



# Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo 2004  
Comunidad Valenciana







# Global Entrepreneurship Monitor

Informe Ejecutivo 2004  
Comunidad Valenciana





**Edita: Universidad Miguel Hernández**

**ISBN: 84-931726-9-3**

**DL: A-624-2005**

**Imprime: EGEA Gestión e Impresión**



# **Global Entrepreneurship Monitor**

## **Informe Ejecutivo 2004 Comunidad Valenciana**

Autores:

**José María Gómez Gras**

**Ignacio Mira Solves**

**Jesús Martínez Mateo**

**Antonio J. Verdú Jover**

Colaboradores:

**Diego Torres Gil**

**M<sup>a</sup> José Alarcón García**

**M<sup>a</sup> Cinta Gisbert López**

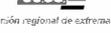
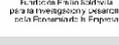
**M<sup>a</sup> Antonia Vaquero Sánchez**

**Domingo Galiana Lapera**

---



## PROYECTO GEM-ESPAÑA

EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega Rachida Justo Cristina Cruz Alicia Coduras Maria Pia Nogueira	 
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Álvaro Rojas Antonio Rafael Ramos Salustiano Martínez	    Centro de Estudios Andaluces CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de la Laguna	Rosa M. Batista Canino Alicia Bolivar Cruz Esther Hormiga Pérez Alicia Correa Rodríguez	  
Castilla y León	Universidad de León	Mariano Nieto Antolín Constantino García Ramos Roberto Fernández Gago Sergio del Cano Rojo Nuria González Alvarez	   
Cataluña	Universitat Autònoma de Barcelona	José M <sup>a</sup> Veciana Yancy Vaillant David Urbano	 
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José M <sup>a</sup> Gómez Gras Ignacio Mira Solves Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú	 
Extremadura	Fundación Xavier de Salas-Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón J. Carlos Díaz Casero	                     
Comunidad de Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno Campos Lidia Villar Carlos Merino Miguel Palacios Tindaro del Val	     
P. Vasco	Universidad de Deusto Universidad del P. Vasco	M <sup>a</sup> José Aranguren Juan José Gibaja Iñaki Peña Mikel Navarro Francisco José Olarte Saioa Arando María Saiz Arturo Rodríguez	     

El trabajo de campo para todos los equipos de GEM España ha sido realizado por la empresa OPINÒMETRE S.L.



Una definición inteligible y prosaica de una empresa podría ser la siguiente: una empresa es un recinto en donde entran euros y salen más euros. En otras palabras, una empresa se concibe para hacer posible la generación de riqueza sin la cual no es posible que una Sociedad pueda vivir en paz y libertad. No existe ningún modelo en el mundo que avale lo contrario.

Generar riqueza es, a su vez, hacer cosas que los demás están dispuestos a pagar por ellas. Y aquí quería yo llegar, para decir que una empresa tiene sentido y posibilidades de éxito cuando no olvida, desde la concepción misma de la empresa que el consumidor es el que le va a condicionar todo el proceso vital de la misma. Hay que hacer lo que el consumidor quiere comprar, hay que hacerlo competitivamente, con la calidad necesaria que el consumidor desea, hay que situar el bien producido en el ámbito del consumidor, tiene el consumidor que elegirlo entre otras opciones, tiene que volver a reelegirlo y fidelizarse, y el empresario tiene que pensar y hacer, al mismo tiempo que todo lo anterior, aquello que va a demandar el consumidor en el futuro ... Como vemos el consumidor es el señor a quien satisfacer. Ser buen empresario es algo difícil, reconozcámoslo, pero es una de las cinco cosas más importantes que en esta vida se pueda hacer.

Felicidades a los que se inician en esta importante tarea.

**Justo Nieto Nieto**  
Conseller  
Empresa, Universidad y Ciencia

---



La Real Academia Española define la palabra **emprendedor** como “*persona que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas*” y **empresa** como “*acción ardua que valerosamente se comienza*”. Si como decía Dámaso Alonso, los diccionarios no mienten, pocas de las 84.000 voces que comprende el prestigioso compendio, contienen tanta verdad en tan escasas palabras.

La empresa privada es el fenómeno económico, social y humano más importante de la historia del hombre. Sobre ella gira la vida económica y política de los pueblos en todo el mundo civilizado. Y, dentro del mundo de la empresa, el *espíritu emprendedor* representa la savia que alimenta el proceso constante de la creación de empresas. La *poción mágica* que dinamiza la economía.

Prácticamente todas las grandes y pequeñas empresas que en el mundo existen proceden de la idea de un emprendedor que asumió riesgos, tomó decisiones y resolvió problemas. Y cualquier estudio que ayude clarificar cómo y porqué surgen las empresas, y cuál es el caldo de cultivo idóneo para que *la mentalidad emprendedora* se desarrolle, es una contribución directa a la generación de nueva riqueza.

Por eso, el apoyo de Air Nostrum al proyecto GEM no ha sido fruto de la casualidad. Ni siquiera del altruismo. El patrocinio de Air Nostrum al proyecto GEM es interesado y deriva de la certeza de que una Comunidad Valenciana próspera incardinada en una España más rica, se traducirá también en riqueza para nuestra compañía. Porque el desarrollo económico de los territorios está directamente vinculado con su accesibilidad. No hay prosperidad sin movilidad y la movilidad es, a su vez, uno de los principales frutos de la prosperidad.

Además, el patrocinio de este estudio ha nacido del conocimiento profundo de la realidad de los emprendedores. Hace poco más de diez años, nació el proyecto Air Nostrum en un piso de 150 m<sup>2</sup> con tanta ilusión como incertidumbre. Los primeros años fueron pródigos en desencantos, sinsabores y noches en vela. Y también en alegría, compañerismo y trabajo en equipo. En Air Nostrum sabemos que la creación de una empresa requiere de trabajo duro e imaginación. De humildad para aprender de los demás y de capacidad para innovar. De valentía para arriesgar y de flexibilidad para adaptar permanentemente la organización a los nuevos retos que plantea una realidad cambiante.

Y por eso, porque conocemos el valor que ese espíritu emprendedor encierra, nos identificamos con el callado trabajo de los profesionales que han hecho posible la publicación de este estudio y esperamos que la valiosa información que contiene, arroje luz sobre el fenómeno de la creación de empresas, incentive a la administración a continuar apostando por los emprendedores y haga que los empresarios nunca olvidemos el espíritu que originariamente nos imbuyó y que es necesario conservar para que nuestras empresas se desarrollen. Como bien resumió Fernando Chávarri en su libro “Filosofía y ética empresarial”:

*“En realidad, el arte de hacer sobrevivir una empresa es el arte de hacer que los creadores prevalezcan sobre los burócratas y que éstos sirvan a aquellos, y no al revés”*

**Carlos Bertomeu**  
Consejero Delegado de Air Nostrum

---



El equipo investigador quiere mostrar su gratitud a Air Nostrum Lam S.A y a la Consellería de Empresa, Universidad y Ciencia, entidades que han colaborado en la financiación del presente estudio, así como a las instituciones y personas que han brindado su experiencia profesional para el diagnóstico de expertos, y sin cuyas contribuciones no hubiera sido posible recoger una perspectiva amplia de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana. Por su especial participación, nos gustaría resaltar a organizaciones como:

- **Instituto de la Pequeña y Mediana Industria Valenciana (IMPIVA)**
- **Instituto Valenciano de la Juventud (IVAJ)**
- **Servicio Valenciano de Empleo y Formación (SERVEF)**
- **Confederaciones Empresariales provinciales y Asociaciones sectoriales**
- **Cámaras de Comercio**
- **Agencias de Desarrollo Local de diferentes ayuntamientos**
- **Sociedad de Garantía Recíproca (SGR-CV)**
- **CEEIs de Castellón, Elche, y Valencia**
- **Entidades financieras CAM, Bancaja y La Caixa**

Y en particular a todos aquellos empresarios, consultores profesionales y colegas e investigadores de las universidades valencianas y centros de formación, que nos han dedicado parte de su tiempo y sabiduría, colaborando generosamente en esta iniciativa.

---



## ÍNDICE GENERAL





<b>Sumario Ejecutivo</b> .....	9
<b>Introducción al proyecto GEM</b> .....	15
<b>I. La actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana: perspectiva general</b> .....	21
I.1 Medición de la actividad emprendedora.....	23
I.1.1 Índices de actividad emprendedora.....	23
I.1.2 La Comunidad Valenciana en el entorno regional español.....	25
I.1.3 La perspectiva internacional.....	26
I.2 El desglose de la actividad emprendedora.....	28
<b>II.El comportamiento emprendedor</b> .....	31
II.1 La oportunidad y la necesidad como motivos para crear empresas.....	33
<b>III. Perfil socioeconómico del emprendedor</b> .....	39
III.1 Distribución por edad y género.....	41
III.2 Distribución por nivel de estudios.....	42
III.3 Distribución por nivel de renta.....	43
III.4 Tipología de negocio.....	43
III.5 Perfil medio del emprendedor .....	44
<b>IV. Mujer y creación de empresas</b> .....	45
IV.1 Actividad emprendedora y mujer .....	47
IV.2 Perfil socioeconómico de la mujer emprendedora .....	48
IV.3 Mujer emprendedora y entorno sociocultural .....	49
<b>V. Financiación de la actividad emprendedora</b> .....	53
V.1 Necesidades y fuentes de financiación.....	55
V.2 La inversión informal.....	57
V.3 Expectativas de recuperación de la inversión por parte del emprendedor.....	60
<b>VI. Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender</b> .....	61
VI.1 Percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana .....	63
VI.2 Factores de influencia en la motivación para emprender .....	66
VI.3 Capacidades para la creación de empresas .....	68
VI.4 Valoración global.....	69

---



<b>VII. Actividad emprendedora y empleo</b> .....	71
VII.1 Empleo generado por empresas nacientes y nuevas en la Comunidad Valenciana.....	73
VII.2 Expectativas de necesidad de recursos humanos a cinco años vista.....	74
<b>VIII. Condiciones específicas de entorno</b> .....	75
VIII.1 Apoyo financiero.....	79
VIII.2 Políticas públicas.....	80
VIII.3 Programas públicos de apoyo.....	82
VIII.4 Educación y formación.....	84
VIII.5 Transferencia tecnológica.....	85
VIII.6 Acceso a infraestructura comercial y profesional.....	87
VIII.7 Apertura y comportamiento del mercado interno.....	88
VIII.8 Acceso a infraestructura física para nuevas empresas.....	89
VIII.9 Normas sociales y culturales.....	90
VIII.10 Valoración global del entorno.....	92
<b>IX. Conclusiones y recomendaciones</b> .....	95
<b>X. Anexo I. Metodología</b> .....	101
<b>XI. Anexo II. Glosario de términos</b> .....	105

## ÍNDICE DE FIGURAS





<b>Figura 0-1.</b> Países participantes en el Proyecto GEM (2004).....	17
<b>Figura 0-2.</b> Modelo teórico base del Proyecto GEM.....	19
<b>Figura I-1.</b> Índices de actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana (TEA2004).....	23
<b>Figura I-2.</b> Índices de actividad emprendedora por comunidades autónomas (TEA2004).....	24
<b>Figura I-3.</b> Índices de actividad emprendedora por países (TEA2004).....	27
<b>Figura I-4.</b> Índices de actividad emprendedora por países europeos (TEA2004).....	27
<b>Figura I-5.</b> Porcentaje de “empresas nacientes” por comunidades autónomas.....	28
<b>Figura I-6.</b> Porcentaje de “empresas nuevas” por comunidades autónomas.....	28
<b>Figura I-7.</b> Porcentaje de “empresas consolidadas” por comunidades autónomas.....	29
<b>Figura I-8.</b> Porcentaje de “cierre de negocios” por comunidades autónomas.....	29
<b>Figura II-1.</b> Actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad en la Comunidad Valenciana.....	33
<b>Figura II-2.</b> Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad por comunidades autónomas.....	35
<b>Figura II-3.</b> Actividad emprendedora por oportunidad (países GEM).....	37
<b>Figura II-4.</b> Actividad emprendedora por necesidad (países GEM).....	37
<b>Figura II-5.</b> Actividad emprendedora por oportunidad (países Europa).....	38
<b>Figura II-6.</b> Actividad emprendedora por necesidad (países Europa).....	38
<b>Figura III-1.</b> Edad de los emprendedores en la Comunidad Valenciana.....	41
<b>Figura III-2.</b> Emprendedores por género en la Comunidad Valenciana.....	42
<b>Figura III-3.</b> Nivel de estudios de los emprendedores en la Comunidad Valenciana.....	42
<b>Figura III-4.</b> Nivel de renta de los emprendedores en la Comunidad Valenciana.....	43
<b>Figura III-5.</b> Actividad emprendedora por sector económico en la Comunidad Valenciana.....	44
<b>Figura IV-1.</b> Ratio mujer/hombre para la actividad emprendedora por comunidades autónomas.....	47
<b>Figura IV-2.</b> Distribución de edad del emprendedor por género en la Comunidad Valenciana.....	48
<b>Figura IV-3.</b> Nivel de estudios por género en la Comunidad Valenciana.....	49
<b>Figura IV-4.</b> Nivel de renta por género en la Comunidad Valenciana.....	49
<b>Figura IV-5.</b> Sectores de actividad: clasificación por género en la Comunidad Valenciana.....	49
<b>Figura IV-6.</b> Valoración de aspectos relacionados con el entorno sociocultural de la mujer emprendedora en la Comunidad Valenciana.....	50
<b>Figura IV-7.</b> Valoración media otorgada por los expertos regionales al entorno sociocultural de la mujer emprendedora.....	51
<b>Figura V-1.</b> Capital total inicial requerido por el emprendedor de la Comunidad Valenciana (Miles de euros requeridos por % de emprendedores).....	55
<b>Figura V-2.</b> Capital propio que espera invertir el emprendedor de la Comunidad Valenciana (Miles de euros por % de emprendedores).....	56
<b>Figura V-3.</b> Inversión informal en la puesta en marcha de nuevas empresas en la Comunidad Valenciana.....	58
<b>Figura V-4.</b> Inversión informal por comunidades autónomas (miles de euros en los 3 últimos años).....	58
<b>Figura V-5.</b> Inversores informales por comunidades autónomas (% de población adulta en los últimos 3 años).....	58
<b>Figura V-6.</b> Aproximación al perfil del inversor informal en la Comunidad Valenciana.....	59
<b>Figura V-7.</b> Expectativas de recuperación de la inversión por parte del emprendedor de la Comunidad Valenciana.....	60

<b>Figura V-8.</b> Tiempo estimado para la recuperación de la inversión por parte del emprendedor de la Comunidad Valenciana.....	60
<b>Figura VI-1.</b> Percepción de oportunidades para la creación de empresas por comunidades autónomas (porcentajes de población entre 18 y 64 años).....	63
<b>Figura VI-2.</b> Percepción de oportunidades para la creación de empresas en Europa (porcentajes de población entre 18 y 64 años).....	64
<b>Figura VI-3.</b> Aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos).....	65
<b>Figura VI-4.</b> Valoración media de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas (comunidades autónomas).....	65
<b>Figura VI-5.</b> Factores que influyen en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos).....	66
<b>Figura VI-6.</b> Valoración media de aspectos relacionados con la motivación para emprender (comunidades autónomas).....	67
<b>Figura VI-7.</b> Habilidad y conocimientos para emprender en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos).....	68
<b>Figura VI-8.</b> Valoración media de aspectos relacionados con conocimientos y habilidades para emprender (comunidades autónomas).....	69
<b>Figura VII-1.</b> Dimensión de empleo actual en empresas nacientes y nuevas de la Comunidad Valenciana (sin incluir a los socios emprendedores).....	73
<b>Figura VII-2.</b> Expectativas de necesidades de recursos humanos en las empresas nacientes y nuevas de la Comunidad Valenciana (sin incluir a socios emprendedores y con un horizonte temporal de 5 años).....	74
<b>Figura VIII-1.</b> Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial en la Comunidad Valenciana	79
<b>Figura VIII-2.</b> Valoración global del apoyo financiero a la creación empresarial por comunidades autónomas	80
<b>Figura VIII-3.</b> Evaluación de las políticas públicas de apoyo a nuevas empresas en la Comunidad Valenciana.....	81
<b>Figura VIII-4.</b> Valoración global de las políticas públicas por comunidades autónomas.....	81
<b>Figura VIII-5.</b> Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana.....	82
<b>Figura VIII-6.</b> Valoración global de los programas públicos por comunidades autónomas.....	83
<b>Figura VIII-7.</b> Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana.....	84
<b>Figura VIII-8.</b> Valoración global de la educación y formación por comunidades autónomas.....	85
<b>Figura VIII-9.</b> Evaluación de la transferencia tecnológica en la Comunidad Valenciana.....	86
<b>Figura VIII-10.</b> Valoración global de la transferencia tecnológica por comunidades autónomas.....	86
<b>Figura VIII-11.</b> Evaluación del acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana.....	87
<b>Figura VIII-12.</b> Valoración global del acceso a infraestructura comercial y profesional por comunidades autónomas.....	87
<b>Figura VIII-13.</b> Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana.....	88

<b>Figura VIII-14.</b> Valoración global del mercado interno por comunidades autónomas.....	89
<b>Figura VIII-15.</b> Evaluación del acceso a infraestructuras físicas en la Comunidad Valenciana.....	89
<b>Figura VIII-16.</b> Valoración global del acceso a infraestructuras físicas por comunidades autónomas.....	90
<b>Figura VIII-17.</b> Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana.....	91
<b>Figura VIII-18.</b> Valoración global de las normas sociales y culturales por comunidades autónomas.....	91
<b>Figura VIII-19.</b> Valoración media de las condiciones de entorno en la Comunidad Valenciana.....	92
<b>Figura X-1.</b> Esquema de la metodología de la investigación.....	104
<b>Figura X-2.</b> Ficha técnica de la encuesta a la población.....	104

---



## ÍNDICE DE TABLAS



<b>Tabla I-1.</b> Índices de actividad emprendedora por comunidades autónomas (TEA 2004).....	24
<b>Tabla I-2.</b> Estimación del número total de emprendedores por comunidad autónoma.....	25
<b>Tabla I-3.</b> Estimación del total de emprendedores en Alicante, Valencia y Castellón.....	25
<b>Tabla I-4.</b> Índices de actividad emprendedora por países (TEA 2004).....	26
<b>Tabla I-5.</b> Desglose de la actividad emprendedora por comunidades autónomas.....	28
<b>Tabla II-1.</b> Actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad en la Comunidad Valenciana.....	33
<b>Tabla II-2.</b> Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad por comunidad autónoma.....	34
<b>Tabla II-3.</b> Actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad en el entorno GEM.....	36
<b>Tabla III-1.</b> Emprendedores por rangos de edad en la Comunidad Valenciana.....	41
<b>Tabla III-2.</b> Clasificación de sectores de actividad.....	43
<b>Tabla IV-1.</b> Participación de la mujer en la actividad emprendedora (comunidades autónomas).....	47
<b>Tabla IV-2.</b> Ámbito de influencia de los expertos participantes en el estudio.....	50
<b>Tabla V-1.</b> Procedencia de la financiación ajena para la creación de nuevas empresas (% de emprendedores que han recibido fondos en 2004).....	57
<b>Tabla V-2.</b> La inversión informal en la Comunidad Valenciana.....	57
<b>Tabla V-3.</b> Inversión realizada por el inversor informal por comunidades autónomas.....	58
<b>Tabla VI-1.</b> Percepción de oportunidades para la creación de empresas en Europa (porcentajes de población entre 18 y 64 años) .....	64
<b>Tabla VI-2.</b> Intencionalidad de emprender en los próximos tres años por rango de edad.....	67
<b>Tabla VI-3.</b> Intencionalidad de emprender en los próximos tres años por nivel educativo.....	68
<b>Tabla VIII-1.</b> Distribución de expertos por ámbito de influencia.....	78
<b>Tabla VIII-2.</b> Ámbitos de procedencia de los expertos de la Comunidad Valenciana.....	78
<b>Tabla VIII-3.</b> Conocimiento de servicios o programas de apoyo a la creación de empresas (frecuencia de las respuestas mayoritarias de la población).....	83
<b>Tabla VIII-4.</b> Contacto con instituciones o programas de apoyo a la creación de empresas (frecuencia de las respuestas mayoritarias de la población).....	83
<b>Tabla VIII-5.</b> Favorecedores e inhibidores de la creación de empresas en la Comunidad Valenciana.....	93
<b>Tabla VIII-6.</b> Recomendaciones de los expertos para incentivar la creación de empresas en la Comunidad Valenciana.....	93



## SUMARIO EJECUTIVO



## SUMARIO EJECUTIVO

Con el presente informe, la Comunidad Valenciana se incorpora al proyecto GEM, el cual permite obtener, en el marco de esta iniciativa internacional, una visión en profundidad del fenómeno emprendedor, cuyos aspectos más destacables se resumen a continuación:

La Comunidad Valenciana presenta un **índice de actividad emprendedora (TEA)** de 5,54, lo que viene a significar que el 5,54% de su población adulta (163.000 individuos aproximadamente) se encuentra involucrada en negocios que todavía no han alcanzado los 42 meses de actividad. Este dato sitúa a la región por encima del índice TEA nacional (5,15), ocupando el cuarto lugar entre las ocho comunidades autónomas participantes en el estudio, con niveles de actividad emprendedora similares a los de Cataluña y País Vasco.

El porcentaje de individuos de la población adulta implicados en **“empresas nacientes”** en la región es del 3,57%, dato superior a la media del territorio nacional (3,09), y superado únicamente por Cataluña y Extremadura

Por su parte, el porcentaje de población adulta que participa en **“empresas nuevas”** (3,93%), se sitúa por encima de la media nacional (3,09), siendo superado únicamente por Extremadura.

Los datos anteriores se ven reforzados por una baja **tasa de cierre de negocios** en el último año. Así, en cuanto al porcentaje de población de la región cuyos negocios han cerrado en el periodo estudiado, el dato presentado (1,18%), es inferior a la media del territorio nacional (1,54%).

**La actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana es llevada a cabo mayoritariamente por oportunidad** (TEA por oportunidad de 4,96%, frente a TEA por necesidad de 0,58%). Esto es, de cada 100 individuos implicados en negocios “nacientes” y “nuevos” en la Comunidad Valenciana, 90 se encuentran motivados por la explotación de una oportunidad, frente a 10 que lo hacen por motivos relacionados con “necesidad”. En relación al conjunto del territorio nacional, los índices TEA por necesidad son similares (0,62 y 0,58), por lo que los diferentes niveles de actividad emprendedora vienen explicados fundamentalmente por la mayor actividad emprendedora por oportunidad que registra la Comunidad Valenciana (TEA por oportunidad de 4,96 frente a 4,53).

**El emprendedor representativo de la Comunidad Valenciana** responde a un perfil que lo caracteriza como varón (2 de cada 3 emprendedores), y cuya edad media se aproxima a los 36 años, (el 78,44% se sitúa entre los 25 y los 44). En cuanto a su nivel de estudios, el perfil corresponde más bien al de un individuo con estudios medios (50%), entendiéndose por tales el haber cursado Bachillerato (28,43%), o estudios relacionados con ciclos formativos de Formación Profesional (21,57%), si bien el 29,41% es titulado universitario. Su nivel medio de renta oscila entre los 1.200 y los 1.800 euros (43,75% de los casos) y desarrolla su actividad empresarial, preferentemente en los sectores de “venta al por mayor”, “venta al detalle, hostelería y restauración” o en el campo de los “servicios profesionales a empresas”.

Respecto a la **participación de la mujer en la actividad** emprendedora en la Comunidad Valenciana, de cada tres emprendedores implicados en la creación y puesta en marcha de nuevas empresas, uno es mujer. Este dato supone el 3,66% de las mujeres de la Comunidad Valenciana con edad entre 18 y 64 años, frente al 7,47% de los hombres en la misma franja de edad. Expresado en forma de ratio, la participación de las mujeres en la actividad emprendedora frente a la de los hombres, es de 0,49, dato superior al correspondiente al del conjunto nacional (0,39) y únicamente superado por el registrado en Cataluña (0,57).

**Las diferencias de perfil emprendedor por género en la Comunidad Valenciana**, nos ofrece la imagen de una mujer emprendedora cuya edad media es superior a la del varón emprendedor (38 años frente a 34), una menor presencia de estudios universitarios frente a una mayor frecuencia de los correspondientes a bachillerato, y similares niveles de renta, encontrándose la diferencia fundamental en el sector de actividad en el que se desarrollan las iniciativas empresariales, que en el caso de la mujer se concentra en los sectores orientados al consumidor, mientras que en el del hombre se detecta un mayor reparto entre distintas actividades empresariales.

**El capital medio requerido para crear una nueva** empresa en la Comunidad Valenciana asciende a unos 50.000 euros, siendo la situación más frecuente, necesidades que oscilan entre los 20.000 y 30.000 euros. Los nuevos empresarios esperan invertir en su negocio un capital propio medio aproximado de 34.000 euros, siendo lo más corriente cantidades inferiores a los 10.000. Estas situaciones no ofrece diferencias significativas con el conjunto del territorio nacional.

Respecto a la **financiación ajena**, las entidades financieras suponen el recurso empleado con más frecuencia para la puesta en marcha de un negocio en la Comunidad Valenciana (63,8%), siendo inferior el porcentaje de nuevos empresarios que afirman haber recurrido a inversores informales.

**La percepción de la existencia de oportunidades de negocio en la Comunidad Valenciana**, por parte de la población, es ligeramente inferior a la media del conjunto nacional (36,41% de la población frente al 39,32%). Sin embargo, los expertos que han participado en el estudio, valoran positivamente, tanto la presencia de dichas oportunidades en la región como su incremento en los últimos años. Esta valoración es mayor a la media nacional, siendo superada tan solo por las realizadas en Cataluña y Extremadura.

**La valoración social del papel del emprendedor en la Comunidad Valenciana** alcanza, en opinión de los expertos, los niveles más elevados del territorio nacional, siendo considerada como un factor con potencial influencia en las motivaciones que pueden llevar a una persona a convertirse en empresario.

**La intención de emprender un negocio en los próximos tres años** es una opción considerada por un 3,87% de la población adulta de la Comunidad Valenciana, acentuándose en la población de entre 18 y 44 años, fundamentalmente entre los más jóvenes y con estudios universitarios.

**El 84% de la población implicada en nuevas iniciativas empresariales en la Comunidad Valenciana genera o espera generar empleo**, si bien su volumen es muy moderado, situándose la

inmensa mayoría de las empresas por debajo de cinco empleados (3,53 trabajadores de media en empresas con menos de 42 meses de actividad), esperándose a cinco años vista un incremento de las necesidades de recursos humanos del 33%.

**Las condiciones analizadas del entorno de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana** presentan aspectos dispares. Destacan como aspectos más positivos los referentes al acceso de las nuevas empresas a la infraestructura física y comercial, y la influencia ejercida por las normas sociales y culturales existentes en la región. Por el contrario, entre los aspectos peor valorados se encuentran los relacionados con el fomento del espíritu emprendedor en la educación primaria y secundaria o el apoyo financiero a disposición de las nuevas iniciativas empresariales.

Como aspectos específicos que están actuando como **favorecedores o frenos de la creación de empresas en la Comunidad Valenciana**, los expertos destacan, fundamentalmente, la actual articulación de los programas públicos de apoyo al emprendedor como principal impulsor de nuevas iniciativas, y por el contrario, las dificultades de financiación de las mismas como principal inhibidor.

Las valoraciones de los expertos muestran, en general, que aún queda camino por recorrer en el desarrollo de las políticas públicas favorecedoras de la creación de empresas y el desarrollo territorial, manifestándose esta necesidad en la mayoría de regiones analizadas, aunque la Comunidad Valenciana alcanza una valoración de conjunto positiva.



## INTRODUCCIÓN AL PROYECTO GEM





## INTRODUCCIÓN AL PROYECTO GEM

En los últimos años, se ha suscitado un creciente interés, tanto en el ámbito económico, como el político o académico, por el papel de la creación de empresas como factor de importancia clave para la generación de riqueza en un territorio.

De hecho, desde el ámbito de las instituciones públicas se hacen cada vez más esfuerzos por promover las condiciones que favorezcan la actividad emprendedora y la creación de nuevas empresas, al objeto de producir un impacto positivo en la generación de empleo y en el crecimiento económico.

