado interno	2,42	2,65
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,65	3,47
Normas sociales y culturales	2,88	2,81

RESUMEN EJECUTIVO

Valores, percepciones y actitudes emprendedoras

El grado en el que un territorio tiene arraigada una cultura de valores emprendedores condiciona las intenciones y conductas emprendedoras de sus habitantes, y con ello las tasas de actividad empresarial. En este sentido, en la población de la Comunidad Valenciana se viene detectando, desde 2008, una tendencia de descenso en los valores, percepciones y actitudes favorecedoras del emprendimiento. Esta tendencia no es algo particular de nuestra región, en cuanto que ocurre en la mayoría de territorios y países participantes en GEM.

En particular, en 2012 un 13,3% de la población considera que existen oportunidades de negocio a seis meses vista. Este porcentaje es el más reducido desde que en 2004 comenzó a medirse, y no supone diferencias significativas con respecto a lo acontecido para el resto de España.

La disposición de red social emprendedora se muestra estable en los últimos tres años, elevándose ligeramente en 2012 (32,1% de los encuestados se relacionan con emprendedores en su círculo social).

En relación al auto-reconocimiento de habilidades emprendedoras, más de la mitad de los individuos (51,2%) 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 con el paso del tiempo.

En cuanto al miedo al fracaso, éste no constituye una barrera crítica para iniciar negocios en cerca de la mitad de la población (48,3%).

Adicionalmente, otros elementos 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, mantienen sus porcentajes habituales, situándose en torno a los dos tercios de la población.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

Los datos GEM registrados para la Comunidad Valenciana estiman que en 2012, algo más de uno de cada cuatro adultos (26,1%) se encontraba en alguna etapa del proceso emprendedor (intenciones emprendedoras, actividad naciente, actividad nueva, actividad consolidada), lo que supone una disminución del 4,7% respecto a 2011.

Por etapas del proceso, la que aglutina una mayor proporción de población adulta es la correspondiente a las intenciones emprendedoras (11,1%), lo que implica un incremento interanual del 12,1%, siendo la única fase que registra crecimiento entre 2011 y 2012.

En cuanto a la parte activa del proceso emprendedor, más allá de las intenciones, se estima que un 5,8% de los individuos de la población adulta de la Comunidad Valenciana se encontraban implicados en 2012, 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 -15,9%.

Emprendimiento en función de su motivación

En 2012 siguen destacando los comportamientos emprendedores inducidos fundamentalmente por la explotación de una oportunidad de negocio (en torno a un 50% de los casos), mientras que cerca de un 23% de emprendedores reconocen la necesidad como motivo principal de su implicación en la puesta en marcha de una iniciativa empresarial. El restante 27% corresponde a emprendedores que reconocen una mezcla de ambas motivaciones, sin decantarse por una de las dos como detonante fundamental.

Estos datos muestran un descenso del peso de la actividad emprendedora debida a necesidad, tras los dos años anteriores, en los que se vio incrementado.

Perfil socio-económico de los emprendedores incipientes

El perfil medio del emprendedor incipiente de la Comunidad Valenciana (actividades con menos de 42 meses en el mercado) se corresponde con un varón en un 58,6% de los casos, cuya edad promedio se encuentra en torno a los 39 años (siendo el tramo de edad de la población entre 35 y 44 años, el que mayor actividad emprendedora de este tipo presenta), y con una presencia de extranjeros de un 10,3%.

En cuanto a su bagaje de capital humano, un 39,3% ha completado la enseñanza obligatoria, y un 37,6% dispone de estudios universitarios. Además, uno de cada dos declara haber recibido algún tipo de formación específica relacionada con el emprendimiento y/o la gestión de empresas.

Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor

La distribución de iniciativas en fase emprendedora, por sectores de actividad, se mantiene relativamente estable desde 2010, tras el reajuste acontecido entre 2007 y 2009, que conllevó un acusado descenso de las actividades emprendedoras en el sector de transformación (incluyendo las relacionadas con la construcción).

En 2012 siguen siendo mayoría los negocios orientados al consumidor final, con un 54% sobre el total de actividades emprendedoras registradas, y las relacionadas con el sector extractivo alcanzan su mínimo desde que en 2004 comenzó a medirse esta variable en GEM.

La mayor parte de las iniciativas se ponen en marcha de manera individual, (62,7%), alcanzando este porcentaje a un 77,4% de las iniciativas cuando la puesta en marcha se realiza entre dos socios.

El porcentaje de iniciativas que no cuentan con más empleo que el de su propietario (por encima del 50% desde 2010) sigue incrementándose, llegando a un 57,9%. Las expectativas de crecimiento a cinco años vista no sobrepasan los 5 empleos en la mayoría de los casos, y se capta un significativo porcentaje de la respuesta “no lo sé”, en consonancia con la creciente incertidumbre respecto al futuro laboral.

El proceso emprendedor en función del género

En 2012 en la Comunidad Valenciana, de cada 10 individuos implicados en actividades emprendedoras incipientes, 4 eran mujeres, situación que se mantiene sin apenas diferencias respecto a 2011, y que también se recoge entre los emprendedores potenciales.

En cuanto a las tasas de actividad emprendedora dentro de cada género, 4,9 de cada 100 mujeres de la población adulta estaban implicadas en 2012 en actividades incipientes, mientras que en el caso de los hombres, el dato es de 6,8 de cada 100.

En relación al conjunto de España, la tasa emprendedora femenina es superior en 0,9 puntos en la región, mientras que la de los hombres se halla 0,6 puntos por debajo.

La financiación del emprendimiento naciente

Los datos 2012 constatan que los requerimientos de capital de las iniciativas más modestas se están reduciendo año a año, desde el inicio de la crisis, de modo que las iniciativas emprendedoras de menor envergadura, en cuanto a sus estimaciones de capital de puesta en marcha, arrancan con menor capital cada año.

En 2012, como ya ocurrió en 2011, el caso más frecuente es el de individuos que están poniendo en marcha iniciativas para las que afirman no tener requerimientos de capital reseñables. En 2012, esta respuesta se da en el 18,8% de las iniciativas nacientes, siendo el segundo caso más frecuente, unas necesidades de 15.000 euros (11,5% de casos), valor que también resulta inferior al de años anteriores.

Con todo, el 50% de los emprendedores nacientes estiman unas necesidades que no van más allá de los 10.665 euros, frente a los 20.000 de 2011 y 2010, los 24.000 € de 2009, o los casi 40.000 de 2008.

Las dificultades de financiación ajena existentes hacen que se reduzca a una tercera parte los emprendedores que prevén aportar la totalidad del capital necesario (más de la mitad de los emprendedores en 2011 y 2010). Además, entre los que aportarán solo parte, en muchos casos se acude a financiación informal a través de vínculos personales y cuantías reducidas.

Entorno emprendedor

La situación de las condiciones de entorno de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, juzgadas por el grupo de expertos, se percibe adecuada para 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. Entre estos extremos se sitúan las valoraciones al resto de condiciones.

La ordenación de las condiciones por su valoración no altera especialmente la de años anteriores, si bien se puede destacar que la evaluación de los apoyos financieros sigue descendiendo, pasando a ser la condición peor valorada por vez primera.

En términos comparativos, si bien estas condiciones de entorno son similares a las del conjunto de España, en su valoración global e importancia otorgada, el entorno emprendedor de la Comunidad Valenciana es evaluado relativamente mejor por su grupo de expertos, en un amplio conjunto de condiciones, como la orientación emprendedora de la educación en todos sus niveles, la cultura emprendedora de su población, el estado de la transferencia de I+D, y el apoyo de los programas públicos al emprendimiento.

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 cultural, 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. El grado en el que un territorio tiene arraigada una cultura de valores emprendedores, condiciona las intenciones y conductas individuales de sus habitantes para involucrarse en un proceso de creación empresarial. El presente capítulo se centra en el estudio de estos aspectos, a través del análisis de los rasgos emprendedores en la población involucrada y no involucrada en el proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana.

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 socio-culturales con influencia sobre los comportamientos individuales.

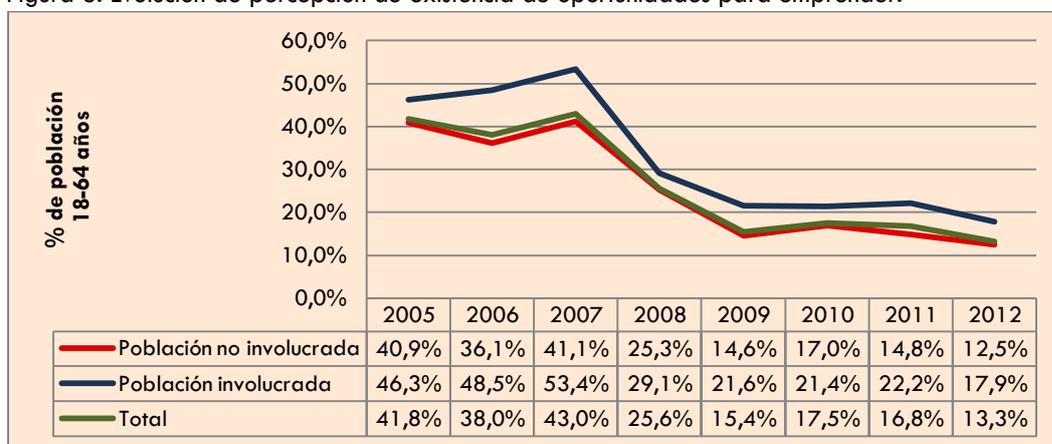
1.2. Percepción de oportunidades

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.

Al respecto, los datos obtenidos en el año 2012, siguen la tendencia de descenso que viene observándose desde 2008, y suponen la cifra más baja captada por GEM en la Comunidad, un 13,3% en el total de la población. Razonablemente, se sigue observando una predisposición relativa favorable en las personas involucradas en el proceso emprendedor respecto a las que no lo están, de forma que entre las primeras el porcentaje es del 17,9%, mientras que entre las segundas es del 12,5%.

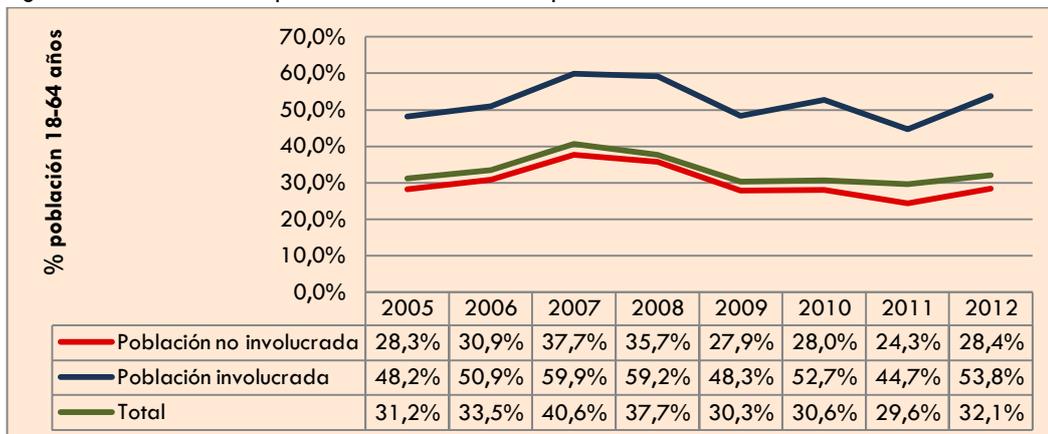
Figura 3. Evolución de percepción de existencia de oportunidades para emprender.



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 mejora levemente en el año 2012 tanto en la población involucrada en el proceso emprendedor como en la que no lo está, siendo lógicamente superior en el primer caso, y correspondiéndose este incremento con el aumento de la tasa de actividad emprendedora recogido en el año 2011.

Figura 4. Evolución de la posesión de red social emprendedora



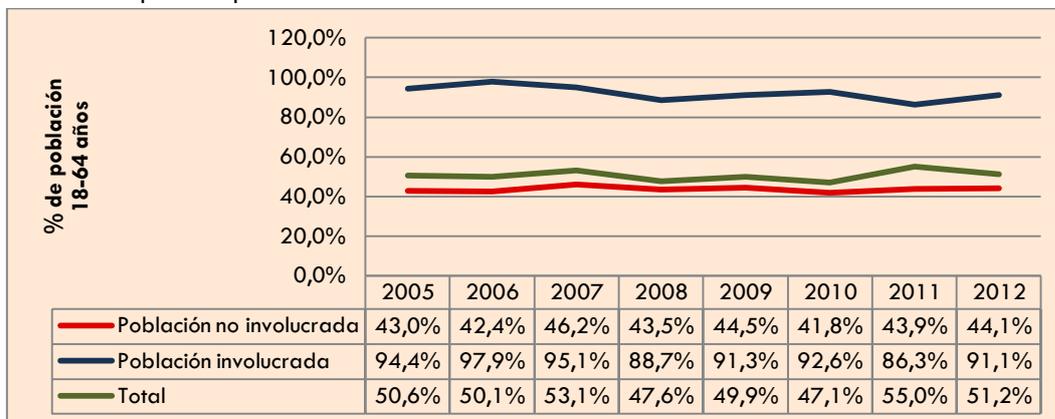
1.4. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

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 reconocido como un componente fundamental para el desarrollo de comportamientos emprendedores, dado que está vinculado 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, algo más de 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. Por colectivos, su prevalencia mejora en 2012 ligeramente respecto a 2011, tanto en la población involucrada en el proceso emprendedor como en la que no lo está, siendo muy significativa la diferencia de auto-reconocimiento de estas capacidades entre los que han emprendido y los que no.

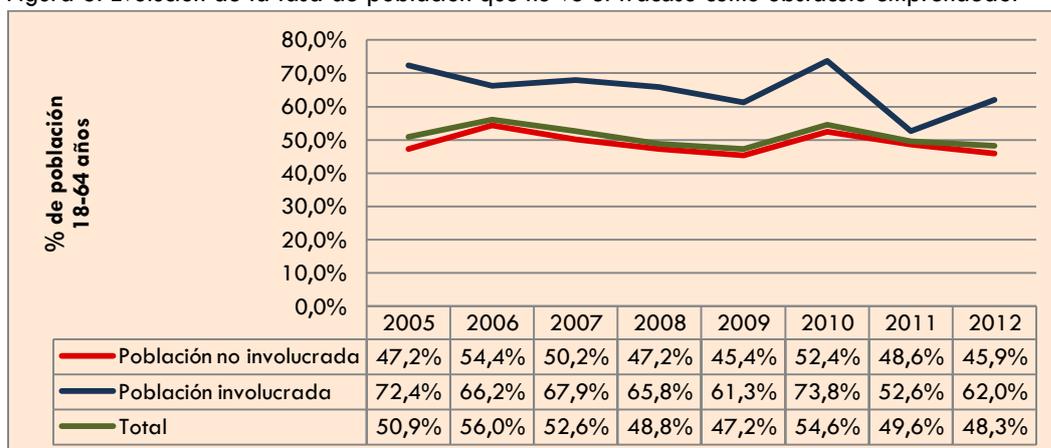
Figura 5. Evolución del auto-reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender



1.5. El temor al fracaso como obstáculo para emprender

La aversión al riesgo, relacionada en GEM con el posible papel del miedo al fracaso como barrera emprendedora, es otro de los factores con influencia en la decisión de emprender. Tras la caída del porcentaje de población que no ve en esto una barrera en el año anterior, tanto en emprendedores como especialmente en los no involucrados, en 2012 el indicador sigue descendiendo en este último grupo, mientras que en el de los sí involucrados se incrementa hacia porcentajes propios de años anteriores, de modo que vuelve a aumentar la diferencia entre los dos colectivos.

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

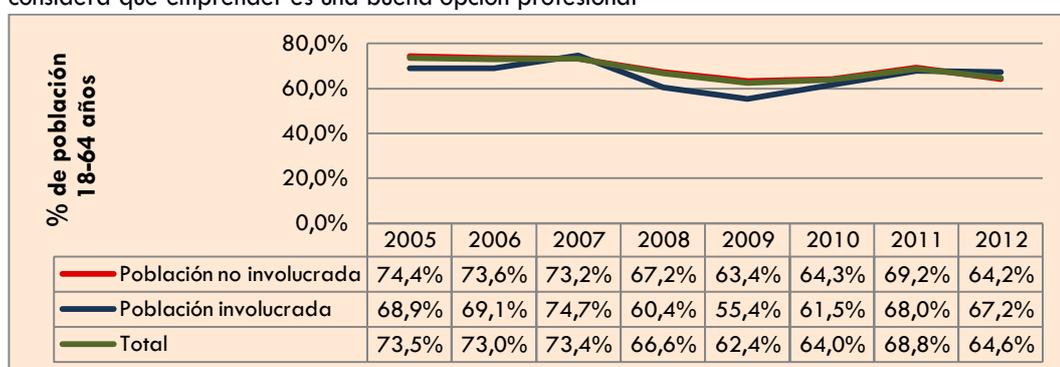


1.6. Emprendimiento como buena opción profesional

La deseabilidad de los miembros de una sociedad hacia el emprendimiento forma parte de las normas socio-culturales de la misma, y tiene influencia sobre el desarrollo de intenciones y conductas individuales. En este sentido, GEM sondea a la población acerca de su opinión sobre cómo valora la sociedad la involucración emprendedora, en cuanto a si se considera o no una buena opción profesional.

Al respecto, GEM recoge una ligera disminución del dato en 2012, sin que haya en este caso diferencias relevantes de opinión entre el colectivo de los emprendedores y los no involucrados.

