



UNIVERSITAS  
Miguel  
Hernández



AIR NOSTRUM



Instituto  
de Empresa  
Business School

IMPIVA



# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005



 UNIVERSITAS  
Miguel  
Hernández

 AIR NOSTRUM

 Instituto  
de Empresa  
Business School

IMPIVA



# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

**Edita: Universidad Miguel Hernández de Elche**

**ISBN: 84-934471-2-9**

**DL: A-611-2006**

**Imprime: EGEA Gestión e Impresión**



# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

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**

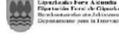


PROYECTO GEM-ESPAÑA EQUIPOS INVESTIGADORES Y PATROCINADORES			
EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional (2000)	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega (Director del Proyecto GEM España) Alicia Coduras (Dirección Técnica GEM España) Cristina Cruz Rachida Justo M <sup>a</sup> Pía Nogueira (Administración)	  
Andalucía (2003)	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director del Proyecto GEM Andalucía) José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Álvaro Rojas Antonio Rafael Ramos Salustiano Martínez David Urbano Pulido	     
Canarias (2004)	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria	Rosa M. Batista Canino (Directora del Proyecto GEM Canarias) Alicia Bolívar Cruz Desiderio García Almeida Agustín Sánchez Medina Esther Hormiga Pérez Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	         
	Universidad de la Laguna	Alicia Correa Rodríguez Ana González Pérez	
Castilla y León (2004)	Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director del Proyecto GEM Castilla y León) Constantino García Ramos Noemí Huerga Pérez Nuria González Álvarez Vanessa Solís Rodríguez	  

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

PROYECTO GEM-ESPAÑA EQUIPOS INVESTIGADORES Y PATROCINADORES			
EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Cataluña (2003)	Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director del Proyecto GEM Cataluña) Teresa Obis Alex Rialp Josep M <sup>a</sup> Surís	  
	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona	Anaís Tarragó	
Comunidad Valenciana (2004)	Universidad Miguel Hernández	José M <sup>a</sup> Gómez Gras (Director del Proyecto GEM C. Valenciana) Ignacio Mira Solves Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Jover	 
Extremadura (2003)	Fundación Xavier de Salas-Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Coordinador del Proyecto GEM Regional en España y Director del Proyecto GEM Extremadura) J. Carlos Díaz Casero	                      

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

PROYECTO GEM-ESPAÑA EQUIPOS INVESTIGADORES Y PATROCINADORES			
EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Galicia (2005)	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Fausto Santamarina Araceli de Lucas (Directora del Proyecto GEM Galicia) Marta Amate López José Antonio Neira	
	CEEI Galicia (BIC Galicia)	Enrique Gómez Mariela Pérez-Rasilla Enrique Vila Sánchez	
	Grupo de Investigación "Métodos y Gestión de Empresas" de la Universidad de Santiago de Compostela	José Díez de Castro Guillermo Sánchez Emilio Ruzo Begoña Barreiro Fernando Losada Miguel Freire	 
Madrid (2004)	Universidad Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno Campos (Director del Proyecto GEM Madrid) Lidia Villar Carlos Merino	 
	Universidad Politécnica de Madrid	Miguel Palacios	 
Navarra (2005)	Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra (CEIN)	Pilar Irigoyen (Directora del Proyecto GEM Navarra) Iñaki Mas Erice Arantxa Ibarrola Iñaki Lavilla	  
País Vasco (2004)	Universidad de Deusto	Iñaki Peña Mikel Navarro Francisco Olarte M <sup>a</sup> José Aranguren Juan José Gijaba Saioa Arando Nahikari Irastorza	   
	Universidad del País Vasco	María Saiz Arturo Rodríguez	 

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



Hace años, en un prestigioso centro de formación de emprendedores, se incluía en el programa docente un salto en paracaídas para los alumnos. No sé si actualmente se mantiene tal “práctica de laboratorio” que debió concebirse para que el futuro empresario perdiera el miedo al riesgo. Hoy estamos en la situación contraria, lo que debiera dar miedo es el no saber que el respirar, el innovar, el emprender, que todo es una misma cosa, son una necesidad biológica. Que no tiene ningún mérito especial el ser empresario, que lo que tiene mérito, aunque no tiene futuro alguno, es encerrarse en casa, ignorando las oportunidades de la globalidad y esperando que la sociedad, la vida, se adapte a nuestro ritmo.

Lo que sí tiene el ser empresario es la estética maravillosa, única, de manejar los elementos de innovación que hacen progresar a la sociedad y que garantiza su bienestar.

**Justo Nieto Nieto**

Conseller

Empresa, Universidad y Ciencia



En el mes de julio del pasado año tuve el honor de presentar en Alicante las conclusiones del estudio GEM patrocinado por Air Nostrum junto al Conseller de Empresa, Universidad y Ciencia de la Generalitat Valenciana y los representantes de la Universidad Miguel Hernández de Elche y del Instituto de Empresa. Tras el acto de presentación y la posterior rueda de prensa comenté con mis colegas que probablemente ni siquiera nosotros éramos conscientes de la dimensión histórica del acto. Por vez primera en la Comunidad Valenciana, en España y en Europa, alguien se había planteado realizar una aproximación científica al pilar más importante de la economía: la actividad emprendedora.