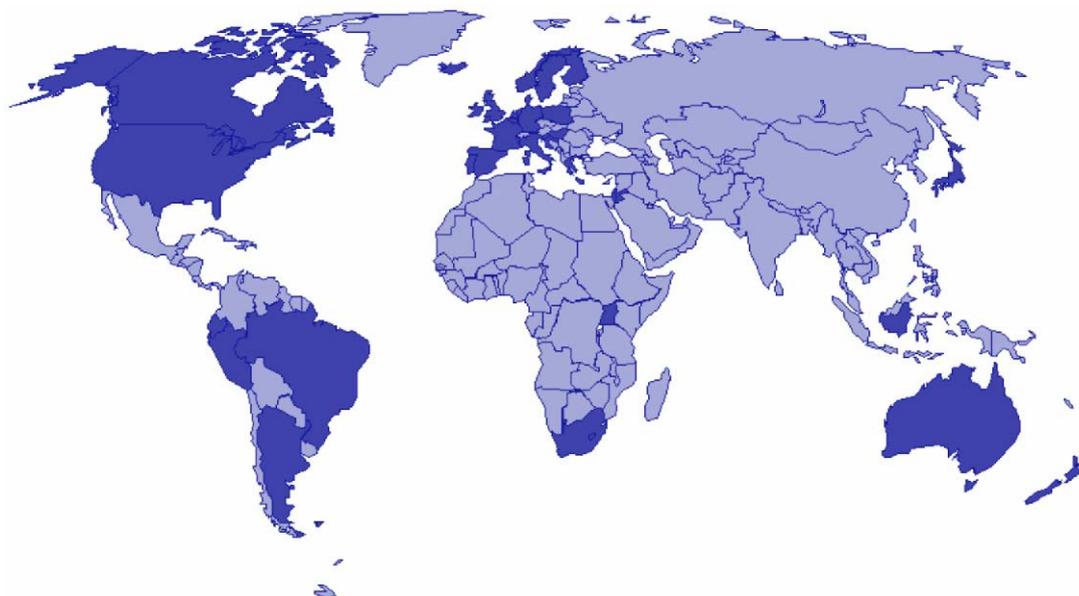
En este marco, nació en 1997 el proyecto denominado “Global Entrepreneurship Monitor” (GEM)<sup>1</sup>, iniciado por el Babson College y la London Business School, como una iniciativa investigadora desarrollada a nivel internacional para el estudio de la actividad emprendedora, así como de diversos factores del entorno influyentes

en la generación de nuevas empresas, y que ha sido desarrollada anualmente desde 1999, habiendo alcanzado en 2004 su sexta edición.

Así, los objetivos principales del proyecto GEM se centran en el estudio de la influencia de la creación de empresas en el crecimiento de la economía y en proporcionar información detallada sobre el panorama emprendedor del territorio objeto de estudio.

En sus sucesivas ediciones se han ido incorporando distintos países, participando en esta última edición un total de 34 (19 de Europa, 16 de los cuales pertenecen a la Unión Europea; 5 de Asia y Oceanía; 4 de Hispanoamérica; 2 de Norteamérica; y 4 de África y Oriente Medio), habiéndose convertido, tanto por su magnitud como por sus resultados, en el proyecto de investigación acerca del espíritu empresarial de más envergadura en la actualidad.

Figura 0.1.- Países participantes en el Proyecto GEM (2004)



<sup>1</sup> Más información sobre el proyecto GEM puede ser obtenida en [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)

España, por su parte, se incorporó al proyecto en su segunda edición (año 2000); además, a partir del año 2003 se constituye en nuestro país una “Red de Regiones”, formada por diversos grupos de investigación con el objetivo de elaborar informes específicos que permitan obtener un mayor detalle acerca de la actividad emprendedora en su entorno más cercano, aplicando conclusiones y recomendaciones al contexto de sus respectivas comunidades autónomas.

Esta red, que en su experiencia piloto contó con la participación de tres equipos investigadores - Andalucía, Cataluña y Extremadura-, se ha ampliado en 2004, reuniendo a ocho grupos de investigación que incorporan, además de las regiones ya citadas, a Canarias, Castilla-León, Comunidad de Madrid, País Vasco y Comunidad Valenciana. Tanto en el caso de los informes nacionales como en el de los regionales, se opera bajo unos supuestos de partida, modelo teórico, metodología, y homogeneización y tratamiento de datos, idénticos.

En este sentido, uno de los parámetros de partida que se desarrolla es el *índice de actividad emprendedora*, conocido como “TEA” (Total Entrepreneurial Activity), que refleja la actividad emprendedora en las diferentes regiones y países. La utilización de este índice, y de una metodología unificada para todos los participantes, aporta la posibilidad de obtener una serie de indicadores y referencias homogéneas en su elaboración, lo que facilita la comparación de los diversos procesos de creación de empresas que se están llevando a cabo en distintas zonas de la geografía nacional e internacional, complementándose así el análisis de cada uno de los territorios, en un amplio marco de referencia.

Las fuentes de información empleadas en la elaboración del informe son, principalmente, las siguientes:

- Entrevistas realizadas sobre la población adulta de la región objeto de estudio, con la finalidad de medir el nivel de actividad emprendedora y las características y comportamientos de los individuos implicados en esta actividad;
- un conjunto de entrevistas realizadas a un grupo de expertos en diversos ámbitos, que permite ofrecer su opinión cualificada sobre el fenómeno emprendedor;
- y un conjunto de datos secundarios de tipo económico, demográfico y social, representativos de la región de estudio, y procedentes de diversas fuentes.

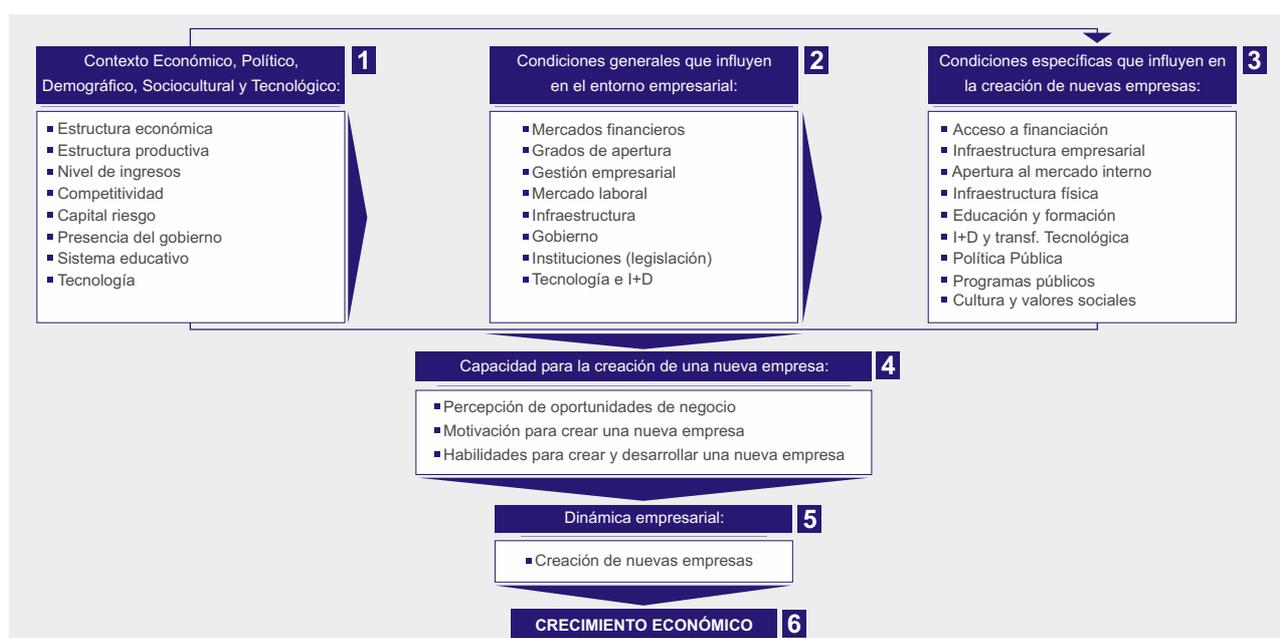
La figura 2 muestra el modelo teórico GEM, que integra seis conjuntos de variables agrupadas en apartados relacionados entre sí, variables sobre las que habría que actuar para producir un efecto positivo en la creación de empresas en un territorio.

1. Las variables que permiten describir el contexto socioeconómico.
2. Las condiciones generales que se derivan del contexto socioeconómico y que influyen en el entorno empresarial.
3. El entorno específico que influye en la creación de nuevas empresas.
4. La capacidad emprendedora, entendida como el nivel de actividad de creación de empresas, la cual depende en gran parte de la existencia de oportunidades de negocio y de la habilidad y motivación del potencial empresario para aprovecharlas.

5. La dinámica empresarial, medida a partir de los nacimientos de nuevas empresas, así como las expansiones y cierres de empresas.
6. El crecimiento económico, consecuencia de los apartados anteriores, y medido en términos de variación del PIB y creación de empleo.

Los antecedentes anteriores ponen de manifiesto que el presente estudio viene a significar una aproximación exhaustiva a la realidad de la creación de empresas en la Comunidad Valenciana, contribuyendo a mejorar el conocimiento y a perfilar el panorama de la actividad emprendedora en la región, permitiendo situar el fenómeno emprendedor tanto en el conjunto de España como en un contexto internacional.

Figura 0.2.- Modelo teórico base del Proyecto GEM







**LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LA  
COMUNIDAD VALENCIANA:  
PERSPECTIVA GENERAL**

---



## I.1 MEDICIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Esta primera sección del informe muestra los resultados obtenidos acerca de los aspectos primarios y más generales de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, así como su posición en relación al entorno formado por los participantes en el proyecto GEM, tanto en el ámbito regional y nacional, como internacional<sup>2</sup>.

Para ello, a partir de los resultados obtenidos de la encuesta realizada a la población, se desarrolla el índice de actividad emprendedora total (TEA<sup>3</sup>), principal indicador elaborado en el marco del proyecto GEM para medir esta actividad.

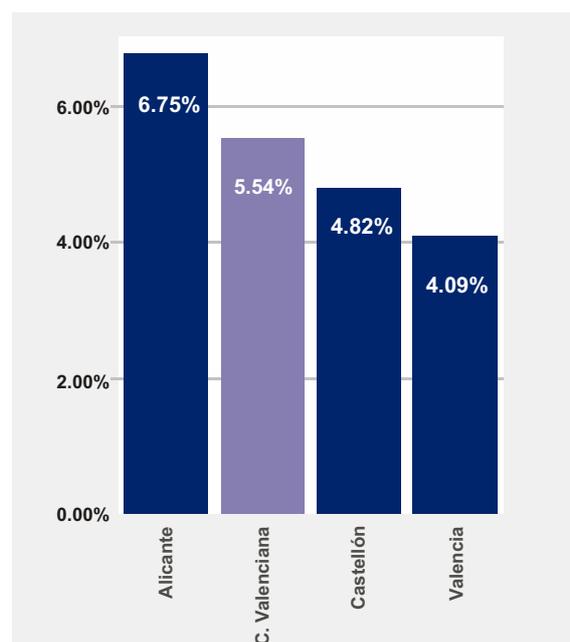
El índice TEA mide el porcentaje de población adulta (entre 18 y 64 años) involucrada en la puesta en marcha de un nuevo negocio, del cual van a poseer al menos una parte del capital, e incluye dos tipos de actividad emprendedora: la llevada a cabo por personas implicadas en empresas con menos de tres meses de actividad<sup>4</sup>, denominadas “empresas nacientes”, y la llevada a cabo en empresas que habiendo superado esta fase, no alcanzan los 42 meses de actividad, en este caso denominadas “empresas nuevas”<sup>5</sup>.

Este índice ha sido utilizado desde la primera edición internacional del proyecto GEM en 1999, y desde entonces muchos de los países participantes lo han ido incorporando como indicador para el establecimiento de sus políticas relacionadas con la creación de empresas.

### I.1.1 Índices de actividad emprendedora

La figura I-1 ofrece, a través del índice TEA, una primera visión de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, tanto de manera global como desglosado por provincias. Se observa que el TEA total de la Comunidad Valenciana es de 5,54, lo cual significa que el 5,54% de la población adulta en la región se encuentra involucrada en negocios que todavía no han alcanzado los 42 meses de actividad.

Figura I-1. Índices de actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana (TEA 2004)



<sup>2</sup> El Instituto de Empresa ha editado el Informe GEM 2004 para España, en el cual se realiza una exhaustiva comparación por países. En el presente informe, específico para la Comunidad Valenciana, se recogen algunos de esos datos, al objeto de contribuir a situar a la región en un contexto amplio.

<sup>3</sup> TEA = Total Entrepreneurial Activity.

<sup>4</sup> Se entiende por actividad el pago de salarios, honorarios, beneficios o retribución en especie.

<sup>5</sup> A los efectos del presente estudio, el índice TEA ha sido calculado con datos de actividades empresariales correspondientes al periodo comprendido entre el mes de julio de 2003 y el mes de julio de 2004, habiendo sido depuradas las duplicaciones (es decir, los casos de individuos encuestados que declaran tener una empresa nueva y ponen en marcha otra en el mismo periodo), que han sido registradas como una sola observación.

Detallando por provincias, se observa que el índice de actividad emprendedora correspondiente a Alicante es de 6,75%, el de Castellón 4,82% y el de Valencia 4,09%.

Una primera lectura de estos datos indica que la población de la provincia de Alicante desarrolla una actividad emprendedora significativamente mayor que la del resto de la Comunidad; sin embargo, conviene tener en cuenta que esta información representa una “foto fija” de la situación correspondiente al periodo analizado, dado que al ser el primer año de participación de la Comunidad Valenciana en el proyecto GEM, no se dispone de datos evolutivos de dicho índice que permitan llevar a cabo un estudio con mayor perspectiva temporal.

En cualquier caso, estos datos confirman que la actividad emprendedora presenta aspectos territoriales diferenciados en la Comunidad Valenciana.

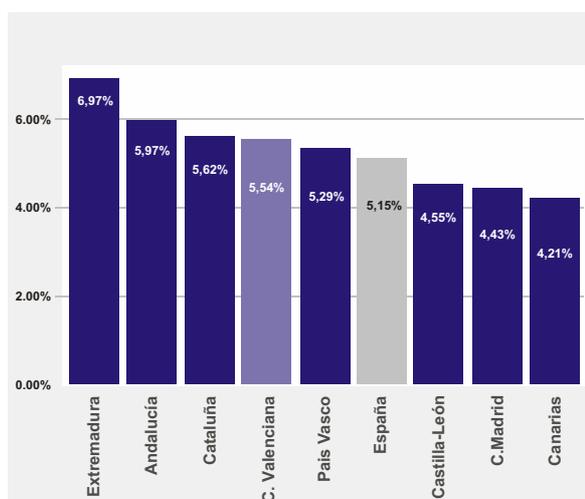
### I.1.2 La Comunidad Valenciana en el entorno regional español

En relación a los índices de actividad emprendedora TEA del resto de comunidades autónomas participantes en el proyecto GEM<sup>6</sup> (tabla I-1), la Comunidad Valenciana, junto con Extremadura, Andalucía, Cataluña y País Vasco, se sitúa por encima del índice TEA nacional<sup>7</sup>, mientras que Castilla-León, Comunidad de Madrid y Canarias se encuentran por debajo del mismo.

Tabla I-1. Índices de actividad emprendedora por comunidades autónomas (TEA 2004)

	TEA 2004
<b>España</b>	<b>5,15</b>
<b>Andalucía</b>	<b>5,97</b>
<b>Canarias</b>	<b>4,21</b>
<b>Castilla-León</b>	<b>4,55</b>
<b>Cataluña</b>	<b>5,62</b>
<b>Extremadura</b>	<b>6,97</b>
<b>C. Madrid</b>	<b>4,43</b>
<b>País Vasco</b>	<b>5,29</b>
<b>C. Valenciana</b>	<b>5,54</b>

Figura I-2. Índices de actividad emprendedora por comunidades autónomas (TEA 2004)



<sup>6</sup> En esta edición 2004, además del estudio GEM para la totalidad del territorio español, también se han desarrollado estudios regionales para las comunidades autónomas de Andalucía, Canarias, Castilla-León, Cataluña, Extremadura, Madrid, País Vasco y Comunidad Valenciana.

<sup>7</sup> El índice TEA nacional incluye los datos de actividad emprendedora procedentes de todas las comunidades autónomas, quedando todas ellas representadas, aunque en ellas no se hayan realizado estudios regionales.

Con estos datos, la Comunidad Valenciana ocupa el cuarto lugar entre las ocho comunidades autónomas analizadas, situándose en niveles de actividad emprendedora similares a los de Cataluña y País Vasco, y significativamente superiores a los de Madrid, comunidades éstas con gran tradición industrial y de negocios. Especial atención merecen los altos índices de actividad emprendedora de Extremadura y Andalucía, que reflejan el esfuerzo que se está realizando en estas regiones en los últimos años para fomentar su desarrollo empresarial.

Si comparamos los índices TEA de Alicante, Castellón y Valencia, con los datos anteriores, la provincia de Alicante posee uno de los niveles más altos de actividad emprendedora analizados, con valores similares a Extremadura, mientras que Castellón y Valencia presentan índices cercanos a Castilla-León, Comunidad de Madrid y Canarias.

Los resultados comentados permiten estimar el número de personas involucradas en procesos de creación y puesta en marcha de una empresa en el momento de realización del estudio (tabla I-2). De este modo, para el año 2004, se puede estimar que unos 163.000 individuos se hallaban involucrados en la creación y desarrollo de empresas “nacientes” y “nuevas” en la Comunidad Valenciana. Poniendo en relación estos datos, con los correspondientes agregados nacionales, se observa que en 2004 la Comunidad Valenciana, que aglutina al 10,52% de la población nacional situada entre 18 y 64 años<sup>8</sup>, concentra al 11,31% del total de individuos implicados en la creación de empresas, en los últimos 42 meses, en el territorio español.

Tabla I-2. Estimación del número total de emprendedores por comunidad autónoma

	TEA 2004 %	Población 18-64 años (miles)	Número de emprendedores (miles)
Extremadura	6,97	657	45
Andalucía	5,97	4.914	293
Cataluña	5,62	4.434	249
<b>C. Valenciana</b>	<b>5,54</b>	<b>2.944</b>	<b>163</b>
País Vasco	5,29	1.419	75
España	5,15	27.989	1.441
Castilla-León	4,55	1.556	70
C. Madrid	4,43	3.922	173
Canarias	4,21	1.298	54

Descendiendo al nivel provincial (tabla I-3), Alicante concentra el 46,9% de los individuos implicados en la creación de empresas en la Comunidad Valenciana, mientras que supone el 36,10% de la población adulta de la región; Castellón concentra el 10,1% y supone el 11,51% de la población; y finalmente, Valencia con un 52,38% de población, supone el 43% de emprendedores.

Tabla I-3. Estimación del total de emprendedores en Alicante, Valencia y Castellón

	TEA 2004 (%)	Población 18-64 años (%)	Emprendedores (%)
<b>C. Valenciana</b>	<b>5,54</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Alicante	6,75	36,10	46,90
Castellón	4,82	11,51	10,10
Valencia	4,09	52,38	43,00

<sup>8</sup> Datos de población obtenidos del Instituto Nacional de Estadística (INE)

### I.1.3 La perspectiva internacional

Una vez analizada la actividad emprendedora de la Comunidad Valenciana desde su entorno geográfico más cercano, este apartado aporta una perspectiva internacional en base a los países participantes en el proyecto GEM. En este sentido, la tabla I-4 recoge los valores del índice TEA para los países que han participado en la edición 2004 del proyecto, incorporándose el índice TEA de la Comunidad Valenciana.

Así, en un contexto internacional amplio, el índice de actividad emprendedora TEA en 2004 para el conjunto de países participantes es de 9,38%, situándose la Comunidad Valenciana, casi cuatro puntos porcentuales por debajo de este valor medio (tabla I-4). Conviene hacer notar que, como viene siendo costumbre en las sucesivas ediciones del proyecto GEM, los mayores índices de actividad TEA corresponden a países en vías de desarrollo -en esta edición, Perú, Uganda o Ecuador- fundamentalmente debido más a las necesidades económicas de su población que a oportunidades de negocio con amplias perspectivas empresariales. Entre los países más desarrollados y que presentan unos elevados índices de actividad, se encuentran Australia, Estados Unidos o Canadá, con gran tradición emprendedora.

En el contexto europeo (figura I-4), el índice medio de actividad emprendedora para los 19 países participantes en la edición de 2004 del proyecto GEM resulta en un 5,52%, situándose la Comunidad Valenciana, por comparación, en niveles de actividad emprendedora similares a Dinamarca, Holanda o Grecia, por debajo de países como Polonia, Irlanda, Reino Unido o Francia y significativamente por encima de Alemania, Italia o Bélgica.

Tabla I-4. Índices de actividad emprendedora por países (TEA 2004)

		TEA 2004
1	Perú	40,34
2	Uganda	31,50
3	Ecuador	27,24
4	Jordania	18,26
5	Nueva Zelanda	14,67
6	Islandia	13,57
7	Brasil	13,48
8	Australia	13,38
9	Argentina	12,84
10	Estados Unidos	11,33
	<b>GEM</b>	<b>9,38</b>
11	Canadá	8,85
12	Polonia	8,83
13	Irlanda	7,70
14	Noruega	6,98
15	Israel	6,62
16	Reino Unido	6,25
17	Francia	6,03
18	Grecia	5,77
19	Singapur	5,69
	<b>C. Valenciana</b>	<b>5,54</b>
20	Sudáfrica	5,40
21	Dinamarca	5,31
22	España	5,15
23	Holanda	5,11
24	Alemania	4,47
25	Finlandia	4,39
26	Italia	4,32
27	Hungría	4,29
28	Portugal	3,95
29	Croacia	3,73
30	Bélgica	3,47
31	Hong Kong	2,97
32	Suecia	2,94
33	Eslovenia	2,60
34	Japón	1,48

Figura I-3. Índices de actividad emprendedora por países (TEA 2004)

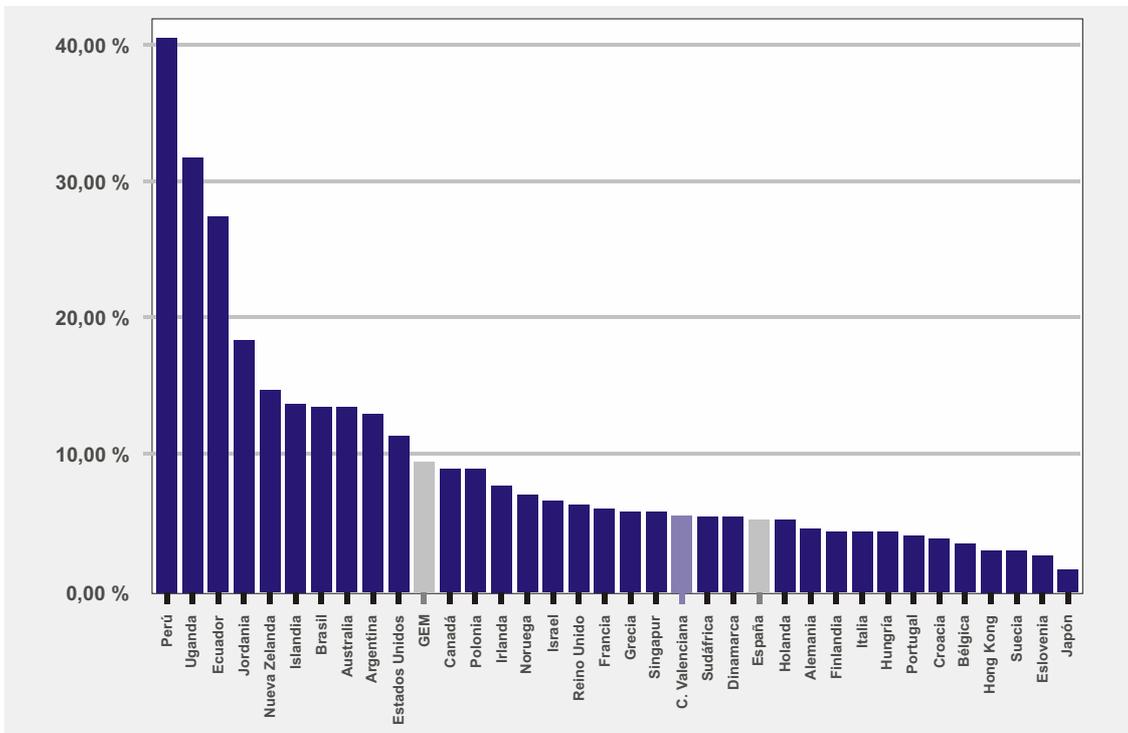
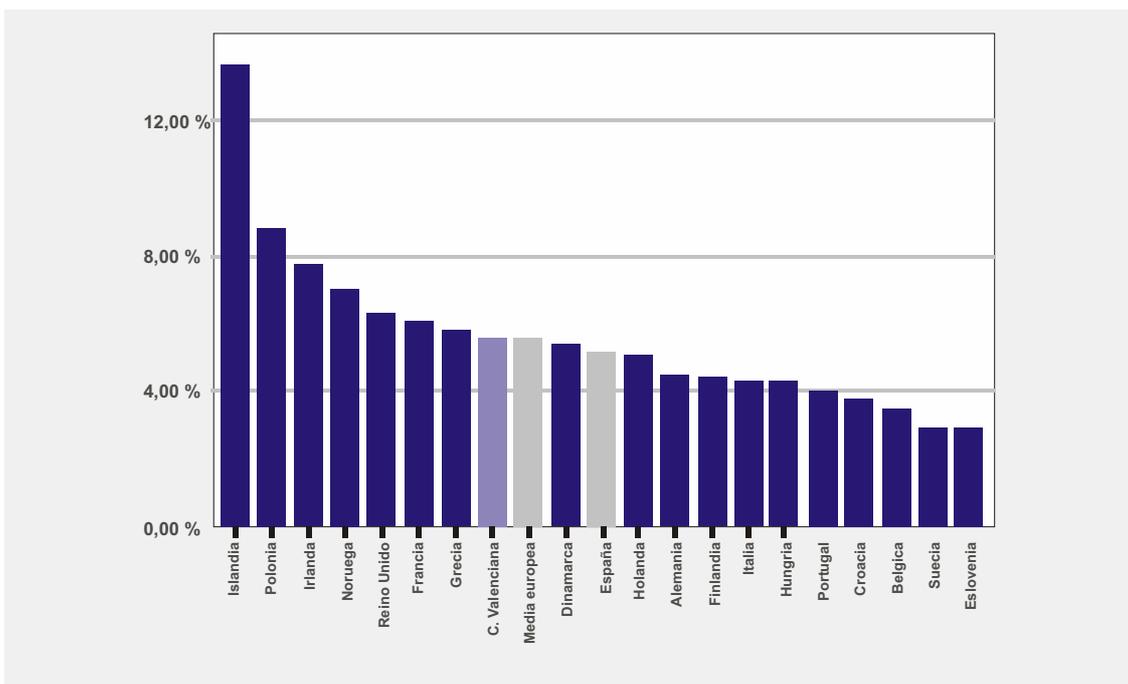


Figura I-4. Índices de actividad emprendedora por países europeos (TEA 2004)



## 1.2 EL DESGLOSE DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

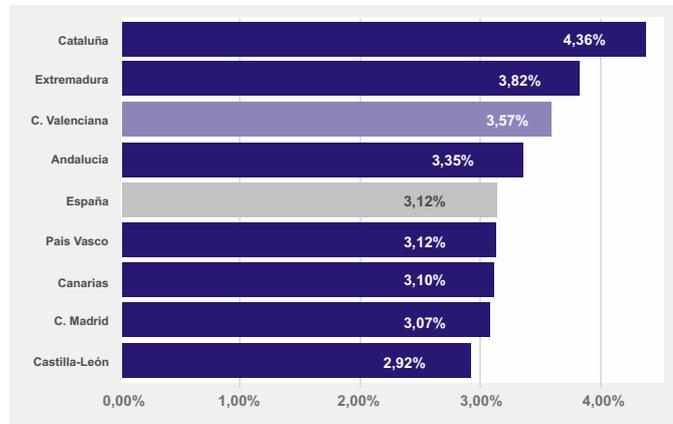
Como ya se ha comentado en el apartado anterior, el índice TEA recoge el porcentaje de población adulta entre 18 y 64 años que participa tanto en lo que se ha denominado “empresa naciente” como “empresa nueva”. Además de estos dos tipos de actividad emprendedora, resulta de interés conocer los datos relativos al conjunto de “empresas consolidadas” o establecidas y los concernientes a “cierre de negocios”. La tabla I-5 recoge este desglose de actividad emprendedora para España y las comunidades autónomas que han participado en la presente edición del proyecto GEM.

Tabla I-5. Desglose de la actividad emprendedora por comunidades autónomas

	Empresas nacientes (%)	Empresas nuevas (%)	Empresas consolidadas (%)	Cierre de negocios (%)
<b>C. Valenciana</b>	<b>3,57</b>	<b>3,93</b>	<b>7,13</b>	<b>1,18</b>
España	3,12	3,09	7,79	1,54
Andalucía	3,35	3,45	6,97	1,38
C. Madrid	3,07	2,56	8,11	0,81
Canarias	3,10	2,66	6,95	1,58
Castilla-León	2,92	2,66	8,26	1,41
Cataluña	4,36	3,83	8,84	1,97
Extremadura	3,82	4,08	7,83	1,44
Pais Vasco	3,12	3,92	6,55	1,10

En concreto, las “empresas nacientes” (figura I-5) hacen referencia al porcentaje de adultos entre 18 y 64 años involucrados en la puesta en marcha de un negocio del cual poseen al menos una parte, y cuya actividad (pago de salarios, honorarios, beneficios o cualquier tipo de retribución en especie) es menor de tres meses.