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



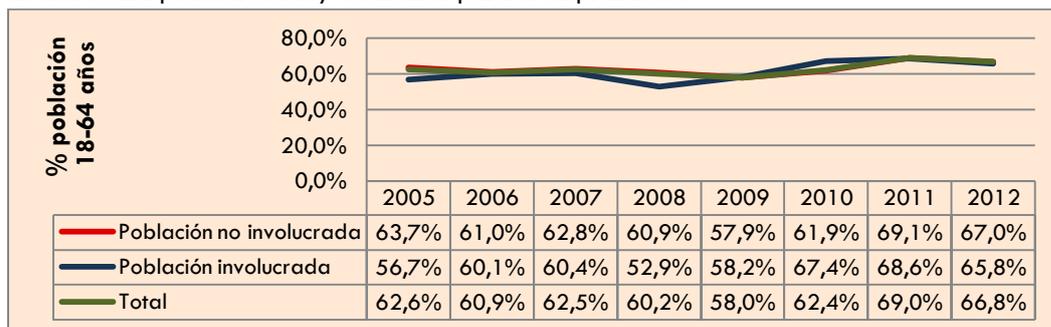
1.7. Emprendimiento de éxito y estatus social y económico

Otro elemento socio-cultural con influencia en las conductas, es la consideración de la sociedad acerca de la justicia de las recompensas por asumir el riesgo emprendedor, cuando éste conduce al éxito.

En este sentido, y acorde con el resultado anterior, en el año 2012 disminuye el porcentaje de población que piensa que en la Comunidad Valenciana el emprendimiento de éxito se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor, si bien, al contrario que en el caso anterior, los niveles de este indicador continúan siendo superiores a los recogidos antes de la crisis. Esta diferencia entre los dos ítems puede interpretarse como que se reconoce el mayor riesgo propio de la actual situación de incertidumbre, lo que hace del acto de

emprender algo mucho más arriesgado lo que puede llevar a su minusvaloración como buena opción profesional; sin embargo, por otro lado, precisamente esa mayor dificultad entendida, puede llevar a pensar que quienes alcanzan el éxito deben ser y son más reconocidos, en forma de estatus y posición.

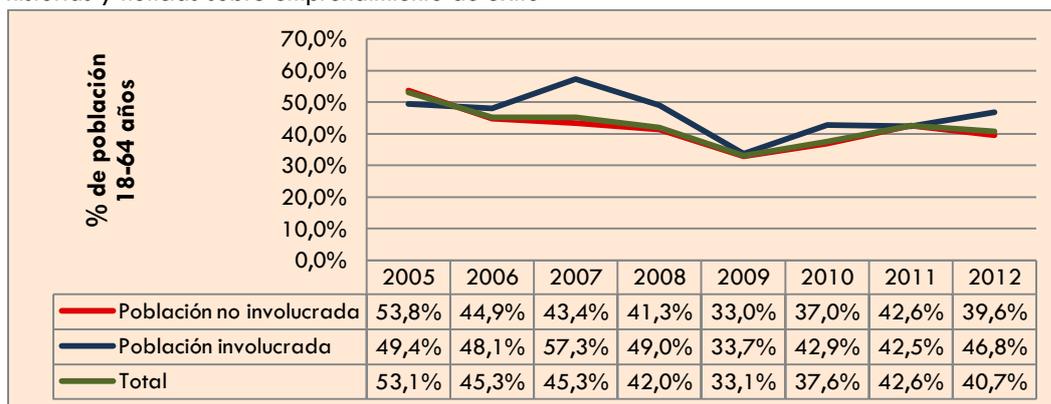
Figura 8. Evolución de la tasa de personas que piensan que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor



1.8. Los medios de comunicación y el 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

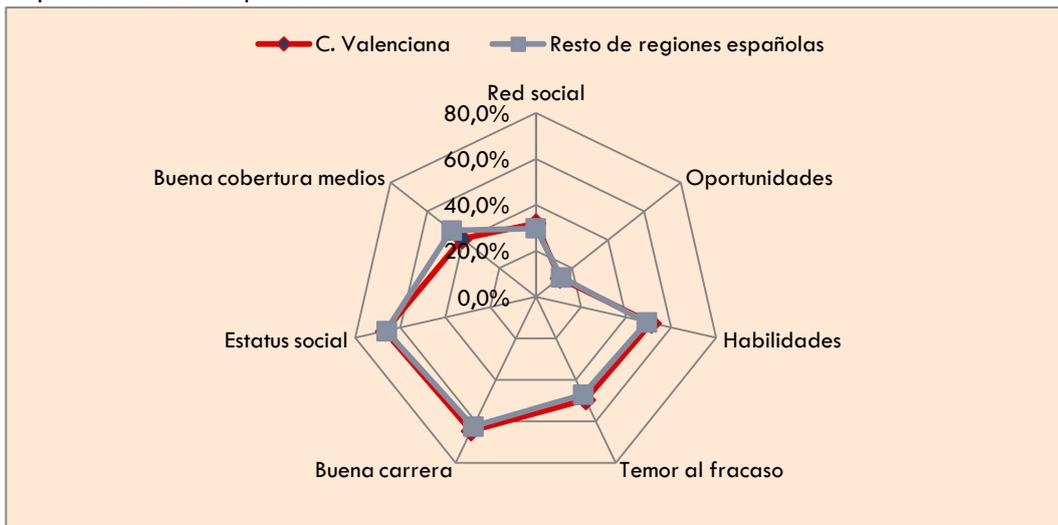


En conjunto, el porcentaje de personas que piensan que los medios de comunicación están realizando esta labor en la Comunidad Valenciana, experimenta una leve disminución respecto a 2011, año en que se había incrementado tras la caída registrada desde 2008.

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. Se observan valores muy similares, siendo las mayores diferencias, las relativas a la percepción sobre la cobertura del emprendimiento por los medios, menor en la Comunidad Valenciana.

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



1.10. La opinión de los expertos acerca de los valores y actitudes emprendedoras de la población

Como se ha mencionado anteriormente, GEM recoge información, de manera complementaria a la encuesta APS, de un panel de expertos procedentes de diversos ámbitos relacionados con el emprendimiento, de manera que ello permite evaluaciones de carácter cualitativo acerca del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora en un territorio. La información sobre el panel de expertos se detalla 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 existencia de oportunidades En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
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
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
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
Es fácil para las personas dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,83	2,67	2,51	2,14	2,22	2,09	2,06
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

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

Capacidad emprendedora. En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
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
Mucha gente tiene los 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
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
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
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
Mecanismos de motivación. En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
La creación de empresas es una forma de hacerse rico	3,28	3,31	3,06	2,89	2,83	2,89	2,72
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
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
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
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
Normas sociales y culturales. En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
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
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
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
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
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
<i>Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)</i>							

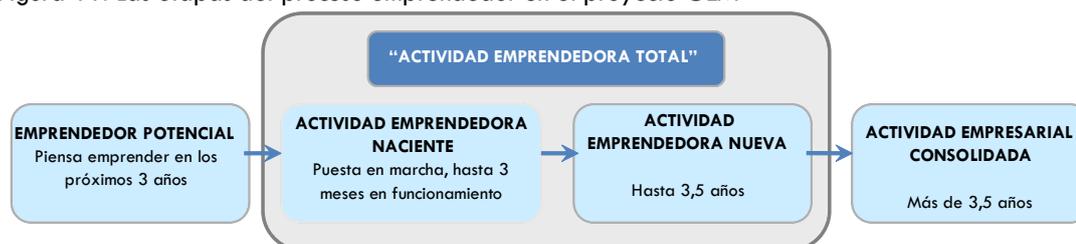
CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

2.1. Introducción

En este capítulo se ofrece la información básica sobre tasas de actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana en 2012, diferenciando por etapas del proceso emprendedor, según las definiciones GEM:

- (1) actividad emprendedora o TEA (porcentaje de individuos de la población adulta implicados en iniciativas² cuya operatividad –medida por el pago de salarios de cualquier tipo- no supera los 42 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



En todos los casos, la información procede de la encuesta a la población adulta, llevada a cabo en julio de 2012, a una muestra representativa de 2.000 individuos entre 18 y 64 años.

² Entendiéndose 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.

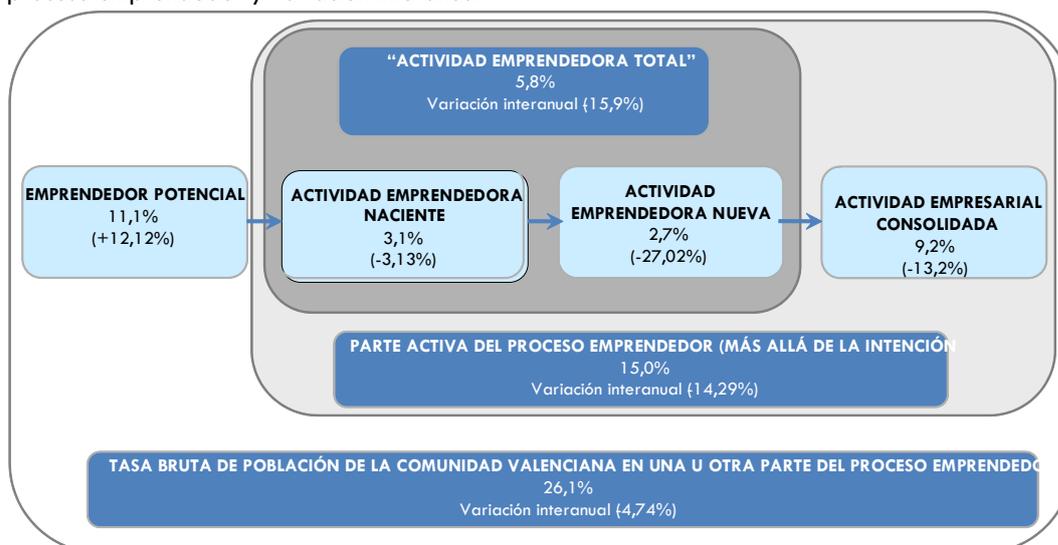
2.2. Desglose y magnitud de los componentes del proceso emprendedor

La figura 11 recoge las distintas etapas consideradas en GEM en el proceso emprendedor. Desde una perspectiva global, el proceso se iniciaría con la “intención emprendedora”, medida en GEM a través de los denominados “emprendedores potenciales”, pasando a una etapa de actividad emprendedora temprana, relacionada con la puesta en marcha e inicio, denominada “actividad naciente”. De ahí, y entendida según un criterio temporal, seguiría una etapa de camino hacia la consolidación, denominada actividad nueva, y finalmente, se llegaría a una etapa de “actividad consolidada”. GEM aúna las dos fases que median entre la mera intencionalidad y la consolidación efectiva, es decir, la fase de actividad naciente y la fase de actividad nueva, como parte activa del proceso emprendedor, sobre la cual se obtiene el indicador TEA (Tasa de Actividad Emprendedora), que mide la actividad emprendedora de una región.

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 emprendedor.

La figura 12 incorpora los porcentajes de población obtenidos en cada fase en la Comunidad Valenciana en julio de 2012 y la tasa de variación respecto al año 2011.

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



Aunando los datos procedentes de las diferentes etapas, si tenemos en cuenta a todos los individuos involucrados en una u otra fase, se puede afirmar que en julio de 2012, algo más de uno de cada cuatro adultos (26,1%) de la Comunidad Valenciana se encontraba en alguna etapa del proceso emprendedor. Este dato supone, respecto a 2011, una disminución del 4,74%. Sin embargo, se registran distintos comportamientos por etapas, que deben ser analizados por separado.

De las cuatro etapas del proceso, 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 11,1 % de la población adulta de la Comunidad Valenciana está planteándose el desarrollo de iniciativas de negocio. Este dato supone un incremento interanual con respecto a 2011 de un 12,12%, lo cual constituye un resultado positivo, dado que parte de esta intención es la que se materializará en actividad emprendedora naciente a futuro.

El colectivo de implicados en la parte activa del proceso emprendedor en 2012, supone el 15% de la población adulta, lo que significa en términos de variación interanual, una disminución del 14,29%. Dado que esta etapa aúna las fases naciente, nueva y consolidada, a continuación se comentan los resultados de cada una de las mismas por separado.

Las fases naciente y nueva conforman la actividad emprendedora inicial o total, propiamente dicha, que todavía no tiene en GEM la consideración de actividad consolidada (no supera los 3,5 años en el mercado). En este sentido, la tasa de actividad emprendedora estimada por GEM en la población de la Comunidad Valenciana entre 18 y 64 años de edad, en 2012, ha sido del 5,8%, lo que supone una reducción respecto a 2011 del 15,9%. Estos resultados son analizados en el contexto de una perspectiva evolutiva más amplia en secciones posteriores.

Si se divide la actividad emprendedora en sus componentes internas (naciente y nueva) se observa que la tasa de emprendedores nacientes, aquellos que han desarrollado a lo largo de los últimos doce meses alguna actividad concreta para crear una nueva empresa (redacción de un plan de negocios, búsqueda de financiación, establecimiento de un equipo inicial, etc.), disminuye ligeramente en el último año hasta situarse en el 3,1% de la población (variación interanual de -3,13%). Por otro lado, la tasa de emprendedores nuevos, aquellos cuyas empresas ya vienen realizando operaciones económicas desde hace menos de 42 meses, es del 2,7%, lo que supone una variación de -27,02% respecto a la tasa alcanzada en 2011. Esto es, la caída ha sido mucho mayor en el registro de actividad nueva, mientras que en la actividad naciente prácticamente se ha mantenido sin diferencias (el registro alcanzado en 2011 fue 3,2%). Ello supone que el fuerte

incremento recogido en 2011 en actividad emprendedora naciente y nueva, no ha seguido el camino hacia la consolidación, desapareciendo una buena parte entre aquel momento y julio de 2012.

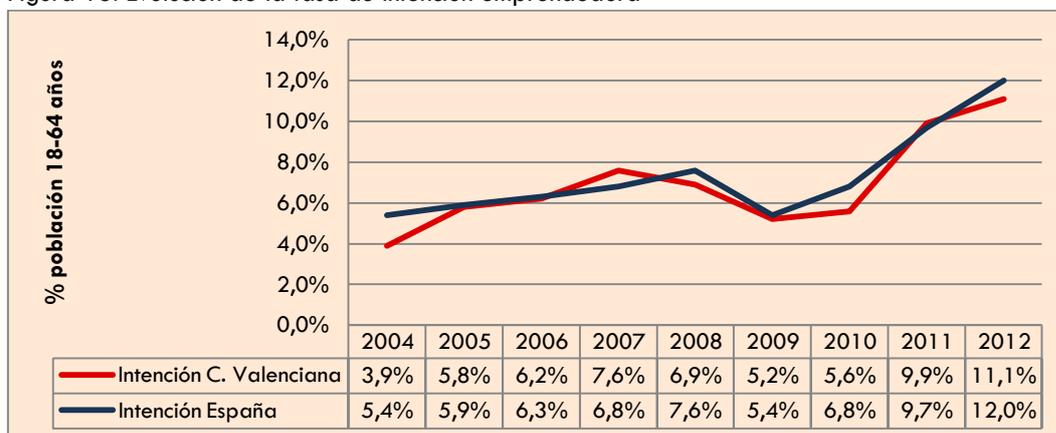
Por último, la actividad consolidada, que lleva más de 3,5 años en el mercado, alcanza al 9,2% de la población, con una disminución interanual del 13,2%.

2.3. Evolución de la intención emprendedora

La evolución de este indicador en la Comunidad Valenciana presenta una etapa creciente hasta 2007, y comienza a descender con el inicio de la crisis. Sin embargo, a partir de 2010 se recogen nuevos incrementos continuados hasta la actualidad, obteniéndose en este 2012 el mayor valor de los registrados hasta la fecha. Este comportamiento guarda un cierto paralelismo con lo acontecido en el conjunto de España, como se observa en la figura 13.

Los datos apuntan a que la perduración de la crisis y las altas tasas de desempleo, están alentando la intención emprendedora de nuevo, con base en la motivación por necesidad, llegándose a alcanzar unas proporciones muy superiores a las que acontecieron en años de bonanza económica.

Figura 13. Evolución de la tasa de intención emprendedora



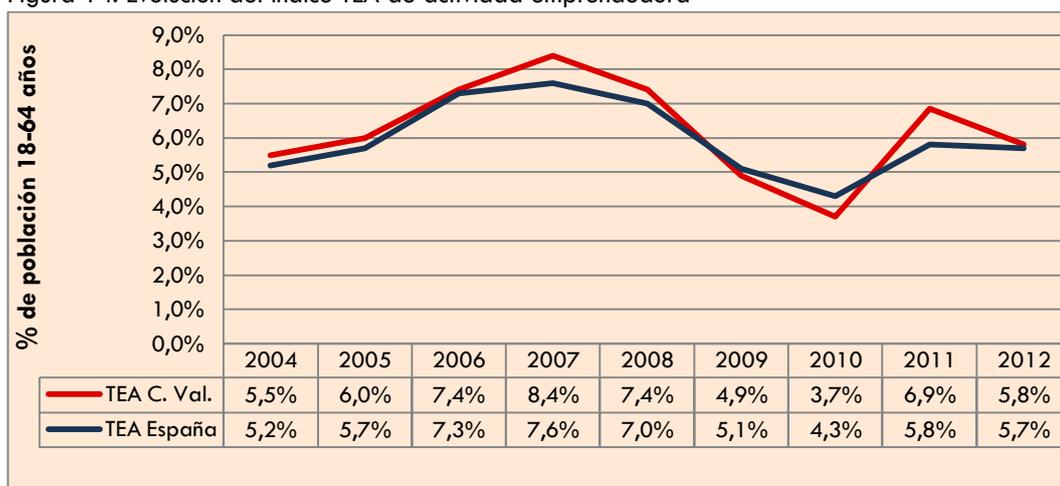
2.4. Evolución de la actividad emprendedora

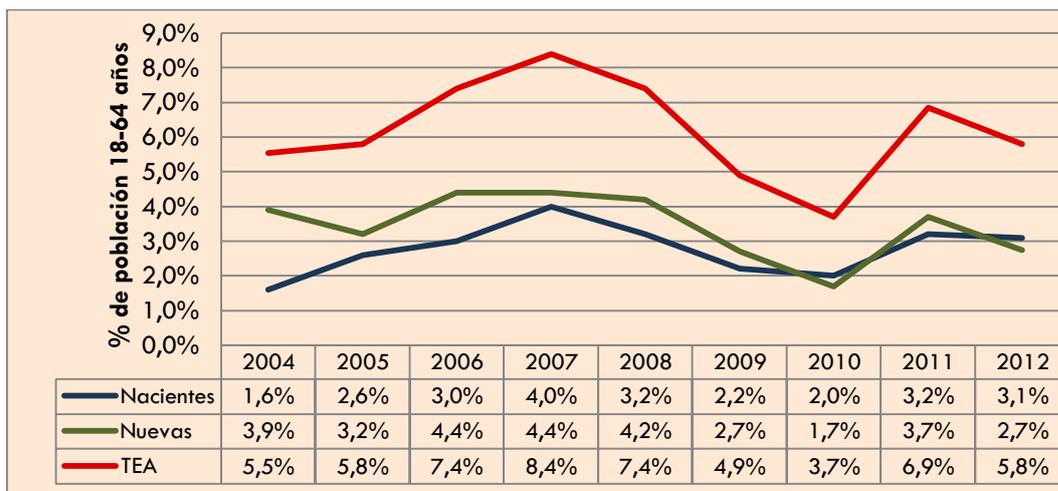
Los datos de evolución de la actividad emprendedora (TEA) de la Comunidad Valenciana vienen recogiendo continuos descensos, desde el principio de la crisis, que sitúan el mínimo registrado en 2010, año tras el que se recoge un incremento de actividad en 2011, que no perdura en 2012.