Piénsenlo bien, hasta ahora se habían realizado multitud de estudios cuantitativos y cualitativos sobre los diferentes sectores de la actividad productiva; disponíamos de una cantidad ingente de datos sobre el desarrollo, distribución y evolución de los sectores primario, secundario y terciario; consultábamos detallados informes cuajados de gráficas, comparativas y proyecciones elaborados por sesudos economistas, ingenieros y profesores. Sin embargo nadie se había detenido a estudiar en profundidad el germen, el origen de la actividad empresarial.

¿Por qué en unas regiones es mayor que en otras el índice de actividad emprendedora? ¿cuál es el perfil de los emprendedores? ¿cómo está posicionada la Comunidad Valenciana respecto a otras comunidades en lo que se refiere a la creación de empresas? ¿Pueden los poderes públicos generar un caldo de cultivo que favorezca el crecimiento del tejido empresarial?

A estas y a otras preguntas viene dando respuesta el estudio GEM año tras año. Por eso, todos los que creamos Air Nostrum, hemos decidido brindar nuestro más decidido apoyo a los impulsores del proyecto como emprendedores que somos, porque estamos convencidos de que sólo desde el profundo conocimiento de los mecanismos que generan el nacimiento de las empresas, se podrán adoptar tanto desde el sector público como desde el sector privado, medidas tendentes a favorecer e incentivar el nacimiento de la más importante herramienta de desarrollo y cohesión social: la empresa.

El creador de una de las más importantes cooperativas de España decía que las empresas eran los pulmones del estado: creaban riqueza, generaban empleo y promovían la estabilidad social. Y, no lo duden, el aire que alimenta esos pulmones es la actividad empresarial.

Por eso, les confieso que es para mí un orgullo saber, gracias al estudio GEM, que nuestra casa, la Comunidad Valenciana, es una de las que más aire insufla a través de su actividad emprendedora a ese “pulmón común” que es la economía española.

Mis más sinceras felicitaciones a los que día a día hacen posible este proyecto.

**Carlos Bertomeu**  
Consejero Delegado  
Air Nostrum



El equipo investigador quiere mostrar su gratitud a Air Nostrum Lam S.A y al Instituto de la Pequeña y Mediana Industria Valenciana (IMPIVA), entidades que han colaborado como expertos y 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 otras organizaciones como:

- **Instituto Valenciano de la Juventud (IVAJ)**
- **Servicio Valenciano de Empleo y Formación (SERVEF)**
- **Confederaciones Empresariales y Asociaciones sectoriales**
- **Cámaras de Comercio**
- **Agencias de Desarrollo Local de diferentes ayuntamientos**
- **Sociedad de Garantía Recíproca (SGR-CV)**
- **CEEs 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.





# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

## ÍNDICES



## ÍNDICE GENERAL

<b>Sumario Ejecutivo</b> .....	11
<b>Introducción al proyecto GEM</b> .....	15
<b>I. La actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana: perspectiva general</b> .....	22
I.1 Clasificación de actividades emprendedoras en el Proyecto GEM .....	23
I.2 Actividad emprendedora registrada en la Comunidad Valenciana .....	24
I.3 Dinámica empresarial en la población adulta .....	25
I.4 Potenciales emprendedores en la población adulta .....	25
I.5 Evolución de la actividad emprendedora: periodo 2004-2005 .....	26
<b>II. El comportamiento emprendedor</b> .....	27
II.1 La oportunidad y la necesidad como motivos para crear empresas .....	29
II.2 El deseo de emprender y la idea de negocio .....	30
<b>III. Perfil socioeconómico del emprendedor</b> .....	31
III.1 Distribución por género y edad .....	33
III.2 Distribución por nivel de estudios .....	34
III.3 Distribución por nivel de renta .....	35
III.4 Tipología de negocio .....	35
III.5 Perfil medio del emprendedor .....	36
<b>IV. Financiación de la actividad emprendedora</b> .....	37
IV.1 Necesidades y fuentes de financiación .....	39
IV.2 Expectativas de recuperación de la inversión por parte del emprendedor .....	41
IV.3 El perfil del inversor informal .....	41
<b>V. Oportunidades, motivaciones y capacidades en la población</b> .....	43
V.1 Percepción de oportunidades para la creación de empresas .....	45
V.2 Factores de influencia en la motivación para emprender .....	46
V.3 Percepción de capacidades para la creación de empresas .....	47
<b>VI. Mujer y creación de empresas</b> .....	49
VI.1 Participación de la mujer en la actividad emprendedora .....	51
VI.2 Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género .....	51
VI.3 Mujer emprendedora y entorno sociocultural .....	52
<b>VII. Actividad emprendedora y empleo</b> .....	55
VII.1 Dimensión y empleo generado .....	57
VII.2 Expectativas de necesidad de recursos humanos a cinco años vista .....	58