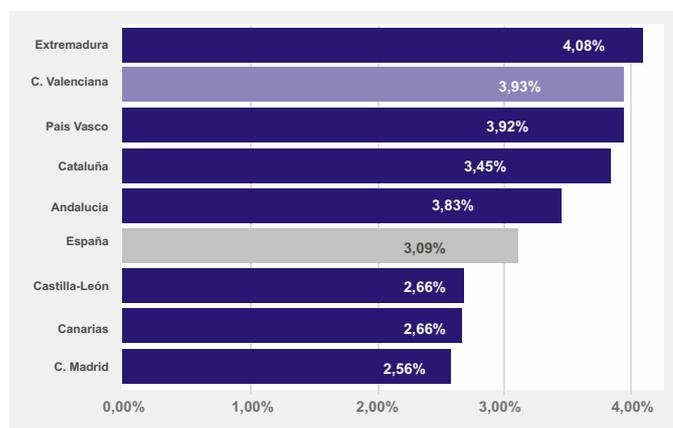
Figura I-5. Porcentaje de “empresas nacientes” por comunidades autónomas



Como muestra la figura I-5, en la Comunidad Valenciana un 3,57% de la población adulta se encuentra implicada en “empresas nacientes”, dato ligeramente por encima de la media del territorio nacional y superado únicamente por Cataluña y Extremadura.

Con el término “empresas nuevas” (figura I-6) se entiende el porcentaje de población adulta entre 18 y 64 años involucrada en la propiedad y dirección de un negocio cuyo periodo de actividad oscila entre los 3 y los 42 meses.

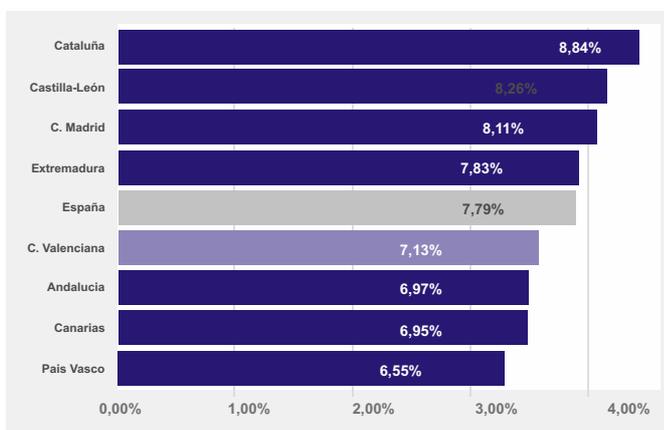
Figura I-6. Porcentaje de “empresas nuevas” por comunidades autónomas



Como puede observarse, en la figura I-6, el porcentaje de población adulta de la Comunidad Valenciana que participa en “empresas nuevas” (3,93%), se sitúa casi un punto por encima de la media nacional, y en altos niveles comparativamente con el resto de comunidades autónomas participantes en el estudio, siendo superado tan sólo por Extremadura (4,08%).

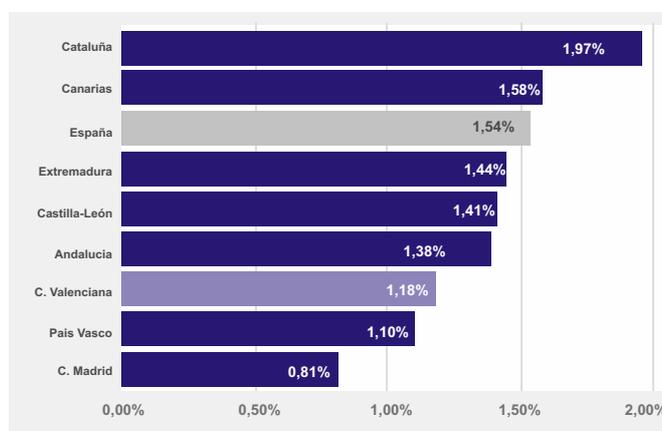
Analizados los dos tipos de actividades que dan lugar al índice TEA, y que se centran en los primeros 42 meses de funcionamiento de la empresa, podemos complementar esta perspectiva adentrándonos en el estudio de las “empresas consolidadas” o establecidas (figura I-7), a partir del porcentaje de adultos entre 18 y 64 años involucrados en la propiedad y dirección de nuevos negocios con más de 42 meses de actividad. En este sentido, la figura I-7 muestra que la Comunidad Valenciana se sitúa por debajo de la media nacional (7,13% frente a 7,79%). Respecto a la comparativa con el resto de comunidades autónomas participantes en el estudio, la mayor diferencia (1,71 puntos porcentuales) se presenta con Cataluña, comunidad en la que mayor porcentaje de población se ve implicada en negocios que superan los 42 meses de actividad.

Figura I-7. Porcentaje de “empresas consolidadas” por comunidades autónomas



También resulta interesante analizar el volumen de empresas que han cesado su actividad. Para ello se estudia el nivel de “cierre de negocios” (figura I-8), medido como el porcentaje de población adulta que, en el periodo considerado, ha dado fin a algún tipo de actividad empresarial que venía dirigiendo y de cuya propiedad era partícipe.

Figura I-8. Porcentaje de “cierre de negocios” por comunidades autónomas



La figura I-8 muestra que el porcentaje de población de la Comunidad Valenciana cuyos negocios han cerrado en el periodo estudiado ha sido de 1,18%, inferior a la media del territorio nacional (1,54%), mientras que otras comunidades autónomas como Cataluña, con un índice de actividad emprendedora similar a la Comunidad Valenciana, o Extremadura y Andalucía con un índice de actividad superior, presentan unos índices de disolución de negocios más elevados.

Con todo, el desglose de la actividad emprendedora expuesto, muestra en general para las comunidades autónomas, y en particular para la Comunidad Valenciana, una dinámica saludable en lo que se refiere a la creación y consolidación de iniciativas empresariales. De hecho, los datos de población de la Comunidad

Valenciana implicada en actividades emprendedoras en los últimos 42 meses, son reforzados por una baja tasa de cierre de negocios en el último año. En cualquier caso, los datos ofrecidos deben interpretarse con cierta cautela, ya que se trata de una “foto fija” al ser la primera ocasión en la que la Comunidad Valenciana participa en el estudio, pudiéndose complementar la lectura de los mismos en la medida en que se establezca su evolución temporal en futuras ediciones del proyecto GEM.



# EL COMPORTAMIENTO EMPREENDEDOR





## II.1 LA OPORTUNIDAD Y LA NECESIDAD COMO MOTIVOS PARA CREAR EMPRESAS

Este capítulo profundiza en el estudio del índice de actividad emprendedora TEA, presentado en la sección anterior, desglosándolo a partir del reconocimiento de dos tipos básicos de motivación que llevan a emprender un nuevo negocio. Así, se diferencia entre aquellos individuos que inician una nueva actividad empresarial ante el reconocimiento y la explotación de una oportunidad, y los que la inician a falta de una alternativa laboral más adecuada o inducidos por las circunstancias. Estas motivaciones son denominadas respectivamente, “emprender por oportunidad” y “emprender por necesidad”.

En este sentido, en las sucesivas ediciones del proyecto GEM se han venido observando diferencias entre los países en vías de desarrollo, los cuales obtienen tasas bastante más elevadas de actividad emprendedora inducidas por “necesidad”, y entre los países desarrollados, en los cuales, la motivación por oportunidad es más elevada.

En el caso de la Comunidad Valenciana (tabla II-1), el índice de actividad emprendedora TEA por oportunidad es de 4,96%, mientras que el TEA por necesidad desciende hasta un 0,58%, lo que significa que de cada 100 individuos implicados en negocios “nacientes” y “nuevos” en la Comunidad Valenciana, 90 se encuentran motivados por la explotación de una oportunidad, frente a 10 que lo hacen por motivos relacionados con “necesidad”.

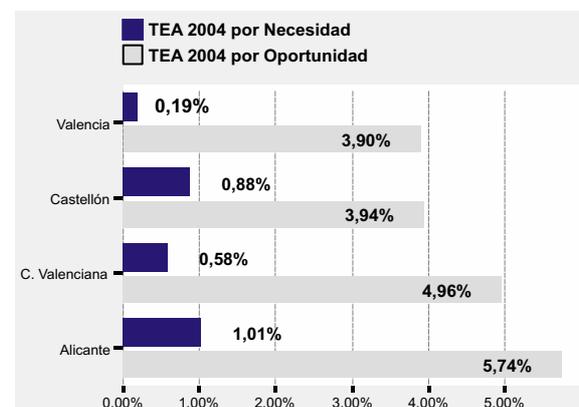
Profundizando en estos datos a nivel provincial, se observan algunas diferencias territoriales que matizan los valores de los índices generales de actividad emprendedora analizados en el primer

capítulo del presente estudio. En concreto, el índice TEA más bajo era el correspondiente a Valencia (4,09%), sin embargo el 95% de los emprendedores encuestados en esta provincia se pueden clasificar como “emprendedores por oportunidad”; por otro lado los niveles de “emprendedores por necesidad” son mayores y similares en Alicante y Castellón, por lo que la diferencia de TEA entre estas dos provincias viene explicada fundamentalmente por las “oportunidades como motivación” de la población encuestada. Particularmente en Alicante, el TEA por oportunidad es del 5,74%, lo cual viene a significar que el porcentaje de población adulta que en esta provincia reconoce haber llevado a cabo su iniciativa emprendedora explotando una oportunidad, supera incluso el porcentaje de población implicada en una iniciativa empresarial en la Comunidad Valenciana, independientemente de su motivación.

Tabla II-1. Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en la Comunidad Valenciana

	TEA 2004 (%)		
	TOTAL	OPORTUNIDAD	NECESIDAD
<b>C. Valenciana</b>	<b>5,54</b>	<b>4,95</b>	<b>0,58</b>
<b>Alicante</b>	<b>6,75</b>	<b>5,74</b>	<b>1,01</b>
<b>Castellón</b>	<b>4,82</b>	<b>3,94</b>	<b>0,88</b>
<b>Valencia</b>	<b>4,09</b>	<b>3,90</b>	<b>0,19</b>

Figura II-1. Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en la Comunidad Valenciana



Al observar la descomposición del índice TEA en España y en las distintas regiones participantes (tabla II-2), se observa que, en general, el índice de actividad emprendedora por oportunidad suele ser muy superior al índice por necesidad.

En concreto, los índices TEA por necesidad nacional y correspondiente a la Comunidad Valenciana son similares (0,62 y 0,58), por lo que la ligera diferencia entre sus respectivos índices de actividad emprendedora (TEA global) viene explicada fundamentalmente por la mayor actividad emprendedora por oportunidad que registra la Comunidad Valenciana (TEA por oportunidad de 4,96 frente a 4,53).

Desde una perspectiva regional, la actividad emprendedora por oportunidad en la Comunidad Valenciana se sitúa en niveles similares a la existente en Cataluña. Esta situación se traduce en similares porcentajes de población adulta implicada en iniciativas empresariales por motivos, fundamentalmente, de aprovechar las oportunidades que se presentan en ambas regiones.

Sin embargo, mientras que la actividad emprendedora por oportunidad en la Comunidad Valenciana supone un 90% de su actividad emprendedora total, en Cataluña y País Vasco, regiones que presentan un índice TEA global similar al de la Comunidad Valenciana, el peso de la actividad emprendedora que se lleva a cabo por motivos de oportunidad, respecto a su actividad total, se reduce ligeramente (88% y 84% respectivamente).

Extremadura, cuyo índice de actividad emprendedora TEA en 2004 ha sido mayor en el conjunto de las regiones estudiadas, presenta también el mayor índice TEA por oportunidad (6,25%).

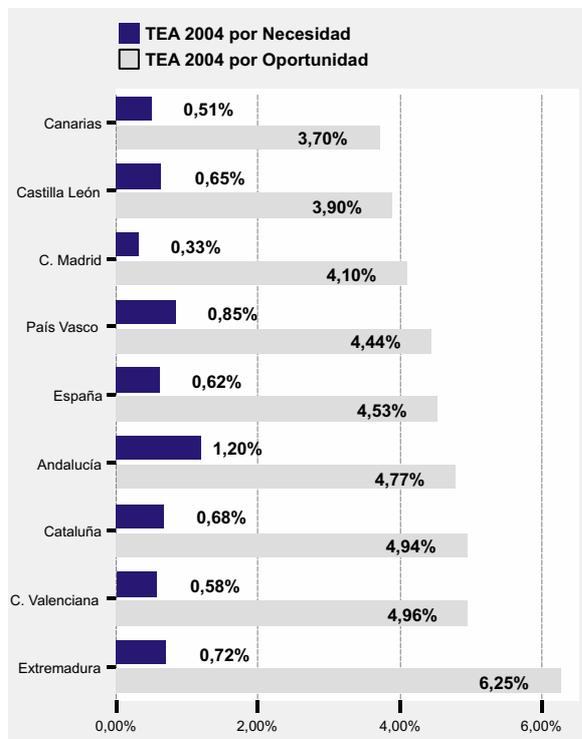
En cuanto a la distribución de población adulta implicada en iniciativas empresariales por motivos de oportunidad o de necesidad, ésta es similar al caso de la Comunidad Valenciana, es decir, 90% de actividad emprendedora por oportunidad y 10% por necesidad. Distinto es el caso de Andalucía, región en la que la actividad emprendedora se descompone en un TEA por oportunidad de 4,77%, y en un TEA por necesidad de 1,2%, el mayor de todas las regiones estudiadas.

Entre el resto de regiones, cabe destacar el caso de la Comunidad de Madrid, donde se registra el menor porcentaje de población adulta (0,33%) implicada en iniciativas empresariales ante la ausencia de otras alternativas laborales o inducidos por otras circunstancias distintas a la

Tabla II-2. Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad por comunidad autónoma

	TEA 2004		
	TOTAL	OPORTUNIDAD	NECESIDAD
Extremadura	6,97	6,25	0,72
Andalucía	5,97	4,77	1,20
Cataluña	5,62	4,94	0,68
<b>C. Valenciana</b>	<b>5,54</b>	<b>4,96</b>	<b>0,58</b>
País Vasco	5,29	4,44	0,85
España	5,15	4,53	0,62
Castilla-León	4,55	3,90	0,65
C. Madrid	4,43	4,10	0,33
Canarias	4,21	3,70	0,51

Figura II-2. Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad por comunidad autónoma



Si ampliamos la perspectiva a un entorno internacional (tabla II-3), países de gran tradición emprendedora como Australia, Estados Unidos o Canadá, con altos índices de actividad emprendedora (TEA 2004), presentan índices TEA por oportunidad y necesidad superiores a los de la Comunidad Valenciana, lo que significa que un mayor porcentaje de población adulta de estos países se encuentra implicado en iniciativas emprendedoras, tanto por necesidad como para explotar algún tipo de oportunidad (figuras II-3 y II-4).

Una situación más similar a la de la Comunidad Valenciana se encuentra en el ámbito europeo (figuras II-5 y II-6), donde los índices medios de actividad emprendedora TEA por oportunidad y necesidad son, respectivamente, 4,35% y 0,92%. En este contexto, la Comunidad Valenciana se

encuentra en niveles de actividad emprendedora por oportunidad ligeramente superiores a Dinamarca, Francia y Holanda, por debajo de países como Polonia, Reino Unido, Noruega o Irlanda, y significativamente por encima de Alemania, Italia, Portugal o Bélgica; mientras que en lo que se refiere a actividad emprendedora por necesidad, los niveles son similares a Eslovenia, Dinamarca, Reino Unido o Holanda, superiores a Italia, Suecia y Bélgica e inferiores a Noruega, Portugal, Irlanda, Alemania, Francia o Polonia.

Tabla II-3. Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad en el entorno GEM

		TOTAL	OPORTUNIDAD	NECESIDAD
1	Perú	40,34	26,92	13,09
2	Uganda	31,50	16,52	14,26
3	Ecuador	27,24	18,24	8,44
4	Jordania	18,26	14,53	2,56
5	Nueva Zelanda	14,67	12,31	2,11
6	Islandia	13,57	12,04	0,72
7	Brasil	13,48	7,04	6,22
8	Australia	13,38	10,65	2,48
9	Argentina	12,84	9,08	3,72
10	Estados Unidos	11,33	9,53	1,51
	<b>GEM</b>	<b>9,38</b>	<b>6,78</b>	<b>2,32</b>
11	Canadá	8,85	7,27	1,36
12	Polonia	8,83	5,71	3,11
13	Irlanda	7,70	6,64	0,99
14	Noruega	6,98	5,76	0,85
15	Israel	6,62	4,78	1,53
16	Reino Unido	6,25	5,49	0,63
17	Francia	6,03	4,55	1,36
18	Grecia	5,77	3,82	1,65
19	Singapur	5,69	4,99	0,63
	<b>C. Valenciana</b>	<b>5,54</b>	<b>4,96</b>	<b>0,58</b>
20	Sudáfrica	5,40	2,80	2,44
21	Dinamarca	5,31	4,82	0,37
22	España	5,15	4,53	0,62
23	Holanda	5,11	4,32	0,69
24	Alemania	4,47	3,13	1,22
25	Finlandia	4,39	3,50	0,33
26	Italia	4,32	3,08	0,33
27	Hungría	4,29	2,75	1,24
28	Portugal	3,95	2,96	0,99
29	Croacia	3,73	2,04	1,57
30	Bélgica	3,47	2,90	0,19
31	Hong Kong	2,97	2,01	0,96
32	Suecia	2,94	2,48	0,25
33	Eslovenia	2,60	2,17	0,43
34	Japón	1,48	1,11	0,18

Figura II-3. Actividad emprendedora por oportunidad (países GEM)

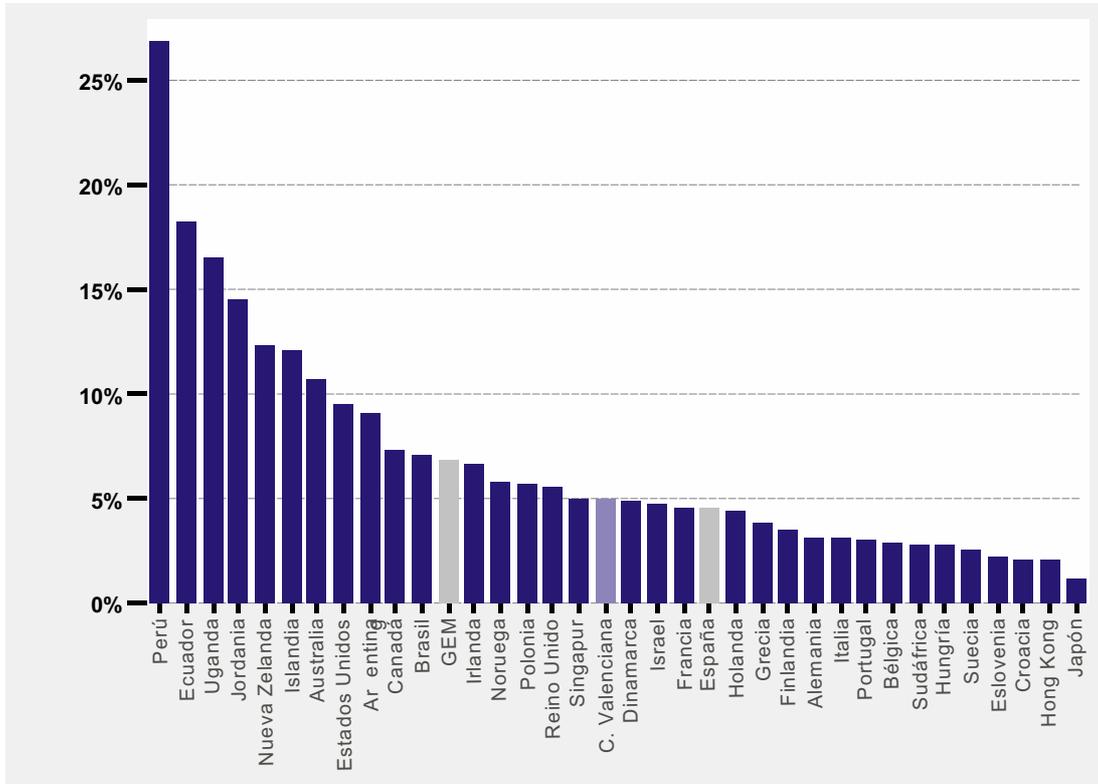


Figura II-4. Actividad emprendedora por necesidad (países GEM)

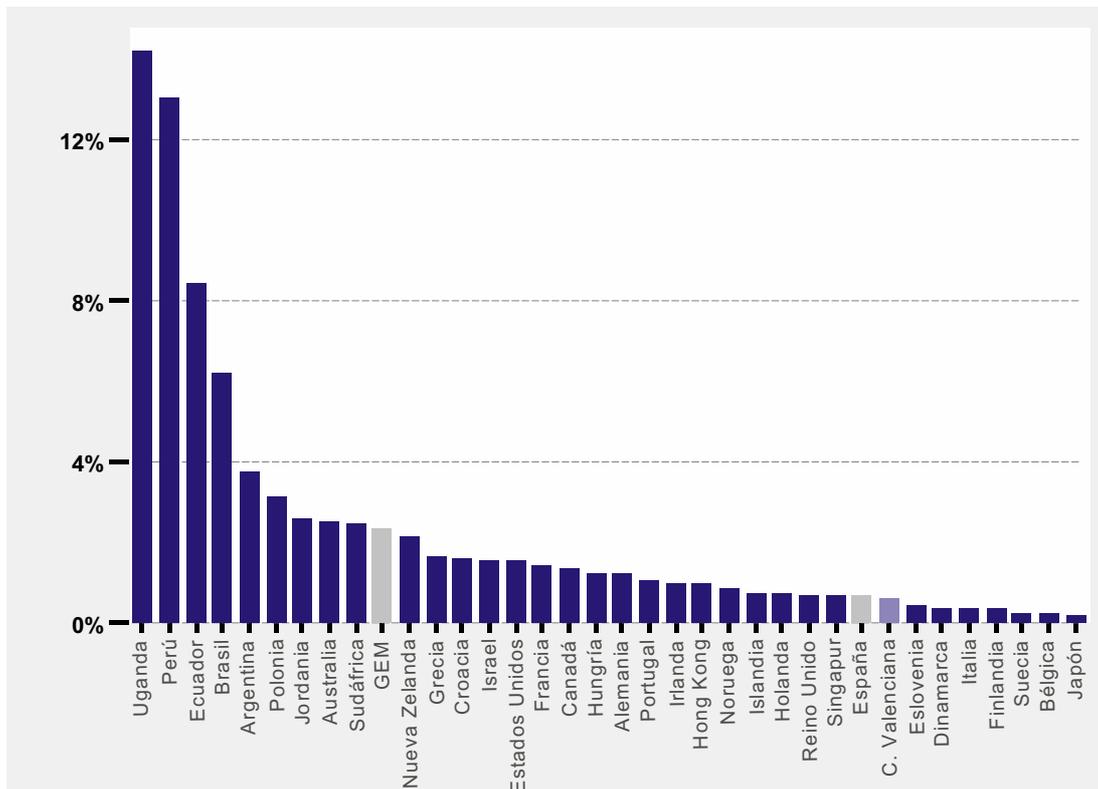


Figura II-5. Actividad emprendedora por oportunidad (países Europa)

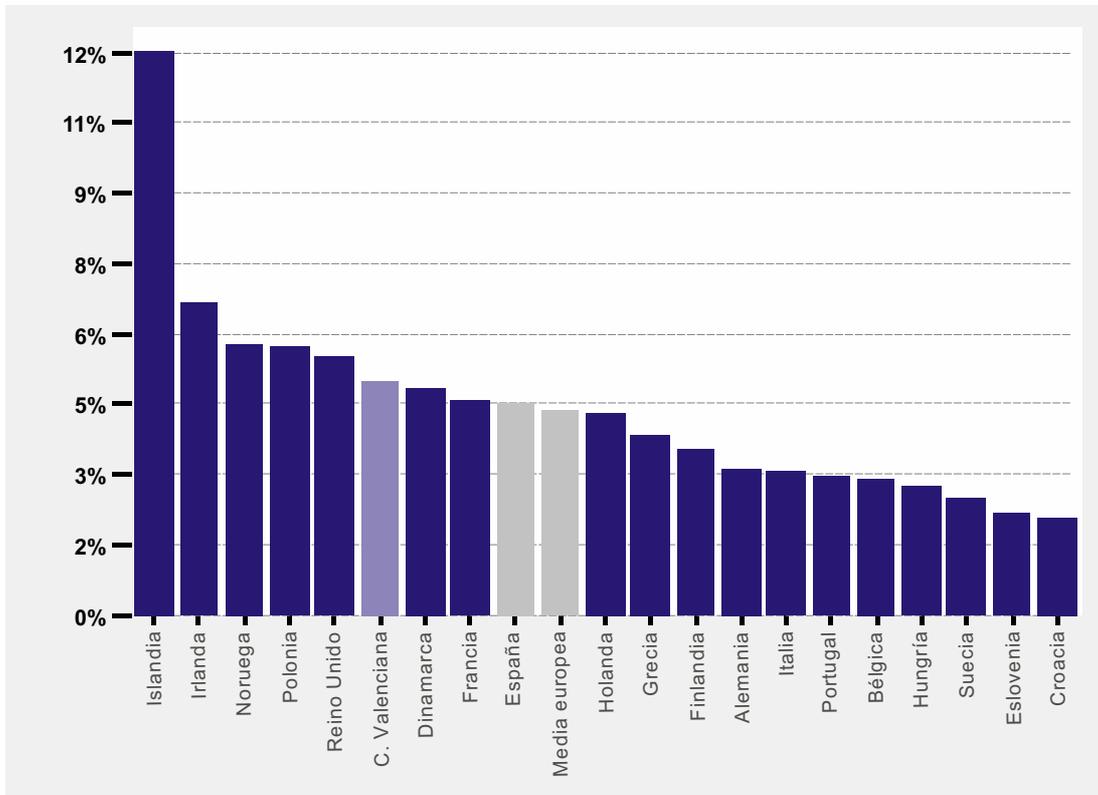
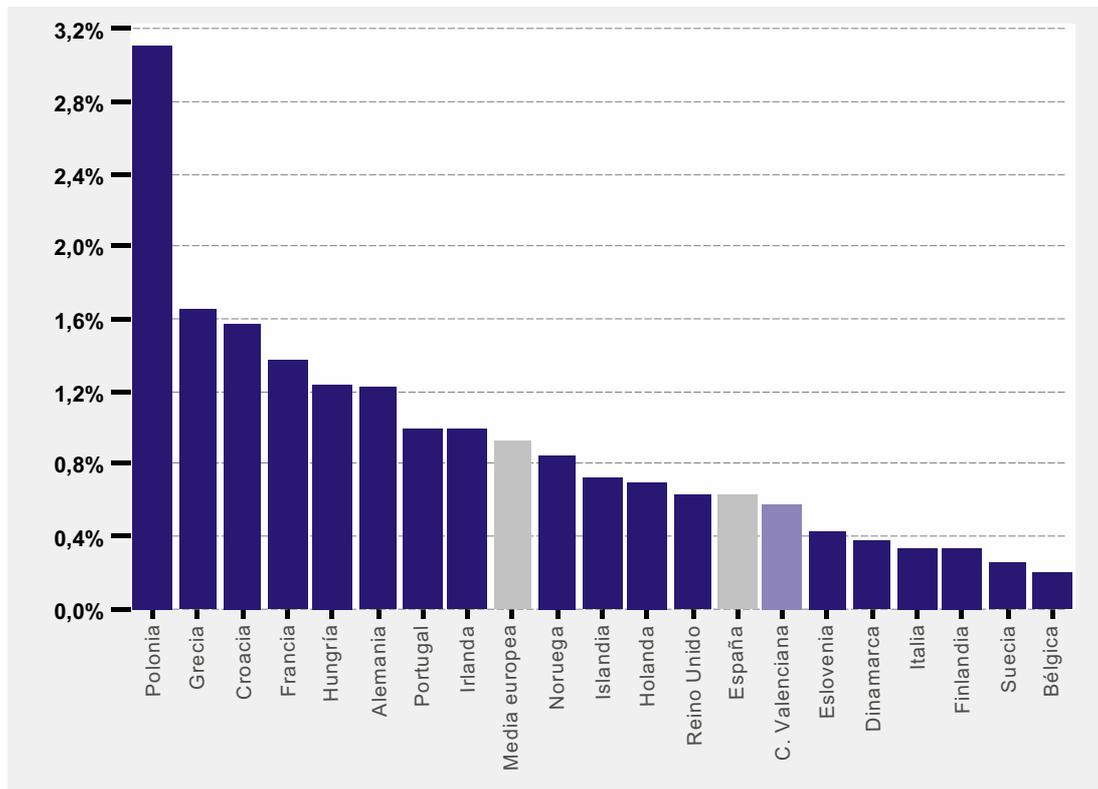


Figura II-6. Actividad emprendedora por necesidad (países Europa)





**PERFIL SOCIOECONÓMICO  
DEL EMPRENDEDOR**





El presente capítulo se centra en la figura del emprendedor, en base al estudio de algunos de sus rasgos fundamentales, al objeto de extraer una caracterización socioeconómica que permita aproximar su perfil medio en la Comunidad Valenciana. En concreto, son estudiadas las variables referentes a su edad, género, nivel de estudios, nivel de renta y tipo de negocio creado.

### III.1 DISTRIBUCIÓN POR EDAD Y GÉNERO

El emprendedor medio representativo de la Comunidad Valenciana crea su negocio a una edad que ronda los 36 años de promedio, dato que supone una disminución de 5 años con respecto a la media de edad del emprendedor característico español (41 años)<sup>9</sup>. Al profundizar en los datos (tabla III-1), se observa que el mayor porcentaje de población (40,20%) implicada en actividades emprendedoras se sitúa entre los 25 y 34 años, inmediatamente seguida por el grupo comprendido entre los 35 y 44 años (38,24%); en conjunto pues, encontramos que cerca del 80% de los individuos implicados en la creación y desarrollo de una iniciativa empresarial en la Comunidad Valenciana en los últimos 42 meses, se sitúa entre los 25 y los 44 años, presentándose porcentajes sustancialmente inferiores en rangos de edad más extremos.