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

Por otro lado, la figura 14b ofrece una evolución de la descomposición de la actividad emprendedora en: (1) actividades “nacientes”, propias de la puesta en marcha inicial; y (2) actividades “nuevas”, que han superado esos tres meses de actividades, pero se encuentran todavía en la senda del camino a la consolidación. Dicha descomposición permite observar cierto paralelismo en la evolución de los dos componentes de la actividad emprendedora. Sin embargo, se aprecia que en los últimos años, cuando se recogen descensos, la actividad naciente cae con menos fuerza. De hecho, en el último año, la responsable fundamental de la caída de actividad emprendedora es la caída de la actividad nueva, que no llega a alcanzar la consolidación, por las dificultades que plantea la actual crisis económica, mientras que la evolución de la actividad naciente, que prácticamente replica el dato de 2011, se puede entender como un mantenimiento de la tasa de entrada, que indica que se mantiene el desarrollo de actividades conducentes a la creación de empresas, ante las dificultades que plantea la actual coyuntura y la ausencia de alternativas laborales.

Figura 14. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora

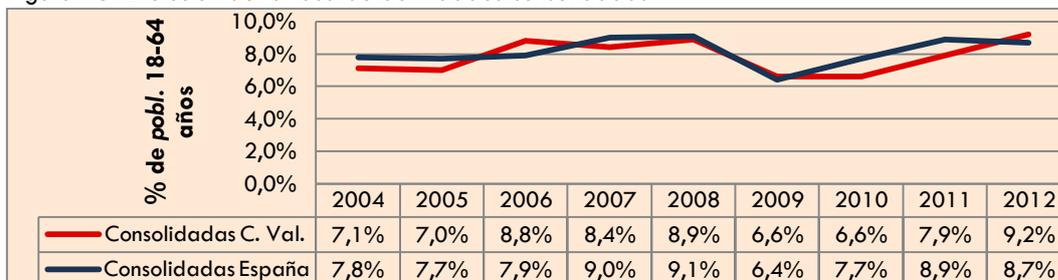




2.5. Evolución de la actividad consolidada

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 claro 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

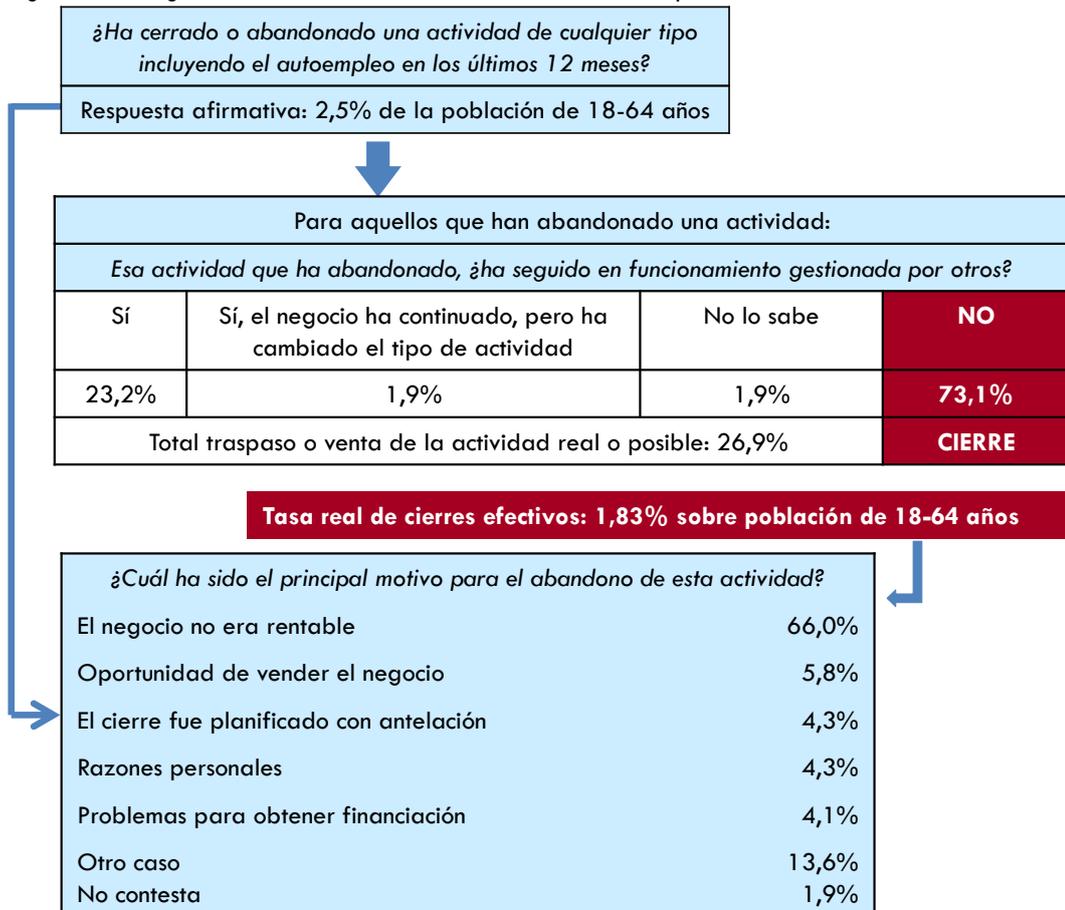
Los indicadores GEM recogen el porcentaje de población adulta que ha cesado en sus actividades empresariales a lo largo de los doce meses anteriores al momento

de la encuesta (julio 2012). 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.

Esta tasa puede diferenciarse en función de si el negocio realmente ha desaparecido de forma definitiva, o ha continuado en manos de otros. La encuesta GEM a la población de la Comunidad Valenciana ha captado que, del total que afirma haber cesado en sus actividades, cerca de una cuarta parte ha dejado el negocio en manos de otros (23,2%), por lo que la tasa real de cierres, con carácter definitivo, se haya en torno al 1,8%.

En relación a los motivos del cese, los entrevistados los asocian, fundamentalmente (dos terceras partes de las respuestas recogidas) a aspectos ligados a problemas de rentabilidad.

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



En cuanto a su evolución, tanto la tasa de abandonos como la de cierres vienen incrementándose desde 2007, detectándose una disminución de ambos porcentajes en 2012, como puede observarse en la figura 17.

Figura 17. Evolución de la tasa de abandono y cierres³



2.7. Resultados del proceso emprendedor en el contexto regional español

Para finalizar este capítulo, se ofrece una tabla que muestra 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	TEA12	Naciente	Nuevo	Consolidado	Cierre	Traspaso
Andalucía	15,57	6,10	4,27	2,19	8,75	1,97	0,45
Aragón	11,58	4,57	1,84	2,78	10,95	0,86	0,54
Asturias	7,13	2,17	0,64	1,52	9,31	0,72	0,00
Baleares	13,43	5,31	2,96	2,35	6,44	1,78	0,55
Canarias	14,86	4,61	2,26	2,34	7,20	1,33	0,59
Cantabria	8,87	4,39	2,77	1,62	10,95	1,13	0,73
C León	7,10	5,59	3,58	2,00	8,69	0,77	0,49
C La Mancha	10,56	5,62	2,63	2,99	9,89	1,81	0,29
Cataluña	14,01	7,48	4,81	2,67	9,86	1,94	0,60
C Valenciana	11,09	5,83	3,08	2,86	9,19	1,92	0,58
Extremadura	11,11	5,06	2,95	2,17	10,18	1,44	0,32

³ La variable cierres efectivos se incorporó al observatorio GEM en 2007, por lo que no se disponen de datos anteriores.

Galicia	8,13	5,13	3,32	1,85	10,46	1,48	0,67
C Madrid	10,32	4,45	2,49	2,12	5,74	1,32	0,46
Murcia	12,87	3,86	1,23	2,63	9,24	2,06	0,42
Navarra	9,17	4,41	2,33	2,23	7,08	0,64	0,50
País Vasco	8,49	4,36	2,47	1,98	8,31	1,03	0,67
Rioja	11,75	5,40	1,84	3,56	8,74	1,04	1,06
Ceuta	12,23	4,71	2,87	1,84	5,53	1,85	0,48
Melilla	7,45	5,92	0,49	5,42	4,64	1,52	0,94
Madrid	11,31	4,79	2,81	2,19	5,27	1,30	0,54
España	12,05	5,70	3,35	2,45	8,74	1,60	0,51

CAPÍTULO 3. EMPRENDIMIENTO EN FUNCIÓN DE SU MOTIVACIÓN

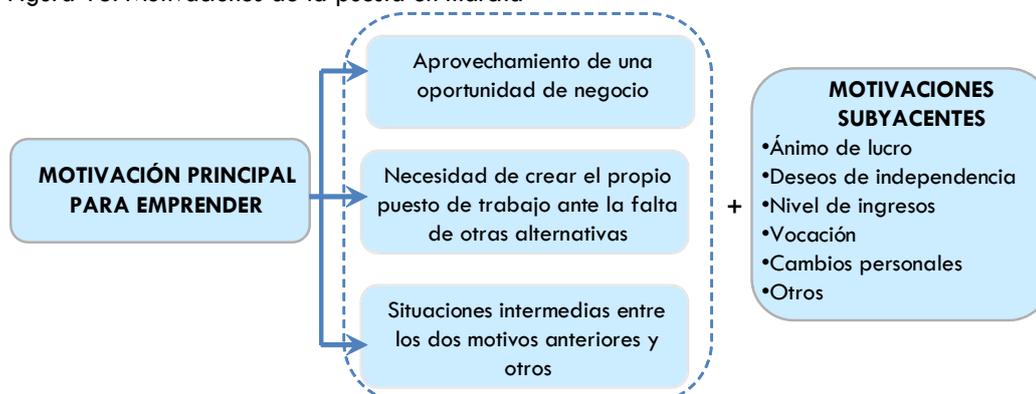
3.1. Introducción

El desarrollo de iniciativas emprendedoras va asociado al concepto de oportunidad. En la investigación sobre emprendimiento, éste es un concepto fundamental, en tanto que la creación de una empresa se entiende como la explotación de una oportunidad que previamente ha sido percibida o “descubierta”.

En general, se puede decir que la búsqueda y explotación de la oportunidad, se asocia con dos tipos estándares de comportamiento, relacionados con la vocación emprendedora (persecución de oportunidades), o con la reacción ante circunstancias adversas en lo laboral.

Esta dicotomía es reconocida en el ámbito del Proyecto GEM, denominándose a las dos motivaciones o impulsos fundamentales, “emprender por oportunidad”, cuando se trata de la explotación de oportunidades previamente buscadas y detectadas por los potenciales emprendedores; y “emprender por necesidad”, cuando la búsqueda de la oportunidad fue inducida por una necesidad personal, debido a circunstancias adversas o a la ausencia de otras alternativas laborales. Estos planteamientos se recogen en la figura 18.

Figura 18. Motivaciones de la puesta en marcha



3.2. Oportunidad y necesidad en la actividad emprendedora

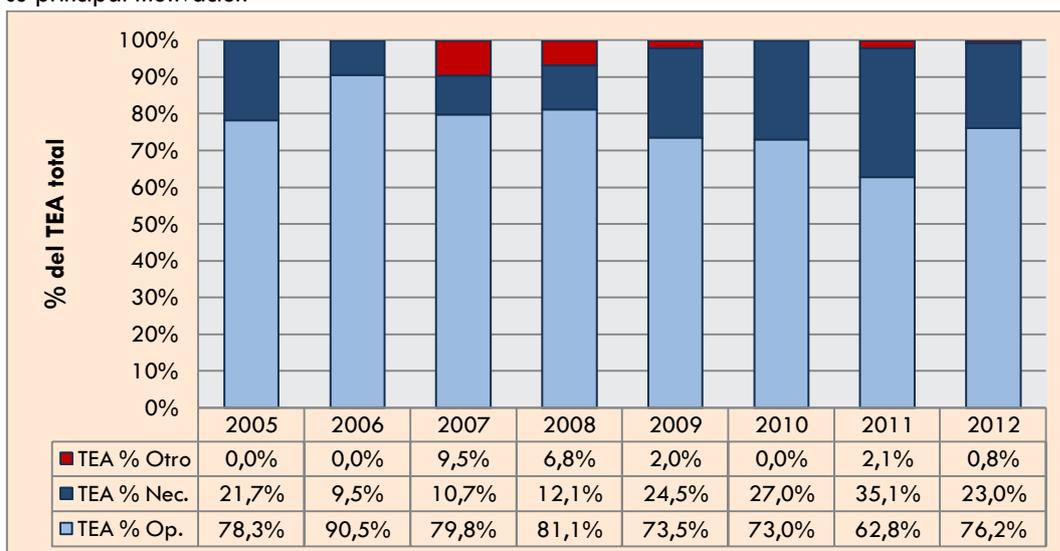
La Tabla 3 muestra las cifras obtenidas en 2012, relativas a los diversos tipos de emprendimiento en función de la motivación, distinguiendo entre las iniciativas que están en fase naciente y nueva.

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	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Oportunidad pura	1,3%	1,6%	1,6%	1,3%	2,9%	2,9%
Oportunidad en parte	0,7%	1,1%	0,8%	0,5%	1,5%	1,6%
Necesidad	1,3%	0,4%	1,2%	0,9%	2,4%	1,3%
No clasificable	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%
Total	3,2%	3,1%	3,7%	2,7%	6,9%	5,8%

De acuerdo con los datos, se detecta un ligero aumento de las actividades nacientes iniciadas por oportunidad (pura o en parte), con respecto al año anterior, circunstancia que no aparece reflejada en el caso de actividades nuevas, con más tiempo en el mercado. En cuanto a actividades iniciadas por motivaciones de necesidad, se detecta un claro retroceso con respecto a lo acontecido en 2011, tanto en su componente de actividad nueva como especialmente en su componente de actividad naciente. Estos datos suponen una mejoría del ratio oportunidad/necesidad, especialmente en las iniciativas más incipientes.

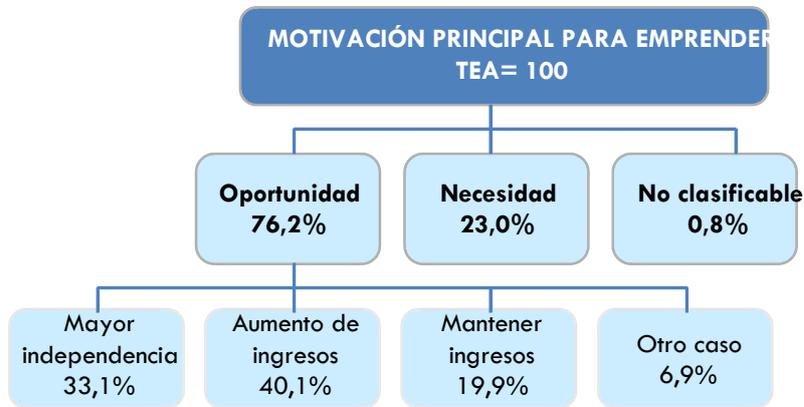
Figura 19. Evolución de la distribución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su principal motivación



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 ligeramente en 2012, como ya hemos comentado anteriormente.

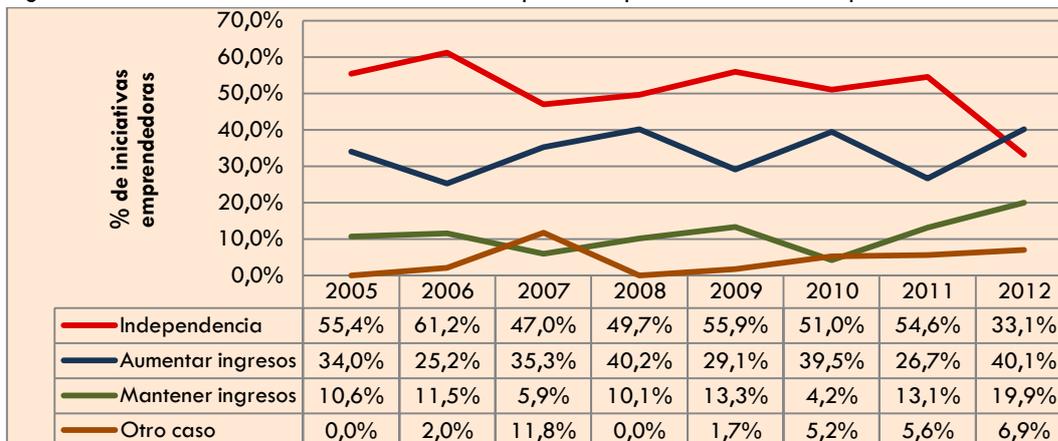
En el caso de los individuos que afirman haber desarrollado sus iniciativas llevados por factores de oportunidad (pura o en parte), la encuesta a la población indaga sobre las motivaciones intrínsecas que subyacen. La figura 20 resume los resultados para 2012, predominando motivaciones relacionadas con los retornos económicos.