<b>VIII. Condiciones específicas de entorno</b> .....	59
VIII.1 Apoyo financiero .....	62
VIII.2 Políticas públicas .....	63
VIII.3 Programas públicos de apoyo .....	64
VIII.4 Educación y formación .....	65
VIII.5 Transferencia tecnológica .....	65
VIII.6 Acceso a infraestructura comercial y profesional .....	66
VIII.7 Apertura y comportamiento del mercado interno .....	66
VIII.8 Acceso a infraestructura física para nuevas empresas .....	67
VIII.9 Normas sociales y culturales .....	67
VIII.10 Valoración global del entorno .....	68
<b>IX. Análisis comparativo</b> .....	71
IX.1 Introducción .....	73
IX.2 Actividad emprendedora y comportamiento emprendedor .....	74
IX.3 Oportunidades, motivaciones y capacidades .....	80
IX.4 Condiciones específicas de entorno .....	82
<b>X. Conclusiones y recomendaciones</b> .....	87
<b>XI. Anexos</b> .....	93
Metodología .....	95
Glosario de términos .....	97

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Modelo teórico base del Proyecto GEM .....	18
<b>Figura I-1.</b> El proceso de creación de empresas y las definiciones operacionales de GEM .....	23
<b>Figura I-2.</b> Principal motivo de cese en la actividad empresarial en la Comunidad Valenciana (% de respuestas obtenidas) .....	25
<b>Figura III-1.</b> Nivel de estudios de los emprendedores en la Comunidad Valenciana (2005) .....	34
<b>Figura III-2.</b> Nivel de estudios de los empresarios “consolidados” en la Comunidad Valenciana (2005).....	34
<b>Figura III-3.</b> Nivel de renta de los emprendedores en la Comunidad Valenciana (2005).....	35
<b>Figura III-4.</b> Nivel de renta de los empresarios “consolidados” en la Comunidad Valenciana (2005) .....	35
<b>Figura III-5.</b> Actividad emprendedora por sector económico en la Comunidad Valenciana (2005) .....	36
<b>Figura IV-1.</b> Capital total inicial requerido por el emprendedor de la Comunidad Valenciana (miles de euros requeridos por % de emprendedores, 2005) .....	40
<b>Figura IV-2.</b> Capital propio que espera invertir el emprendedor de la Comunidad Valenciana (miles de euros por % de emprendedores, 2005) .....	40
<b>Figura VII-1.</b> Dimensión de empleo actual en empresas nacientes y nuevas de la Comunidad Valenciana (2005, sin incluir a los socios emprendedores).....	58
<b>Figura VII-2.</b> Expectativas de necesidades de recursos humanos en las empresas nacientes y nuevas de la Comunidad Valenciana (2005, sin incluir a socios emprendedores y con un horizonte temporal de 5 años) .....	58
<b>Figura VIII-1.</b> Valoración media de las condiciones de entorno en la Comunidad Valenciana (2005) .....	68
<b>Figura IX-1.</b> Actividad emprendedora (CCAA2005) .....	74
<b>Figura IX-2.</b> Actividad emprendedora (OCDE 2005).....	74
<b>Figura IX-3.</b> Actividad emprendedora de la mujer (CCAA2005).....	75
<b>Figura IX-4.</b> Actividad emprendedora de la mujer (OCDE 2005).....	75
<b>Figura IX-5.</b> Actividad emprendedora consolidada (CCAA2005).....	76
<b>Figura IX-6.</b> Actividad emprendedora consolidada (OCDE 2005).....	76
<b>Figura IX-7.</b> Cierre o cese de actividades empresariales (CCAA2005).....	77
<b>Figura IX-8.</b> Cierre o cese de actividades empresariales (OCDE 2005).....	77
<b>Figura IX-9.</b> Emprendedores potenciales (CCAA2005).....	78
<b>Figura IX-10.</b> Emprendedores potenciales (OCDE 2005).....	78
<b>Figura IX-11.</b> Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad (CCAA2005) .....	79
<b>Figura IX-12.</b> Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad (OCDE 2005).....	79
<b>Figura IX-13.</b> Percepción de oportunidades en la población para la creación de empresas (CCAA2005).....	80
<b>Figura IX-14.</b> Percepción de oportunidades en la población para la creación de empresas (OCDE 2005).....	80