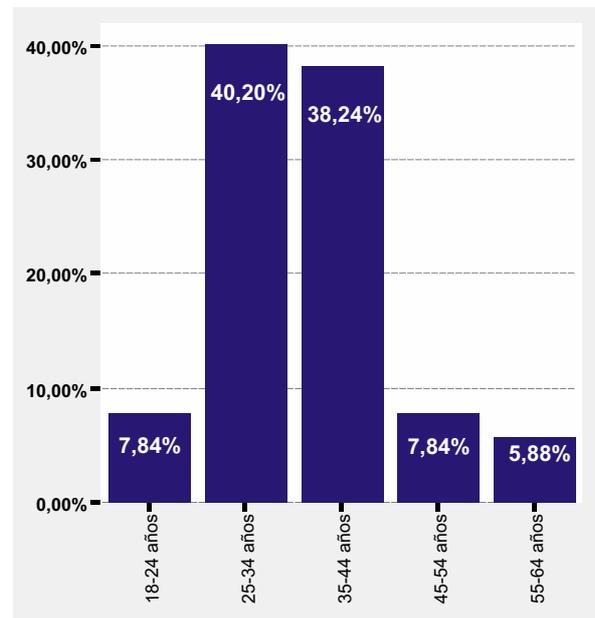
Estos datos admiten una lectura complementaria, expresándose en términos relativos, es decir, en función del porcentaje de población de cada uno de los segmentos de edad analizados que participa en actividades emprendedoras. El resultado se aprecia también en la tabla III-1; así, el 8,45% de la población valenciana comprendida entre 25 y 34 años, y el 8,85% de la población de entre 35 y 44 años, ha participado en la puesta en marcha y desarrollo de nuevas iniciativas empresariales en

los últimos 42 meses; mientras que, de entre los jóvenes valencianos (entre 18 y 24 años), ese porcentaje se reduce hasta el 2,86%, similar al correspondiente a los dos grupos de mayor edad (entre 45 y 64 años).

Tabla III-1. Emprendedores por rangos de edad en la Comunidad Valenciana

Rango de edad	Emprendedores (% sobre el total de emprendedores)	Emprendedores (% sobre el rango de edad)
18-24 años	7,84	2,86
25-34 años	40,20	8,45
35-44 años	38,24	8,85
45-54 años	7,84	2,30
55-64 años	5,88	2,08

Figura III-1. Edad de los emprendedores en la Comunidad Valenciana

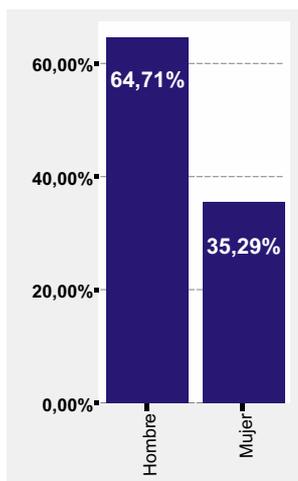


Por su parte, el estudio de la distribución por género de los emprendedores de la Comunidad Valenciana (figura III-2), pone de manifiesto que de cada tres individuos que han acometido iniciativas empresariales en la región, en los últimos 42 meses, dos son hombres (64,71%), y una es mujer (35,29%).

<sup>9</sup> Dato proporcionado por el Informe GEM 2004 para España, elaborado por el Instituto de Empresa

Esta situación será analizada en profundidad en el siguiente capítulo, dada la importancia que el análisis por género presenta en la actualidad.

Figura III-2. Emprendedores por género en la Comunidad Valenciana



### III.2 DISTRIBUCIÓN POR NIVEL DE ESTUDIOS

La figura III-3, recoge la distribución de emprendedores en la Comunidad Valenciana, en función de su nivel de formación.

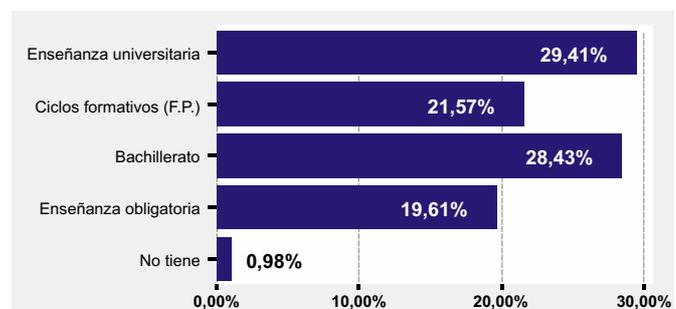
De acuerdo con los datos observados en el mismo, el porcentaje de población implicada en la puesta en marcha de nuevos negocios, varía sustancialmente en función de su nivel educativo, apreciándose una mayor presencia relativa de grupos de individuos con mayor nivel de estudios entre los emprendedores.

De este modo, únicamente algo menos de un 1% reconoce no poseer estudios, mientras que este porcentaje aumenta hasta el 19,61% para el caso de tener cursada la “enseñanza obligatoria”. Para los casos de estudios inmediatamente

posteriores, se obtienen mayores porcentajes de emprendedores en el total de los mismos, un 28,43% en el caso de “bachillerato”, y un 21,57% en el caso de “ciclos formativos” (antigua Formación Profesional). Finalmente, la mayor frecuencia se obtiene en el caso de los emprendedores que disponen de estudios universitarios, afirmando encontrarse en tal situación un 29,41% de los individuos implicados en la puesta en marcha y desarrollo de iniciativas empresariales en los últimos 42 meses.

Esta situación reproduce, de forma general, lo que ocurre con la variable estudios a nivel nacional, si bien la principal diferencia estaría en un mayor porcentaje de emprendedores con niveles de enseñanza obligatoria, frente a enseñanza secundaria o F.P. en el conjunto del territorio nacional.

Figura III-3. Nivel de estudios de los emprendedores en la Comunidad Valenciana



### III.3 DISTRIBUCIÓN POR NIVEL DE RENTA

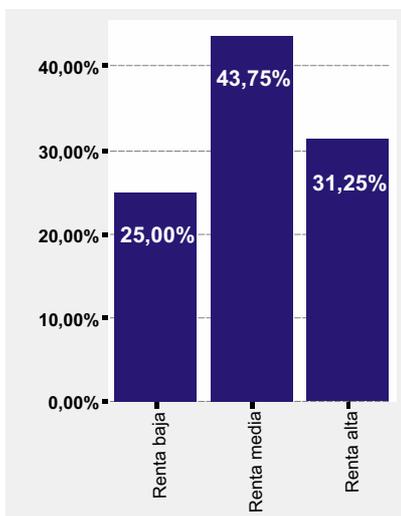
A fin de analizar la distribución de los emprendedores de acuerdo a su nivel de renta, el proyecto GEM ha segmentado ésta según los siguientes intervalos :

- Menor de 1.200 €
- Entre 1.200 y 1.800 €
- Mayor de 1.800 €

Para el caso de la Comunidad Valenciana (figura III-4) se observa que el conjunto mayoritario es el formado por aquellos emprendedores situados en un tramo intermedio de renta (43,75%), encontrándose a continuación el conjunto de emprendedores que disfruta de rentas elevadas (31,25%), y aglutinando el tramo inferior al 25% restante.

Esta situación presenta algunas diferencias con respecto a la media del territorio nacional, en el que se aprecia una ligazón más acentuada entre cantidad de ingresos y actividad emprendedora, de manera que el tramo correspondiente a rentas altas, aglutina al mayor porcentaje de emprendedores (41,00%).

Figura III-4. Nivel de renta de los emprendedores en la Comunidad Valenciana



### III.4 TIPOLOGÍA DE NEGOCIO

En cuanto a los tipos de negocio que crean los emprendedores de la Comunidad Valenciana, se han clasificado éstos, de acuerdo al código estandarizado ISIC, (Clasificación Internacional Industrial Universal), siguiendo la metodología común establecida para el proyecto GEM.

Tabla III-2. Clasificación de sectores de actividad

Sector	Actividades
Actividades de transformación	Manufactura; venta al por mayor; transportes y comunicaciones y construcción
Servicios a empresas	Servicios profesionales y actividades financieras
Iniciativas orientadas al consumidor	Venta al detalle, hostelería y restauración; salud, educación y servicios sociales; y otros servicios al consumidor

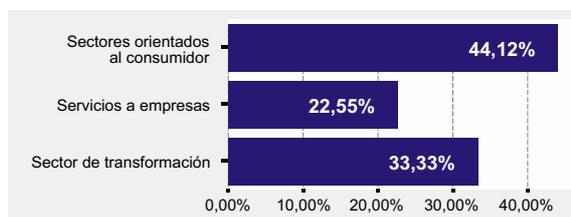
De este modo, la figura III-5 muestra la distribución por sectores de las iniciativas emprendedoras llevadas a cabo por la población de la región en los últimos 42 meses. Las actividades mayoritarias son las llevadas a cabo en el sector “orientado al consumidor”, que concentra un 44,12% de las iniciativas de los emprendedores; tras este grupo de actividades, se sitúan aquellas denominadas de “transformación”, con un tercio de las iniciativas; agrupando, finalmente, el sector dedicado al “servicio a empresas”, un 22,55% de las mismas. Esta situación reproduce, de manera general, la distribución de negocios correspondiente al conjunto del territorio nacional.

Profundizando en estos datos, cabe reseñar la importancia de tres tipos de actividad: “venta al por mayor”, “venta al detalle, hostelería y restauración” y “servicios profesionales”, las cuales por sí solas aglutinan al 61,77% de los individuos de la Comunidad Valenciana implicados en nuevas iniciativas empresariales.

En el otro extremo, se sitúan las “actividades financieras, inmobiliarias y seguros” y las “manufacturas”, las cuales no parecen mostrar un especial atractivo para la mayor parte de los individuos que están iniciando actividades empresariales.

En general, dispone de una renta media de entre 1.200 y 1.800 € y desarrolla su actividad empresarial, preferentemente en los sectores de “venta al por mayor”, “venta al detalle, hostelería y restauración” o en el campo de los “servicios profesionales a empresas”.

Figura III-5. Actividad emprendedora por sector económico en la Comunidad Valenciana



## II.5 PERFIL MEDIO DEL EMPRENDEDOR

En base al análisis realizado en este capítulo, acerca de algunas de las características socioeconómicas que describen al emprendedor en la Comunidad Valenciana, se puede aproximar su perfil medio.

Así, el emprendedor representativo de la región respondería a unos trazos que lo caracterizan como varón en la mayor parte de los casos; cuya edad media se aproxima a los 36 años, si bien mayoritariamente se sitúa entre los 25 y los 44. La relación con el nivel de estudios es más compleja de evaluar, al igual que ocurre en el resto de territorios en los que se han realizado estudios GEM paralelos. Así, aunque la situación más frecuente se corresponde con la de titulado universitario, el perfil medio corresponde más bien al de un individuo con estudios medios, entendiendo por tales el haber cursado el Bachillerato, o estudios relacionados con ciclos formativos de Formación Profesional.



**IV**  
**MUJER Y CREACIÓN  
DE EMPRESAS**

---



De entre las características analizadas en el capítulo anterior, en el marco del proyecto GEM se concede especial relevancia a la diferenciación entre emprendedores por género, dedicando un capítulo concreto a la figura de la mujer emprendedora, dado el importante cambio sociológico que viene representando, su incorporación paulatina y efectiva en todos los ámbitos del terreno profesional.

Así, en este capítulo, y a partir de los datos iniciales presentados en el anterior, se profundiza en su análisis, estudiando una serie de facetas de la misma, en relación con la actividad de creación y desarrollo de empresas dentro de los parámetros del presente estudio.

#### IV.1 ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y MUJER

Los datos de actividad emprendedora recogidos para la Comunidad Valenciana, muestran que el 35,29% de la población que participa en negocios con menos de 42 meses de actividad son mujeres, mientras que el 64,71% son hombres, lo que implica la existencia de casi dos hombres por cada mujer que desarrolla actividad emprendedora en la región.

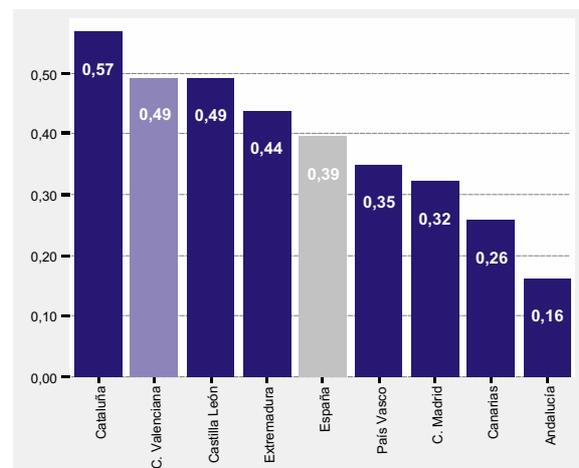
Los datos anteriores, puestos en relación con el total de población por género, vienen a significar que el 3,66% de las mujeres de la Comunidad Valenciana con edad entre 18 y 64 años, se encuentran implicadas en nuevas iniciativas empresariales, mientras que en el caso de los hombres, esta cifra asciende al 7,47%. Esta segunda lectura implica que mientras que la población adulta de la Comunidad Valenciana se distribuye prácticamente por igual entre hombres (50,62%) y mujeres (49,38%), la actividad emprendedora es desarrollada en mayor medida por el primer grupo.

Desde una perspectiva más amplia, la participación de la mujer en la actividad emprendedora, medida como ratio de tasa emprendedora mujer/hombre es de 0,49 (tabla IV-1), una de las más altas en el conjunto del territorio español, diez puntos por encima de la media nacional (0,39) y tan sólo superado por Cataluña (0,57%).

Tabla IV-1. Participación de la mujer en la actividad emprendedora por comunidades autónomas

	TEA 2004 mujer	TEA 2004 hombre	Ratio TEA (mujer/ hombre)
Cataluña	4,09	7,19	0,57
<b>C. Valenciana</b>	<b>3,66</b>	<b>7,47</b>	<b>0,49</b>
Castilla-León	2,99	6,07	0,49
Extremadura	4,16	9,52	0,44
España	2,91	7,38	0,39
País Vasco	2,69	7,71	0,35
C. Madrid	2,17	6,73	0,32
Canarias	1,75	6,81	0,26
Andalucía	0,83	5,14	0,16

Figura IV-1. Ratio mujer/hombre para la actividad emprendedora por comunidades autónomas



## IV.2 PERFIL SOCIOECONÓMICO DE LA MUJER EMPRENDEDORA

A continuación, se aborda el análisis del perfil socioeconómico de la mujer emprendedora, a partir de una desagregación de los datos analizados en el capítulo anterior, desde una perspectiva de género.

Así, comenzando por el análisis del perfil por edad (figura IV-2), se aprecia cómo, en 2004, el 52,80% de las mujeres que estaban llevando a la práctica alguna iniciativa empresarial, tenían entre 35 y 44 años. Este porcentaje se incrementa hasta el 80,60% si añadimos a las mujeres de entre 25 y 34 años.

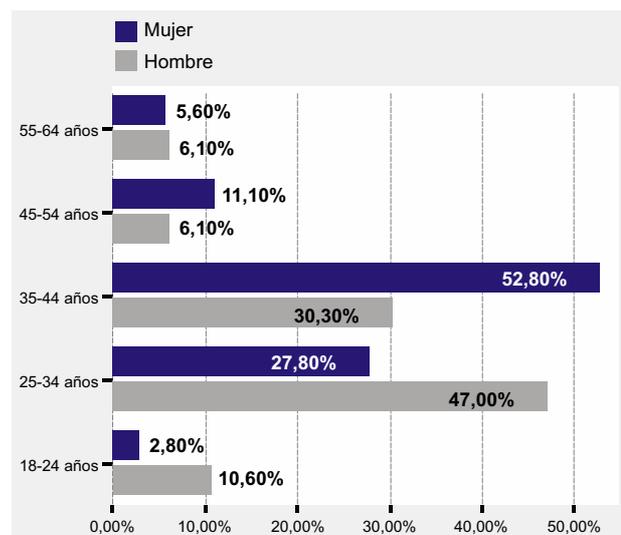
Para el caso de hombres, se mantiene un porcentaje similar (77,30%) para el rango de edad de entre 25 y 44 años. Sin embargo, la distribución de emprendedores dentro de este rango se invierte, ascendiendo a un 47%, los emprendedores de entre 25 y 34 años, y a un 30,30% los emprendedores de entre 35 y 44 años.

Si el anterior análisis lo ampliamos con el resto de rangos de edad estudiados, se pone de manifiesto que las mujeres se incorporan a la actividad emprendedora con mayor edad que los hombres. De hecho, los datos obtenidos indican que la mujer emprendedora de la Comunidad Valenciana, se sitúa, por término medio, en torno a los 38 años (34 años en el caso de hombre emprendedor).

La distribución por rangos de edad, anteriormente comentada, es similar a la del conjunto del territorio nacional. De hecho en ambos casos, el mayor porcentaje de mujeres emprendedoras se concentra en el rango de 35 a 44 años, si bien, mientras que en la Comunidad Valenciana este intervalo aglutina aproximadamente al 53% de las

empreendedoras, en el caso nacional, este porcentaje es sustancialmente inferior (35%), aumentando hasta un 21% el porcentaje de mujeres emprendedoras con edad entre 45 y 54 años (11% en la Comunidad Valenciana).

Figura IV-2. Distribución de edad del emprendedor por género en la Comunidad Valenciana



Por su parte, la figura IV-3 muestra el perfil de la mujer emprendedora de la región, en función de su nivel de estudios. Si bien no existen grandes diferencias, sí cabe señalar que entre las mujeres emprendedoras parece detectarse una menor presencia de aquellas que han cursado estudios universitarios (22,30%, frente a un 33,30% en el caso de los hombres emprendedores). Por otro lado, respecto al resto de situaciones en relación con el nivel de estudios alcanzado, los porcentajes son similares en ambos grupos, excepto en el caso de los estudios de bachillerato (un 33,30% de las mujeres, frente a un 25,80% de los hombres) y en la presencia testimonial de emprendedoras sin estudios, no detectada entre los hombres. Respecto a la comparativa de estos datos, con los relativos al conjunto del territorio español, son extensibles los comentarios realizados sobre esta variable en el capítulo anterior, relativos a los mayores porcentajes de los estudios de carácter obligatorio en el caso nacional.

Figura IV-3. Nivel de estudios por género en la Comunidad Valenciana

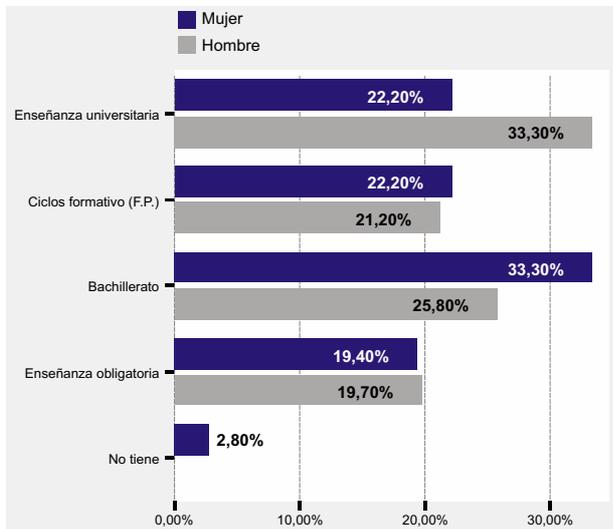
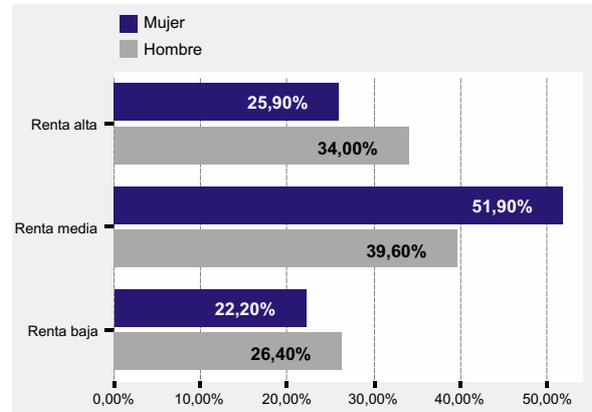
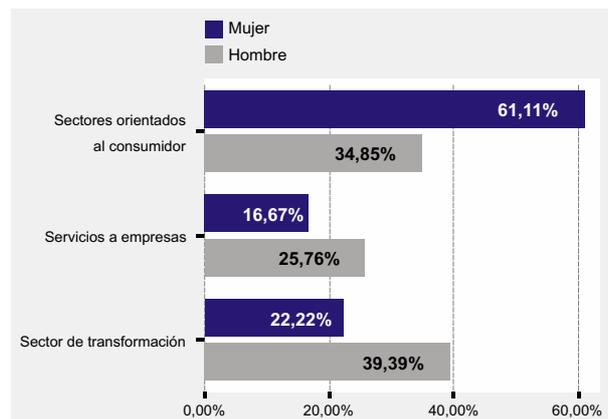


Figura IV-4. Nivel de renta por género en la Comunidad Valenciana



En cuanto al análisis por nivel de renta (figura IV-4), se puede apreciar que no existen grandes diferencias entre la distribución de rentas por género, concentrándose en ambos casos, el mayor porcentaje de emprendedores, en el tramo medio. La diferencia más significativa, sería una acentuación de la importancia de dicho tramo frente a los extremos, en el caso de la mujer emprendedora, llegando a agrupar hasta el 51,90% del total. En relación a la situación que se da para el conjunto del territorio nacional, siguen siendo válidos los comentarios realizados sobre esta variable en el capítulo anterior, en el sentido en que se concentran mayores porcentajes de emprendedores en el tramo correspondiente a rentas altas.

Figura IV-5. Sectores de actividad: clasificación por género en la Comunidad Valenciana



En relación al análisis por sectores de actividad en los que se encuadran las nuevas iniciativas empresariales (figura IV-5), se observa que la mayoría de mujeres que se encuentran implicadas en iniciativas empresariales recientes pueden ser clasificadas bajo el epígrafe de “orientación al consumidor” (61,11%). Este dato aporta la principal diferencia por género, dado que, por su parte, la distribución en el caso masculino, es más equitativa y apunta a actividades relacionadas con el sector de la “transformación”.

### IV.3 MUJER EMPRENDEDORA Y ENTORNO SOCIOCULTURAL

Este apartado valora algunos aspectos relacionados con la presencia de oportunidades empresariales, capacidad para emprender, así como otros apoyos sociales y culturales relacionados.

Dicha valoración procede de las opiniones de un grupo de 36 expertos regionales en el ámbito de la creación de empresas<sup>10</sup>, integrado por profesionales y empresarios, y que aporta una visión amplia en relación a los anteriores factores citados.

<sup>10</sup> Este grupo de expertos ha sido formado “ad hoc” para el presente estudio, constituyendo una de las dos fuentes fundamentales de información analizadas. En posteriores capítulos se incluyen otros aspectos valorados por los mismos.

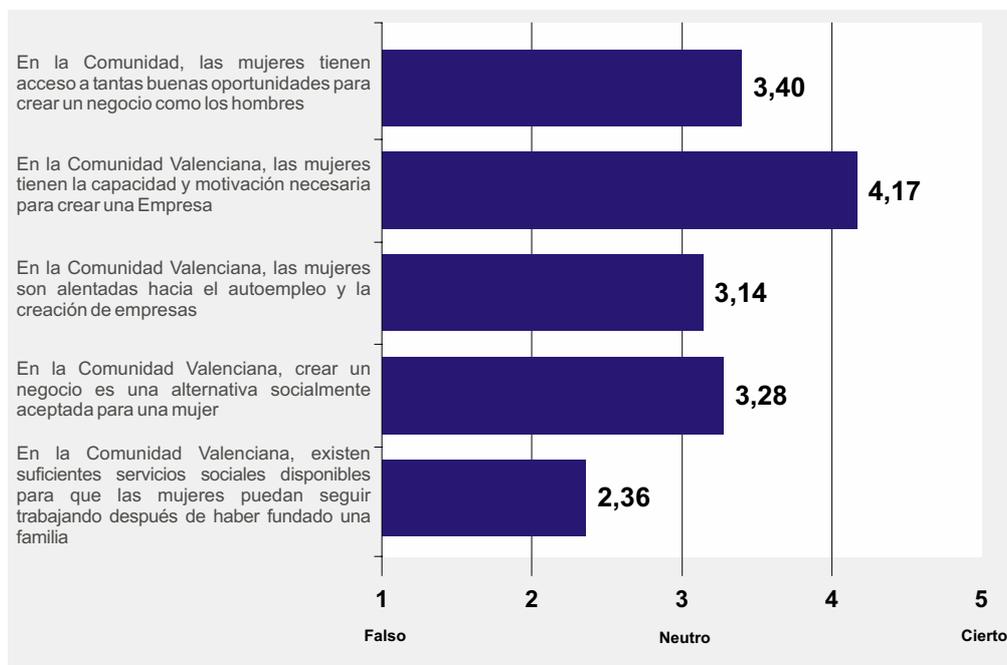
Estos expertos han sido clasificados en nueve ámbitos de influencia en la creación de empresas, agrupándose del siguiente modo:

Tabla IV-2. Ámbito de influencia de los expertos participantes en el estudio

Ámbito de influencia	Nº 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
<b>Total</b>	<b>36</b>

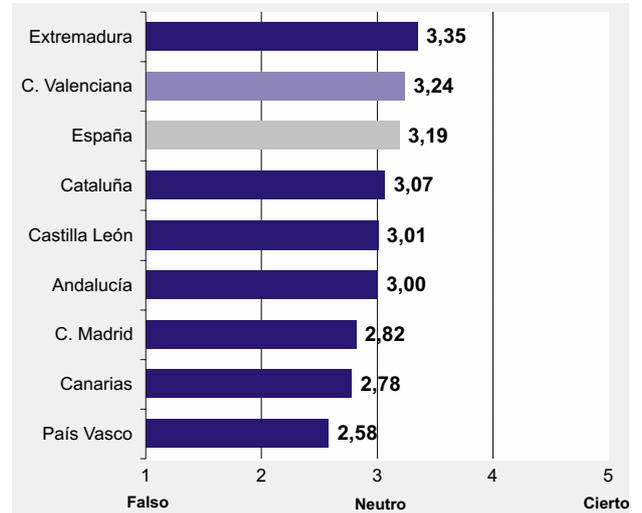
Así, el grupo de expertos considera (figura IV-6) que no existen diferencias significativas por género, en cuanto al acceso a buenas oportunidades de negocio, que la actividad emprendedora es una alternativa socialmente aceptada para la mujer, y sobre todo, el aspecto más positivo sería el relacionado con las capacidades existentes, entendido esto como habilidades y conocimientos para la puesta en marcha de una iniciativa empresarial. Sin embargo, valoran negativamente la existencia de servicios que faciliten la conciliación de la vida familiar y laboral.

Figura IV-6. Valoración de aspectos relacionados con el entorno sociocultural de la mujer emprendedora en la Comunidad Valenciana



A partir de las cuestiones relacionadas anteriormente, La figura IV-7 recoge la opinión media<sup>11</sup> de los expertos de la Comunidad Valenciana contrastada con las de los expertos correspondientes a las restantes comunidades autónomas que han participado en la presente edición del proyecto GEM. Se observa cómo en la Comunidad Valenciana la valoración media supera ligeramente la correspondiente al conjunto del territorio nacional, si bien no existen diferencias significativas entre las valoraciones de las distintas comunidades autónomas.

Figura IV-7. Valoración media otorgada por los expertos regionales al entorno sociocultural de la mujer emprendedora



<sup>11</sup> Entendida como el valor obtenido mediante un análisis factorial que resume en una sola variable las cuestiones sobre creación de empresas y mujer, valoradas por los expertos.





V

**FINANCIACIÓN DE LA  
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA**

---



## V.1 NECESIDADES Y FUENTES DE FINANCIACIÓN

Partiendo de la base de que una de las necesidades clave que requiere tener cubierta todo emprendedor cuando inicia una actividad empresarial, es la disposición de recursos financieros suficientes para su puesta en marcha, la obtención de los mismos en la cuantía necesaria supone, en muchas ocasiones, un importante reto a superar por el nuevo empresario. De hecho, aunque la financiación depende en primer lugar de sus recursos propios, en numerosas ocasiones se hace necesario disponer también de recursos proporcionados por fuentes de financiación externas.

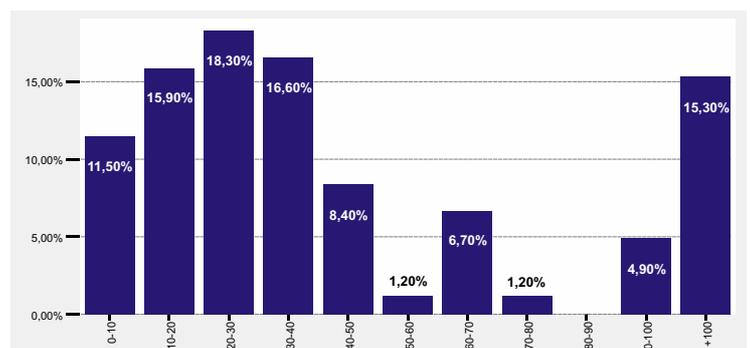
Entre estas fuentes de financiación externas cabe destacar las entidades financieras, las sociedades de capital riesgo -con potencial para involucrarse y participar en nuevos proyectos empresariales con alto potencial de crecimiento-, o los inversores informales -los cuales suelen mantener algún tipo de relación personal con el empresario-, entre los que se encuentran habitualmente familiares y amigos o conocidos, aunque también en contadas ocasiones puede aparecer lo que se denomina “business angel”, entendido como un agente que no sólo financia la creación sino que incluso tutela el desarrollo de la nueva empresa, incorporando criterios empresariales con el objetivo claro de obtener beneficios.