Figura 20. Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades



Por su parte, la figura 21 muestra la evolución de estas motivaciones subyacentes entre 2005 y 2012. Así, se observa claramente que han ido retrocediendo las motivaciones relacionadas con la obtención de mayores cotas de independencia personal y laboral, frente a otras relativas a temas económicos y de subsistencia.

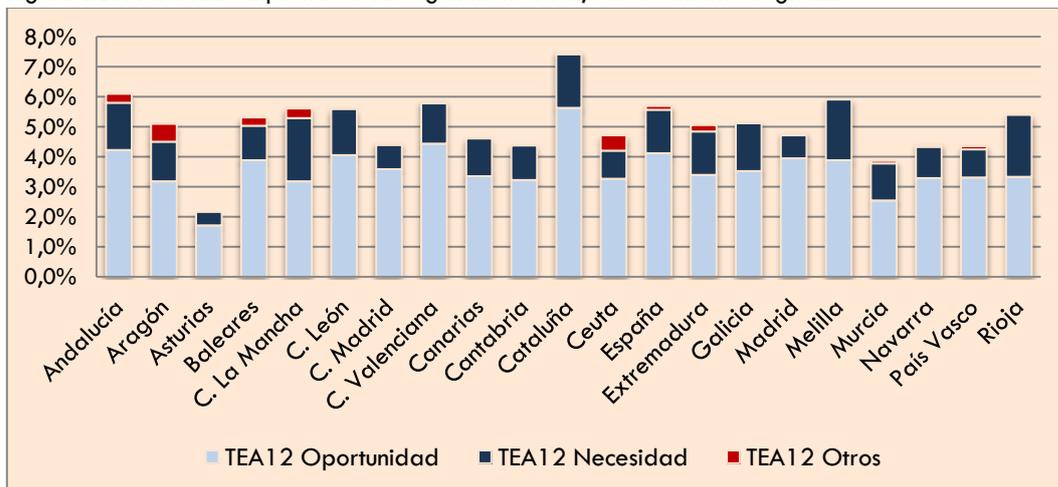
Figura 21. Evolución de motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades



3.3. Oportunidad y necesidad en el contexto regional español

La figura 22 permite contextualizar los datos correspondientes a motivaciones de la actividad emprendedora en el conjunto de regiones españolas. En todos los casos, como suele corresponder al grado de desarrollo de países como España, la actividad por oportunidad es superior a la actividad por necesidad. Particularmente en el caso de la Comunidad Valenciana, la actividad emprendedora por oportunidad registrada es la segunda mayor de entre las regiones analizadas.

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

El presente capítulo se centra en la caracterización de los individuos involucrados en alguna de las fases del proceso emprendedor.

Estos rasgos facilitan una aproximación a su perfil 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).

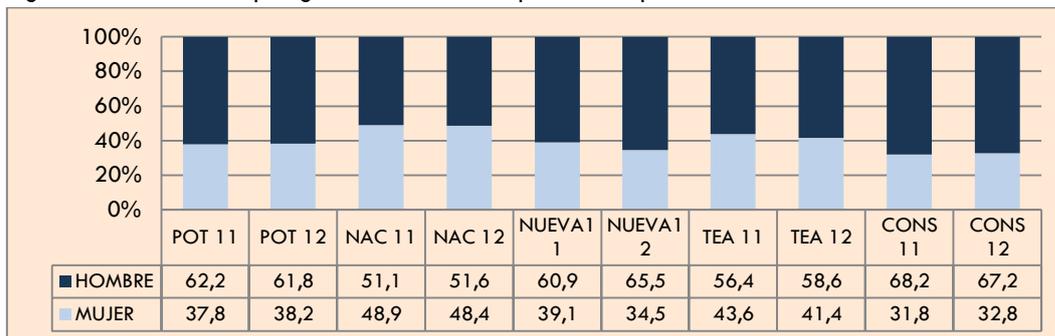
Los datos recogidos pertenecen a individuos de la población adulta, residentes en la Comunidad Valenciana en julio de 2012, y que en ese momento se encontraban involucrados en la puesta en marcha, desarrollo, consolidación y crecimiento de iniciativas empresariales incluyendo el autoempleo (actividades nacientes, nuevas y consolidadas), o bien que afirmaban tener en mente la puesta en marcha de una iniciativa de negocio a tres años vista (emprendedores potenciales).

4.2. Género

La distribución de género en las distintas etapas del proceso emprendedor sigue mostrando la tradicional preponderancia de la presencia de hombres en todas las fases. Sin embargo, 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, que prácticamente se equilibra en la etapa naciente.

Así, comparativamente con 2011, la participación de mujeres en actividades potenciales y nacientes se mantiene, mientras que disminuye en las denominadas actividades nuevas.

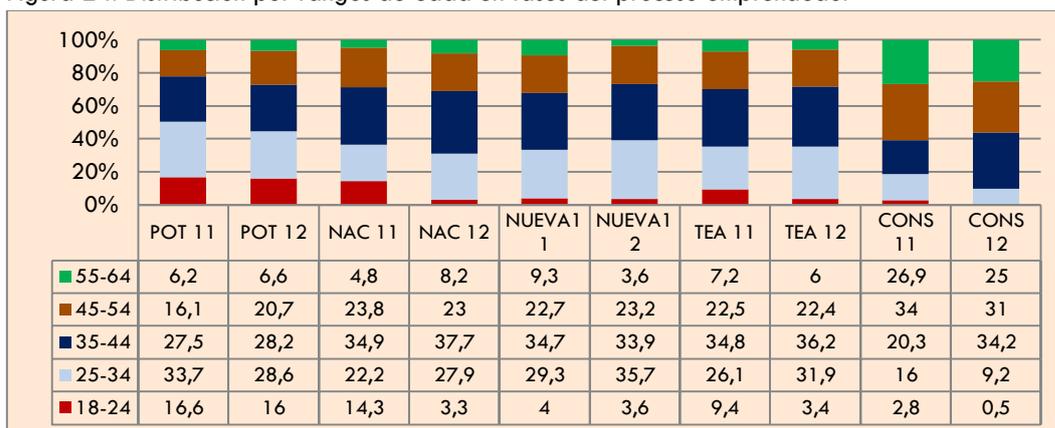
Figura 23. Distribución por género en fases del proceso emprendedor



4.3. Edad

La edad de los emprendedores guarda relación 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 (casi 37 años), pasando por la de los nacientes y nuevos (alrededor de 39) hasta la de los consolidados (poco más de 47). Una relación similar podemos encontrar si observamos la distribución por tramos de edad en cada etapa del proceso emprendedor: en los nacientes y nuevos la mayor concentración se da entre los 35 y 44; en los consolidados también es predominante el tramo entre los 35 y 44 años, si bien aumenta la importancia de tramos mayores de edad; y en los potenciales, los porcentajes están más distribuidos entre los diferentes tramos, excepto entre los 55 y 64, donde el porcentaje de individuos es sensiblemente inferior.

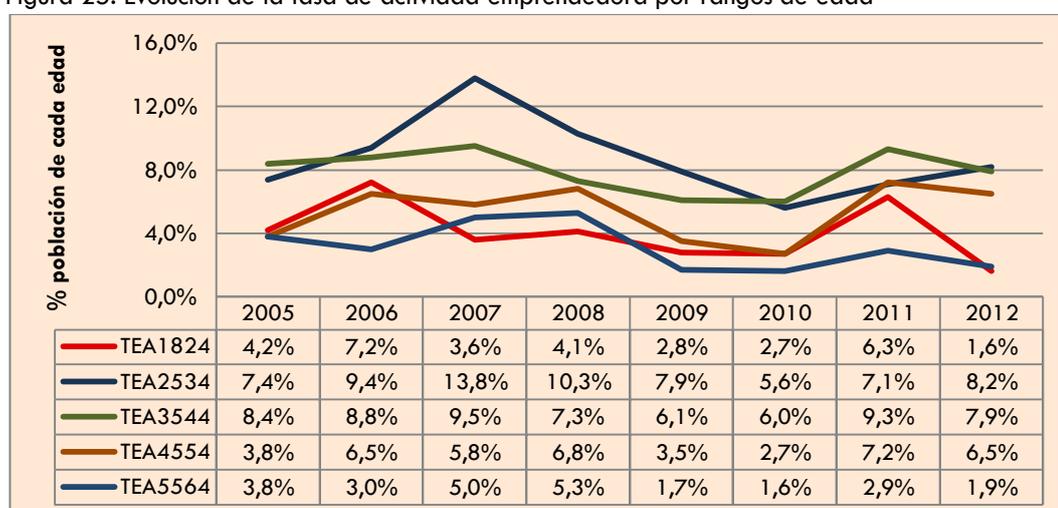
Figura 24. Distribución por rangos de edad en fases del proceso emprendedor



Respecto a 2011, la edad promedio se ha incrementado ligeramente en todas las etapas, y como aspectos destacables, cabe decir que la distribución de la edad de las personas que tienen intención emprendedora se ha mantenido relativamente estable; en fase naciente disminuyen los porcentajes en los tramos más jóvenes; y lo mismo puede decirse en cuanto a las consolidadas.

La figura 25 muestra la evolución del índice de actividad emprendedora por grupos de edad, desde 2005. Particularmente para el tramo de edad entre 25 y 34 años, se observa un crecimiento continuado desde 2010, siendo este grupo el único que presenta una tendencia positiva.

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 por fases del proceso emprendedor

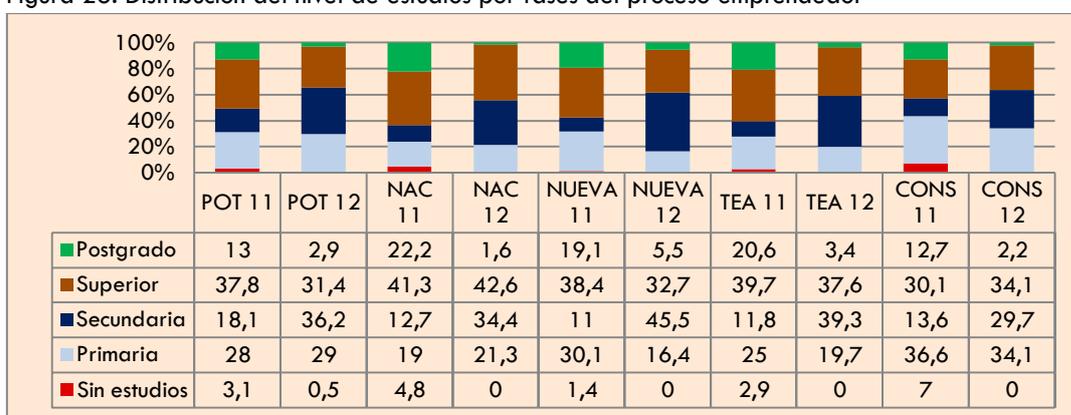
2012	Tipo de emprendedor	Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado
	Español	86,3%	87,1%	92,7%	89,7%	97,3%
	Extranjero régimen general	10,8%	9,7%	3,6%	6,8%	1,1%
	Extranjero régimen comunit.	2,4%	1,6%	3,6%	2,6%	1,6%
2011	Tipo de emprendedor	Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado
	Español	83,9%	92,1%	91,9%	92,0%	94,8%
	Extranjero régimen general	13,5%	6,3%	5,4%	5,8%	3,3%
	Extranjero régimen comunit.	2,6%	1,6%	2,7%	2,2%	1,9%

*Los porcentajes pueden no sumar 100 por columnas debido a los casos de no respuesta.

4.5. Formación

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

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



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: universitario y postgrado). Se puede observar cierto paralelismo en la evolución de la tasa de TEA en los niveles medio y superior.

En cuanto a formación específica para emprender, las proporciones de personas que declaran haber recibido algún tipo de formación relativa a aspectos propios de la puesta en marcha y gestión de negocios, tienden a disminuir en fases tempranas del proceso emprendedor entre los años 2011 y 2012, si bien se mantiene por encima del 40% en todos los casos (figura 28).

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

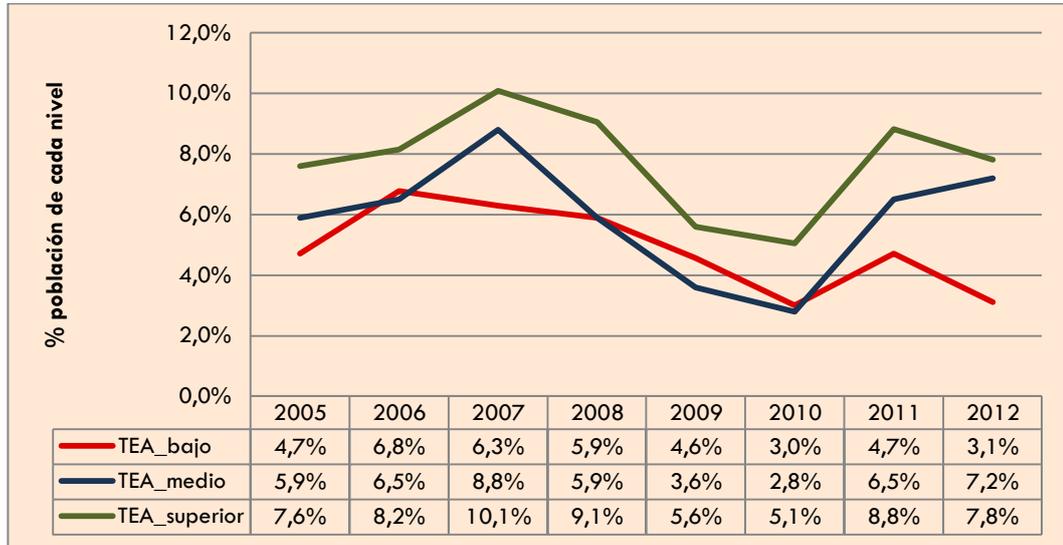
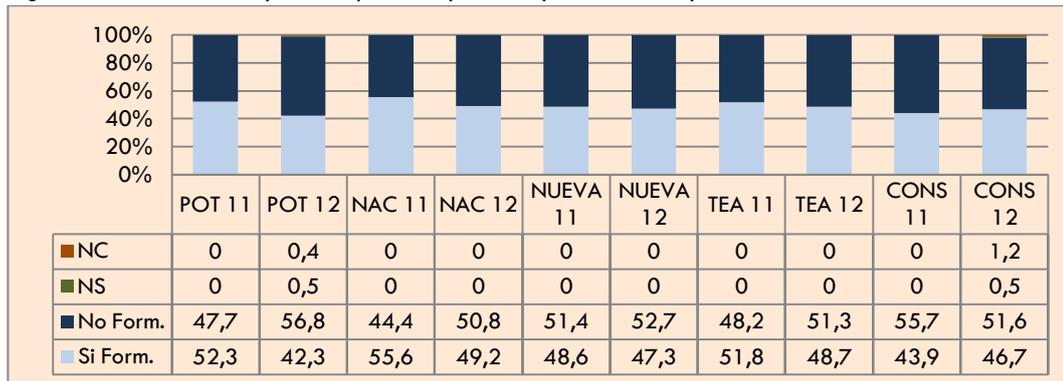


Figura 28. Formación específica para emprender por fases del proceso



4.6. Nivel de renta

La tabla 5 muestra a los emprendedores implicados en las distintas etapas del proceso emprendedor agrupados por tres niveles de renta familiar: hasta 10.000 euros, entre 10.000 y 20.000 euros, y por encima de 20.000 euros. Dada la especial sensibilidad de los datos que recoge esta cuestión, la tasa de no-respuesta en la encuesta es tradicionalmente muy elevada, por lo que se ha de ser especialmente prudente con las interpretaciones, debiendo quedar claro que la tabla ilustra una aproximación sujeta a ciertos márgenes de error.

No obstante, con carácter general sí se puede decir que en todas las fases del proceso emprendedor predomina la presencia de personas que tienen un nivel de renta ubicado en el tercio superior, con unos ingresos reconocidos de la unidad familiar por encima de los 20.000 euros. Otro elemento destacable es que los porcentajes de personas de rentas bajas involucradas en las distintas fases del proceso emprendedor han disminuido, siendo la única excepción el caso de los emprendedores potenciales en 2012, en los que también se recoge cierta preponderancia en el tramo medio de renta.

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

2012	Tipo de emprendedor	Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado
	Tercio inferior de renta	20,3%	20,9%	12,5%	16,9%	12,5%
	Tercio medio de renta	40,5%	30,2%	22,5%	26,5%	32,1%
	Tercio superior de renta	39,2%	48,8%	65,5%	56,6%	55,4%
2011	Tipo de emprendedor	Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado
	Tercio inferior de renta	22,6%	23,9%	22,0%	23,0%	18,1%
	Tercio medio de renta	30,8%	23,9%	29,3%	26,4%	21,3%
	Tercio superior de renta	46,6%	52,2%	48,8%	50,6%	60,6%

4.7. Situación laboral

En este caso se recoge únicamente 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 en los empresarios nuevos y consolidados, éstos declaran su situación laboral como la de activos por cuenta propia. La situación para los años 2012 y 2011 se muestra en la tabla 6.