<b>Figura IX-15.</b> Valoración media de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas (CCAA2005) .....	81
<b>Figura IX-16.</b> Valoración media de aspectos relacionados con la motivación para emprender (CCAA2005) .....	81
<b>Figura IX-17.</b> Percepción de capacidades en la población para la creación de empresas (CCAA2005) .....	81
<b>Figura IX-18.</b> Percepción de capacidades en la población para la creación de empresas (OCDE 2005) .....	82
<b>Figura IX-19.</b> Valoración media de aspectos relacionados con la posesión de capacidades para emprender (CCAA2005) .....	82
<b>Figura IX-20.</b> Valoración global del apoyo financiero a la creación empresarial (CCAA 2005) .....	83
<b>Figura IX-21.</b> Valoración global de las políticas públicas: políticas de apoyo (CCAA2005) .....	83
<b>Figura IX-22.</b> Valoración global de las políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites (CCAA2005) .....	83
<b>Figura IX-23.</b> Valoración global de los programas públicos (CCAA2005) .....	83
<b>Figura IX-24.</b> Valoración global de la educación y formación: educación primaria y secundaria (CCAA2005) .....	84
<b>Figura IX-25.</b> Valoración global de la educación y formación: niveles post-secundaria (CCAA2005) .....	84
<b>Figura IX-26.</b> Valoración global de la transferencia tecnológica (CCAA2005) .....	84
<b>Figura IX-27.</b> Valoración global del acceso a infraestructura comercial y profesional (CCAA2005) .....	84
<b>Figura IX-28.</b> Valoración global del mercado interno: velocidad de los cambios (CCAA 2005) .....	85
<b>Figura IX-29.</b> Valoración global del mercado interno: apertura del mercado interno (CCAA 2005) .....	85
<b>Figura IX-30.</b> Valoración global del acceso a infraestructuras físicas (CCAA2005) .....	85
<b>Figura IX-31.</b> Valoración global de las normas sociales y culturales (CCAA2005) .....	85
<b>Figura XI-1.</b> Esquema de la metodología de la investigación .....	95
<b>Figura XI-2.</b> Ficha técnica de la encuesta a la población (2005) .....	96

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla I-1.</b> Actividad emprendedora total registrada en la población de la Comunidad Valenciana (2005) .....	24
<b>Tabla I-2.</b> Dinámica empresarial en la población de la Comunidad Valenciana (2005) .....	25
<b>Tabla I-3.</b> Emprendedores potenciales en la población adulta de la Comunidad Valenciana (2005) .....	26
<b>Tabla I-4.</b> Evolución de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana (2004-2005) .....	26
<b>Tabla II-1.</b> Tipos de comportamiento emprendedor (% de población adulta de la Comunidad Valenciana, 2005) .....	29
<b>Tabla II-2.</b> Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades empresariales en la Comunidad Valenciana (% de respuestas obtenidas, 2005) .....	30
<b>Tabla II-3.</b> El deseo de emprender y la idea de negocio en la Comunidad Valenciana (% de población implicada en actividades empresariales, 2005) .....	30
<b>Tabla III-1.</b> Emprendedores por rangos de edad en la Comunidad Valenciana (2005) .....	33
<b>Tabla III-2.</b> Edad del empresario con negocios consolidados en la Comunidad Valenciana (2005) .....	34
<b>Tabla III-3.</b> Clasificación de sectores de actividad .....	35
<b>Tabla IV-1.</b> Procedencia de la financiación ajena para la creación de nuevas empresas en la Comunidad Valenciana (% de emprendedores que han recibido fondos en 2005) .....	41
<b>Tabla IV-2.</b> Expectativas de recuperación de la inversión por parte del emprendedor de la Comunidad Valenciana (2005) .....	41
<b>Tabla IV-3.</b> Tiempo estimado de recuperación de la inversión por parte del emprendedor de la Comunidad Valenciana (2005) .....	41
<b>Tabla IV-4.</b> La inversión informal en la Comunidad Valenciana (2005) .....	41
<b>Tabla IV-5.</b> Inversión informal en la puesta en marcha de nuevas empresas en la Comunidad Valenciana (2005) .....	41
<b>Tabla V-1.</b> Ámbito de influencia de los expertos participantes en el estudio .....	45
<b>Tabla V-2.</b> Evolución de la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana .....	45
<b>Tabla V-3.</b> Valoración de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana .....	46
<b>Tabla V-4.</b> Evolución de factores de influencia en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana .....	46
<b>Tabla V-5.</b> Factores que influyen en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos) .....	47
<b>Tabla V-6.</b> Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana .....	47
<b>Tabla V-7.</b> Valoración de habilidades y conocimientos para emprender en la Comunidad Valenciana .....	47

<b>Tabla VI-1.</b> Actividad emprendedora registrada por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005) .....	51
<b>Tabla VI-2.</b> Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender en la Comunidad Valenciana bajo una perspectiva de género (2005) .....	52
<b>Tabla VI-3.</b> Aspectos relacionados con el entorno sociocultural de la mujer emprendedora en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos) .....	53
<b>Tabla VII-1.</b> Clasificación de Pyme recomendada por la Comisión Europea (según número de empleados) .....	57
<b>Tabla VII-2.</b> Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por su tramo de número actual de empleados (2005) .....	57
<b>Tabla VIII-1.</b> Distribución de expertos por ámbito de influencia .....	61
<b>Tabla VIII-2.</b> Ámbitos de procedencia de los expertos de la Comunidad Valenciana .....	62
<b>Tabla VIII-3.</b> Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial en la Comunidad Valenciana .....	63
<b>Tabla VIII-4.</b> Evaluación de las políticas públicas de apoyo a nuevas empresas en la Comunidad Valenciana .....	63
<b>Tabla VIII-5.</b> Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana .....	64
<b>Tabla VIII-6.</b> Uso de programas de ayuda y servicios de asesoramiento a la creación de empresas (Comunidad Valenciana, 2005) .....	64
<b>Tabla VIII-7.</b> Tipología de ayudas y asesoramiento recibido en la creación de empresas (Comunidad Valenciana, 2005) .....	65
<b>Tabla VIII-8.</b> Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana .....	65
<b>Tabla VIII-9.</b> Evaluación de la transferencia tecnológica en la Comunidad Valenciana .....	66
<b>Tabla VIII-10.</b> Evaluación del acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana .....	66
<b>Tabla VIII-11.</b> Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana .....	67
<b>Tabla VIII-12.</b> Evaluación del acceso a infraestructuras físicas en la Comunidad Valenciana .....	67
<b>Tabla VIII-13.</b> Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana .....	68
<b>Tabla VIII-14.</b> Recomendaciones de los expertos para incentivar la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2005) .....	69



# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

## **SUMARIO EJECUTIVO**



## SUMARIO EJECUTIVO

Este resumen ejecutivo sintetiza aquellos aspectos más destacables encontrados a raíz de la elaboración del presente informe, el cual estudia los rasgos básicos del fenómeno emprendedor en la Comunidad Valenciana en 2005, aportando una actualización de los datos correspondientes a 2004, primer informe sobre la región, en el marco del proyecto internacional GEM.

**La actividad emprendedora alcanza al 5,8% de la población adulta de la Comunidad Valenciana**, entre 18 y 65 años, lo que viene a significar, aproximadamente, que 176.000 individuos se encuentran involucrados en negocios de reciente creación que todavía no han alcanzado los 42 meses de funcionamiento. Este dato supone un porcentaje de población implicada en actividades emprendedoras superior a la media estimada para España (5,4%), ocupando el cuarto lugar entre las diez comunidades autónomas participantes en el estudio en 2005.

Si desglosamos este 5,8% de individuos implicados en la puesta en marcha de actividades empresariales, en lo que denominados “empresas nacientes” (menos de tres meses de funcionamiento) y “empresas nuevas” (entre 3 y 42 meses de funcionamiento), encontramos que el 2,6% de la población adulta de la Comunidad Valenciana se encuentra involucrada en actividades empresariales “nacientes”, mientras que el 3,2% lo está en actividades “nuevas”.

**Los datos anteriores se ven reforzados por una dinámica de consolidación de empresas** relativamente superior a la que se alcanza en el conjunto del territorio nacional (10,4% frente a 7,7% de población implicada en actividades con más de 42 meses en el mercado), **junto con una intencionalidad de emprender nuevas iniciativas empresariales destacable** en la población (5,7%).

**La actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana es llevada a cabo mayoritariamente por oportunidad.** Así, la proporción de emprendedores que reconoce, al menos en parte, la explotación de una oportunidad (4,5%) es muy superior a la proporción de aquellos que desarrollan su actividad empresarial inducidos por las circunstancias o ante la ausencia de otra alternativa laboral (1,3%). Esto es, aproximadamente de cada 10 individuos implicados en la puesta en marcha de iniciativas empresariales en la Comunidad Valenciana, 8 se encuentran motivados por la explotación de una oportunidad, frente a 2 que lo hacen por motivos relacionados con “necesidad”.

**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 ronda los 40 años, si bien el 62,5% 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 universitarios (39,7%) y además, generalmente desarrolla su actividad empresarial en actividades “orientadas al consumidor”.

**El capital medio requerido para crear una nueva empresa** en la Comunidad Valenciana asciende a unos 58.000 euros, esperando invertir en su negocio un capital propio medio aproximado de 37.000 euros. Esta situación no es muy distinta a la del 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 (52,9%), siendo inferior el porcentaje de nuevos empresarios que afirman haber recurrido a inversores informales.

**El 30,7% de la población de la Comunidad Valenciana considera que existen buenas oportunidades de negocio para crear empresas**, porcentaje que aumenta en un 4% frente a la situación correspondiente a 2004 y además es superior a la media del conjunto nacional (27,8%). Los expertos que han participado en el estudio, coinciden en su valoración en esa existencia de buenas oportunidades, sin embargo reconocen el desaprovechamiento de muchas de ellas, por la necesidad de disponer de más emprendedores realmente preparados para acometer su explotación, entre otras causas.

**El 29% de los emprendedores de la Comunidad Valenciana son mujeres.** De cada 10 emprendedores implicados en la creación y puesta en marcha de nuevas empresas, aproximadamente 7 serán hombres y 3 mujeres, dato que supone una menor participación porcentual de la mujer en comparación con la media del territorio nacional.

**El estudio de diferencias por género en la Comunidad Valenciana muestra** que las mujeres perciben la existencia de buenas oportunidades en menor medida que los hombres (25,6% frente a 35,6%), mientras que no se encuentran diferencias en la consideración de que la creación de su propio negocio sea una buena opción profesional. En lo que se refiere a sus habilidades y conocimientos para llevar a cabo el desarrollo y puesta en marcha de iniciativas empresariales el porcentaje de mujeres que cree disponer de las adecuadas es también inferior al porcentaje de hombres que reconocen dicha circunstancia (42,7% frente a 52,8%).

En lo que respecta a generación de empleo, **más del 90 % de los emprendedores crean negocios que no superan los 10 empleados, y el 72% no supera los 5 empleados.** En cuanto a sus expectativas de crecimiento para los próximos 5 años, apenas un 5% considera que superará los 20 trabajadores.