En la Comunidad Valenciana, de acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a la población adulta (figura V-1), el capital medio requerido para crear una nueva empresa asciende a unos 50.000 €, sin embargo este dato no se corresponde con la situación más frecuente, ya que se encuentra influenciado por la existencia de algunas iniciativas

empresariales con amplias necesidades de capital. De este modo, la situación más frecuente corresponde a unas necesidades que oscilan entre 20.000 y 30.000 €. Esta situación es similar, en general, a la del conjunto del territorio nacional.

Ampliando el análisis anterior, se observa que algo más de la mitad de los emprendedores (50,80%) prevén unas necesidades que se encuentran entre 10.000 y 40.000 €. Por encima de estas cantidades la tendencia de la respuesta parece invertirse, reduciéndose la presencia de emprendedores que afirman requerir capitales mayores para la puesta en marcha de sus iniciativas, si bien esta circunstancia puede ser matizada. Así, encontramos dos repuntes en la tendencia citada: el primero situado en el intervalo que oscila entre 60.000 y 70.000 € (6,70%), coincidente con el umbral mínimo del capital fundacional para la constitución de una sociedad anónima; y el segundo, para iniciativas que requieren cantidades superiores a los 90.000 y sobre todo 100.000 €, que conjuntamente agrupan a un poco más del 20%, y que da cuenta de una cierta presencia de proyectos de mayor envergadura en cuanto a su tamaño, si medimos éste por el capital necesario para su puesta en marcha.

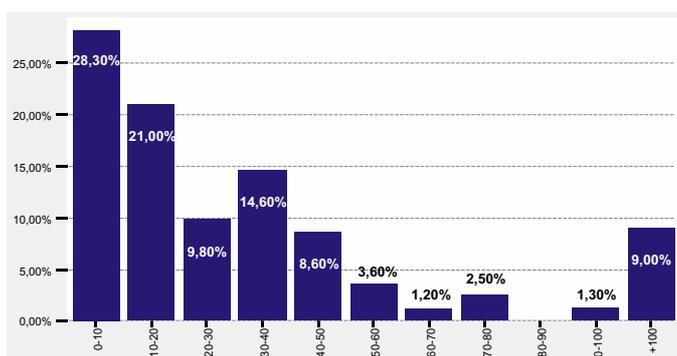
Figura V-1. Capital total inicial requerido por el emprendedor de la Comunidad Valenciana (Miles de euros requeridos por % de emprendedores)



Por otro lado, del análisis de las respuestas de los emprendedores respecto al capital propio que esperan invertir en su negocio como media, se observa que éste asciende a cerca de 34.000 €, apareciendo una tendencia razonable, de acuerdo con la cual, la cantidad de individuos dispuestos a invertir cantidades cada vez mayores, tiende a disminuir. Así, la situación más frecuente es aquella en la que el nuevo empresario espera invertir cantidades inferiores a 10.000 € (28,30%), mientras que si dicho intervalo es ampliado hasta los 20.000 € encontramos a casi un 50% de los emprendedores.

Cabe destacar que, de modo similar a la situación comentada con respecto al capital total necesario, se observa un repunte de esta tendencia en aquellas iniciativas en las que el emprendedor espera invertir más de 100.000 € (9%), quizás dejando constancia de la presencia de un grupo de individuos con recursos financieros suficientes para embarcarse en proyectos más ambiciosos.

Figura V-2. Capital propio que espera invertir el emprendedor de la Comunidad Valenciana (Miles de euros por % de emprendedores)



En cuanto a la financiación ajena, la tabla V-1<sup>12</sup> muestra cómo las instituciones financieras suponen la fuente de financiación que con más frecuencia se emplea en la creación de nuevas

empresas en la Comunidad Valenciana; de hecho el 63,8% de los nuevos emprendedores declara recibir fondos de esta procedencia. Desde una lectura complementaria, esto significa que algo más de un tercio de los emprendedores (36,2%) afirma no contar con fondos provenientes de estas instituciones para poner en marcha su iniciativa empresarial, quizás por sus menores necesidades financieras iniciales o por la prudencia que caracteriza a las instituciones financieras a la hora de involucrarse en operaciones con ciertos niveles de riesgo e incertidumbre. Esta situación se reproduce de forma similar en el resto de comunidades autónomas participantes en la actual edición del proyecto GEM.

Por otra parte, destaca el porcentaje de emprendedores de la región (15%) que declara haber recibido ayudas económicas por parte de alguno de los programas específicos que gestionan las distintas Administraciones Públicas, lo que supone una frecuencia similar al número de emprendedores que declara haber recibido fondos de su entorno familiar (15%), entendido no solamente como familiares directos sino en un sentido más amplio. Esta situación presenta algunas diferencias con la mayoría de comunidades autónomas participantes en la presente edición del proyecto GEM, dado que la situación más común es una mayor presencia de inversores con vínculos familiares frente a una menor presencia de ayudas públicas, salvo en el caso de Cataluña, cuya situación es similar a la de la Comunidad Valenciana.

Respecto al empleo de capital riesgo o a la figura del “business angel”, entendido este último como un agente que no sólo financia la creación sino que tutela el desarrollo de la nueva empresa, es tan incipiente en la Comunidad Valenciana que no aparece reflejado en los datos obtenidos del trabajo de campo realizado.

<sup>12</sup> Los resultados indican porcentajes de emprendedores que han respondido afirmativamente sobre el empleo de la fuente de financiación citada, por lo tanto se trata de preguntas independientes dado que los encuestados pueden estar utilizando más de una fuente de financiación al mismo tiempo.

Tabla V-1. Procedencia de la financiación ajena para la creación de nuevas empresas (% de emprendedores que han recibido fondos en 2004)

Procedencia de los fondos	Familia directa	Otros relaciones familiares	Amigos y conocidos	Bancos / instit. Financieras	Ayudas de la Admin. Pública
<b>C. Valenciana</b>	<b>10,0</b>	<b>5,0</b>	<b>2,5</b>	<b>63,8</b>	<b>15,0</b>
España	13,4	5,4	6,8	58,1	12,0
Andalucía	14,9	6,8	1,4	51,4	14,9
Canarias	12,3	3,1	13,8	63,1	13,8
Castilla León	15,4	7,7	1,5	52,3	16,9
Cataluña	8,2	3,1	15,5	60,8	12,4
Extremadura	9,3	2,3	2,3	53,5	11,6
C. Madrid	16,2	6,8	5,4	56,8	4,1
País Vasco	22,7	9,1	7,6	60,6	6,1

## V.2 LA INVERSIÓN INFORMAL

A partir de las respuestas de la encuesta a la población acerca de su posible implicación en la financiación de la puesta en marcha de negocios ajenos en los últimos tres años, se ha obtenido una perspectiva más amplia de la inversión informal<sup>13</sup>.

En la Comunidad Valenciana, de acuerdo a los datos obtenidos (tabla V-2), el 1,83% de la población adulta afirma haber actuado como inversor informal en los últimos tres años, lo cual supone la existencia de algo más de 66.000 individuos implicados en la financiación de nuevas iniciativas empresariales. La cifra media individual de inversión realizada alcanza

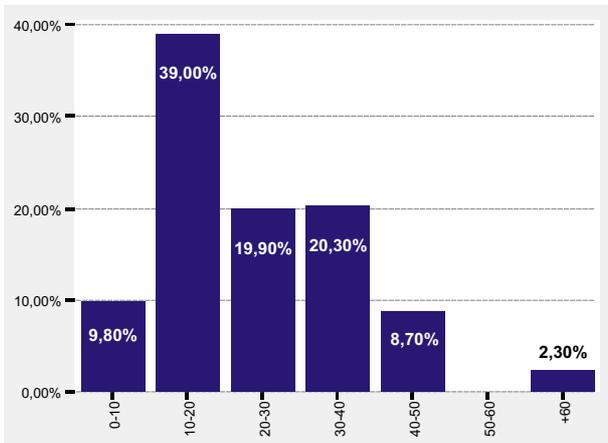
prácticamente los 22.000 €, lo que se traduce a su vez, en un volumen medio total de inversión informal en la Comunidad Valenciana cercano a los 1.500 millones de euros.

Desglosando los datos globales descritos anteriormente (figura V-3), se observa que prácticamente casi un 50% de los inversores informales se implican en iniciativas ajenas con cantidades que llegan hasta los 20.000 €, siendo la situación más frecuente la que responde a la del inversor que afirma dedicar entre 10.000 y 20.000 € (39%). Por encima de estas cantidades la mayor parte de los inversores no sobrepasan los 40.000 €.

Tabla V-2. La inversión informal en la Comunidad Valenciana

% de inversores informales en la población mayor de 18 años	1,83%
Número estimado de inversores informales	66.335 personas
Inversión media realizada por el inversor informal	21.987 €
Volumen medio total estimado de inversión informal	1.458,5 millones €

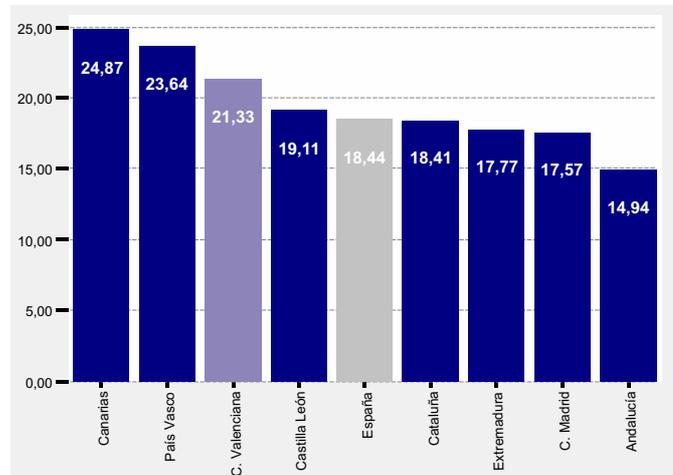
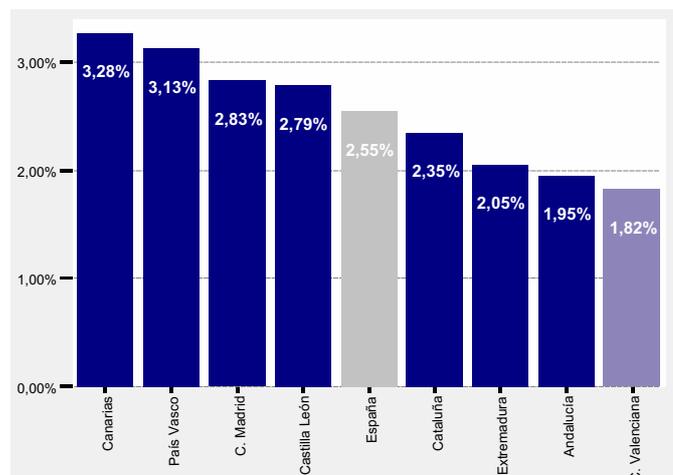
<sup>13</sup> Excluyendo la inversión en bonos, acciones o fondos comunes de inversión.

**Figura V-3. Inversión informal en la puesta en marcha de nuevas empresas en la Comunidad Valenciana**


Si comparamos estas cifras con el resto de regiones españolas participantes en la edición 2004 del proyecto GEM (tabla V-3 y figuras V-4 y V-5), se observa que el capital medio invertido por un inversor informal es, en la Comunidad Valenciana, de los más elevados, por encima de la media nacional. Una lectura complementaria refleja que el porcentaje de población adulta que participa en la financiación informal de las nuevas iniciativas empresariales es la más baja de todo el territorio nacional, si bien presentan un alto grado de compromiso, a juzgar por los volúmenes individuales de inversión.

**Tabla V-3. Inversión realizada por el inversor informal por comunidades autónomas**

Comunidad Autónoma	Inversión media realizada por el inversor informal	% inversores informales en la población mayor de 18 años
Andalucía	14.936,37 €	1,95%
Canarias	24.865,29 €	3,28%
Castilla-León	19.110,67 €	2,79%
Cataluña	18.412,33 €	2,35%
Extremadura	17.771,60 €	2,05%
C. Madrid	17.567,15 €	2,83%
<b>C. Valenciana</b>	<b>21.333,81 €</b>	<b>1,82%</b>
País Vasco	23.636,88 €	3,13%
España	18.441,17 €	2,55%

**Figura V-4. Inversión informal por comunidades autónomas (miles de euros en los 3 últimos años)**

**Figura V-5. Inversores informales por comunidades autónomas (% de población adulta en los últimos 3 años)**


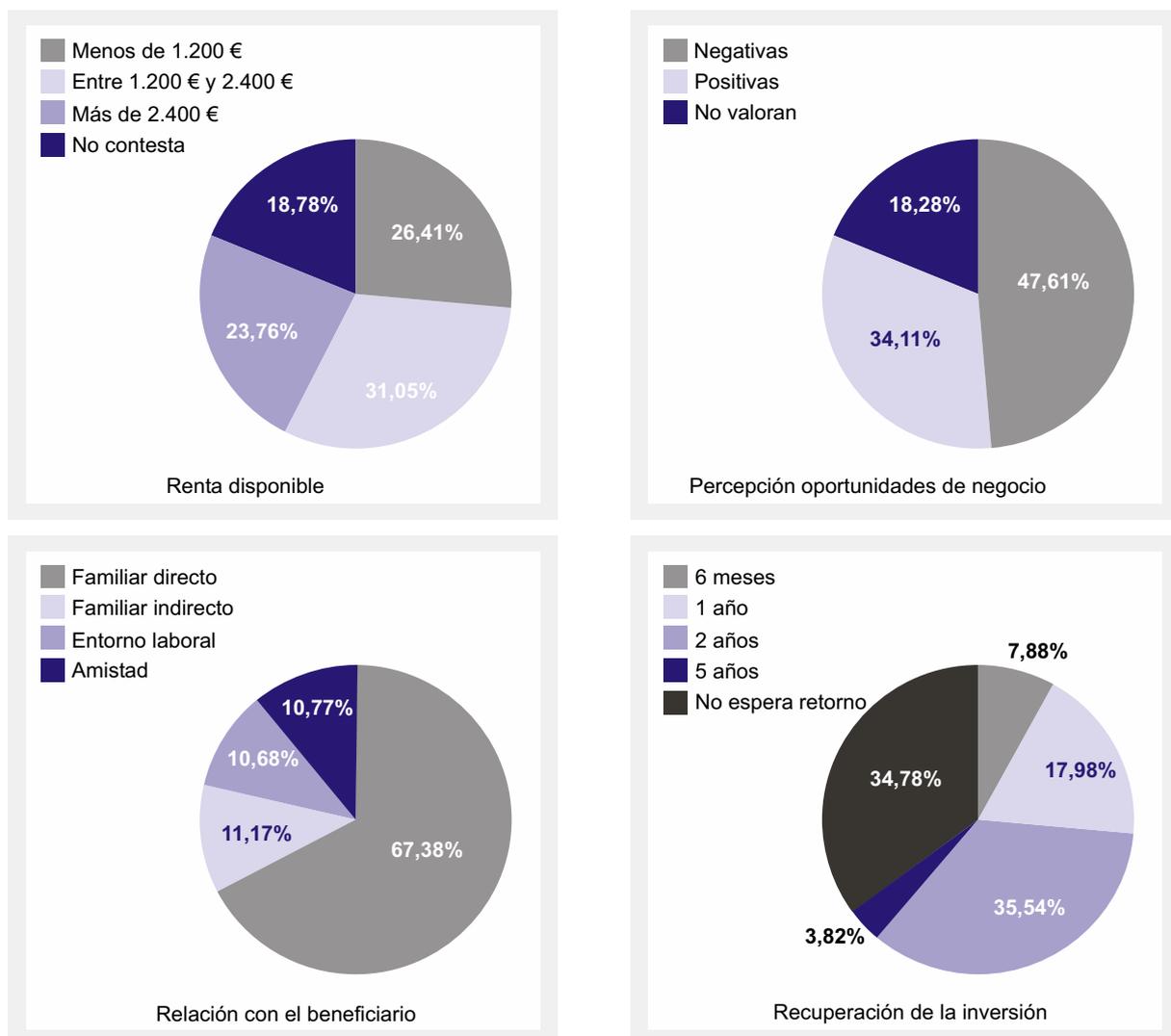
Finalmente, se presenta a continuación una serie de características extraídas del estudio y que aproximan el perfil del inversor informal de la Comunidad Valenciana (figura V-6), implicado en la financiación de nuevas iniciativas empresariales en los últimos tres años, el cual no presenta grandes diferencias con el perfil obtenido en el estudio nacional para el inversor informal medio español:

- La edad media del inversor informal se sitúa en los 39,2 años.

- En lo que se refiere a renta disponible el 26,4% no supera los 1.200 € mensuales; el 31,1% dispone de entre 1.200 y 2.400 € al mes; mientras que con rentas mayores de 2.400 € se concentra el 23,8% de los inversores informales.
- En cuanto a su percepción sobre las oportunidades de negocio para los 6 próximos meses, el 34,1% las valora como buenas; el 47,6% las valora de forma negativa; y un 18,3% no tiene un criterio claro o no se pronuncia al respecto.

- La relación del inversor informal con el beneficiario de la inversión es de tipo “familiar directo” en el 67,4% de los casos, ampliándose hasta un 78,6% si se incluye la relación familiar indirecta; vínculos de amistad en un 10,8%; y conocidos del entorno laboral en un 10,6% de los casos.
- En cuanto a expectativas de recuperación de la inversión, el 61,4% espera recuperar su inversión en un plazo no superior a 2 años; mientras que el 34,8 % no esperan que se les devuelva lo invertido. Destaca que tan sólo el 16% espera obtener beneficios de su inversión.

Figura V-6. Aproximación al perfil del inversor informal en la Comunidad Valenciana



### V.3 EXPECTATIVAS DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN POR PARTE DEL EMPRENDEDOR

En lo que se refiere a expectativas de recuperación del capital invertido (figura V-7), la práctica totalidad de los nuevos empresarios de la Comunidad Valenciana esperan recuperar la inversión (94,6%). En concreto, el porcentaje de los que esperan obtener beneficios cuando emprenden un nuevo negocio, como es razonable pensar cuando alguien se decide a comenzar una nueva actividad empresarial, es del 87,9%, mientras que un 5,40% creen que únicamente recuperarán la mitad de la inversión.

Por otro lado, y en cuanto al tiempo estimado de retorno, el 19,8% espera recuperar la inversión en un plazo no superior a un año, el 44,4% en dos años y el 29,2% en un plazo de entre dos y cinco años (figura V-8).

Figura V-7. Expectativas de recuperación de la inversión por parte del emprendedor de la Comunidad Valenciana

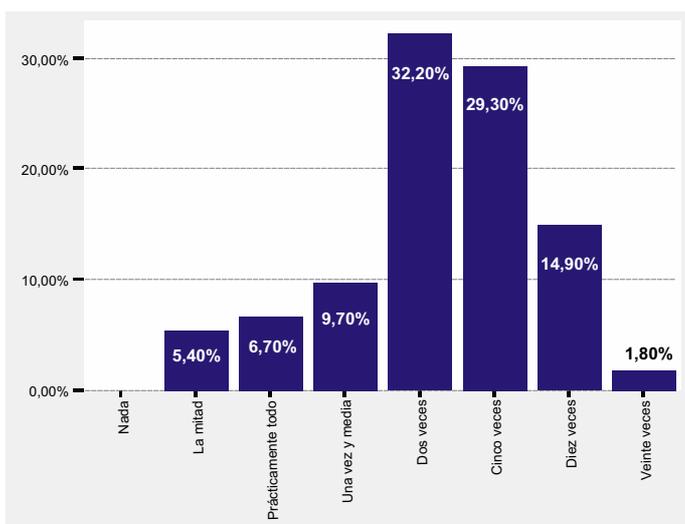
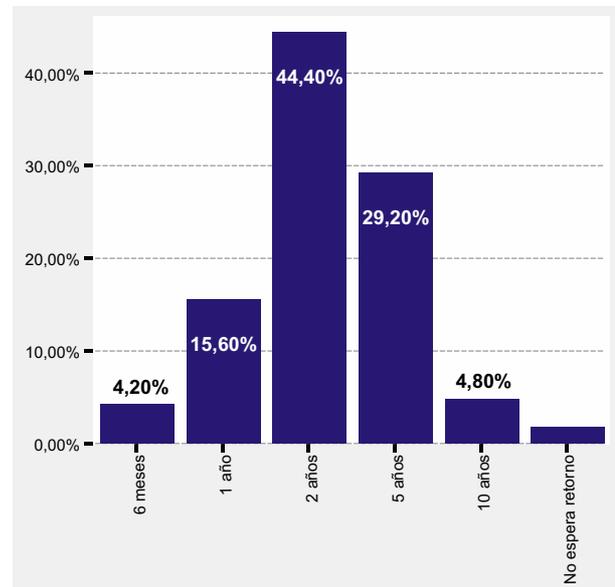


Figura V-8. Tiempo estimado para la recuperación de la inversión por parte del emprendedor de la Comunidad Valenciana





# VI

## OPORTUNIDADES, MOTIVACIONES Y CAPACIDADES PARA EMPRENDER

---



Este capítulo aporta una valoración de diferentes aspectos relacionados con la percepción de oportunidades empresariales en la Comunidad Valenciana, así como con la motivación y la existencia de habilidades y conocimientos necesarios para emprender.

Dicha valoración procede de las dos fuentes principales de información utilizadas en el estudio. Así, los resultados presentados a continuación se han extraído a partir de la encuesta realizada a la población adulta de la Comunidad Valenciana y de las opiniones del grupo de 36 expertos regionales en el ámbito de la creación de empresas, ya presentado en el capítulo IV, y que aporta una visión amplia en relación a los anteriores factores citados.

De este modo, a partir de las opiniones de ambos grupos, se obtiene una doble visión, global y complementaria, acerca de la presencia de oportunidades para llevar a cabo nuevas iniciativas empresariales; de la motivación de la población para transformar dichas oportunidades en empresas; y finalmente, la disposición de capacidades por parte de ésta, en forma de habilidades y conocimientos adecuados y suficientes para llevar a cabo el proceso.

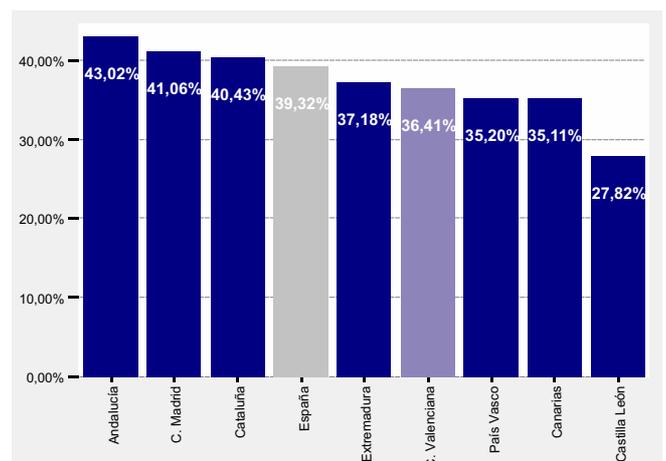
## VI.1 PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

El porcentaje de población adulta entre 18 y 64 años que considera que existen buenas oportunidades para crear empresas en la región, en un entorno temporal inmediato de seis

meses<sup>14</sup>, alcanza el 36,41%. Este porcentaje se encuentra ligeramente por debajo del nivel medio (39,32%) del conjunto del territorio español. Las diferencias regionales se sitúan en un intervalo que va desde el 43,02 de Andalucía al 27,82 de Castilla-León (figura VI-1).

Desde una perspectiva ampliada al entorno europeo (figura VI-2), los valores obtenidos en la Comunidad Valenciana son ligeramente mayores que los de la media europea (36,41% frente a 33,78%), situándose, entre los más optimistas, los países nórdicos e Irlanda, mientras que Italia, Francia o Alemania se encuentran entre los más pesimistas de los encuestados. De este modo, la percepción de oportunidades por parte de la población de la Comunidad Valenciana se sitúa en niveles similares a la de la población de Holanda, Bélgica, Reino Unido o Polonia.

Figura VI-1. Percepción de oportunidades para la creación de empresas por comunidades autónomas (porcentajes de población entre 18 y 64 años)

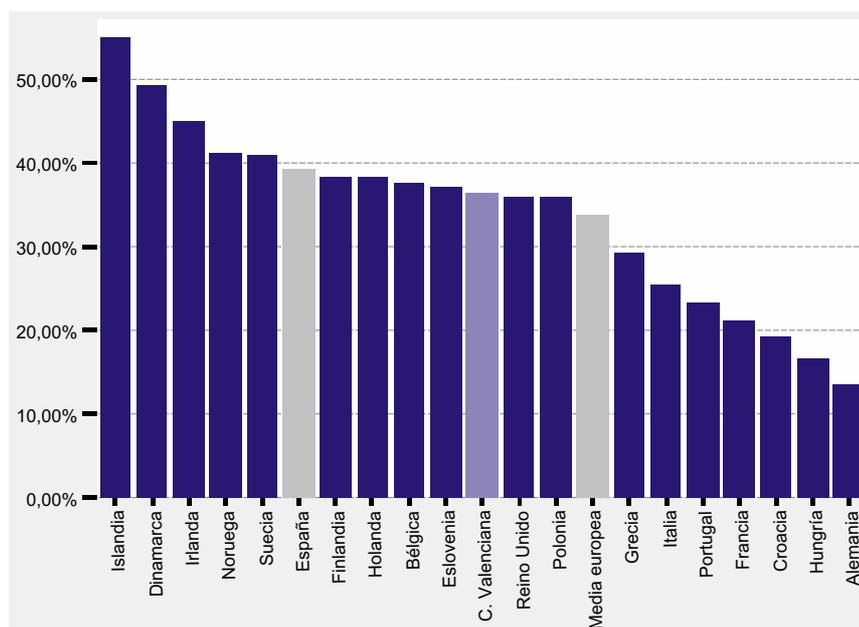


<sup>14</sup> El trabajo de campo se realizó en junio de 2004, por lo que el citado porcentaje hace referencia a las oportunidades percibidas para emprender en el periodo comprendido entre julio y diciembre de 2004.

Tabla VI-1. Percepción de oportunidades para la creación de empresas en Europa (porcentajes de población entre 18 y 64 años)

	TEA 2004
Islandia	55,01
Dinamarca	49,18
Irlanda	45,09
Noruega	41,22
Suecia	40,84
España	39,32
Finlandia	38,26
Holanda	38,25
Bélgica	37,52
Eslovenia	37,14
<b>C. Valenciana</b>	<b>36,41</b>
Reino Unido	35,92
Polonia	35,88
Media europea	33,78
Grecia	29,15
Italia	25,36
Portugal	23,24
Francia	21,13
Croacia	19,27
Hungría	16,65
Alemania	13,45

Figura VI-2. Percepción de oportunidades para la creación de empresas en Europa (porcentajes de población entre 18 y 64 años)



Por otro lado, la valoración que hacen los expertos regionales entrevistados acerca de la existencia de oportunidades, coincide en general con la de la población de la Comunidad Valenciana, si bien, su información proporciona matices que complementan la visión anterior, a partir de la respuesta a cinco cuestiones que han sido recogidas en la figura VI-3<sup>15</sup>.

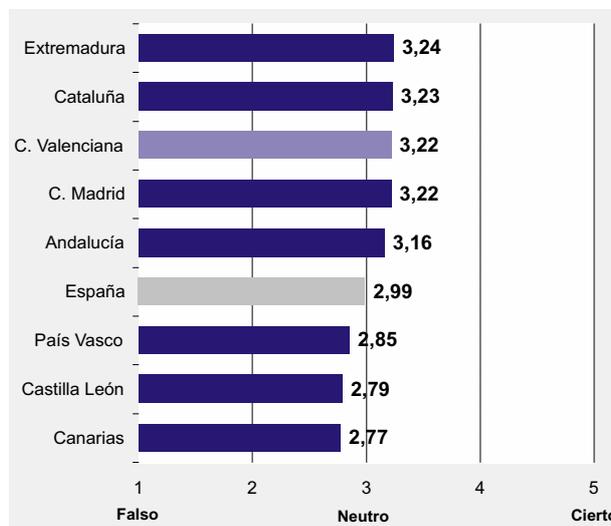
En este sentido, del conjunto de cuestiones propuestas sobre la percepción de

oportunidades para emprender, destaca en positivo, la valoración dada por los expertos a la existencia de muchas y buenas oportunidades de creación de empresas, así como a su evolución, también positiva en los últimos cinco años. A pesar de estos favorecedores datos, los expertos reconocen el desaprovechamiento de muchas de estas oportunidades, por la necesidad de disponer de más emprendedores realmente preparados para acometer su explotación.

Figura VI-3. Aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos)



Figura VI-4. Valoración media de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas (comunidades autónomas)



<sup>15</sup> Para la valoración, se ha utilizado una escala de Likert, de 1 a 5 puntos, en función del grado de acuerdo de los expertos con la afirmación efectuada (1 = completamente falso a 5 = completamente cierto).