Tabla 6. Distribución de la situación laboral de la población con intención de emprender a tres años y de los involucrados en actividades nacientes: comparación de los años 2011 y 2012

Tipo de emprendedor 2012	Potencial	Naciente
Trabajando a tiempo completo o parcial	42,2%	71,0%
Sólo a tiempo parcial	9,0%	6,5%
Jubilado	0,9%	0,0%
Labores del hogar	4,3%	1,6%
Estudiante	10,9%	3,2%
Paro, otro caso	32,7%	17,7%
Tipo de emprendedor 2011	Potencial	Naciente
Trabajando a tiempo completo o parcial	48,5%	46,0%
Sólo a tiempo parcial	10,8%	7,9%
Jubilado	1,0%	0,0%
Labores del hogar	4,6%	4,8%
Estudiante	9,3%	3,2%
Paro, otro caso	25,8%	38,1%

De entre los emprendedores potenciales de 2012, un 51,2% se encuentran en situación activa, frente al 59,3% de 2011. Por el contrario, se ha incrementado el porcentaje de emprendedores potenciales que se encuentran en desempleo, pasando de un 25,8% a un 32,7%. En cuanto al desarrollo de actividades para la puesta en marcha (actividades nacientes), disminuye el peso relativo de quienes afirman encontrarse en paro, aumentando el de los que dicen estar trabajando.

4.8. Perfil medio de las personas involucradas en el proceso emprendedor español

A partir de la información anterior, la tabla 7 recoge de manera sintética, el perfil medio de las personas involucradas en cada fase del proceso emprendedor.

Tabla 7. Perfil medio 2011 y 2012 de involucrados en cada fase del proceso emprendedor

Perfil medio 2012	% Género masculino/femenino	Edad	Origen	Formación	Nivel de renta	% Situación laboral (activo/parado)
Potencial	61,8/38,2	36,9	Español	Media	Medio/Sup	51,2/32,7
Naciente	51,6/48,4	40,1	Español	Superior	Superior	77,5/17,7
Nuevo	65,5/34,5	38,4	Español	Secundaria	Superior	---
TEA12	58,6/41,4	39,3	Español	Secundaria	Superior	---
Consolidado	67,2/32,8	46,9	Español	Sup/Prim	Superior	---
Perfil medio 2011	% Género masculino/femenino	Edad	Origen	Formación	Nivel de renta	% Situación laboral (activo/parado)
Potencial	62,2/37,8		Español	Superior	Superior	59,3/25,8
Naciente	51,1/48,9		Español	Superior	Superior	53,9/38,1
Nuevo	60,9/39,1		Español	Superior	Superior	---
TEA11	56,4/43,6		Español	Superior	Superior	---
Consolidado	68,2/31,8		Español	Primaria	Superior	---

CAPÍTULO 5. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL PROCESO EMPRENDEDOR

5.1. Introducción

La información recogida acerca de los individuos implicados en el proceso emprendedor, se complementa en este capítulo a través de una descripción de las iniciativas de carácter incipiente, cuya operatividad todavía no ha superado 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.

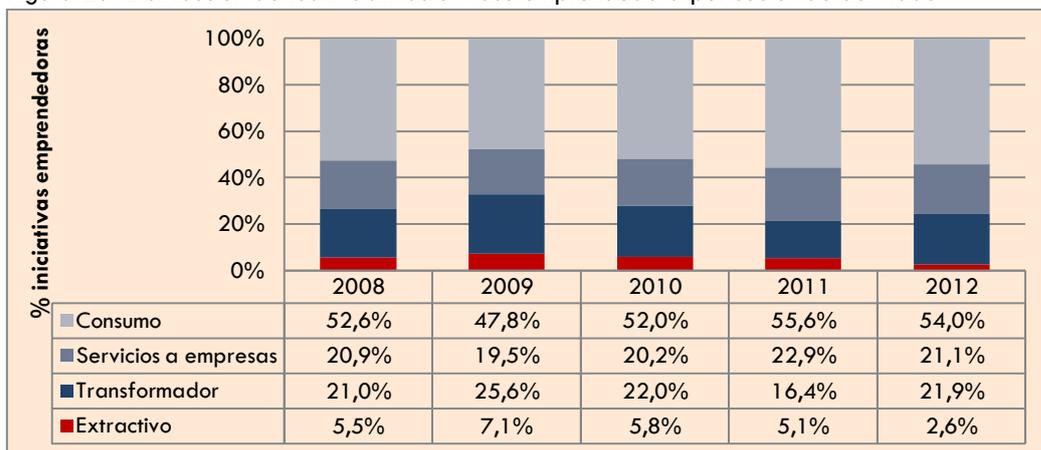
5.2. Sectores generales de actividad

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 2012.

La distribución de iniciativas en fase emprendedora se mantiene estable desde 2010, a grandes rasgos, tras el reajuste captado entre 2007 y 2009, que conllevó un acusado descenso de las actividades emprendedoras en el sector de transformación (incluyendo las relacionadas con la construcción). En conjunto, en

2012 las actividades de servicios al consumidor siguen siendo las mayoritarias, con un 55% sobre las actividades emprendedoras registradas, mientras que las actividades emprendedoras relacionadas con el sector extractivo alcanzan su mínimo desde que se realiza el informe GEM.

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

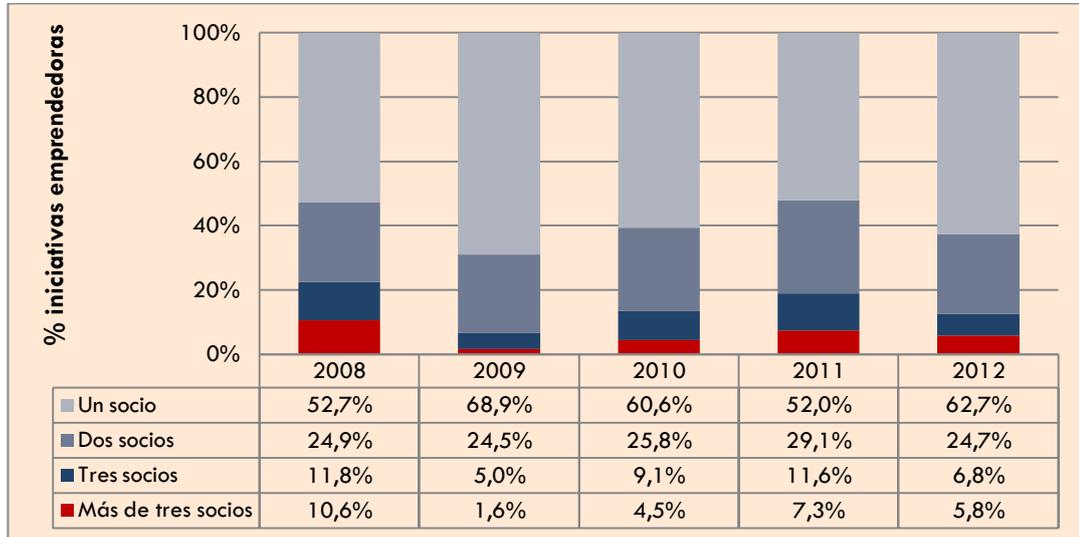


5.3. Número de socios

El número de socios de las actividades emprendedoras es una de las variables que permite aproximar su dimensión. En este sentido, España es un país en el que las iniciativas suelen desarrollarse mayoritariamente en solitario, y la Comunidad Valenciana no es una excepción.

La figura 30 ilustra este aspecto. En la misma, observamos una aproximación al número de propietarios de las iniciativas que, en julio de 2012, no alcanzaban todavía los 42 meses de operatividad, así como una comparativa temporal desde 2008.

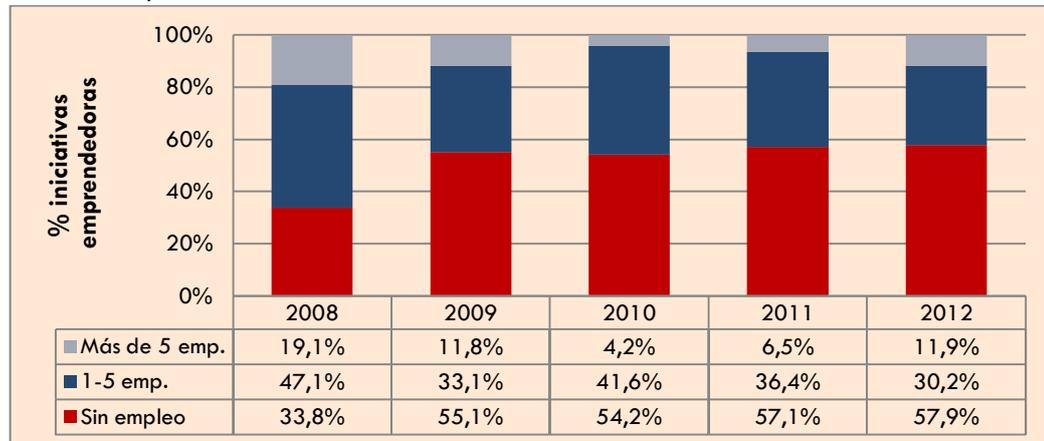
Figura 30. Distribución del número de propietarios de las iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses, incluyendo al socio que contesta la encuesta.



5.4. Dimensión y número de empleados

La figura 31 muestra la evolución de la dimensión empresarial de las iniciativas en base a la perspectiva del número de empleados. Se observa un incremento de iniciativas sin más empleados que el propio emprendedor, circunstancia que desde 2009 se sitúa por encima del 50% de los casos, alcanzando el 57% en 2012.

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

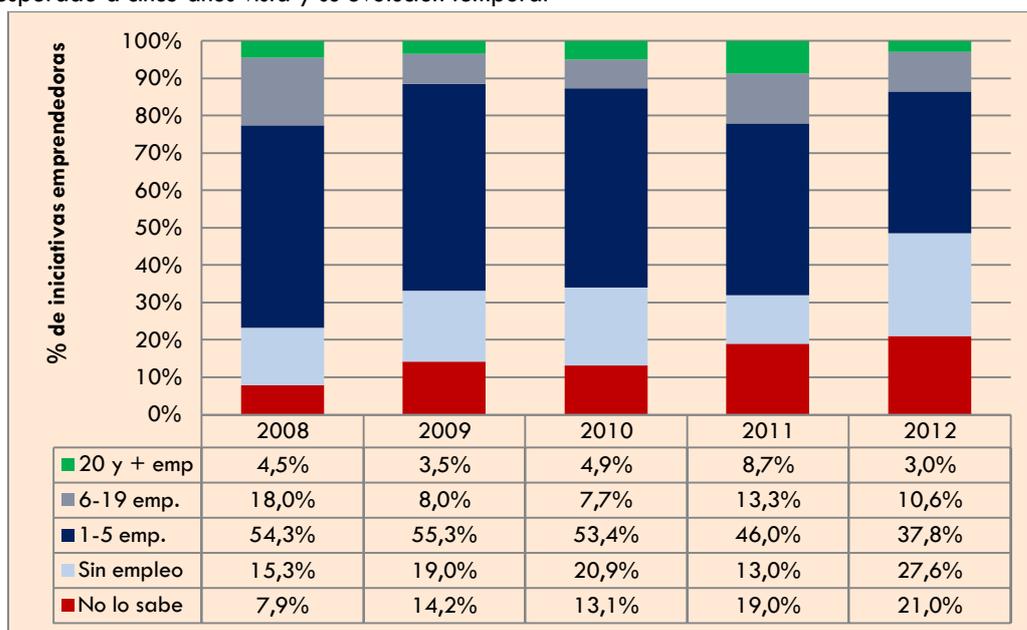


La caracterización de dimensión en base al empleo generado, se complementa con la visión que los propietarios de las iniciativas emprendedoras tienen sobre la expectativa de necesidades de recursos humanos a cinco años vista, ofreciendo una aproximación de las perspectivas de crecimiento de las mismas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

Las respuestas recogidas muestran que la respuesta más frecuente es la de expectativas de entre 1 y 5 empleos, por encima del 50% hasta 2010, mientras que en 2011 y en 2012 se ha reducido hasta el 37% recogido en la edición actual.

Particularmente en 2012 se recoge las mayores tasas de respuesta de “no lo sabe”, consecuencia de la incertidumbre que genera el entorno actual, y de “sin empleo”, lo que muestra expectativas conservadoras o inciertas, si la comparamos con años atrás.

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

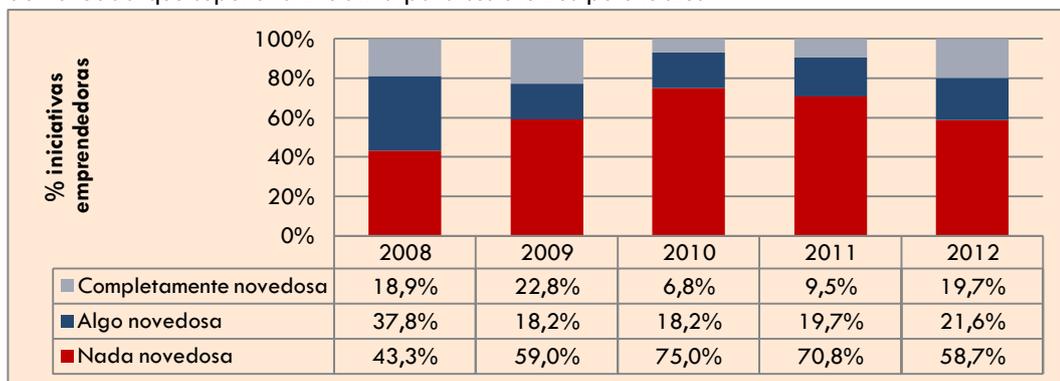


5.5. Visión del emprendedor sobre su iniciativa

GEM incluye algunas preguntas dirigidas a los emprendedores, al objeto de captar información sobre cómo perciben el desarrollo de su propia iniciativa, lo que nos permite complementar los apartados anteriores.

La figura 33 recoge la percepción sobre el grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales. En función de la respuesta recabada, 4 de cada 10 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. Se trata de una respuesta que vuelve a cifras similares a las de 2009, lo que podría apuntar a que la crisis lleva a tratar de posicionarse como diferentes entre los potenciales clientes.

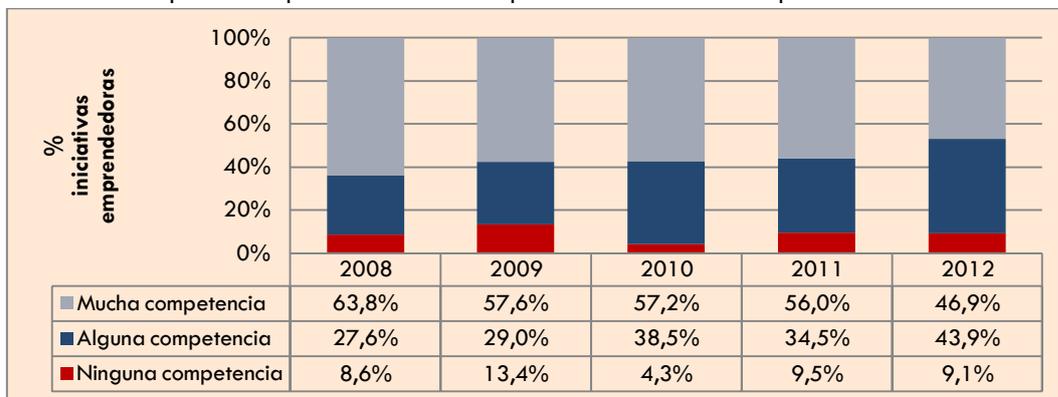
Figura 33. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según la percepción sobre el grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales



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

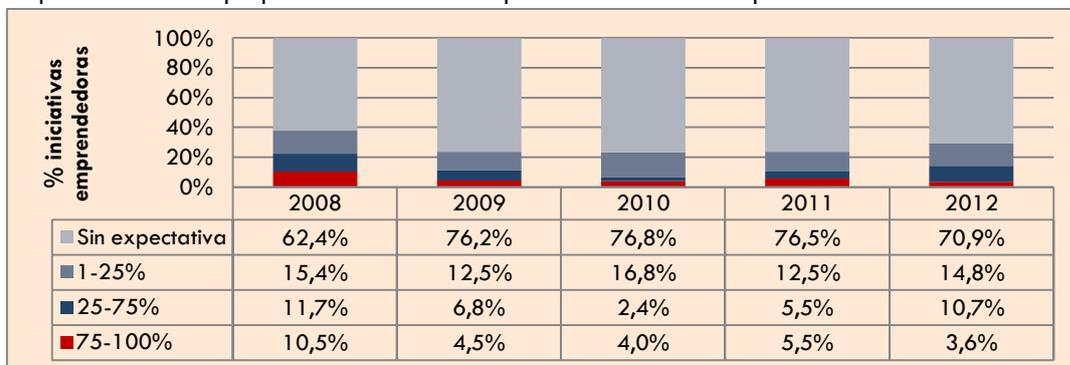
En este caso, algo más de la mitad (53%) de encuestados afirma en 2012 que su producto o servicio presenta diferencias, totales o parciales, respecto al que ofrecen sus competidores.

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 70,9%, de emprendedores sin expectativas de ventas en el exterior, lo que supone un descenso respecto a los tres años anteriores. También desciende el porcentaje de iniciativas con más del 75% de sus ventas potenciales en el exterior, mientras que aumentan las situaciones que prevén situaciones intermedias.

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

Este capítulo ofrece una visión de la actividad emprendedora desde una perspectiva de género, empleando para ello tanto los datos procedentes de la encuesta a la población adulta, como la visión cualitativa proporcionada por el grupo de expertos consultado.

Así, con base en los datos de la encuesta a la población, se recogen las tasas de involucración en las distintas etapas del proceso emprendedor mostradas por hombres y mujeres en 2012. A continuación, centrándonos en la parte activa del proceso, y en particular en las fases emprendedoras naciente y nueva (sintetizadas en el indicador TEA), se ofrece la evolución temporal comparada con España de las tasas de actividad emprendedora por género, y su contextualización territorial entre las regiones españolas participantes en la actual edición GEM. Adicionalmente, se ofrece, también para la actual edición (y en comparación a 2011), una aproximación por género a los perfiles emprendedores y a la motivación oportunidad/necesidad tras las iniciativas. Por último, se muestran las percepciones y actitudes con influencia en la actividad emprendedora en cada grupo.