**Los elementos del entorno de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana** son valorados de forma conservadora por parte de los expertos consultados. Como aspectos positivos se valoran el acceso disponible para las empresas a la infraestructura física y comercial-profesional. Los aspectos peor valorados son, fundamentalmente, los relacionados con el apoyo al desarrollo del espíritu emprendedor desde los niveles educativos básicos y la financiación disponible para los emprendedores.



# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

## **INTRODUCCIÓN AL PROYECTO GEM**



## INTRODUCCIÓN AL PROYECTO GEM

El Proyecto “Global Entrepreneurship Monitor” (GEM)<sup>1</sup> se ha convertido en los últimos años en un referente para el estudio y análisis del proceso emprendedor en un contexto territorial, y desde un punto de vista internacional.

El interés de sus resultados, tanto para el ámbito económico, como el político o académico, viene justificado por la necesidad, expuesta por muchas organizaciones, de disponer de suficientes datos actualizados sobre el proceso emprendedor. De hecho, cada vez son más los agentes implicados en el desarrollo de un territorio que utilizan el Proyecto GEM como fuente de información para desarrollar sus actividades.

Partiendo de la idea de facilitar información y constituir un instrumento de ayuda para los distintos agentes implicados en el desarrollo de actividades emprendedoras en un territorio, y dirigido especialmente, a los agentes sociales e instituciones públicas encargadas de promover las condiciones que favorezcan la creación de nuevas empresas, nació en 1997 el proyecto GEM, iniciado por el Babson College y la London Business School, como iniciativa investigadora con vocación internacional para el estudio de la actividad emprendedora, así como de diversos factores del entorno influyentes en la generación de nuevas empresas. Desarrollado anualmente desde 1999, el Proyecto GEM alcanza este año 2005 su séptima edición.

En sus sucesivas ediciones se han ido incorporando distintos países, participando en esta última edición un total de 35 (20 de Europa,

15 de los cuales pertenecen a la Unión Europea; 6 de Asia y Oceanía; 6 de Hispanoamérica; 2 de Norteamérica; y 1 de África), habiéndose convertido, tanto por su magnitud como por sus resultados, en el proyecto de investigación, acerca del espíritu empresarial, de mayor envergadura en la actualidad.

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 edición de 2005 representa un notable avance en el desarrollo del Proyecto a nivel regional en España, ampliándose la participación a 10 comunidades autónomas: Andalucía, Canarias, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Navarra y País Vasco. 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, 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.

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

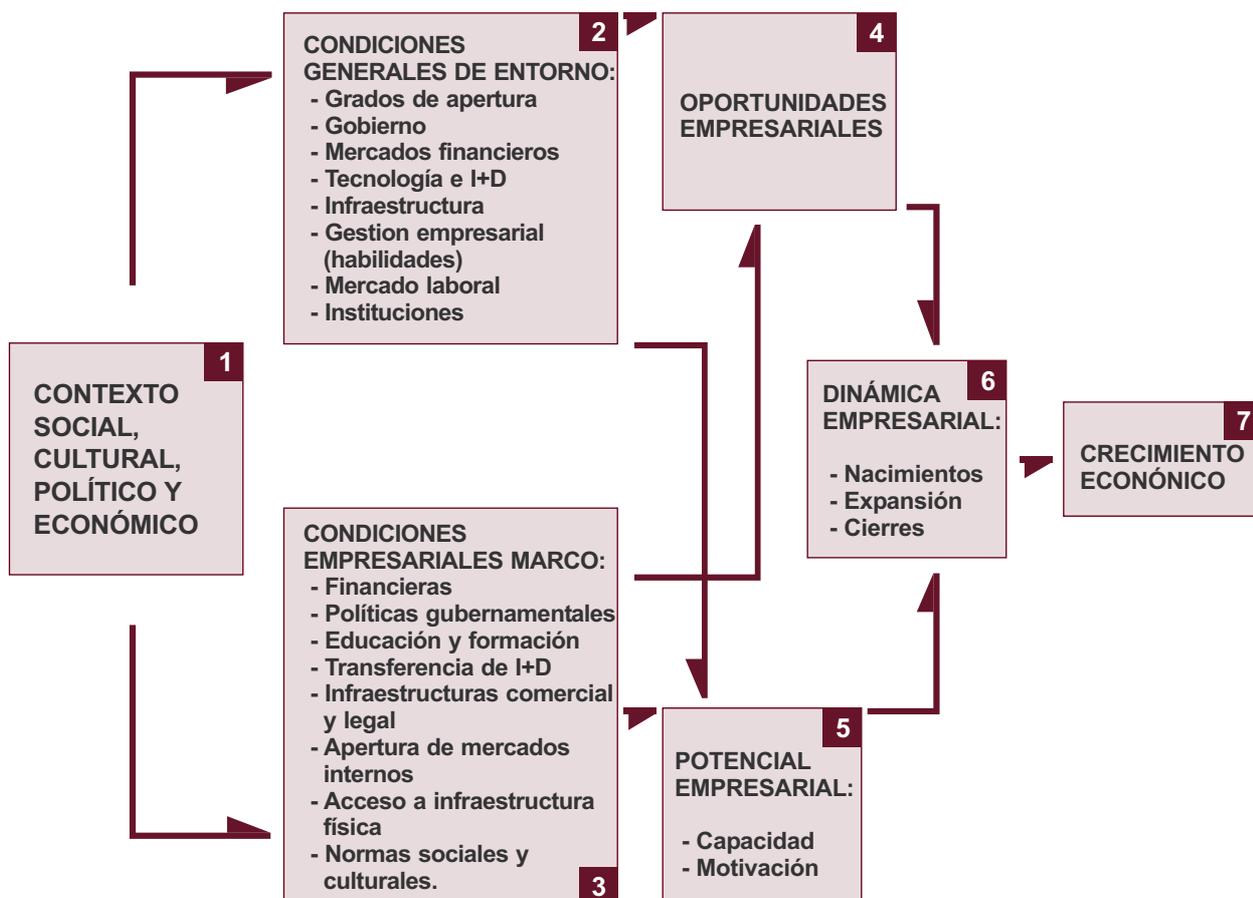
En la elaboración de los informes se emplean diversas fuentes de información, entre las que se encuentran, principalmente, las siguientes:

- 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;
- entrevistas realizadas a un grupo de expertos en diversos ámbitos, lo 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 1 muestra el modelo teórico GEM, que integra una serie 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:

**Figura 1.- Modelo teórico base del Proyecto GEM**



1. Las variables que permiten describir, en sentido amplio, 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 existencia de oportunidades de negocio, condicionada por el entorno en gran medida.
5. El potencial empresarial, consecuencia de las capacidades y motivación del potencial empresario para aprovechar las oportunidades.
6. La dinámica empresarial, medida a partir de los nacimientos de nuevas empresas, así como las expansiones y cierres de empresas.
7. El crecimiento económico, consecuencia de los apartados anteriores, y medido en términos de variación del PIB y creación de empleo.

En la Comunidad Valenciana, este es el segundo año en el que se desarrolla el Proyecto GEM, lo que nos permite seguir avanzando en su desarrollo. En la pasada edición, primera para nuestra comunidad, recibimos muestras de interés de diversas instituciones públicas, tanto regionales como provinciales y locales, así como también de algunas asociaciones empresariales, especialmente involucradas en la creación de nuevas empresas. A todos ellos, gracias por la acogida y el interés mostrado.





# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

# I LA ACTIVIDAD EMPREDEDORA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA: PERSPECTIVA GENERAL



## I. LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA: PERSPECTIVA GENERAL

### I.1 Clasificación de actividades emprendedoras en el Proyecto GEM

Este primer capítulo muestra los resultados obtenidos acerca de los aspectos principales de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, así como su relación con los datos correspondientes a la media del territorio español<sup>2</sup>.

En el ámbito del Proyecto GEM se adopta una definición de actividad emprendedora amplia, al objeto de integrar las distintas perspectivas que sobre el “entrepreneurship” existen a nivel mundial.

En este sentido, se entiende como emprendedor a todo individuo de la población

adulta (entre 18 y 65 años) involucrado en la puesta en marcha de un nuevo negocio, del cual va a poseer al menos una parte, y/o que actualmente es propietario y directivo de una actividad empresarial de reciente creación, incluyendo por tanto, el autoempleo.

Sobre esta base, las estimaciones de actividad emprendedora en un territorio, se efectúan a partir de los porcentajes de población adulta que cumplen las condiciones anteriores<sup>3</sup>.

Desde una perspectiva amplia, el Proyecto GEM considera a la creación de nuevas empresas como un proceso, y en este sentido la figura I-1 presenta una visión simplificada del mismo, distinguiendo cuatro etapas principales del proceso de creación de empresas, con tres puntos importantes de transición.

Figura I-1.- El proceso de creación de empresas y las definiciones operacionales de GEM



<sup>2</sup> El Instituto de Empresa ha editado el Informe GEM 2005 para España. 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. Más información se puede obtener en [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org) o en [www.ie.edu/gem](http://www.ie.edu/gem)

<sup>3</sup> Las estimaciones se efectúan a partir de una encuesta realizada sobre una muestra representativa de la población adulta de la región. Para más información, se puede consultar el anexo de Metodología.

### FASE 1.- “Potencial emprendedor”

En la primera fase del proceso encontramos individuos que están considerando iniciar el desarrollo de una nueva actividad empresarial; sus motivos pueden provenir de la identificación de una oportunidad o por falta de alternativas de empleo. Algunos de esos individuos decidirán finalmente iniciar el negocio.

### FASE 2.- “Empresa naciente”

En esta fase, el emprendedor ha comenzado alguna acción relacionada con la creación de la empresa, esto es, ha completado la primera transición (“concepción”), y comienza la fase de gestación o de puesta en marcha. A efectos operativos, se consideran en esta fase las iniciativas que han pagado salarios u honorarios durante menos de tres meses a alguien, incluyendo a los propietarios.

### FASE 3.- “Empresa nueva”

La segunda transición (“nacimiento”) muestra que la nueva actividad empresarial ya es un negocio operativo. En este sentido, se considera como aspecto que define el “nacimiento” de la actividad empresarial, el pago de salarios u honorarios durante más de tres meses.