Para completar este apartado, en la figura VI-4 se muestra la opinión media<sup>16</sup> de los expertos de la Comunidad Valenciana contrastada con la opinión media de los expertos de las restantes comunidades autónomas participantes en el proyecto GEM. Así, se observa que los expertos de la Comunidad Valenciana hacen una valoración media alta del conjunto de variables analizadas, similar a las realizadas por los expertos de Cataluña, Comunidad de Madrid o Extremadura en sus respectivos entornos regionales y mayor que la realizada por los expertos nacionales para el conjunto del territorio español.

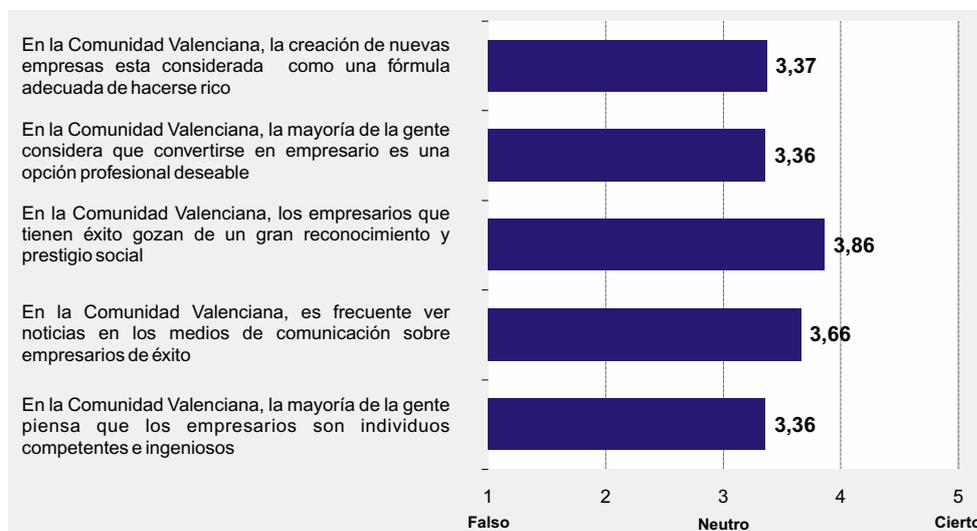
## VI.2 FACTORES DE INFLUENCIA EN LA MOTIVACIÓN PARA EMPRENDER

Además de la existencia de oportunidades, el desarrollo de la actividad emprendedora en un territorio, viene significativamente influenciado por la percepción que tienen los potenciales emprendedores hacia la opción de convertirse en empresarios. Medir los elementos susceptibles

de influir en dicho grado de motivación es complejo, dada la diversidad de los mismos, como muestra el hecho de la proliferación de numerosos y rigurosos estudios e investigaciones al respecto en los últimos años.

El presente estudio pulsa la opinión del grupo de expertos en relación a algunos de estos factores, en concreto los relacionados con la valoración social del papel del emprendedor y su consecuente influencia en la motivación para convertirse en empresario. En este sentido, en los datos de la figura VI-5 se observa que los expertos consideran que los empresarios con éxito en sus negocios obtienen un reconocimiento y prestigio social elevados en la Comunidad Valenciana, circunstancia que se ve reforzada por la frecuencia con que aparecen noticias en los medios de comunicación sobre este tipo de empresarios. Por otra parte, el grupo de expertos muestra una valoración media neutra ante la afirmación de que la población considere la posibilidad de convertirse en empresario como una opción profesional deseable, en parte quizás por el tópico, en vigor según su valoración, de que “es una manera adecuada de hacerse rico”.

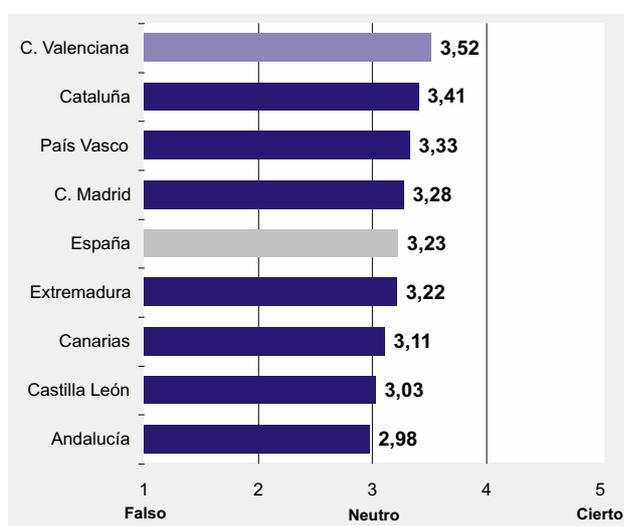
Figura VI-5. Factores que influyen en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos)



<sup>16</sup> Este valor medio ha sido obtenido mediante un análisis factorial que resume en una sola variable las 5 preguntas sobre percepción de oportunidades respondidas por los expertos en sus respectivas regiones.

Al igual que para el caso de la valoración de las oportunidades, la opinión de los expertos, respecto a los factores influyentes en la motivación, puede ser recogida en una sola variable que muestre, en media, su valoración global acerca de la motivación para emprender a nivel regional. Así, en la figura VI-6 se muestra la opinión media de los expertos de la Comunidad Valenciana, contrastada con las opiniones de los expertos del resto de comunidades autónomas participantes en la presente edición del proyecto GEM, observándose que, si bien los datos no varían sustancialmente de unas regiones a otras, en opinión de los expertos entrevistados, la Comunidad Valenciana alcanza la valoración media más elevada de los factores analizados (3,52) de entre todas las comunidades autónomas estudiadas.

Figura VI-6. Valoración media de aspectos relacionados con la motivación para emprender (comunidades autónomas)



Algunos datos de la encuesta a la población adulta de la Comunidad Valenciana pueden matizar el anterior análisis. Así, de dicha encuesta se desprende que el miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender en más de la mitad de la población (55,47%), reconociéndose que incluso puede proporcionar un buen estatus

social en caso de éxito (58,30%). Sin embargo, estos porcentajes se reducen a algo más de un tercio (38,16%) en cuanto a la valoración de la actividad emprendedora como una buena opción profesional, considerando seriamente un 3,56% de la población de la región la posibilidad de emprender un nuevo negocio en los próximos tres años.

Respecto a la intencionalidad de emprender a tres años vista, observada en la población de la Comunidad Valenciana, ésta se ha cruzado con otras variables, hallándose una cierta relación con la edad y nivel de estudios del potencial emprendedor. Así, se ha encontrado, por un lado, que el propósito de llevar a cabo iniciativas empresariales en un futuro, a corto y medio plazo, parece disminuir a medida que se incrementa la edad, encontrándose, por tanto, en mayor medida en la población más joven (tabla VI-2). Por otra parte, y respecto al nivel de estudios, de los individuos que han afirmado tener en mente la posibilidad de emprender en los próximos tres años, el mayor porcentaje se corresponde con personas con un nivel de estudios universitario, reduciéndose paulatinamente la presencia de individuos con niveles educativos inferiores (tabla VI-3).

Tabla VI-2. Intencionalidad de emprender en los próximos tres años por rango de edad

Rango de edad	% del total de potenciales emprendedores	% del total de población en ese rango de edad
18-24 años	35,71	8,37
25-34 años	28,57	3,86
35-44 años	25,71	3,82
45-54 años	5,71	0,84
55-64 años	4,29	0,97

**Tabla VI-3. Intencionalidad de emprender en los próximos tres años por nivel educativo**

Nivel de estudios	% del total de potenciales emprendedores
Universitarios	34,29
Bachillerato	25,71
Ciclos formativos (F.P)	20,00
Enseñanza obligatoria	20,00

### VI.3 CAPACIDADES PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS

En relación con las capacidades para poner en marcha una nueva empresa, los resultados obtenidos de la encuesta a la población adulta de la Comunidad Valenciana hacen constar que el 44,47% de ésta considera que posee conocimientos y habilidades necesarias para acometer una iniciativa empresarial, siendo estos valores similares a los del resto del territorio español. Además, la posesión de estas capacidades se encuentra relacionada con ciertas variables, pudiéndose ser destacados los siguientes matices:

- Los individuos de entre 25 y 44 años son los que, en un porcentaje más alto (45,15%),

consideran poseer suficientes conocimientos y habilidades para emprender un negocio.

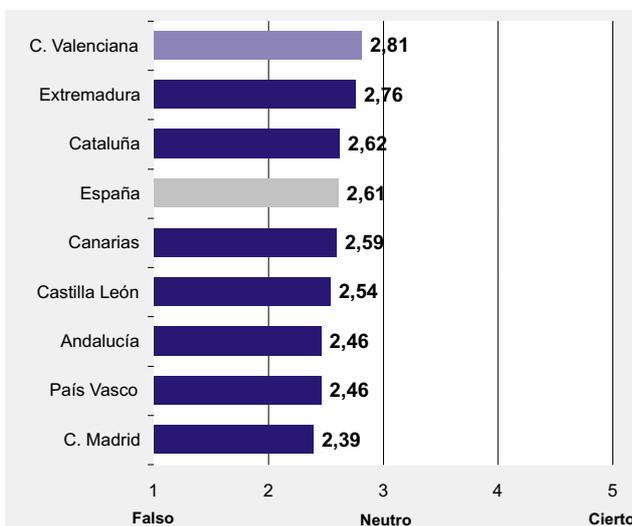
- En cuanto a diferencias por género, el 55,70% de los hombres afirma poseer capacidades suficientes, mientras que, del total de mujeres lo afirma el 44,30%.
- La presencia de emprendedores en el entorno de influencia hace que la probabilidad de considerar que se poseen conocimientos y habilidades para emprender se incremente significativamente (62% frente a 38%).

Por su parte, la opinión del grupo de expertos de la Comunidad Valenciana respecto a la posesión de capacidades emprendedoras en la población de la región, ofrece una visión caracterizada por la existencia de un amplio potencial de mejora (figura VI-7), habiendo merecido sólo una de las cinco cuestiones, incluidas en este apartado, su valoración positiva. Así, se considera que existe una gran cantidad de individuos con capacidad de reacción ante las oportunidades de negocio que presenta el entorno, sin embargo, pese a dicha capacidad de reacción, los expertos están más bien en desacuerdo con las afirmaciones correspondientes a la presencia de capacidades suficientes para la organización de recursos necesarios para crear una empresa y dirigirla.

**Figura VI-7. Habilidad y conocimientos para emprender en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos)**


Finalmente, estas opiniones tienen su reflejo en un valor medio que permite su comparación con los valores medios correspondientes a las opiniones emitidas por los expertos del resto de regiones en su entorno (figura VI-8). Así se observa que, si bien los datos no varían sustancialmente de unas regiones a otras, en opinión de los expertos entrevistados, la Comunidad Valenciana alcanza la valoración media menos negativa de los factores analizados (2,81) de entre todas las comunidades autónomas estudiadas. Parece haber un cierto acuerdo entre los expertos consultados en todos los territorios por cuanto en ninguna de las regiones se considera que, en media, la población reúna suficientes y/o adecuadas habilidades y conocimientos genéricos en relación con la creación de negocios.

Figura VI-8. Valoración media de aspectos relacionados con conocimientos y habilidades para emprender (comunidades autónomas)



#### VI.4 VALORACIÓN GLOBAL

Como conclusión del análisis realizado en este capítulo, se puede extraer que, tanto por la percepción de la población como por la

valoración realizada por el grupo de expertos, la Comunidad Valenciana presenta en la actualidad una buena situación en cuanto a la disponibilidad de oportunidades para emprender, las cuales se han ido incrementando en los últimos años, si bien esta situación no se reproduce cuando se les consulta a los expertos específicamente sobre las oportunidades para crear empresas de rápido crecimiento.

Además, la existencia de oportunidades se encuentra reforzada por la buena consideración generalizada hacia la valoración del empresario, lo cual podría actuar como factor de motivación para potenciales emprendedores, encontrándose en la actualidad, un 3,56% de la población en la región que considera la posibilidad de llevar a cabo una iniciativa empresarial a corto y medio plazo.

Sin embargo, la opinión de los expertos parece apuntar en la línea de que la cantidad de oportunidades existentes, pese a la motivación de la población, excede al número de personas realmente preparadas para llevar a cabo estas iniciativas. De hecho, aunque el 44% de la población se considera en posesión de las capacidades necesarias para el desarrollo de iniciativas empresariales, los expertos consideran que la disposición de las capacidades necesarias es manifiestamente mejorable, al igual que ocurre en el resto del territorio español.

Todo ello parece indicar que en la Comunidad Valenciana existe un alto potencial de desarrollo de iniciativas empresariales, por lo que a oportunidades y motivación de su población respecta, si bien sería necesario incidir en la potenciación de las habilidades y conocimientos del potencial emprendedor, de modo que se disponga de las capacidades necesarias para llevar a cabo la explotación de dichas oportunidades.



**VII**  
**ACTIVIDAD EMPRENDEDORA  
Y EMPLEO**





Uno de los objetivos del proyecto GEM es analizar la influencia que puede tener la actividad emprendedora sobre el crecimiento económico en un territorio. En este sentido, en anteriores ediciones del proyecto se ha podido contrastar, a nivel internacional, que la influencia positiva del índice de actividad emprendedora TEA sobre el PIB, y sobre el desarrollo económico, se produce con un cierto retardo temporal de entre 1 ó 2 años.

En este contexto, parece natural pensar que en territorios con suficiente nivel de desarrollo, lo más deseable sea la consolidación, crecimiento y diversificación de las nuevas iniciativas empresariales, en lugar de contar con un elevado índice de actividad emprendedora, pero inducido más por la necesidad inmediata que por la existencia de buenas oportunidades en el entorno.

Entre los diversos aspectos derivados del fenómeno, destaca por sus repercusiones socio-económicas, el impacto sobre la generación de empleo en el territorio que acoge la iniciativa empresarial, por lo que en el presente capítulo se analizan tanto el empleo generado en los inicios de la actividad, como sus expectativas de crecimiento, en términos de necesidad de recursos humanos para los primeros años de vida de la empresa.

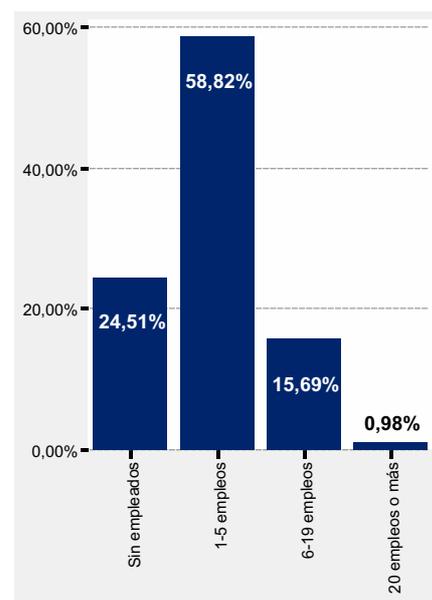
## VII.1 EMPLEO GENERADO POR EMPRESAS NACIENTES Y NUEVAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

El índice de actividad emprendedora TEA 2004 indica que el 5,54% de la población adulta entre 18 y 64 años se encuentra implicada en la puesta en marcha y desarrollo de una iniciativa empresarial cuya actividad no supera los 42 meses.

Desglosando este dato, en términos de generación de empleo, resulta que un 4,67% se encuentra desarrollando una iniciativa empresarial que ha generado o tiene expectativas de generar empleo en los próximos 5 años, mientras que el 0,87% proporciona empleo únicamente al propio emprendedor y no tiene expectativas de modificar esta situación.

Aunque los datos anteriores indican que la mayor parte de las iniciativas llevadas a cabo en los últimos 42 meses generan empleo o tienen expectativas de hacerlo, debe resaltarse lo moderado de su volumen, como es natural, dado que el porcentaje de emprendedores, cuyas iniciativas empresariales dan lugar en la actualidad a 20 o más puestos de trabajo es muy reducido (0,98%). Así, la figura VII-1 muestra que un 83,33% de la población implicada en empresas nacientes o nuevas, se involucra en negocios de muy reducido tamaño (hasta cinco empleados), situándose el tamaño medio en 3,53 trabajadores<sup>17</sup>.

Figura VII-1. Dimensión de empleo actual en empresas nacientes y nuevas de la Comunidad Valenciana (sin incluir a los socios emprendedores)



<sup>17</sup> Individuos que en el momento de realización del trabajo de campo se encontraban trabajando para alguna de las empresas que tenían menos de 42 meses de actividad, incluyendo subcontrataciones en exclusiva y excluyendo a los propios socios de la empresa.

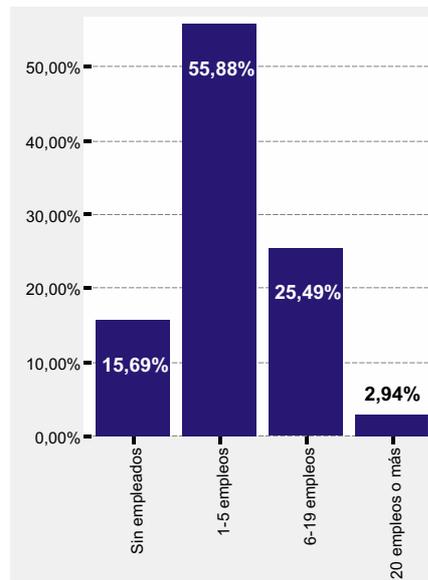
## VII.2 EXPECTATIVAS DE NECESIDAD DE RECURSOS HUMANOS A CINCO AÑOS VISTA

La encuesta GEM a la población adulta ha indagado acerca de las expectativas de necesidad de recursos humanos para un horizonte temporal de cinco años, de las iniciativas empresariales llevadas a cabo en los últimos 42 meses. En función de las respuestas obtenidas, se estima que las empresas nacientes y nuevas esperan obtener un incremento total de necesidades del 33,42%, lo que supone una proyección a cinco años vista de 4,71 trabajadores por término medio.

Del análisis conjunto de las figuras VII-1 y VII-2, se puede observar una expectativa de crecimiento, que situaría las necesidades de recursos humanos, en un horizonte de cinco años en:

- Menos de 5 empleados para algo más del 72% de emprendedores, frente al 83% que se encuentra con estas necesidades actualmente.
- Entre 6 y 19 empleados para el 25%, frente al 16% en la actualidad.
- Más de 20 empleados para el 3%, frente al 1% que ya alcanza esta cifra en la actualidad.

Figura VII-2. Expectativas de necesidades de recursos humanos en las empresas nacientes y nuevas de la Comunidad Valenciana (sin incluir a socios emprendedores y con un horizonte temporal de 5 años)



**VIII**  
**CONDICIONES**  
**ESPECÍFICAS DE ENTORNO**





El presente capítulo pasa revista a aquellos factores del entorno que, en el marco del proyecto GEM, se asume que pueden tener una mayor repercusión tanto sobre la actividad emprendedora como sobre las motivaciones, creencias, conocimientos y actitudes de los potenciales emprendedores, dado que toda actividad empresarial se va a ver notablemente condicionada por el entorno en el que se desarrolla.

En este sentido, bajo la denominación de condiciones específicas de entorno se engloba la siguiente serie de factores o variables:

- 1. Apoyo financiero:** disponibilidad de recursos financieros de cualquier tipo para la creación, puesta en marcha y crecimiento de nuevas empresas, incluyendo subvenciones y subsidios.
- 2. Políticas públicas:** contribución de las políticas de las administraciones públicas al apoyo de las empresas de nueva creación o en crecimiento, manifestadas principalmente en impuestos o regulaciones.
- 3. Programas públicos:** existencia de programas directos para asistir a empresas nuevas y en crecimiento.
- 4. Educación y formación:** presencia en los sistemas educativos y formación no reglada, de programas y herramientas que potencien habilidades y conocimientos necesarios para la creación y dirección de empresas.
- 5. Transferencia tecnológica:** contribución de los sistemas de investigación y desarrollo a la creación de nuevas oportunidades al alcance de los potenciales emprendedores.

**6. Infraestructura comercial y profesional:** disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, así como de instituciones que facilitan la creación o el desarrollo de negocios.

**7. Apertura del mercado interno:** facilidad que encuentran las empresas nuevas y en crecimiento para introducirse en el mercado, encontrando la posibilidad de competir.

**8. Acceso a la infraestructura física:** facilidad de acceso a los recursos físicos existentes a un precio que no discrimine a las empresas nuevas o en crecimiento.

**9. Normas sociales y culturales:** medida en que las normas culturales y sociales existentes favorecen o inhiben nuevas iniciativas empresariales.

Para llevar a cabo este análisis, se ha contado con la evaluación realizada por un grupo de expertos formado al efecto; dicho grupo, ya introducido en capítulos precedentes, se encuentra formado por 36 expertos empresarios y profesionales- en diversos ámbitos relacionados con la creación de empresas en la Comunidad Valenciana, habiéndose procurado que entre ellos se encuentren representados especialistas de diversos campos estrechamente relacionados con las distintas variables del entorno a analizar.

De este modo, la tabla VIII-1 muestra la relación de los expertos con los ámbitos de influencia analizados en el presente capítulo.

**Tabla VIII-1. Distribución de expertos por ámbito de influencia**

Ámbito de influencia	Nº de expertos
Apoyo financiero	4
Políticas públicas	4
Programas públicos	4
Educación y formación	4
Transferencia tecnológica	4
Infraestructura comercial y profesional	4
Apertura de mercado	4
Acceso a infraestructura física	4
Normas sociales y culturales	4
<b>Total</b>	<b>36</b>

La información proporcionada por el grupo de expertos es de corte variado. Así, en primer lugar evalúan los ámbitos anteriormente descritos, mediante una batería de afirmaciones relacionadas con cada una de ellas, a partir de una escala de Likert, de 1 a 5, según su grado de acuerdo con las mismas. Adicionalmente identifican las tres principales fortalezas y los tres principales obstáculos que a su juicio encuentra la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, y finalmente, las medidas concretas que propondrían para favorecer el desarrollo de iniciativas empresariales en la región.

De este modo, en las siguientes páginas se presentan, en detalle, los resultados de la evaluación llevada a cabo sobre las condiciones del entorno de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, de acuerdo con la siguiente estructura de contenidos:

- en primer lugar, se expone la evaluación otorgada a cada una de las condiciones, tanto a través de la evaluación de las variables descriptivas que la integran, como mediante su valoración a través de un índice medio representativo de las mismas<sup>18</sup>, para permitir la comparación con el resto de regiones participantes en la actual edición del proyecto GEM;

- en segundo lugar, se realiza una aproximación de carácter global al entorno en el que se desenvuelven los emprendedores, a través de una “foto” de los factores analizados anteriormente, conjuntamente considerados, y de la matización de un conjunto de elementos que, en opinión de los expertos, están actuando como favorecedores e inhibidores de la actividad de creación de empresas en la Comunidad Valenciana;
- finalmente, se presentan las líneas que, en opinión de los expertos, sería recomendable incentivar, en aras de una potenciación de la creación de iniciativas emprendedoras en la región.

Conviene tener en cuenta que los expertos proceden tanto del mundo empresarial (empresarios, representantes de asociaciones empresariales, etc.) como de la Administración Pública (técnicos provenientes de la administración local, y de organismos regionales y provinciales que ofrecen servicios y desarrollan programas específicos para emprendedores).

**Tabla VIII-2. Ámbitos de procedencia de los expertos de la Comunidad Valenciana**

<b>Empresarios</b>	<b>11 (30,55%)</b>
<b>Profesionales:</b>	<b>25 (69,45%)</b>
Expertos de cámaras de comercio y asociaciones empresariales	4
Expertos de entidades regionales de apoyo	5
Expertos de entidades locales de apoyo	4
Expertos de innovación y desarrollo empresarial	4
Expertos en financiación	4
Expertos de educación y formación	4
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>

<sup>18</sup> Entendida como el valor obtenido mediante un análisis factorial que resume las cuestiones valoradas.

### VIII.1 APOYO FINANCIERO

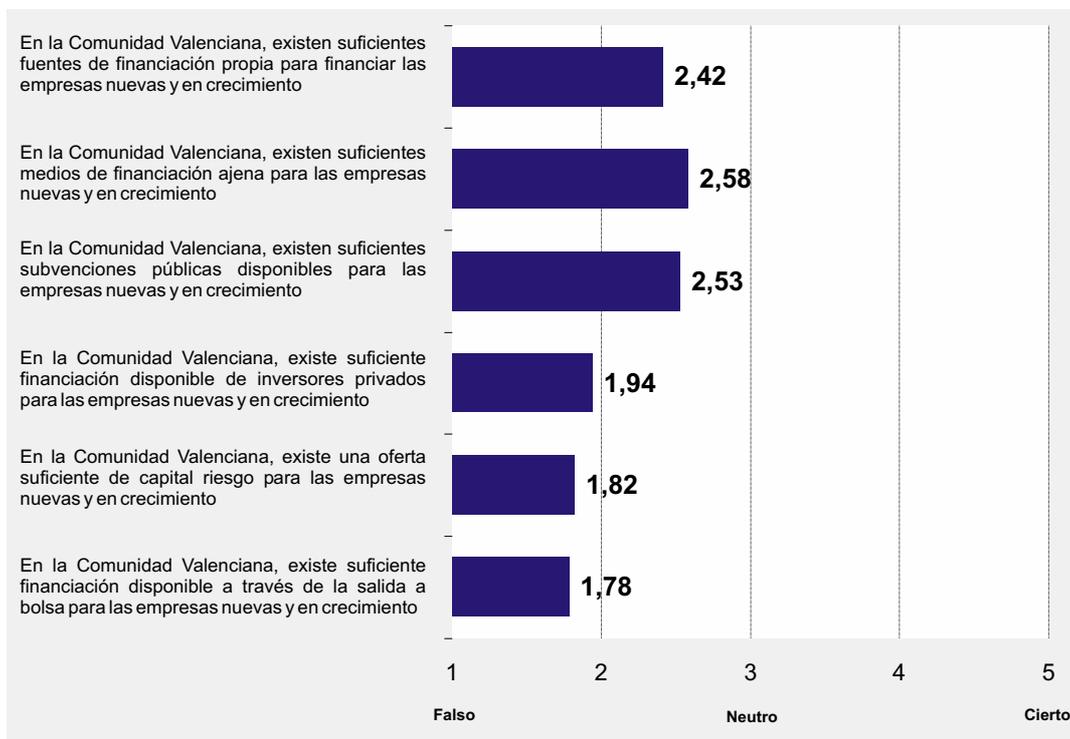
Como se ha puesto de manifiesto en los capítulos precedentes, el apoyo financiero representa uno de los aspectos más preocupantes para el emprendedor, fundamentalmente en los inicios de su andadura empresarial.

La figura VIII-1 muestra la valoración realizada por los expertos acerca del apoyo financiero a disposición de los emprendedores en la región, tanto en el caso de las empresas nuevas como de aquellas que necesitan incrementar sus recursos. Se puede observar como la evaluación

otorgada a cada una de las cuestiones formuladas, en relación con este aspecto, ha sido negativa en todos los casos. Fundamentalmente, destacan, como aspectos más insuficientes, el acceso a fuentes financieras procedentes de inversores privados, la oferta de capital riesgo y las posibilidades de salida a bolsa.

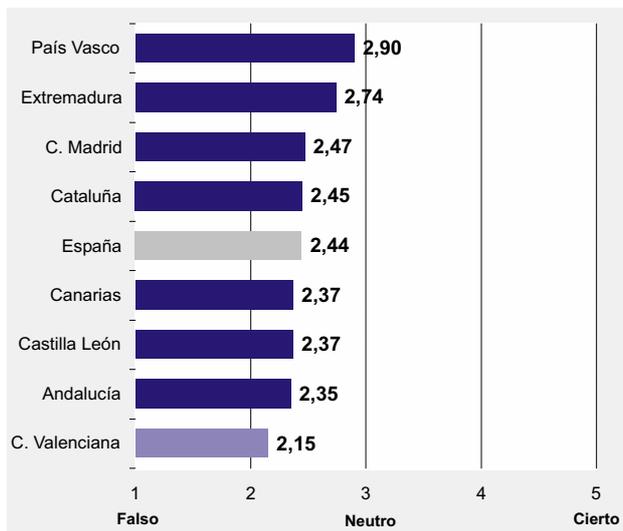
Por su parte, las fuentes de financiación propia, y subvenciones públicas disponibles, aún sin registrar una valoración global tan negativa como las anteriores, tampoco son consideradas suficientes para atender las necesidades de los emprendedores.

Figura VIII-1. Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial en la Comunidad Valenciana



La figura VIII-2 muestra, para las regiones españolas participantes en la actual edición del proyecto GEM, un índice global que resume el apoyo financiero a las iniciativas empresariales. Se puede apreciar que, en general, todas las regiones valoran negativamente el esfuerzo financiero que se realiza para fomentar la creación de empresas en sus respectivos territorios, siendo la Comunidad Valenciana, donde los expertos valoran más negativamente este aspecto.

Figura VIII-2. Valoración global del apoyo financiero a la creación empresarial por comunidades autónomas



## VIII.2 POLÍTICAS PÚBLICAS

En relación a las políticas desarrolladas por las distintas administraciones públicas, los esfuerzos realizados no se ven reflejados en una percepción positiva, según se desprende de las respuestas del grupo de expertos a las diferentes cuestiones planteadas (figura VIII-3).