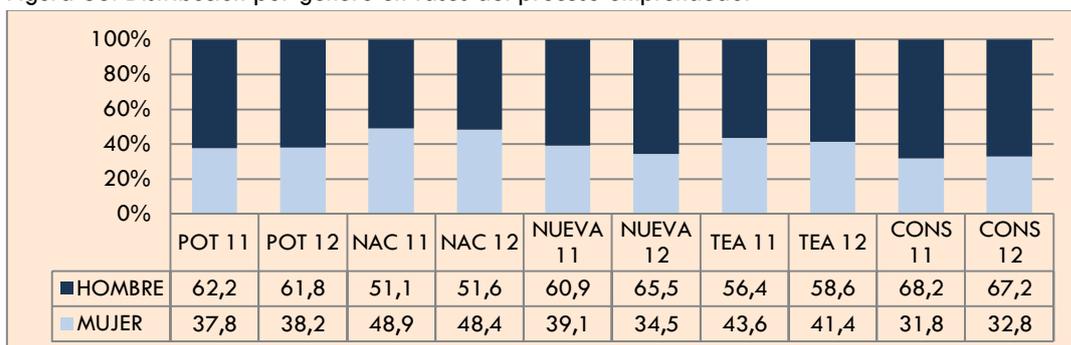
Finalmente para cerrar el capítulo, se recoge el juicio del grupo de expertos sobre el contexto sociocultural de la mujer emprendedora, y el apoyo que se presta a la puesta en marcha de actividades empresariales por mujeres en la Comunidad Valenciana.

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 mostrada 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 una tradicional preponderancia de la presencia de hombres en todas las fases. Sin embargo, 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, que prácticamente se equilibra en la etapa naciente.

Figura 36. Distribución por género en fases del proceso emprendedor



Si nos centramos en las tasas de involucración por género, en cada una de las etapas del proceso (tabla 8), encontramos que la mayor implicación 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, siendo esta tasa particularmente elevada en el caso de los hombres. En relación a las fases de actividad emprendedora, los porcentajes son favorables también al colectivo masculino, si bien apenas se observan diferencias en el caso de las actividades nacientes, las cuales se mantienen además prácticamente invariables respecto a 2011.

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

2012				
Tasas de involucración	Potencial	Naciente	Nuevo	General
Hombres	13,6%	3,2%	3,6%	6,8%
Mujeres	8,5%	3,0%	1,9%	4,9%
2011				
Tasas de involucración	Potencial	Naciente	Nuevo	General
Hombres	12,1%	3,2%	4,4%	7,6%
Mujeres	7,5%	3,2%	2,9%	6,1%

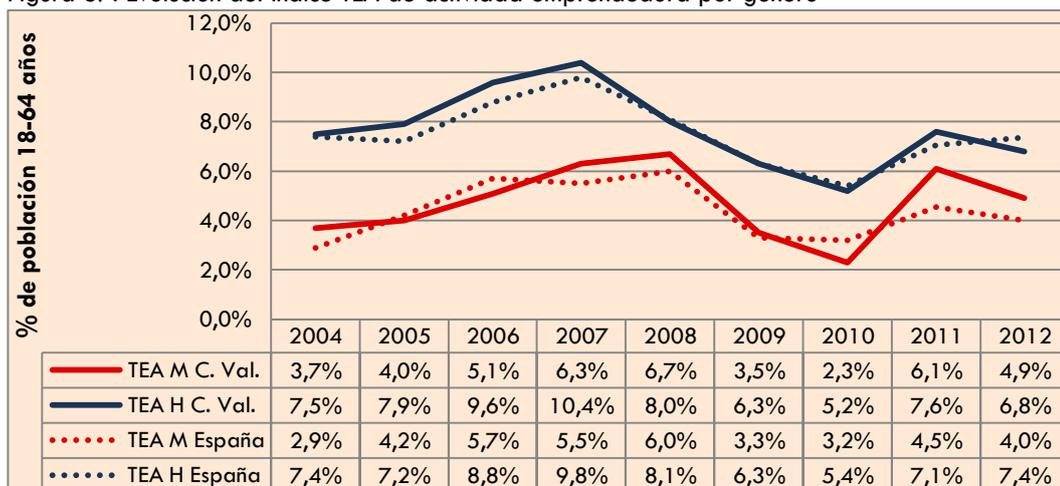
6.3. Evolución de la actividad emprendedora en función del género.

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

En concreto, el porcentaje de mujeres de la Comunidad Valencia que en julio de 2012 estaban involucradas en actividades emprendedoras, que todavía no habían superado los 42 meses, era del 41,4% sobre el conjunto total de emprendedores, lo que supone un leve descenso de apenas 2 puntos porcentuales respecto a 2011 (43,6% de mujeres).

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.

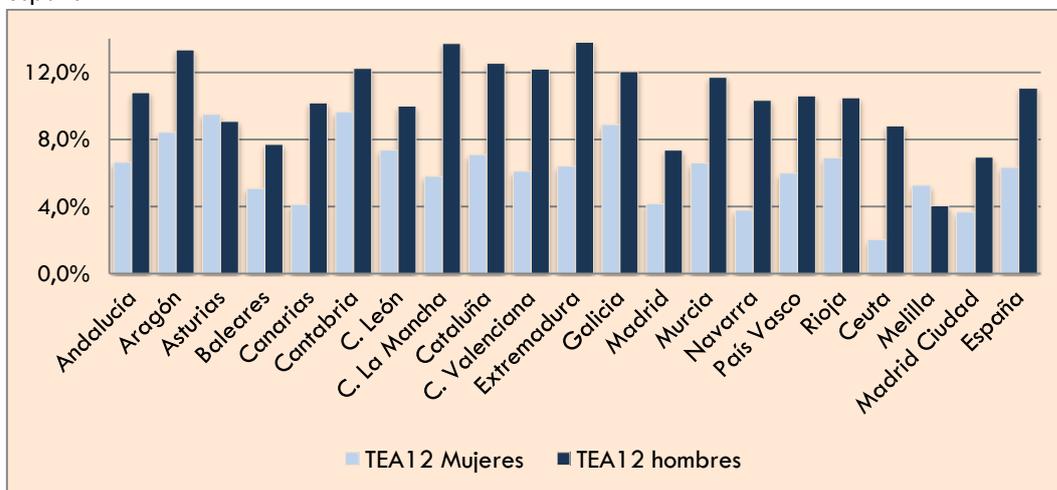
Figura 37. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género



Los datos muestran que, en 2012, 4,9 de cada 100 mujeres de la población adulta estaban implicadas en actividades emprendedoras, mientras que en el grupo de hombres, el dato es de 6,8 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 2012, en 0,9 puntos por encima de la correspondiente en la Comunidad Valenciana, mientras que entre los hombres se halla 0,6 puntos por debajo.

Adicionalmente, la figura 38 amplía la visión comparativa, situando las tasas de actividad emprendedora registradas por género en 2012 en la Comunidad Valenciana, en el contexto regional español.

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 2012 (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 torno a los 39 años, si bien hay que hacer notar que, mientras en los hombres hay mayor concentración en tramos en torno a esta edad, en el caso de las mujeres hay una mayor dispersión, sin un tramo de edad que destaque especialmente sobre el resto.

Del mismo modo, en cuanto a su origen, las emprendedoras son mayoritariamente españolas, al igual que entre los hombres, aunque mientras que en el grupo de hombres emprendedores, el origen extranjero se da en un 5,9% de los casos, en el colectivo de las mujeres, la procedencia foránea alcanza al 16,3% de las emprendedoras.

También se pueden encontrar diferencias en cuanto a la preparación. En concreto, el nivel educativo más frecuente entre las emprendedoras es el de los estudios superiores (53,1%), mientras que entre los emprendedores es la educación secundaria (47,1%). Por contra, en cuanto a formación específica en el ámbito empresarial y para la puesta en marcha de negocios, son los hombres los que destacan con un 57,4% de casos, frente a un 36,7% entre las mujeres emprendedoras.

En relación a la situación laboral de emprendedoras y emprendedores nacientes, la mayoría declaran encontrarse trabajando, si bien los porcentajes difieren, de modo que en el caso de las mujeres, el porcentaje de desempleadas iniciando actividades de carácter naciente dobla al registrado en el caso de los hombres (tabla 9).

Por último, citar que la motivación que, en términos de necesidad vs oportunidad declaran los emprendedores como estímulo al inicio de su actividad, no recoge diferencias por género.

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

	2011		2012	
	Emprendedoras	Emprendedores	Emprendedoras	Emprendedores
Edad promedio	37,87 años	39,12 años	39,41 años	39,27 años
% Origen español	86,7%	96,2%	83,7%	94,1%
% Nivel educativo más frecuente	Sup. (51,7%)	Sec. (40,8%)	Sup. (53,1%)	Sec. (47,1%)
Formación específica emprendedora	56,7%	48,1%	36,7%	57,4%
% Situación laboral (activo/parado)*	51,6%/35,5%	56,2%/40,6%	70,0%/23,3%	84,4%/12,5%
% Emprendimiento por oportunidad	55,0%	68,8%	76,5%	76,5%

*Sólo para emprendedoras y emprendedores nacientes

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).

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

% sobre población adulta por género	2011		2012	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Existencia de buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista en el entorno				
Sí existen oportunidades	14,0%	19,4%	11,4%	15,1%
Percepción de conocimientos y habilidades para la creación de empresas				
Sí poseo esas capacidades	48,9%	60,8%	44,4%	57,8%
Posesión de red social emprendedora				
Sí conozco emprendedores	28,1%	31,0%	28,3%	35,7%
¿Supondría el miedo al fracaso un obstáculo para emprender?				
No supondría un obstáculo	48,9%	50,0%	44,8%	51,7%
En su región la creación de empresa se considera una buena opción profesional				
Sí se considera buena opción	69,1%	68,5%	66,3%	63,0%
En su región se considera que el éxito emprendedor proporciona un buen estatus social				
Sí proporciona buen estatus	67,7%	70,2%	65,7%	67,9%

La valoración de la existencia de oportunidades en el entorno en 2012 muestra una reducción del porcentaje de respuestas positivas respecto a 2011, común tanto en hombres como en mujeres. Así, se obtienen los registros más bajos desde que se mide este ítem en GEM, y como viene siendo habitual, el porcentaje de hombres que consideran que existen buenas oportunidades en el entorno sigue siendo algo más elevado que el de mujeres.

La percepción de que se dispone de habilidades y conocimientos adecuados para el desarrollo y puesta en marcha de una actividad empresarial es el elemento que mayores diferencias por género presenta, diferencia que se ha ampliado hasta 13,4 puntos en 2012 (11,9 en 2011). Conviene resaltar que este aspecto es considerado por muchos investigadores como básico la hora de desarrollar conductas emprendedoras.

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 diferente entre 2011 y 2012, incrementándose casi cinco puntos en el caso de los hombres y permaneciendo prácticamente invariable en el caso de las mujeres.

El papel del miedo al fracaso como posible inhibidor de comportamientos emprendedores, se incrementa en ambos colectivos. El movimiento es de 1,1 puntos en el caso de los hombres, y más amplio, de 4,1 puntos, 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 reducen en todos los casos, siendo la percepción de que el emprendimiento sería una opción deseable, ligeramente superior en mujeres que en hombres, y la percepción de que el éxito proporciona cierto estatus, levemente superior en estos últimos.

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 expertos⁴, 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

⁴ La composición del panel de expertos y la metodología de trabajo asociada se detalla en el Capítulo 8. *Valoración de condiciones de entorno.*

recibe la valoración más baja, al igual que en años anteriores, 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 Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres	4,33	4,20	4,37	4,26	4,29	4,42	4,25
Crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer	3,36	3,06	3,17	3,22	3,17	3,28	3,17
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
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
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

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

CAPÍTULO 7. LA FINANCIACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO NACIENTE

7.1. Introducción

La financiación de la actividad emprendedora es sin duda uno de los asuntos más críticos, particularmente en las etapas iniciales. Este capítulo trata este aspecto, en relación a la actividad naciente, revisando los requerimientos de capital estimados por los emprendedores para la puesta en marcha de sus iniciativas y el modo en que prevén financiarse en cuanto a la cobertura con fondos propios y ajenos. Además, se aporta información acerca de una figura complementaria en cuanto a financiación, como es la de los denominados “inversores informales”, que aportan fondos personales a negocios de terceros.

7.2. Capital semilla medio en actividad naciente

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 julio de 2012 en la Comunidad Valenciana, a través de la inversión requerida para su desarrollo, así como su comparativa con años anteriores.

Para ello, se recogen los datos correspondientes a las necesidades financieras estimadas por los emprendedores nacientes (menos de 3 meses de operatividad) para la puesta en marcha de sus iniciativas, así como el modo de hacer frente a las mismas, en cuanto a la relación entre recursos propios y ajenos que esperan emplear. La tabla 12 ofrece una aproximación en relación a: los valores representativos de las necesidades financieras estimadas, la agrupación en cuatro conjuntos de igual número de emprendedores por orden creciente de la cuantía estimada, y la cobertura prevista capital propio/ajeno de las necesidades.

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.

Tabla 12. Necesidades de financiación estimadas y cobertura capital propio/ajeno en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana

VALORES REPRESENTATIVOS	2010	2011	2012
Media recortada al 5%	49.168€	44.787€	93.145€
Mediana (valor central)	20.342€	20.000€	10.665€
Moda (valor más frecuente)	6.000€ (17,5%)	0€ (11,6%)	0€ (18,8%)
Segundo valor más frecuente	25.000€ (12,6%)	30.000€ (9,7%)	15.000€ (11,5%)
Casos sin requerimientos de capital	8,6%	11,6%	18,8%
NECESIDADES ORDENADAS POR CUARTILES DE EMPRENDEDORES	2010	2011	2012
1% al 25% de emprendedores	Hasta 6.000€	Hasta 5.092€	Hasta 2.262€
26% al 50% de emprendedores	6.000€ - 20.342€	5.092€ - 20.000€	2.262€ - 10.665€
51% al 75% de emprendedores	20.342€ - 93.428€	20.000€ - 79.124€	10.000€ - 77.393€
76% al 100% de emprendedores	Más de 93.428€	Más de 79.124€	Más de 77.393€
COBERTURA ESTIMADA DE NECESIDADES FINANCIERAS	2010	2011	2012
Porcentaje de emprendedores que esperan aportar el total del capital	55,7% de emprendedores	34,2% de emprendedores	35,1% de emprendedores
Entre los que aportarán sólo parte, lo más frecuente es aportar un...	50% del capital	50% del capital	33,3% del capital

Hechas las salvedades anteriores, si nos centramos en las respuestas más frecuentes proporcionadas por los emprendedores, podemos observar una clara tendencia, y es que en 2012, así como ya ocurrió en 2011, el caso más frecuente es el de individuos que están poniendo en marcha iniciativas para las que afirman no tener requerimientos de capital. De hecho, esta situación, si bien se recogía ya en otros años, suponía una casuística poco frecuente, que sin embargo, ha ido incrementando su presencia a medida que se ha ido prolongando la crisis. Así, podemos observar en la tabla como el porcentaje de aparición de esta respuesta ha pasado del 8,6% en 2010 a un 11,6% en 2011, y al 18,8% obtenido en 2012.

La tabla recoge también el segundo valor más frecuente, desde 2008 entre los 25.000 y 30.000 euros, y que en 2012 ha descendido hasta 15.000 euros, lo que apunta también a iniciativas más modestas, y asienta más la concentración en cifras bajas de capital requerido, captada en los últimos años.

La ordenación de las necesidades financieras por cuartiles apunta igualmente en el mismo sentido. De hecho, se puede ver en la tabla cómo los límites de cada uno de los cuatro grupos de emprendedores han descendido en todos los casos, lo cual se muestra especialmente patente en los dos grupos con menos exigencias de capital. En concreto, el grupo con menos necesidades pasa de unos requerimientos máximos de algo más de 5.000 euros en 2011, a necesitar como máximo poco más de 2.200 euros en 2012. En el segundo grupo en cuanto a estimación de necesidades, se desciende desde un límite máximo de 20.000 euros en 2011 a prácticamente la mitad en 2012.

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 económica. Esto es, las iniciativas emprendedoras de menor envergadura, en cuanto a sus estimaciones de capital de puesta en marcha, arrancan con menor capital cada año.

Las necesidades de capital se cubren de diversos modos. Así, si en 2010 más de la mitad de los emprendedores que respondieron a esta cuestión tenían previsto aportar la totalidad del capital necesario, en 2011 y 2012 se reduce este porcentaje a prácticamente una tercera parte. Pero no sólo se reduce el porcentaje de emprendedores que aportan todo el capital, sino que, entre los que aportarán solo parte, se reduce también la cobertura de capital propio, pasando del tradicional 50%, recogido mayoritariamente en años anteriores, a un tercio del capital necesario. Es decir, frente a los datos recogidos hasta 2010, que parecían apuntar a un menor empleo de fuentes ajenas de financiación, se capta ahora sin embargo un incremento de éstas, aunque con cuantías modestas.

7.3. El inversor informal y su perfil

GEM obtiene información acerca de la financiación informal, midiendo la participación de la población en la inversión privada en negocios ajenos a través de la encuesta a la población adulta. Los datos obtenidos para la Comunidad Valenciana se sintetizan en este apartado, que ofrece una estimación del porcentaje de personas que ha puesto dinero en negocios de otros en los tres años anteriores a la entrevista, una aproximación a la cuantía más habitual, así como la relación que les une con el beneficiario y otros rasgos personales.

En concreto, el porcentaje de individuos que, en julio de 2012, 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 4,1% (sin tener

en cuenta las aportaciones al capital a cambio de participación en la empresa). Ello supone un aumento de la presencia de esta figura entre las fuentes de financiación para la iniciativa emprendedora en nuestra región, respecto a 2011 y 2010, años en los que ya venía incrementándose.

Por otro lado, se ha captado una reducción del montante más frecuente aportado, que ha pasado de estar en torno a los 3.000 euros en años anteriores, a una cifra más modesta de 2.000 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 85%) se trata de lazos de familia y/o amistad.

En cuanto a otros datos descriptivos, las características que aproximan el perfil del financiador informal en 2012 y su comparativa con los dos años anteriores se compendian en la tabla 13. De forma sintética, su figura corresponde a un hombre de casi 44 años, al que unen lazos de familia con el beneficiario, que se encuentra en activo, y cuya aportación más usual es de 2.000 euros.

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

	2010	2011	2012
Porcentaje de población que actúa como inversor informal	3,1%	3,1%	4,1%
Capital más frecuente aportado	3.000 €	3.000 €	2.000 €
Relación más frecuente con el beneficiario (%)	Familiar 52,5% Amigo 34,4%	Familiar 65,3% Amigo 20,0%	Familiar 64,8% Amigo 20,1%
Hombres/mujeres (%)	Hombre 71,3%	Hombre 59,1%	Hombre 64,7%
Situación laboral (%)	En activo 63,8%	En activo 79,8%	En activo 72,6%
Edad promedio y tramo de edad 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%)
Renta más frecuente por tercios (%)	Superior 59,3%	Superior 67,4%	Superior 57,7%
Perciben oportunidades (%)	24,5%	15,8%	17,1%
Miedo al fracaso no es freno para emprender (%)	64,8%	52,5%	60,4%
Red social emprendedora (%)	70,0%	50,5%	67,8%
Perciben que tienen habilidades emprendedoras (%)	76,9%	77,3%	68,7%
Posee formación relacionada con emprendimiento (%)	45,5%	42,8%	43,3%
Tienen intención de emprender (%)	19,0%	28,2%	21,7%
Involucrados en iniciativas emprendedoras TEA (%)	11,9%	14,3%	9,3%
Son empresarios consolidados (%)	23,9%	17,5%	20,4%

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

8.1. Introducción

La actividad emprendedora desarrollada en un territorio se ve influenciada por una serie de factores del entorno, los cuales condicionan la configuración de oportunidades de negocio, el potencial emprendedor de la población, y la dinámica empresarial que suponen los nacimientos, consolidaciones y cierres de actividad.

El modelo empleado en el consorcio investigador GEM identifica nueve condiciones de entorno principales, que conforman el marco de la actividad emprendedora (tabla 14). Se trata de factores que la literatura especializada identifica como influyentes en la existencia de oportunidades, en la capacitación de la población y en la actividad resultante del proceso emprendedor. Debe resaltarse que se trata del contexto específico para emprender, y no del contexto socio-económico general o de competitividad de un país o región.

Adicionalmente, el grupo de expertos emite también su valoración acerca de otros aspectos, como el contexto sociocultural en relación al emprendimiento femenino, o relativos a motivaciones, oportunidades y capacidades de la población, los cuales han sido presentados en los correspondientes capítulos.

Para el análisis de estas condiciones de entorno, GEM emplea la herramienta denominada “encuesta de expertos”. A través de la misma, un grupo de expertos procedentes de diversos ámbitos y relacionados con la actividad emprendedora, valora dichos condicionantes, ofreciendo 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.

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 la 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 existentes en el territorio, favorecen o inhiben la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales.

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, los cuales valoran 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 2012 de la Comunidad Valenciana. En relación a su ámbito de influencia, se ha contado con la participación de expertos relacionados con todas las condiciones de entorno analizadas. En cuanto a su procedencia, los participantes provienen 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 15. Ámbito de influencia de los expertos participantes en el Informe GEM Comunidad Valenciana 2012

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

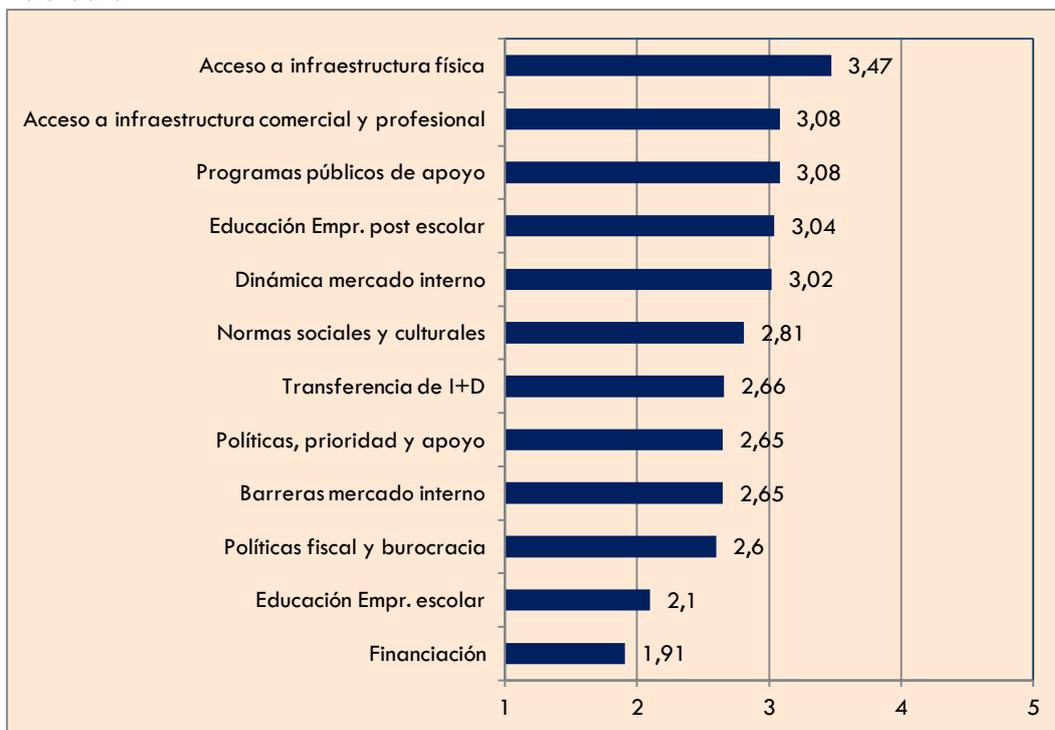
Tabla 16. Ámbitos de procedencia de los expertos participantes en el Informe GEM Comunidad Valenciana 2012

Ámbito de procedencia	Número de expertos
Empresarios	12
Profesionales	24
<i>Expertos de cámaras de comercio y asoci. 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

8.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender

De forma global, la figura 39 ofrece la valoración que han otorgado los expertos consultados, a las condiciones de entorno consideradas en la Comunidad Valenciana, en 2012⁵, las cuales se muestran en orden descendente de valoración. Cada una de estas valoraciones globales representa 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 5. El detalle de estas cuestiones se puede consultar en el último apartado de este capítulo.

Figura 39. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2012. Comunidad Valenciana



En la escala utilizada (1 a 5), ninguna de las condiciones supera el 4. Esto es un resultado corriente en los informes GEM, dado que un 5 supondría una percepción de perfección en dichas condiciones por parte de los expertos. En síntesis, la figura

⁵ Los expertos realizan estas valoraciones en el segundo trimestre del año.

ofrece una imagen de la situación que se percibe correcta en 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. Entre estos extremos se sitúan las valoraciones al resto de condiciones.

Por su parte, la tabla 17 recoge la evolución temporal de las valoraciones de las condiciones de entorno emprendedor en la Comunidad Valenciana desde 2006, lo que permite situar los datos de 2012 en un contexto más amplio. Como se puede observar, la jerarquía de factores no se altera en gran medida en los dos últimos años, si bien cabe destacar ciertos movimientos en las puntuaciones otorgadas (algunos de ellos desde 2008/2009, consecuencia del inicio de la crisis), como la mayor dinámica y volatilidad con que se juzgan los mercados, la percepción de mejora en la orientación emprendedora de la educación (posterior a la secundaria), o el juicio cada vez más bajo a la disponibilidad de financiación, que en 2012 pasa a ser la condición peor valorada.

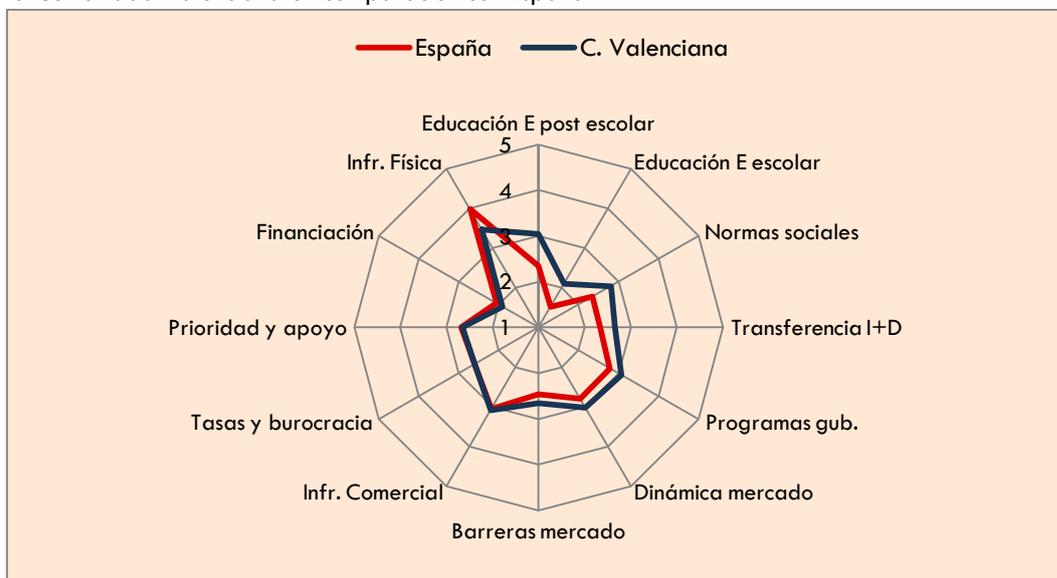
Tabla 17. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana. Evolución temporal

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

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.

Estas condiciones de entorno son similares en su evaluación global e importancia otorgada, a las del conjunto de España (figura 40). A modo de síntesis, el entorno emprendedor de la Comunidad Valenciana es evaluado relativamente peor, únicamente en cuanto a acceso a infraestructura física, y mejor evaluado por su grupo de expertos, en un amplio conjunto de condiciones, como la orientación emprendedora de la educación en todos sus niveles, la cultura emprendedora de su población, el estado de la transferencia de I+D, y el apoyo de los programas públicos al emprendimiento, considerándose también su mercado interno más dinámico.

Figura 40. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2012 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España



8.3. Detalle de las valoraciones de las condiciones de entorno

Como se ha anticipado anteriormente, 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, comenzando por el grupo de condiciones mejor valoradas, que superan la puntuación 3.

Como viene siendo habitual en los estudios GEM llevados a cabo en territorios desarrollados, y en particular en todas las ediciones en la Comunidad Valenciana, los aspectos relacionados con el acceso a infraestructura física (comunicaciones, servicios básicos de agua, electricidad, etc., carreteras,...) destacan sobre el resto, siendo los mejor valorados. Sin embargo, en esta ocasión empeoran los aspectos relativos al coste que supone para las empresas nuevas y en crecimiento, afrontar servicios básicos (gas, agua, electricidad,...) y los sistemas de comunicación, especialmente en el actual contexto de dificultades financieras y de liquidez.

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

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
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
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
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
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
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	3,50	3,70	3,47
Valoración global del acceso a infraestructura física	3,67	3,62	3,79	3,84	3,70	3,65	3,47

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

Los **programas públicos de apoyo** se sitúan a continuación, como en cada año analizado, en segundo lugar, manteniendo la puntuación media obtenida en 2011. En este ámbito, el papel jugado por parques científicos e incubadoras en apoyo a la creación y desarrollo de empresas, y la profesionalidad de los técnicos de las entidades de apoyo, siguen siendo los elementos mejor considerados en este ámbito, recogiendo una elevada valoración. Sin embargo, los expertos consideran, por primera vez, que los programas orientados al emprendimiento y el crecimiento de empresas no son suficientes, remarcando además en mayor medida que en otros años, la necesidad de adecuar éstos a las necesidades específicas de los demandantes de apoyo.

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

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
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
Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento	3,50	3,26	3,76	3,71	3,71	3,46	3,69
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas	2,97	3,00	3,22	3,06	3,06	3,09	2,61
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
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
Los programas públicos que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos	2,81	2,60	2,94	2,81	2,89	2,67	2,74
Valoración global de los programas públicos de apoyo	3,08	2,93	3,22	3,18	3,20	3,08	3,08

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

La misma valoración que los programas de apoyo, reciben en 2012 las **condiciones de acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales**, que son percibidas globalmente por los expertos también como adecuadas, manteniendo prácticamente su valoración global durante los últimos tres años. En detalle, los expertos interpretan que existe suficiente infraestructura comercial-profesional, si bien sitúan la dificultad principal en su coste. En este ámbito, se considera fácil el acceso a servicios de asesoramiento empresarial, dentro de lo esperable el acceso a proveedores y subcontratistas, y difícil el acceso a buenos servicios bancarios y financieros.

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

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
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
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
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas	3,03	3,20	3,11	3,26	3,03	3,03	2,94
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	3,50	3,53
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
Valoración global de la infraestructura comercial y profesional	3,22	3,41	3,20	3,17	3,03	3,06	3,08

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

La orientación emprendedora de la educación y la formación recoge, como es habitual, distinta valoración en función de su nivel. Así, son los **niveles educativos posteriores a la secundaria** los que se encuentran relativamente mejor situados. Además, al igual que en 2011, esta parcela formativa se introduce entre las condiciones de entorno bien valoradas (alcanzan o superan la puntuación 3). En particular, el aspecto mejor valorado es el relativo a la adecuación y la calidad de la formación en administración de empresas, con un 3,26. En cuanto a los otros dos elementos valorados (adecuación y calidad de la formación recibida para el emprendimiento en formación profesional, continua y universidades) se encuentran muy próximos al valor neutro 3, si bien ofrecen cierto margen de mejora, especialmente el relacionado con universidades.

Tabla 21. Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
En la enseñanza primaria y secundaria se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	2,03	1,76	1,80	1,89	1,80	2,11	2,22
En la enseñanza primaria y secundaria se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de la economía de mercado	2,00	1,85	1,91	1,74	1,91	2,09	2,13
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
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
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	2,90	2,72	3,21	3,14	2,94	3,36	3,26
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	2,70	2,56	3,00	2,91
Valoración global de educación y formación: primaria y secundaria	1,89	1,72	1,82	1,75	1,82	2,02	2,10
Valoración global educación y formación: post-secundaria	2,68	2,65	2,82	2,84	2,61	3,03	3,04

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

Tras las condiciones anteriores, un amplio conjunto de éstas se sitúan en una zona que podríamos denominar “intermedia” (con puntuaciones entre 2,5 y 3), indicando ello que poseen cierto grado de desarrollo, pero que no obstante requieren ciertas actuaciones de mejora.

Entre estas condiciones se halla el juicio realizado sobre el **mercado interno** de la región, en sus dos consideraciones: **volatilidad y apertura**. Así, por un lado, la valoración promedio de los expertos ha pasado a observar en 2012 cierta volatilidad (puntuación 3,06) en cuanto a la velocidad de los cambios que operan en los mercados de bienes y servicios, tanto en los de consumo como en los de productos para empresas. Por otro lado, pese a que los cambios pueden generar oportunidades en los mercados, los expertos siguen reconociendo cierta dificultad en su apertura o posibilidades de acceso (barreras de entrada) para las empresas nuevas y en crecimiento (puntuación 2,65).

Tabla 22. Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
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
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
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados	2,68	2,60	2,60	2,58	2,39	2,47	2,80
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
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
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir	3,36	3,00	2,96	3,00	3,00	2,32	2,64
Valoración global de la apertura y comportamiento del mercado interno: velocidad de los cambios	2,14	2,26	2,69	2,75	2,63	2,59	3,02
Valoración global de la apertura y comportamiento del mercado interno: apertura del mercado interno	2,81	2,68	2,68	2,67	2,74	2,42	2,65

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

Las **normas sociales y culturales**, en cuanto a su relación con valores vinculados al emprendimiento, se encuentran también en este segmento de valoraciones, si bien se aprecia que las cuestiones que componen este aspecto recogen puntuaciones diversas. Así por un lado, hay cierto acuerdo respecto a que la sociedad de la Comunidad Valenciana valora el éxito alcanzado mediante el esfuerzo personal, y también con que se enfatiza la autosuficiencia, autonomía e iniciativa propia. Sin embargo, los expertos estiman negativos otros aspectos culturales, como la orientación a la creatividad y la innovación, y especialmente, los estímulos socioculturales relacionados con la asunción de riesgos empresariales.

Tabla 23 Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
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
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
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
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
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
Valoración global de las normas sociales y culturales	3,09	2,63	2,91	2,97	2,62	2,88	2,81

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, desarrolladas desde las distintas administraciones públicas, mantienen a juicio de los expertos valoraciones similares a las de años anteriores, situándose en el segmento medio-bajo del conjunto de condiciones evaluadas, tanto en lo relativo a la importancia que dan al apoyo a la actividad de creación de empresas y su crecimiento, como en relación a la facilidad de tramitación. Se trata pues de un ámbito en el que es necesario esfuerzos de mejora, especialmente en cuanto a la burocracia a la que tienen que hacer frente los potenciales emprendedores (agilidad en trámites, regulaciones,...), así como en relación a la coherencia del conjunto de tasas y distintas regulaciones que afectan al emprendimiento.