En concreto, el aspecto con el que menor acuerdo encuentran los expertos, es el referente a que las políticas públicas actuales favorezcan de un modo claro las nuevas iniciativas empresariales. En este sentido, la consideración del apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento como una prioridad de las políticas a distintos niveles, obtiene una valoración prácticamente neutra. Otros aspectos de carácter más operativo, como la posibilidad de realizar los trámites administrativos y legales ágilmente o la articulación de impuestos, tasas y regulaciones sobre las empresas o la propia creación empresarial, son considerados también como mejorables, principalmente el relativo a los aspectos burocráticos del proceso de puesta en marcha de la empresa. Finalmente, la valoración realizada respecto a los resultados de las políticas de ayuda y fomento a emprendedores, resulta en que éstos son también, ampliamente mejorables.

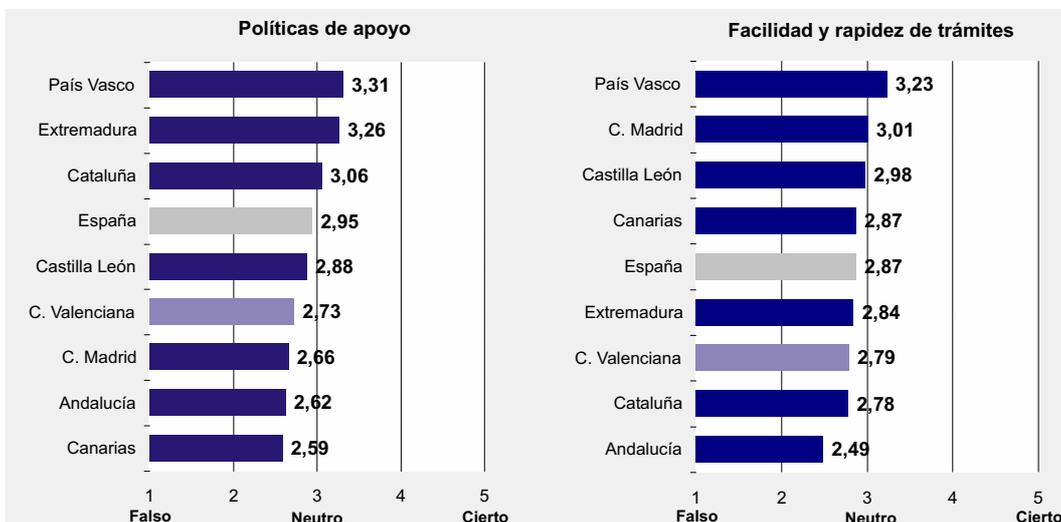
Figura VIII-3. Evaluación de las políticas públicas de apoyo a nuevas empresas en la Comunidad Valenciana



Esta percepción de las políticas relacionadas con la función empresarial es reflejada en la figura VIII-4, para la Comunidad Valenciana y el resto de regiones españolas participantes, siendo desagregada en dos índices; uno que da cuenta de la valoración media de las políticas concretas de apoyo a la creación y crecimiento de empresas, y un segundo referente a las distintas

regulaciones (tasas, impuestos, trámites de puestas en marcha y similares). Como cabía esperar de los comentarios realizados anteriormente, la valoración media otorgada a la Comunidad Valenciana es ligeramente negativa, al igual que en la mayor parte de las regiones analizadas, estando por debajo de la media del territorio nacional.

Figura VIII-4. Valoración global de las políticas públicas por comunidades autónomas



### VIII.3 PROGRAMAS PÚBLICOS DE APOYO

La figura VIII-5 ofrece la valoración de los expertos de algunas cuestiones en relación con el estado de los programas de apoyo a la creación de empresas.

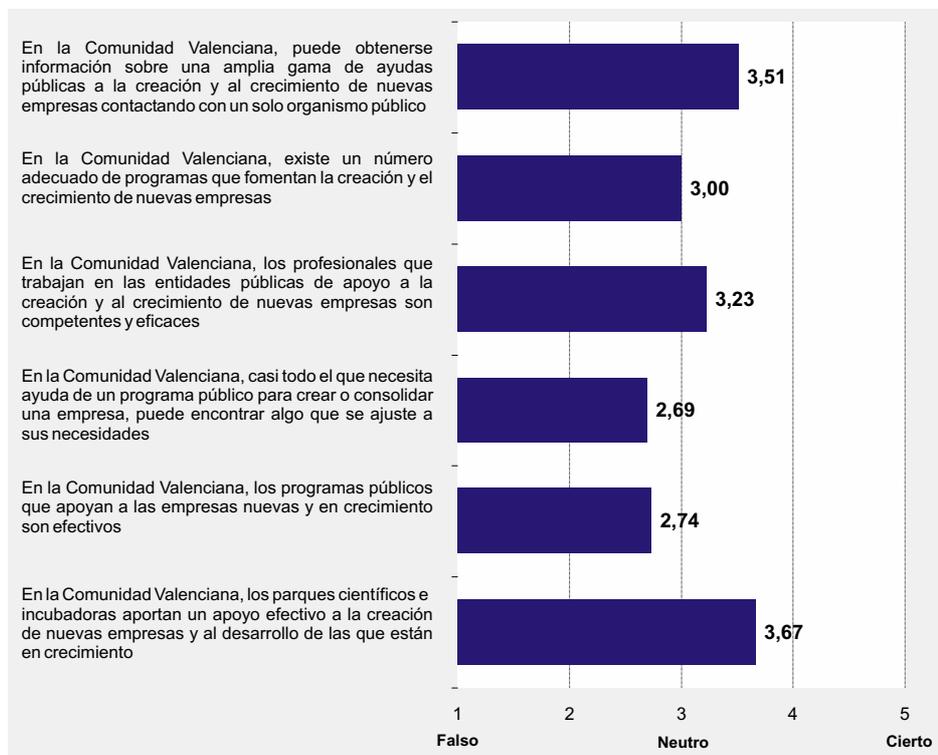
Destaca sobre las demás, como mejor valorada, la afirmación en referencia a la influencia que pueden aportar los parques científicos y las incubadoras de empresas sobre la creación de empresas.

En cuanto al resto, en concordancia con la valoración de las políticas públicas,

anteriormente comentada, la opinión conjunta de los expertos apunta a que los programas públicos de apoyo al emprendedor no son todo lo eficaces que podrían ser y a que no todo el emprendedor que necesitaría la ayuda de estos programas, puede obtener fácilmente algo ajustado a sus necesidades específicas. En cuanto a la disposición de un número adecuado de programas en este ámbito, la valoración global es neutra.

Por otro lado, cabe destacar la posibilidad de conseguir suficiente información sobre las posibles ayudas públicas contactando con un solo organismo, así como la competencia de los profesionales que trabajan en las entidades de apoyo.

Figura VIII-5. Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana



Con todo, el estado de los programas de ayuda a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana alcanza una valoración global positiva, pero mejorable, encontrándose respecto al resto de regiones españolas en una situación intermedia-alta, y obteniendo prácticamente la misma valoración que la del conjunto del territorio nacional (figura VIII-6).

Figura VIII-6. Valoración global de los programas públicos por comunidades autónomas

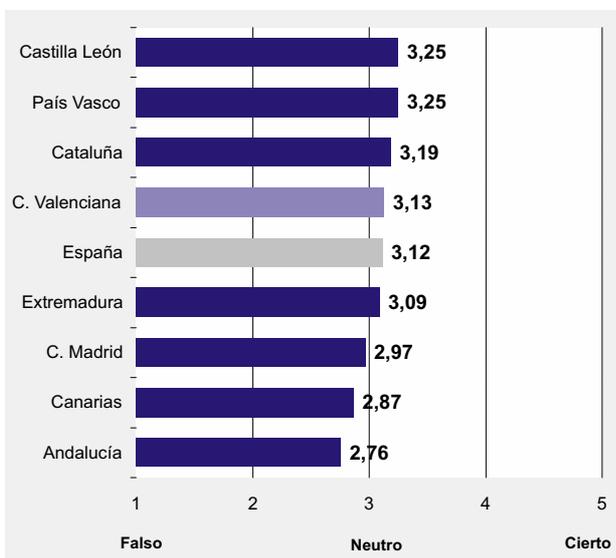


Tabla VIII-3. Conocimiento de servicios o programas de apoyo a la creación de empresas (frecuencia de las respuestas mayoritarias de la población)

¿Conoce Ud. algún servicio o programa de apoyo a la creación de empresas?	% de población	% de población en empresas nacientes y nuevas
No	88,75	77,45
Ayuntamientos y Agencias de Desarrollo Local	5,05	12,74
Programas de la Generalitat Valenciana (sin especificar)	1,15	1,96
Instituto Valenciano de la Juventud (IVAJ)	0,90	2,94
Servicio Valenciano de Empleo (Servef)	0,20	--
Prop Emprendedores - Cámaras de Comercio	0,95	0,95

En el caso particular de los programas públicos de apoyo a la creación de nuevas empresas, la valoración realizada por los expertos se ha complementado mediante la inclusión de algunas cuestiones, relacionadas con este aspecto, en la encuesta a la población adulta. Los datos obtenidos a partir de las mismas se relacionan en las tablas VIII-3 y VIII-4.

Tabla VIII-4. Contacto con instituciones o programas de apoyo a la creación de empresas (frecuencia de las respuestas mayoritarias de la población)

¿Ha contactado Ud., aunque sea solo para informarse, con alguna institución o programa de apoyo a la creación de empresas?	% de población	% de población en empresas nacientes y nuevas
No	96,90	82,35
Ayuntamientos y Agencias de Desarrollo Local	1,65	11,76
Programas de la Generalitat Valenciana (sin especificar)	0,10	1,96
IVAJ	0,20	2,94

Como puede observarse, en cuanto a conocimiento de servicios y programas de apoyo, dirigidos al nuevo empresario (tabla VIII-3), casi el 89% de la población, los considera desconocidos, lo cual podría entrar dentro de lo razonable, si tenemos en cuenta que el índice de actividad emprendedora TEA medido en la Comunidad Valenciana supone que el 5,54% de la población se encuentra implicada en iniciativas empresariales de reciente creación. Sin embargo, este último colectivo en particular, también presenta un alto desconocimiento de los programas, llegando hasta el 77,45%, mientras que el 22% restante cita, especialmente, los que se encuentran en su entorno inmediato (Ayuntamientos, Agencias de Desarrollo, etc), los desarrollados por las distintas Consellerías, y los servicios proporcionados por las Cámaras de Comercio.

En cuanto al contacto efectivo con los programas de apoyo existentes (tabla VIII-4), únicamente el 17,65% de la población que se encuentra implicada en iniciativas empresariales de reciente creación ha contactado por algún motivo, manteniéndose una presencia de organismos y programas similar a la del caso anterior.

## VIII. 4 EDUCACIÓN Y FORMACIÓN

En general, los expertos han manifestado una clara opinión con respecto a la situación de la educación y formación en sus diferentes niveles y su relación con la creación de empresas (véase

figura VIII-7). Los distintos niveles educativos, en especial los niveles inferiores, no prestan suficiente atención a la formación en temas relacionados con la creación y gestión empresarial.

Así mismo, la mayoría de los expertos también considera que no se presta suficiente atención a los aspectos relacionados con el desarrollo, desde edades tempranas, de habilidades personales como la creatividad, la autosuficiencia o la iniciativa personal, así como a la consideración del “emprendizaje” como alternativa laboral válida.

Esta percepción mejora levemente en relación a los niveles universitarios, y sobre todo respecto a los sistemas de formación profesional, si bien sigue siendo un aspecto valorado negativamente.

Figura VIII-7. Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana

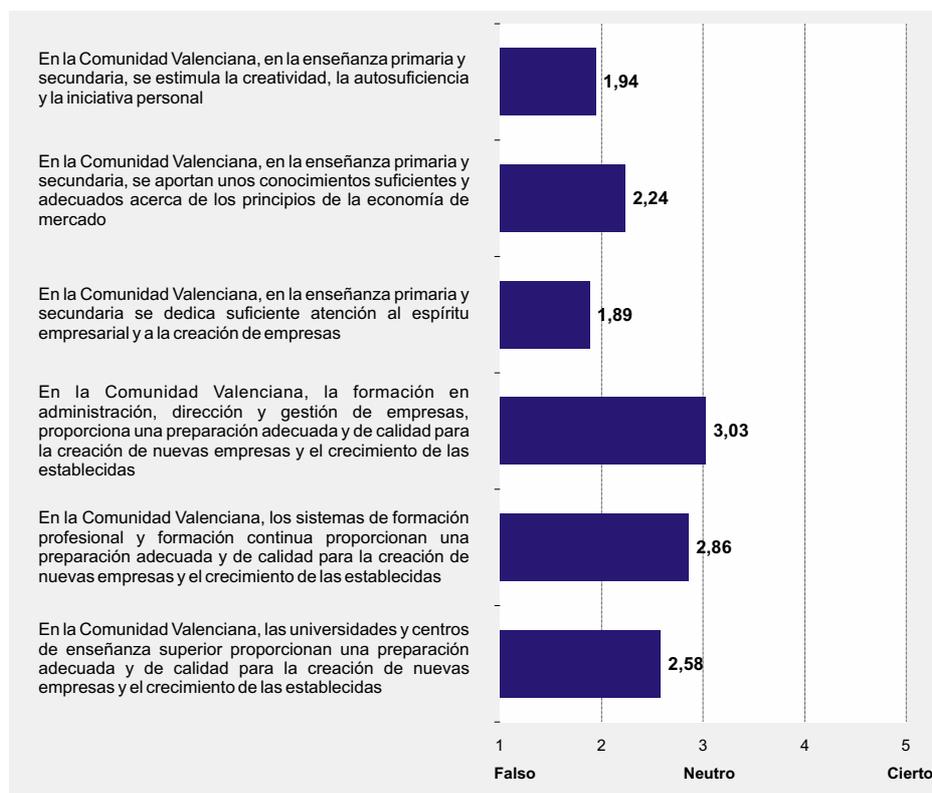
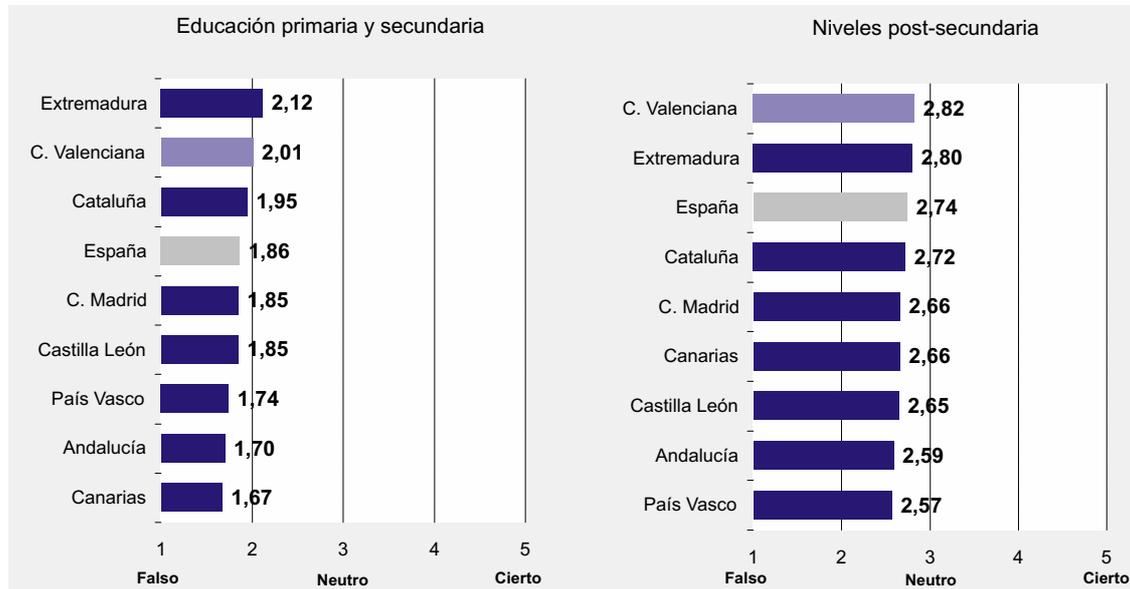


Figura VIII-8. Valoración global de la educación y formación por comunidades autónomas



La situación descrita en la región se puede hacer extensible al resto del territorio nacional (figura VIII-8).

Así, el fomento del espíritu emprendedor en los distintos niveles educativos y la formación en los conocimientos necesarios para crear y/o llevar a cabo una actividad empresarial, es una de las variables peor consideradas por los expertos de todas las regiones, encontrándose unanimidad en su valoración negativa. Igualmente se observa la misma unanimidad al considerar la situación como más acuciante en los niveles educativos inferiores. En cualquier caso, la valoración otorgada por los expertos de la Comunidad Valenciana es la menos negativa junto a la de Extremadura.

## VIII.5 TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

Los aspectos relativos a la transferencia de tecnología e I+D son, junto al apoyo financiero y a la educación y formación -aunque en menor medida- los que peores valoraciones presentan (figura VIII-9).

Particularmente, en este apartado, aún siendo todos los aspectos valorados negativos, el mejor considerado es el referente a las posibilidades que ofrecen la ciencia y la tecnología para la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global. En este sentido, la transmisión de conocimientos y tecnologías desde universidades y centros de investigación encuentra, en opinión de los expertos, suficiente margen de mejora.

En cuanto a las posibilidades de las empresas nuevas y en crecimiento para acceder a los resultados de la investigación o a las últimas tecnologías, se reconoce una cierta dificultad

comparativa respecto a las empresas ya establecidas, a lo que se añade la necesidad de unas mayores y más adecuadas ayudas públicas y subvenciones en este sentido.

También es mejorable, a juicio de los expertos, el apoyo a científicos y desarrolladores de tecnología, al objeto de que se puedan explotar empresarialmente sus ideas a través de la

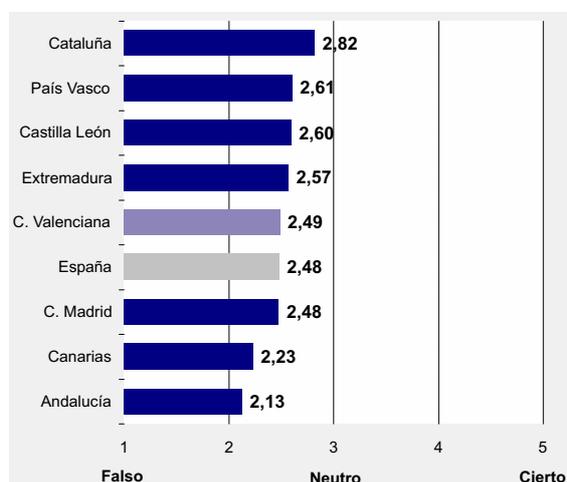
creación de nuevas empresas.

La situación descrita es, también en este caso, extrapolable al resto del territorio nacional, encontrándose la Comunidad Valenciana en una posición relativa intermedia y similar a la media del conjunto nacional (figura VIII-10).

Figura VIII-9. Evaluación de la transferencia tecnológica en la Comunidad Valenciana



Figura VIII-10. Valoración global de la transferencia tecnológica por comunidades autónomas



### VIII.6 ACCESO A INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

La figura VIII-11 hace referencia al acceso a la infraestructura comercial y profesional de las empresas nuevas y en crecimiento.

La dotación de distintos tipos de servicios a empresas, así como las posibilidades de acceso a los mismos que encuentran las nuevas iniciativas empresariales en la región, ha obtenido la valoración positiva de los expertos. Así pues, se considera que la oferta es adecuada

y accesible, sin embargo se la reconoce como relativamente cara, dado que la valoración realizada sobre la posibilidad de asunción del coste de subcontratistas, proveedores y consultores, por las empresas nuevas y en crecimiento, no ha merecido la aprobación de los expertos consultados.

En este aspecto, todas las regiones participantes del territorio nacional han obtenido por parte de los respectivos expertos una valoración entre neutra y positiva, encontrándose la Comunidad Valenciana por encima de la media nacional (figura VIII-12).

Figura VIII-11. Evaluación del acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana

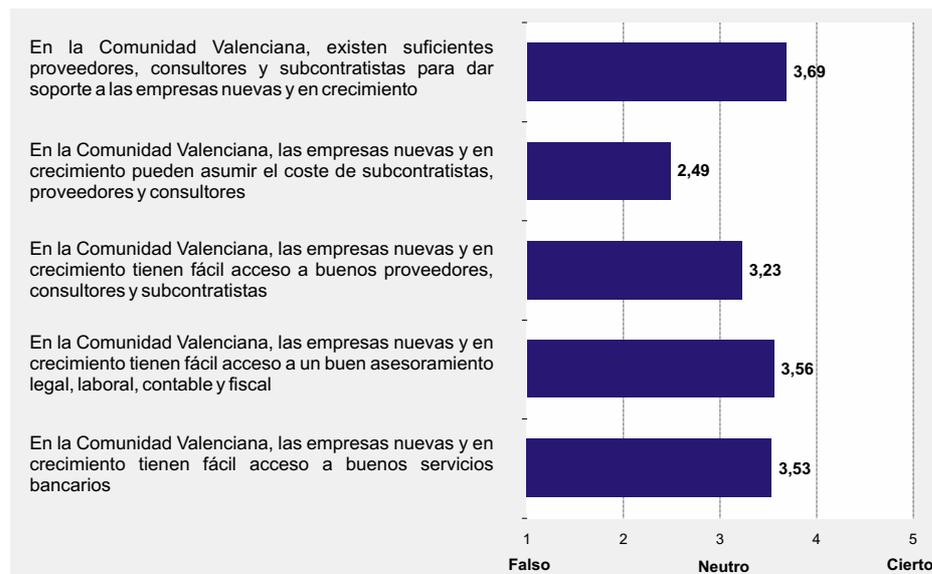
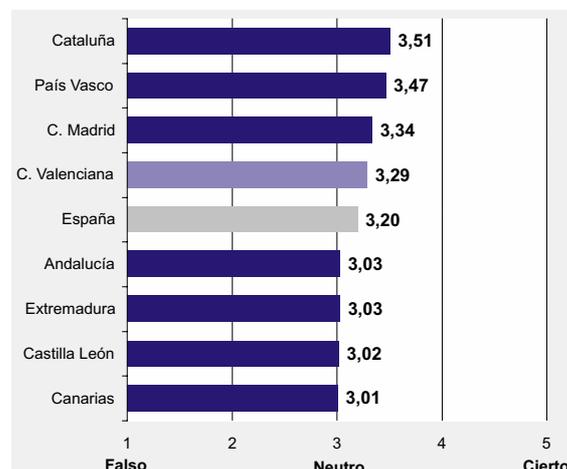


Figura VIII-12. Valoración global del acceso a infraestructura comercial y profesional por comunidades autónomas



### VIII.7 APERTURA Y COMPORTAMIENTO DEL MERCADO INTERNO

La opinión de los expertos sobre el mercado interior, en relación a la velocidad de los cambios que se producen en éste y la existencia de barreras de entrada, se ofrece en la figura VIII-13.

En relación a aspectos de carácter legal, se considera que las iniciativas empresariales recientes tienen la posibilidad de entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas por las empresas ya establecidas en los mismos, y que la legislación encaminada a evitar situaciones de dominio en el mercado opera con cierta efectividad, si bien ambos aspectos son mejorables.

Respecto a la existencia de barreras de entrada en el mercado interior para las nuevas empresas, los expertos consideran que éstas encuentran cierta dificultad para incorporarse a nuevos mercados y asumir los costes que ello conlleva.

Finalmente, respecto a la dinámica de cambio que se produce en los mercados, no se considera, en general, que haya una excesiva volatilidad ni en los sectores que atienden al consumidor ni en los de servicios para empresas y profesionales.

Con todo, la apertura del mercado interno es considerada globalmente, como condicionante con capacidad de mejora en aspectos relativos a la existencia de barreras de entrada para los nuevos emprendedores, situándose la región en este particular por encima de la media del conjunto nacional; por su parte, la velocidad de los cambios de los elementos del entorno son percibidos como asequibles (figura VIII-14).

Figura VIII-13. Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana

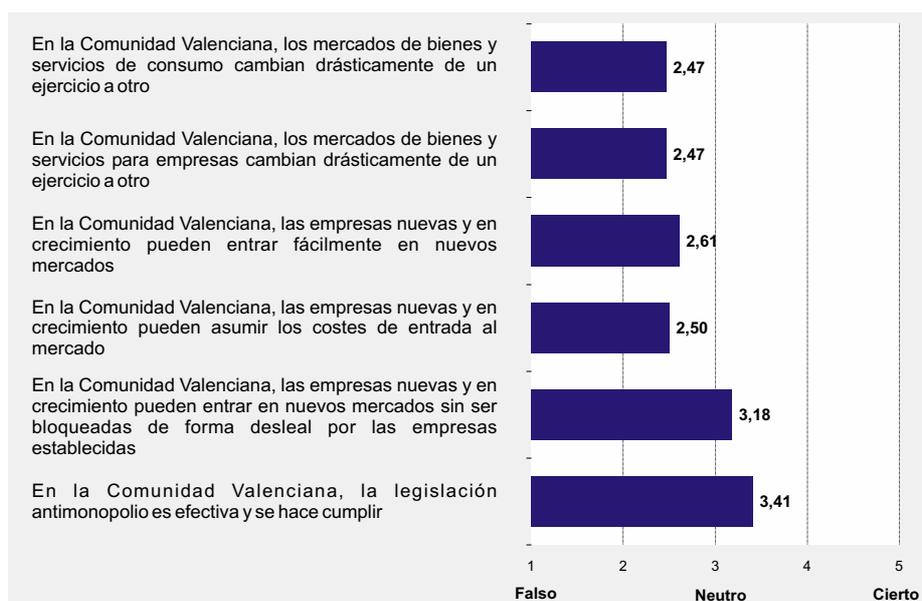
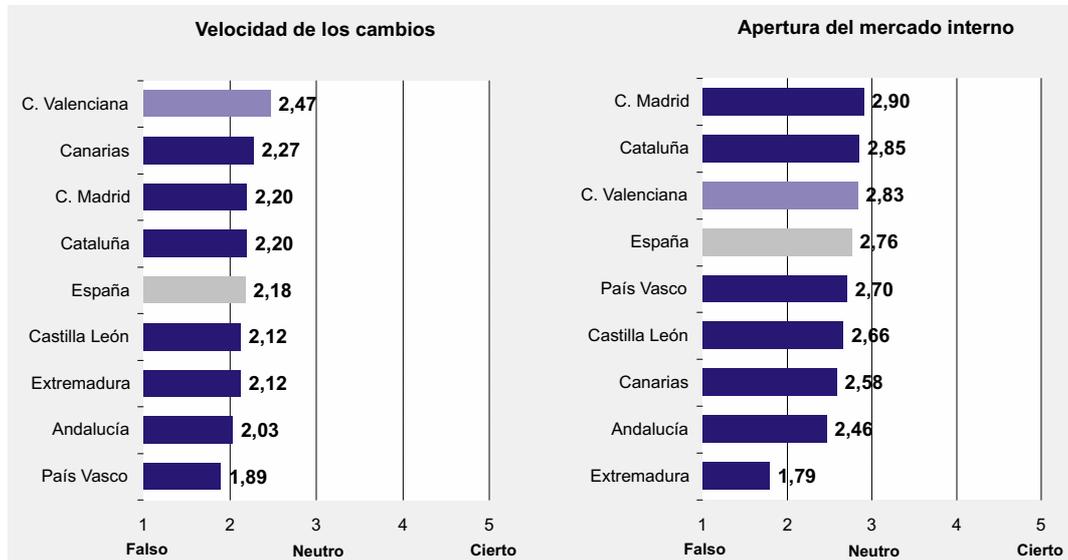


Figura VIII-14. Valoración global del mercado interno por comunidades autónomas

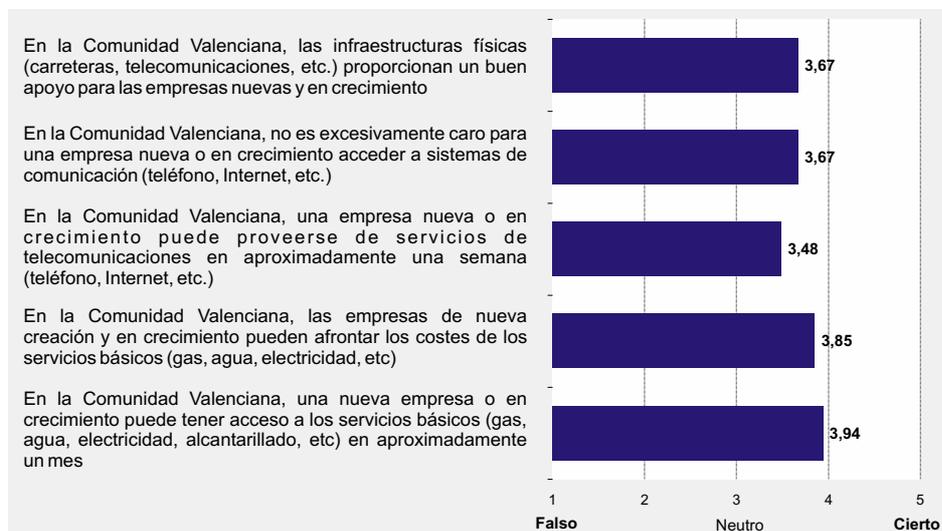


### VIII.8 ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA PARA NUEVAS EMPRESAS

Los aspectos relativos al acceso a infraestructuras físicas obtienen la valoración más alta otorgada por los expertos de entre los distintos factores del entorno estudiados, como queda de manifiesto en la figura VIII-15 lo cual, por otra parte, suele ser lo normal en el entorno GEM, salvo en casos aislados.