Tabla 24. 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
Las políticas públicas favorecen claramente a las empresas de nueva creación	2,39	2,31	2,22	2,14	2,06	2,20	2,44
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
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
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
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
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
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
Valoración global de políticas públicas: políticas de apoyo	2,79	2,78	2,80	2,57	2,43	2,41	2,65
Valoración global políticas públicas: facilidad y rapidez trámites	2,75	2,47	2,81	2,48	2,59	2,67	2,60

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

Por último, en este bloque de condiciones de entorno, con valoración intermedia se encuentra el entorno tecnológico, y las posibilidades de **transferencia de tecnología**. La valoración sigue siendo media-baja, y es levemente superior a la recogida en 2011, si bien a lo largo del período analizado no se ha movido demasiado. El aspecto más destacado por el juicio de los expertos es la

capacidad y potencialidad de la ciencia y la tecnología para la creación de empresas competitivas. En relación con ello sigue siendo reconocida la limitación de las empresas nuevas y en crecimiento para costearse el acceso a las últimas tecnologías, así como también la existencia y adecuación de ayudas para acceder a las mismas. Otro aspecto fundamental a mejorar se refiere a los apoyos para la explotación, por científicos e investigadores, de sus ideas mediante la creación de empresas. Relacionado con ello, se juzga como bastante adecuado, el estado de los canales de transferencia de tecnología desde las universidades y centros de investigación a las empresas nuevas y en crecimiento, siendo el aspecto que mejor evolución ha presentado en el período analizado.

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

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
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	2,40	2,41	2,44	2,35	2,67	2,97
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
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías	2,00	1,86	2,08	1,97	2,03	2,15	2,21
Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento, para adquirir nuevas tecnologías, son suficientes y adecuadas	2,38	2,30	2,58	2,62	2,26	2,15	2,18
La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global	2,73	2,80	3,40	2,18	3,06	3,35	3,16
Existe el apoyo suficiente para que los científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas	2,38	2,39	2,74	2,32	2,49	2,32	2,30
Valoración global de la transferencia tecnológica	2,48	2,32	2,64	2,50	2,46	2,50	2,66

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

Como en años anteriores, y al igual que en el caso promedio nacional, las dos condiciones que de forma diferenciada al resto, obtienen las valoraciones más bajas son la relativas a la educación en sus niveles correspondientes a primaria y secundaria, y la relativa al soporte financiero, siendo dos elementos continuamente calificados como deficitarios en relación a su aportación al emprendimiento, tanto en la Comunidad Valenciana como en el resto de España. Sin embargo, la evolución de los últimos cuatro años ha llevado a que en 2012, por primera vez, la financiación pase a ser la condición que peor valoración obtiene, posición que tradicionalmente ha ocupado la relativa a la educación, en sus niveles primarios y medios.

Comenzando por el estado de la **educación primaria y secundaria** en relación al emprendimiento (véase anterior tabla 21), pese a encontrarse en una situación relativa muy baja respecto al resto de condiciones, la puntuación que recibe en 2012 es la mayor desde que se elabora GEM en la Comunidad Valenciana, habiéndose incrementado levemente en cada uno de los últimos cuatro años analizados respecto al anterior. En cualquier caso, la valoración otorgada a sus componentes deja patente que la atención al estímulo de habilidades como la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa desde edades tempranas, a la mejora de conocimientos sobre economía, y fundamentalmente, la atención al fomento del espíritu emprendedor, son elementos todavía deficitarios en el sistema educativo, y que requieren de una importante atención.

Finalmente, el caso del **apoyo financiero** supone la única de las condiciones evaluadas que en 2012, no llega a alcanzar siquiera la puntuación de 2. Además, ésta ha ido reduciendo progresivamente su valoración cada año, constituyendo un reflejo de la situación de crisis que está constriñendo la liquidez y el crédito a las empresas. El análisis en detalle pone de manifiesto que ninguna de las posibilidades de financiación analizadas merece, a la consideración de los expertos, la calificación de que su estado actual en la región, sea adecuado. El período mostrado en la tabla indica que la valoración de la presencia de inversores privados, oferta de capital riesgo y financiación mediante salida a bolsa se ha mantenido en los últimos años en niveles bajos; pero también que los que se han visto más afectados por la crisis han sido las posibilidades de autofinanciación, financiación ajena bancaria y suficiencia de subvenciones para empresas nuevas y en crecimiento.

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

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
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
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
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
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
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
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
Valoración global del apoyo financiero ⁶	2,43	2,39	2,37	2,33	2,13	2,11	1,91

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

Por último, para complementar el estado del contexto emprendedor en la Comunidad Valenciana, se ha pedido al grupo de expertos que enuncien para 2012, 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 siguientes muestran los resultados obtenidos.

La crisis económica y sus consecuencias es citada como una de las principales fuentes de obstáculos a la actividad emprendedora. Sin embargo, el propio clima económico es citado también como el principal empuje a la creación de empresas, si bien, hay que matizar que los expertos indican que la actividad desarrollada lo es por necesidad en la mayor parte de casos.

De este modo, se puede interpretar que, a juicio de los expertos, el clima económico generado por la crisis está modificando las características de la

⁶ Esta valoración global, y las sucesivas del resto de condiciones de entorno analizadas, se obtiene mediante un análisis de componentes principales que sintetiza las cuestiones valoradas.

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.

Relacionado con el clima económico, otro elemento protagonista es la financiación. Situada sin dudas por los expertos en primer lugar, como principal factor que constriñe la actividad emprendedora y empresarial, y también como principal elemento sobre el que fijan la atención en cuanto a recomendaciones de mejora.

Las políticas y programas de apoyo ocupan un puesto destacado entre los apoyos y también entre los obstáculos, lo que podemos interpretar como que se reconoce su labor, pero que existe mucho 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, es una necesidad.

Por último, cabe destacar los elementos relacionados con la educación y su orientación al emprendimiento. Su lugar es más destacado entre los obstáculos que entre los apoyos, pero sin embargo, en las recomendaciones es un factor importante, junto con la financiación y las políticas y programas. Es necesario facilitar actitudes y percepciones emprendedoras en todos los niveles educativos.

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	88,9%
Clima económico	44,4%
Políticas de apoyo	33,3%
Normas sociales y culturales	30,6%
Educación y formación	25,0%
Programas de apoyo	22,2%
Capacidad emprendedora	11,1%
Apertura del mercado interno	5,6%

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

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)
Clima económico	67,6%
Programas de apoyo	38,2%
Contexto político, social e institucional	26,5%
Apertura del mercado interno	23,5%
Políticas de apoyo	14,7%
Educación y formación	11,8%
Capacidad emprendedora	11,8%
Normas sociales y culturales	8,8%

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

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

Ámbito del entorno al que pertenecen las recomendaciones de los expertos para favorecer la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (importancia)
Apoyo financiero	60,0%
Programas de apoyo	60,0%
Políticas de apoyo	48,6%
Educación y formación	34,3%

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 constituye una fuente de información amplia sobre emprendimiento, actores que intervienen y entorno en el que se desarrolla, y ofrece desde 2004, el diagnóstico de los principales indicadores de la actividad emprendedora bajo una perspectiva temporal y territorial.

Particularmente desde 2008, la crisis y sus consecuencias socioeconómicas vienen marcando la evolución de los indicadores de actividad emprendedora medidos por GEM a nivel internacional. En este sentido, la Comunidad Valenciana no constituyen una excepción a la panorámica general tanto de España, como de los países de nuestro entorno.

Las dificultades económicas, laborales y empresariales existentes, y la afección de éstas sobre los valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población, inciden sobre los indicadores recogidos por GEM para medir la actividad en las distintas etapas del proceso emprendedor.

Así, en cuanto a involucración y dinámica emprendedora de la población, las tasas medidas en GEM indican que algo más de uno de cada cuatro adultos de la población adulta de la Comunidad Valenciana se encuentra actualmente inmerso en alguna de las etapas del proceso emprendedor (intenciones emprendedoras, actividad naciente, actividad nueva, o actividad consolidada). Sin embargo, la actividad incipiente desarrollada (naciente y nueva) continúa disminuyendo.

En relación con esto, continúa reduciéndose el porcentaje de población que piensa que existen oportunidades de negocio a corto plazo, el cual ha llegado en 2012 a ser el más reducido desde que comenzó a medirse en 2004. No obstante, ni esta percepción, ni el resto de señales del entorno parecen haber afectado al auto-reconocimiento de habilidades emprendedoras, ya que más de la mitad de la población adulta de la Comunidad Valenciana continúa pensando que posee las capacidades necesarias para poner en marcha un proyecto empresarial.

Con las dificultades del entorno, cada vez más individuos dicen tener la intención de desarrollar su propio proyecto empresarial, de hecho en 2012 crece de manera muy significativa el número de personas que se está planteando esta posibilidad. Las circunstancias de los últimos años provocan, sin embargo, que en ocasiones se trate de proyectos que pueden tener escaso recorrido y que se pueden englobar en lo que denominamos actividades emprendidas por necesidad.

Las iniciativas que se desarrollan continúan siendo de tamaño muy reducido, a juzgar tanto por sus necesidades financieras, menores cada año, como por sus requerimientos de recursos humanos actuales y a futuro, que se reducen a mínimos. 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 préstamos y créditos bancarios, continúa aumentando el porcentaje de población implicada en financiación informal, básicamente familiares del emprendedor, aunque sus aportaciones son más modestas que antes. En concreto, a alrededor del 65% de los inversores informales les unen lazos familiares con el emprendedor, y más del 80% cree que la existencia de buenas oportunidades es escasa, por lo que en muchos casos la aportación económica se efectúa como una ayuda personal.

El asesoramiento y la formación de los emprendedores incipientes y de los que están valorando la posibilidad de desarrollar su propio negocio, vienen siendo un tema recurrente en todos los informes GEM, sin embargo actualmente cobra más importancia si cabe, en cuanto que la orientación y preparación de este tipo de emprendedores es fundamental para evitar abandonos prematuros, consecuencia de una inadecuada evaluación de la idea de negocio, de la precipitación o urgencia en la puesta en marcha del proyecto debido a factores de necesidad, o a debilidades en la gestión de la empresa.

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, claves para el futuro, y muy especialmente, los que representan 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 programas de apoyo.

En este sentido, el fomento de la cultura y valores emprendedores en los diferentes niveles educativos, y también a través de los medios de comunicación, es uno de los aspectos que venimos considerando como necesarios en los sucesivos informes GEM.

Otros 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 actividad⁷. En la actualidad vienen contemplándose medidas de apoyo diversas de impulso a la competitividad de la economía, tanto en el ámbito del Estado como de la mayoría de Comunidades Autónomas, con políticas favorecedoras del proceso emprendedor, de las que convendría analizar la eficacia particular de sus actuaciones y seguimiento. Como ejemplo, baste citar en el ámbito de nuestra Comunidad Autónoma, y especialmente orientadas a emprendedores las siguientes:

- Medidas Urgentes de Apoyo a la Iniciativa Empresarial.
- Plan Global de Apoyo al Emprendimiento.
- Fomento de creación de empresas innovadoras y de base tecnológica.
- Plataforma del emprendedor como nuevo portal tecnológico.
- Puesta en marcha de un Banco de Patentes con las universidades.
- Programas para jóvenes (Emprenjove) y mujeres (Dona Empresa).
- Reorientación del IVF (Instituto Valenciano de Finanzas) como Banco de Emprendedores.
- Otras políticas diversas favorecedoras de la financiación, innovación, internacionalización, etc.

Adicionalmente, otras medidas que pueden tener un efecto positivo, derivadas del incremento la tasa de emprendimiento en solitario, son las relacionadas con actividades de networking que faciliten el intercambio de experiencias y los contactos entre emprendedores.

⁷ En este sentido, puede ayudar la conocida como “Ley de Emprendedores” de ámbito estatal.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo teórico GEM y fuentes de información que lo nutren	19
Figura 2. Descripción del proceso emprendedor según el Proyecto GEM.....	20
Figura 3. Evolución de percepción de existencia de oportunidades para emprender.	32
Figura 4. Evolución de la posesión de red social emprendedora	33
Figura 5. Evolución del auto-reconocimiento de la posesión de conocimientos, experiencia y habilidades para emprender	34
Figura 6. Evolución de la tasa de población que no ve el fracaso como obstáculo emprendedor	34
Figura 7. Evolución de la tasa de personas que piensan que en la Comunidad Valenciana se considera que emprender es una buena opción profesional	35
Figura 8. Evolución de la tasa de personas que piensan que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica para el emprendedor.....	36
Figura 9. Evolución de la tasa de personas que piensan que los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito	36
Figura 10. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.....	37
Figura 11. Las etapas del proceso emprendedor en el proyecto GEM	41
Figura 12. Tasas de involucración de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor y variación interanual	42
Figura 13. Evolución de la tasa de intención emprendedora.....	44
Figura 14. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora.....	45
Figura 15. Evolución de la tasa de actividades consolidadas	46
Figura 16. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales	47
Figura 17. Evolución de la tasa de abandono y cierres	48
Figura 18. Motivaciones de la puesta en marcha.....	51
Figura 19. Evolución de la distribución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su principal motivación.....	52
Figura 20. Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades	53
Figura 21. Evolución de motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades.....	54
Figura 22. Actividad emprendedora según motivación, en el contexto regional	54
Figura 23. Distribución por género en fases del proceso emprendedor	56
Figura 24. Distribución por rangos de edad en fases del proceso emprendedor	56
Figura 25. Evolución de la tasa de actividad emprendedora por rangos de edad....	57
Figura 26. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.....	58
Figura 27. Evolución de la tasa de actividad emprendedora por niveles educativos.	59
Figura 28. Formación específica para emprender por fases del proceso	59

Figura 29. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad	64
Figura 31. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal	65
Figura 32. Distribución de las empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados esperado a cinco años vista y su evolución temporal	66
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....	67
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	68
Figura 35. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora según la percepción del emprendedor de la proporción de sus clientes potenciales fuera de España.....	68
Figura 36. Distribución por género en fases del proceso emprendedor	70
Figura 37. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género.....	71
Figura 38. Tasa de actividad emprendedora comparada por género en el contexto regional español	72
Figura 39. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2012. Comunidad Valenciana	84
Figura 40. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2012 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.....	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Valoración de los expertos sobre motivación y capacidad emprendedora y normas sociales y culturales. Evolución temporal.....	38
Tabla 2. Resultados proceso emprendedor contexto regional español (ponderaciones US Census).....	48
Tabla 3. Motivación de inicio de la actividad emprendedora (% sobre población de 18-64 años)	52
Tabla 4. Distribución de procedencia por fases del proceso emprendedor	57
Tabla 5. Distribución del nivel de renta de las personas involucradas por fases del proceso emprendedor	60
Tabla 6. Distribución de la situación laboral de la población con intención de emprender a tres años y de los involucrados en actividades nacientes: comparación de los años 2011 y 2012.....	60
Tabla 7. Perfil medio 2011 y 2012 de involucrados en cada fase del proceso emprendedor	61
Figura 30. Distribución del número de propietarios de las iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses, incluyendo al socio que contesta la encuesta.....	65
Tabla 8. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por género...71	71
Tabla 9. Perfil medio emprendedor y motivación tras las iniciativas emprendedoras por género en 2012.....	73
Tabla 10. Percepciones individuales y sociales con influencia en la actividad emprendedora. Perspectiva de género	74
Tabla 11. Valoración de los expertos sobre el entorno sociocultural para el emprendimiento femenino en la Comunidad Valenciana. Evolución temporal	76
Tabla 12. Necesidades de financiación estimadas y cobertura capital propio/ajeno en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana	78
Tabla 13. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana	80
Tabla 14. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por los expertos.....	82
Tabla 15. Ámbito de influencia de los expertos participantes en el Informe GEM Comunidad Valenciana 2012.....	83
Tabla 16. Ámbitos de procedencia de los expertos participantes en el Informe GEM Comunidad Valenciana 2012.....	83
Tabla 17. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana. Evolución temporal.....	85
Tabla 18. Evaluación acceso a infraestructura física en la Comunidad Valenciana	87
Tabla 19. Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana	88
Tabla 20. Evaluación del acceso a servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana	89

Tabla 21. Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana	90
Tabla 22. Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana.....	91
Tabla 23 Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana	92
Tabla 24. Evaluación de las políticas públicas de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana	93
Tabla 25. Evaluación de la transferencia tecnológica en la Comunidad Valenciana..	94
Tabla 26. Evaluación del apoyo financiero a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana	96
Tabla 27. Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora	97
Tabla 28. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora	98
Tabla 29. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora	98

ANEXO TÉCNICO

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: Mayo-Julio de 2012.

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 2012, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Angola, Argelia, Argentina, Austria, Barbados, Bélgica, Bosnia y Herzegovina, Botswana, Brasil, Colombia, República de Corea del Sur, Costa Rica, Croacia, Chile, China, Dinamarca, Ecuador, EE.UU., Egipto, El Salvador, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Etiopía, Finlandia, Francia, Ghana, Grecia, Hungría, India, Irán, Irlanda, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, Lituania, Macedonia, Malasia, Malawi, Méjico, Namibia, Nigeria, Noruega, Países Bajos, Palestina, Panamá, Paquistán, Perú, Polonia, Portugal, Reino Unido, Rumania, Rusia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, Taiwán, Trinidad Tobago, Túnez, Turquía, Uganda, Uruguay y Zambia. Asimismo, son componentes regionales del Proyecto, los equipos de: Andalucía, Aragón, Canarias, Cantabria, Castilla La Mancha, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid CA, Madrid ciudad, Murcia, Navarra, País Vasco, diez regiones de Chile y la de Guanajuato en Méjico. 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.

EQUIPOS Y PATROCINADORES G.E.M. ESPAÑA 2012

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 GEM 2011/2012 COMUNIDAD VALENCIANA



experience