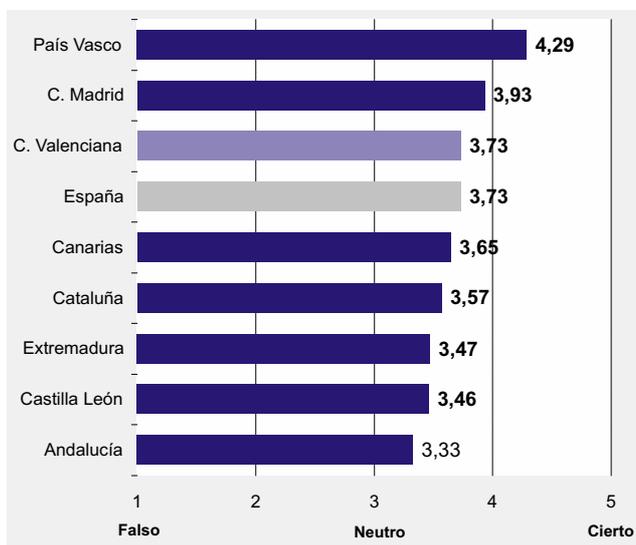
Así, en primer lugar, la dotación de infraestructuras de que dispone la Comunidad Valenciana se considera positiva en cuanto al apoyo que representa para las nuevas iniciativas empresariales y su crecimiento. Por otro lado se evalúa, también positivamente, el plazo de tiempo, relativamente ágil, en el que este tipo de empresas pueden contar con acceso a distintos servicios, tanto de carácter básico (gas, agua, electricidad, etc...), como de telecomunicaciones. Igualmente se considera también aceptable su coste.

Figura VIII-15. Evaluación del acceso a infraestructuras físicas en la Comunidad Valenciana



Como se ha comentado, es este un aspecto del entorno que suele encontrar una valoración unánimemente positiva por parte de los expertos. La figura VIII-16 pone de manifiesto esta situación en las regiones del territorio español participantes en el proyecto GEM, entre las que la Comunidad Valenciana obtiene una valoración elevada, al mismo nivel que la media del conjunto nacional.

Figura VIII-16. Valoración global del acceso a infraestructuras físicas por comunidades autónomas



## VIII.9 NORMAS SOCIALES Y CULTURALES

La influencia de las normas sociales y culturales existentes en la Comunidad Valenciana, sobre la creación de empresas, se refleja en la figura VIII-17.

En esta área y de forma general, los expertos consideran que las normas sociales y culturales en la región pueden ejercer un estímulo positivo como factores de influencia sobre acciones individuales que deriven en la puesta en marcha de una iniciativa empresarial, o incluso en la forma de llevarla adelante.

En concreto, las normas sociales y culturales valoran positivamente características como la autosuficiencia, autonomía, iniciativa personal o el éxito conseguido a través del esfuerzo. Otras características como la creatividad, la innovación o la asunción del riesgo empresarial obtienen una valoración próxima a la neutralidad.

Es de destacar que la valoración realizada por los expertos sobre estas variables sitúan a la Comunidad Valenciana como la región donde la influencia de las normas sociales y culturales sobre la actividad emprendedora es mayor, siendo junto a Cataluña, la única que obtiene una valoración positiva en este aspecto (figura VIII-18), estando muy por encima de la media nacional.

Figura VIII-17. Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana

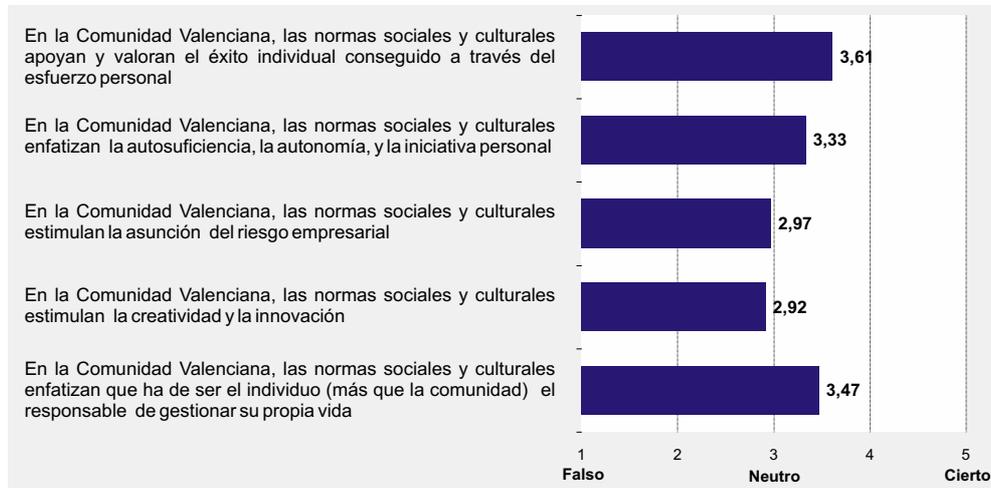
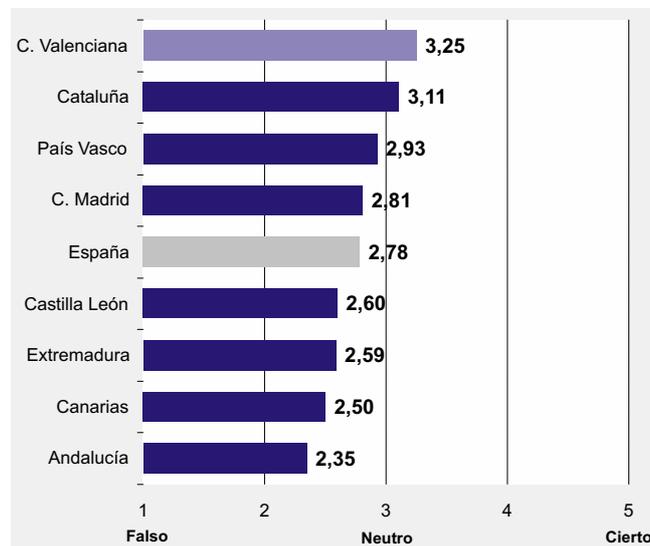


Figura VIII-18. Valoración global de las normas sociales y culturales por comunidades autónomas



## VIII.10 VALORACIÓN GLOBAL DEL ENTORNO

Este apartado, de carácter general, pretende mostrar una panorámica global de la valoración otorgada por los expertos a cada una de las condiciones de entorno en la región. Así, la figura VIII-19 muestra el resultado de dicha evaluación, ofreciendo el resultado medio de cada uno de los aspectos estudiados.

A modo de resumen, se pueden reseñar los siguientes aspectos destacables:

- Sólo cuatro de los doce factores analizados han recibido una valoración global positiva.
- Los factores más destacados son el acceso tanto a infraestructura física como a infraestructura comercial, así como la influencia de las normas sociales y culturales.

- Por el contrario, el factor que peor valoración obtiene es el relacionado con el fomento del espíritu emprendedor en la educación primaria y secundaria, seguido del apoyo financiero que encuentran los emprendedores, y la apertura del mercado, en lo que respecta a la velocidad de los cambios que se dan en el mismo.

La evaluación anterior se puede complementar a través de la identificación de una serie de elementos que han destacado los expertos, unos favorecedores de la actividad de creación de empresas en la región, y otros inhibidores de la misma. Estos elementos han sido categorizados y agrupados de acuerdo con su contenido, en torno a los factores antes mencionados, si bien la amplitud de respuesta ha hecho ampliar el número de categorías (tabla VIII-5).

Figura VIII-19. Valoración media de las condiciones de entorno en la Comunidad Valenciana

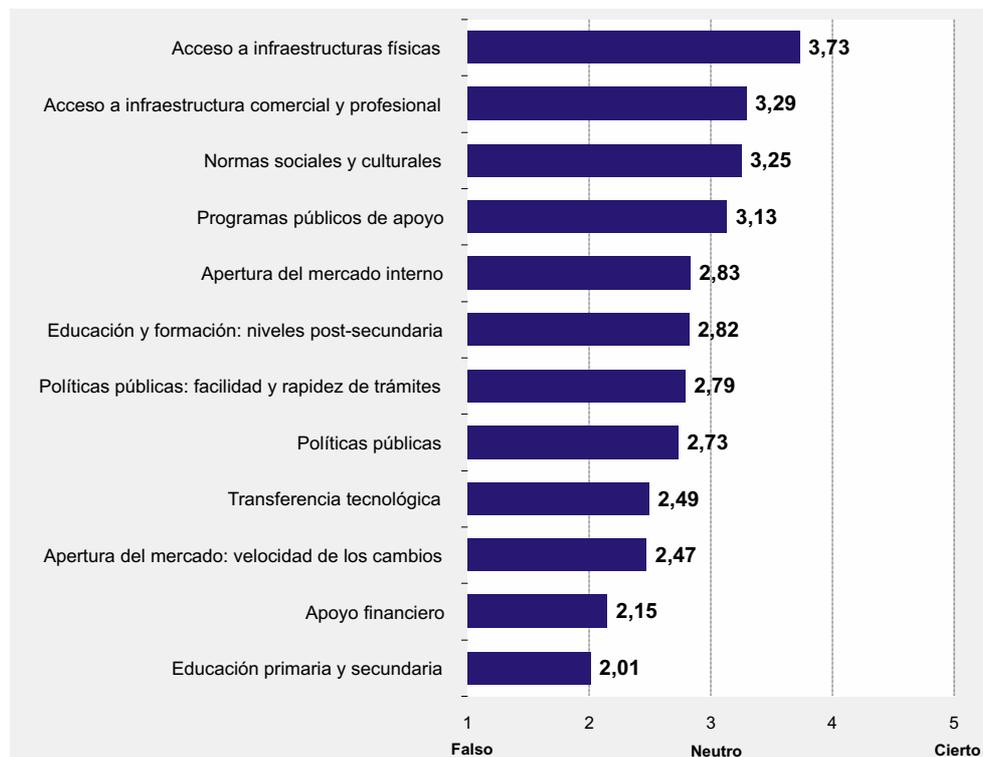


Tabla VIII-5. Favorecedores e inhibidores de la creación de empresas en la Comunidad Valenciana

Categorización de respuestas de expertos	% de respuestas (frenos)	% de respuestas (favorecedores)
Acceso a infraestructura física	0,99	3,26
Apertura de mercado, barreras	4,95	6,52
Apoyo financiero	20,79	3,26
Capacidad emprendedora	2,97	5,43
Clima económico	14,85	16,30
Contexto político, institucional y social	3,96	4,35
Educación y formación	11,88	11,96
Estado del mercado laboral	2,97	4,35
Infraestructura comercial y profesional	0,99	3,26
Normas sociales y culturales	12,87	6,52
Políticas públicas	13,86	13,04
Programas públicos	4,95	18,48
Transferencia de I+D	3,96	2,17

De la valoración de los expertos se puede deducir que muchos de los factores analizados presentan, tanto aspectos que pueden dar lugar a frenos de la actividad emprendedora en determinadas circunstancias, como también aspectos que pueden favorecer la misma. En concreto, parece que hay un acuerdo bastante amplio entre los expertos, en lo relativo al freno que supone las dificultades de financiación para las iniciativas emprendedoras (20,79% de las respuestas), así como también existe un acuerdo amplio en lo referente a los programas de apoyo actuales, como elemento favorecedor (13,04%).

Tras la identificación de los elementos que actúan como apoyo u obstáculo a la actividad emprendedora, se ha solicitado también a los expertos la aportación de tres medidas que, en su opinión, contribuyen al fomento de la misma (tabla VIII-6). En este caso, parece encontrarse un mayor acuerdo entre los expertos, dado que, prácticamente el 75% de las respuestas obtenidas se concentran en cuatro categorías.

Así, las principales recomendaciones (24,18%) apuntan al apoyo financiero, donde prevalecen por parte de los expertos la necesidad del “desarrollo de nuevos mecanismos de financiación (capital-riesgo, bussines angels, etc.) que permitan eliminar una de las barreras que actualmente encuentran los nuevos proyectos empresariales”. De carácter fundamental es considerada también la mejora de los sistemas de educación y la formación no reglada, en cuanto a sus efectos potenciales sobre el “emprendizaje”(18,68%), y en la que los expertos subrayan aspectos como la “formación específica y la celebración de cursos, conferencia y foros sobre la creación de empresas”. También destacan las políticas y programas gubernamentales (17,58% y 13,59%, respectivamente), incidiendo en aspectos tales como el “incremento de medidas fiscales” y “mayor flexibilidad en aspectos burocráticos” o el “incremento de la colaboración entre las universidades, los empresarios y las administraciones”, así como, la “profesionalización, especialización y difusión de los centros de apoyo al emprendedor”.

Tabla VIII-6. Recomendaciones de los expertos para incentivar la creación de empresas en la Comunidad Valenciana

Categorización de respuestas de expertos	% de respuestas
Apoyo financiero	24,18
Educación y formación	18,68
Políticas públicas	17,58
Programas públicos de apoyo	13,19
Contexto político, institucional y social	6,59
Normas sociales y culturales	4,40
Transferencia de I+D	4,40
Acceso a infraestructura física	3,30
Estado del mercado laboral	2,20
Infraestructura comercial y profesional	2,20
Clima económico	1,10
Capacidad emprendedora	1,10
Apertura de mercado, barreras	1,10





# IX

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

---



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este primer informe GEM de la Comunidad Valenciana aporta una perspectiva amplia del estado actual en el que se encuentra la actividad emprendedora en la región, permitiendo, al mismo tiempo, situarla en un contexto global.

Si bien desarrolla una caracterización, a modo de “foto fija”, como consecuencia de ser la primera ocasión en que se recogen los indicadores de actividad emprendedora del proyecto GEM en la Comunidad Valenciana, la información que proporciona el estudio, y su continuidad en años sucesivos, servirá para construir un panel de indicadores que aporten una perspectiva temporal del fenómeno.

A través del Sumario Ejecutivo, se ha realizado un esfuerzo de síntesis de los aspectos más destacables recogidos por el estudio, de modo que su lectura rápida permite obtener una visión global de la situación de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana. Las mediciones efectuadas nos han permitido conocer por primera vez el TEA de la región, el cual nos ha indicado el grado en que la población de la Comunidad se encontraba involucrada en 2004 en la creación y desarrollo de nuevas iniciativas empresariales, que ha resultado en unos niveles superiores a la media del territorio nacional, correspondiéndole el cuarto lugar entre las regiones analizadas. Igualmente se ha confirmado que la mayor parte de estas iniciativas están motivadas por la explotación de oportunidades, más que por la necesidad de la persona emprendedora.

También se ha profundizado en el perfil del nuevo empresario y del tipo de negocios en que se involucra, de características similares al “modelo” nacional, así como se han puesto de manifiesto algunas características específicas

de la mujer emprendedora en la región, que nos muestran un panorama de mayor participación de este colectivo en las nuevas iniciativas empresariales de la región comparativamente con el resto del territorio nacional, participación sólo superada por Cataluña.

Con todo, las principales dificultades a las que se enfrenta el emprendedor de la Comunidad Valenciana vienen del lado de la financiación, así como de la mejorable formación empresarial que proporcionan los sistemas de formación en la región. Esta situación influye en que una mayoría de emprendedores no cuenten con la suficiente capacidad, ni en lo relativo a recursos financieros, ni a habilidades y conocimientos, para aprovechar adecuadamente las oportunidades que brinda el entorno regional.

Precisamente estas debilidades tienen su contrapartida en aspectos positivos destacables propios del entorno, como las oportunidades que se generan en el mismo, en incremento en los últimos años, así como en la fuerte cultura emprendedora de la Comunidad Valenciana.

Con todo, los datos recabados en el informe proporcionan un compendio de información útil para la reflexión de los diferentes agentes sociales que influyen y despliegan su actividad en diferentes aspectos relacionados con la creación de empresas en la Comunidad Valenciana, tanto a nivel regional, como provincial o local; tanto en lo que se refiere a tipología y cantidad de recursos a destinar, como de actividades a realizar, en función de las características, necesidades y comportamientos del emprendedor.

De hecho, cualquier acción que se marque como objetivo potenciar la creación de empresas, debe

contemplar que detrás de cada iniciativa empresarial coexisten una serie de personas, cuyo perfil hemos tratado de esbozar en este informe, de manera que las posibles medidas de apoyo deben dirigirse hacia incrementar el potencial empresarial de los individuos a los que se dirigen, facilitando tanto la mejora de sus capacidades, como las posibilidades de obtención de los recursos necesarios, favoreciendo la existencia de unas condiciones adecuadas de entorno.

En este sentido, algunas de las propuestas recogidas a lo largo del presente estudio, se orientan en la dirección de:

- Desarrollo de alternativas de financiación, como fondos de capital riesgo o la figura del business angel organizado.
- Fomento y mejora de la formación en creación de empresas, tanto a nivel de enseñanza obligatoria, como en niveles intermedios y superiores, al objeto de hacer más atractiva la opción profesional de empresario.
- Dar a conocer de un modo efectivo y eficiente las distintas ayudas a disposición del emprendedor, muchas veces desconocidas por éste debido a una escasa política de comunicación, o por una actitud “receptora” por parte de los propios organismos, en lugar de “proactiva” o “cazadora de usuarios”.
- Conocimiento detallado de la opinión y valoración de los emprendedores sobre las instituciones y medidas de apoyo existentes, al objeto de adecuar mejor la oferta actual.
- Simplificación de los trámites necesarios para la puesta en marcha de una empresa.

Cabe destacar el amplio margen de actuación, en el sentido de favorecer la existencia de más y mejor capacitados emprendedores, potenciando a la vez, el surgimiento de más y mejores oportunidades de gran valor añadido.

Así, además de fomentar la existencia de un razonable nivel de actividad emprendedora, otra tarea fundamental en la que los agentes sociales pueden implicarse en su conjunto, es en la vigilancia continua e identificación de nuevas oportunidades de negocio, junto con el establecimiento de mecanismos adecuados para que éstas puedan ser aprovechadas por potenciales emprendedores.

En este sentido, añadido a los diferentes aspectos tratados en este informe, otras investigaciones realizadas por los autores, sobre determinados aspectos de la creación de empresas en la Comunidad Valenciana o algunos de sus territorios, aportan posibilidades de actuación que complementan y reafirman las detectadas en el marco del presente estudio<sup>19</sup>, algunas de las cuales, por su estrecha relación con los comentarios anteriormente expuestos, se reproducen a continuación:

- Necesidad de incidir en la difusión, en clave de negocio, tanto de los resultados de investigación<sup>20</sup>, como de las ofertas tecnológicas de universidades y centros de investigación, de manera que puedan ser aprovechadas por potenciales emprendedores.
- Fomentar entre los doctorandos, becarios de investigación y estudiantes de últimos cursos universitarios, el desarrollo de actividades empresariales a partir de sus investigaciones y trabajos. Esta posible línea de actuación se relaciona especialmente tanto con el fomento

<sup>19</sup> Los autores del presente estudio lideran un grupo de investigación en “promoción y creación de empresas” en la Universidad Miguel Hernández, el cual ha realizado en los últimos años diversos informes para instituciones que operan en este ámbito, en especial en la Comunidad Valenciana.

<sup>20</sup> Alternativa recogida en profundidad en el informe “Tecnología y nuevas empresas en el municipio de Alicante” realizado para el Proyecto Alicante Emprende en 2003.

de la existencia de los denominados parques científicos o espacios donde empresas y grupos de investigación de universidades y centros especializados dispongan de un lugar de trabajo común, como también con el desarrollo de alternativas de capital riesgo y de la figura del “business angel”<sup>21</sup>.

- Fomento de una red efectiva de entidades de apoyo en la Comunidad Valenciana, que englobe la colaboración de distintas instituciones que desarrollan medidas de apoyo o servicios específicos para el emprendedor, entendiendo como tales, las agencias de desarrollo que operan a nivel local, las asociaciones empresariales y universidades, que se enfocan a colectivos concretos, así como otras instituciones dirigidas a sectores más amplios de población, entre las que se encuentran distintos organismos de la Generalitat Valenciana o las propias Cámaras de Comercio. Esta red podría plantear planes conjuntos de actuación, de manera que las

actividades que se realizaran desde los organismos participantes, contribuyesen a facilitar un enfoque de conjunto, más desde el punto de vista del emprendedor que desde el punto de vista de cada institución en particular. Conviene señalar que el emprendedor concibe el entorno como un todo, en el que puede, opcionalmente, apoyarse para desarrollar sus actividades, por lo que parece razonable que, en la medida de lo posible, el entorno institucional responda también como un todo a esa necesidad<sup>22</sup>.

Finalmente, una vez expuestas brevemente las principales conclusiones y recomendaciones que pueden extraerse de este estudio, resta insistir en la oportunidad que brinda el presente trabajo, a través de los indicadores que recoge, para servir como punto de partida en el conocimiento y reflexión sobre la situación actual y posibilidades de actuación en un ámbito tan importante como es la creación de empresas y su contribución al desarrollo territorial.

<sup>21</sup> Elementos tratados en profundidad en el proyecto “Embryo” realizado dentro del V Programa Marco de investigación de la Unión Europea y finalizado en 2003.

<sup>22</sup> Argumentos analizados en profundidad en el informe “Medidas de apoyo a jóvenes para la creación de empresas en el entorno municipal de la provincia de Alicante” realizado para la Excma. Diputación Provincial de Alicante en 2004.





X

ANEXO I. METODOLOGÍA

---



# METODOLOGÍA

Como se recoge en la introducción del presente estudio, los objetivos principales del proyecto GEM se centran en el estudio de la influencia de la creación de empresas en el crecimiento de la economía y en proporcionar información detallada sobre el panorama emprendedor del territorio objeto de estudio, en este caso, la Comunidad Valenciana.

En orden a alcanzar dichos objetivos, el proyecto se dotó desde sus inicios de una metodología específica, revestida, además, de un carácter de homogeneidad, con la finalidad de permitir comparaciones entre los distintos territorios participantes en el estudio, así como de medir la evolución temporal de las variables analizadas en una misma región.

Dicha metodología se asienta en la aceptación de una serie de conceptos básicos de partida y en la asunción de un modelo teórico, el cual ha sido expuesto en el capítulo introductorio. A partir de dichas bases precedentes, la investigación comienza con la obtención de datos a partir de tres grandes fuentes:

- **APS (Adult Population Survey).** Fuente primaria de datos y de carácter cuantitativo, se trata de una encuesta sobre una muestra representativa de la población adulta (entendida ésta como la población comprendida entre 18 y 64 años) de la región. Las cuestiones formuladas en la misma están encaminadas a establecer algunos de los principales indicadores empleados en el marco del proyecto, con la finalidad de medir el nivel de actividad emprendedora y las características y comportamientos de los individuos implicados en esta actividad: índices de actividad emprendedora, perfil socioeconómico del emprendedor, comportamiento emprendedor por necesidad y oportunidad, variables referentes a financiación, etc.
- **KI (Key Informants Survey).** Consiste en la realización de una encuesta de carácter cualitativo a un grupo de expertos de la región participante -36 en el caso de la Comunidad Valenciana-, especialistas en el ámbito de la creación de empresas, integrado por profesionales y empresarios. Las aportaciones de dicho grupo permiten obtener una visión amplia y cualificada en relación con las condiciones del entorno de la actividad emprendedora y con otras variables de interés.
- **NC (National Characteristics).** Engloba un conjunto de datos secundarios de tipo económico, demográfico y social representativos de la región de estudio y procedentes de diversas fuentes.

La metodología seguida en la investigación, así como las fases de que ha constado ésta y los agentes participantes en la misma, se pueden observar en la figura X-1.

Figura X-1. Esquema de la metodología de la investigación

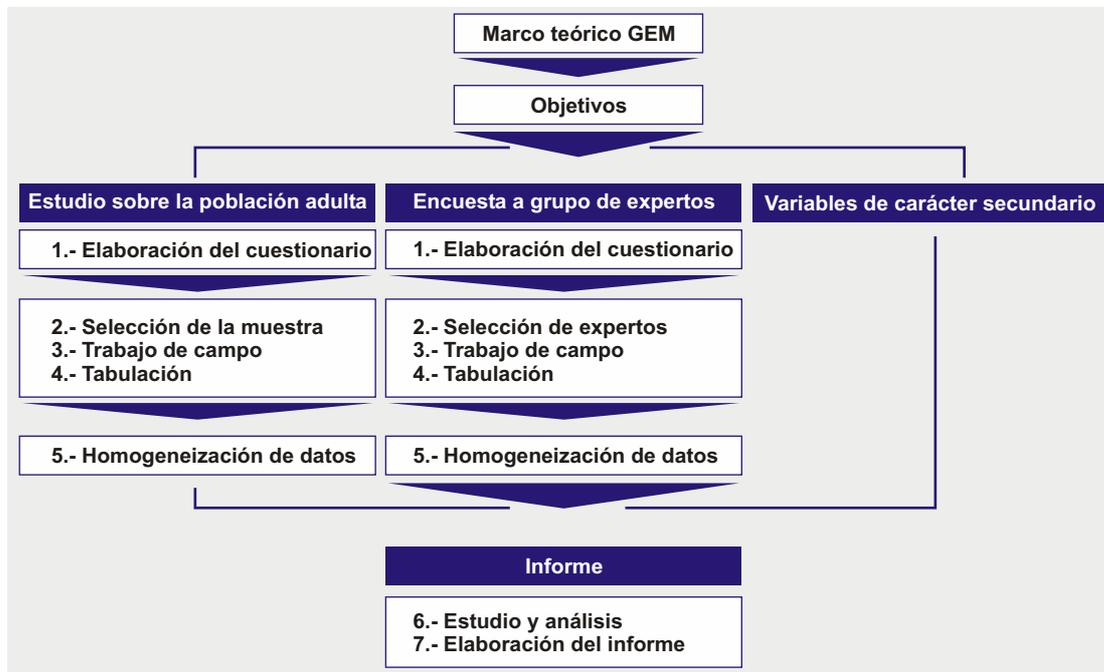


Figura X-2. Ficha técnica de la encuesta a la población

Universo *	2.725.026 habitantes de 18 a 64 años residentes en Comunidad Valenciana
Muestra	2.000 individuos mayores de 18 años y menores de 65 años
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las provincias según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes y municipios menores de 5.000 habitantes. En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo de
Metodología	Encuesta telefónica
Error global de la muestra (+/-) **	± 2,19%
Nivel de confianza	95%
	Junio de 2.004
Trabajo de campo	Opinómetro S.L.
Codificación y base de datos	Opinómetro S.L.

\* Fuente INE

\*\* El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas Hipotesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación.



**XI**

**ANEXO II.  
GLOSARIO DE TÉRMINOS**

---



## GLOSARIO DE TÉRMINOS

Este anexo recoge los significados de algunos de los principales términos relacionados con la actividad emprendedora, tal y como son entendidos en el marco del Proyecto GEM.

- **Actividad por necesidad:** comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa, fundamentalmente a falta de una alternativa laboral más adecuada o inducido por las circunstancias.
- **Actividad por oportunidad:** comportamiento que lleva al emprendedor a crear una empresa, motivado fundamentalmente por el reconocimiento y la explotación de una oportunidad.
- **Business Angel:** a efectos de este informe, se entiende como un agente que no sólo financia la creación sino que incluso tutela el desarrollo de la nueva empresa, incorporando criterios empresariales con el objetivo claro de obtener beneficios
- **Empresa Naciente:** también llamada “Start-up”, hace referencia a individuos entre 18 y 64 años involucrados, como propietarios y gerentes, en empresas de nueva creación y cuyo período de actividad no supera los tres meses.
- **Empresa Nueva:** también denominada “Baby business”, hace referencia a individuos entre 18 y 64 años involucrados, como propietarios y gerentes, en una nueva empresa cuyo período de actividad oscila entre los tres y 42 meses.
- **Empresa Consolidada o Establecida:** hace referencia a negocios cuya actividad supera los 42 meses.
- **Período de actividad:** en el marco del presente estudio, el período de actividad de la empresa hace referencia al tiempo durante el que se están pagando en la misma, salarios, honorarios, beneficios o retribución en especie.
- **Tasa de Cierre de Negocios:** porcentaje de individuos entre 18 y 64 años que han disuelto en los 12 meses anteriores alguna actividad empresarial que venían dirigiendo y de la que eran propietarios.
- **TEA (Total Entrepreneurial Activity):** índice que mide el porcentaje de población adulta involucrada en la puesta en marcha de un nuevo negocio, del cual van a poseer al menos una parte. Incluye dos tipos de actividad emprendedora: la llevada a cabo por personas implicadas en “empresas nacientes” y la desarrollada en “empresas nuevas”, y descuenta las duplicaciones, es decir, aquellos casos de individuos registrados en ambos tipos de actividad simultáneamente.



# Global Entrepreneurship Monitor

## Informe Ejecutivo 2004 Comunidad Valenciana

### PATROCINADORES E INSTITUCIONES



#### Nacional



#### Andalucía



#### Canarias



#### Castilla y León



#### Cataluña



#### Comunidad de Madrid



#### Extremadura



unión regional de extremadura



#### Pais Vasco

eman la zabal zazu



# Global Entrepreneurship Monitor

## Informe Ejecutivo 2004 Comunidad Valenciana