### FASE 4.- “Empresa consolidada”

La distinción entre la tercera y cuarta fase se efectúa en función del tiempo en activo, esto es, a partir del tiempo que se vienen pagando salarios u honorarios. De este modo, se considera “actividad empresarial consolidada” aquella en la que se han pagado salarios durante más de 3,5 años.

Los siguientes apartados muestran los porcentajes de población implicada, en el ámbito de la Comunidad Valenciana, en las fases del proceso de creación de empresas anteriormente descrito, presentando en primer lugar las cifras correspondientes a la “actividad emprendedora total” (fases 2 y 3).

## I.2 Actividad emprendedora registrada en la Comunidad Valenciana

La tabla I-1 ofrece una primera visión de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana para el año 2005. De acuerdo con las definiciones con las que se trabaja en el entorno GEM y que acabamos de exponer en la introducción de este capítulo, se puede estimar que un 5,8% de la población de entre 18 y 65 años se encuentra involucrada en algún tipo de actividad emprendedora que todavía no ha alcanzado los 42 meses de funcionamiento, con una mayor presencia de emprendedores implicados en “empresas nuevas” que en “empresas nacientes”.

Tabla I-1. Actividad emprendedora total registrada en la población de la Comunidad Valenciana (2005)

	Estimación del total	% sobre población adulta
Emprendedores en empresas “nacientes” (con menos de 3 meses de funcionamiento)	80.180	2,6%
Emprendedores en empresas “nuevas” (con entre 3 y 42 meses de funcionamiento)	96.136	3,2%
<b>Actividad emprendedora total (con hasta 42 meses de funcionamiento)</b>	<b>176.316</b>	<b>5,8%</b>

La situación anterior supone, en términos relativos, un porcentaje de población implicada en actividades emprendedoras superior a la media estimada para España (5,4%).

Estos primeros datos se analizan en profundidad a lo largo del informe, en función de diversas variables que permiten caracterizar la actividad emprendedora estimada en la Comunidad Valenciana.

### I.3 Dinámica empresarial en la población adulta

Ofrecida una primera visión acerca de la actividad emprendedora en la región, entendida como la correspondiente a las fases de puesta en marcha de la actividad y funcionamiento inicial de la misma durante los 42 primeros meses (fases 2 y 3 del proceso emprendedor), este apartado complementa la perspectiva indagando acerca de la actividad ya consolidada (más de 42 de funcionamiento). Así mismo también se analizan los cierres de iniciativas empresariales, independientemente de en qué fase evolutiva se encontrasen en el momento del cese de la actividad (tabla I-2).

Tabla I-2. Dinámica empresarial en la población de la Comunidad Valenciana (2005)

	Estimación del total	% sobre población adulta
Actividad emprendedora consolidada (más de 42 meses de funcionamiento)	316.080	10,4%
Cierre o cese de actividades empresariales	49.937	1,6%

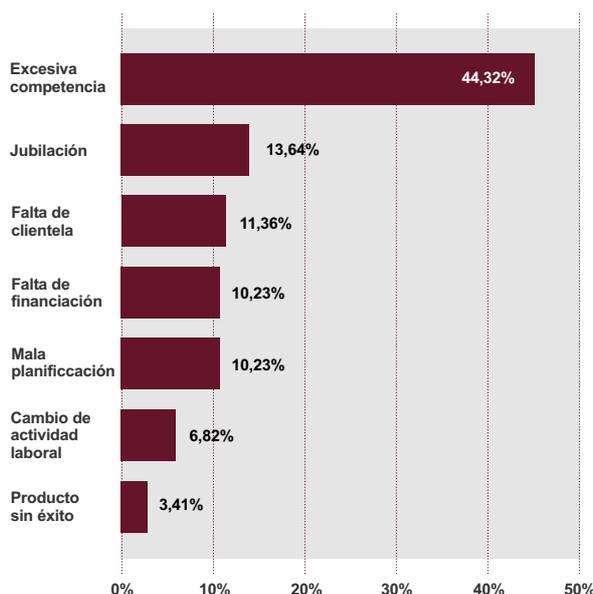
Esta dinámica apunta a una consolidación de empresas relativamente superior, en 2005, a la que se alcanza en el conjunto del territorio nacional (10,4% frente a 7,7%), al igual que en lo que respecta a los cierres (1,6% frente a 1,4%).

Particularmente, en el caso del cese de la actividad empresarial, la presente edición sondea, por primera vez, el motivo aducido para el cierre (figura I.2).

Así, entre el 1,6% de la población de la Comunidad Valenciana que declara haber cesado en su actividad empresarial, el 44,3% considera que lo ha hecho fundamentalmente por encontrarse con un exceso de competencia, lo que unido al 11,4% que considera que el problema ha sido la falta de clientes, el 10,2%

que reconoce una mala planificación, y el 3,41% que considera que su producto no tenía éxito, hace pensar que la gran mayoría de los cierres son debidos a aspectos relacionados directamente con sus estrategias competitivas.

Figura I-2.- Principal motivo de cese en la actividad empresarial en la Comunidad Valenciana (% de respuestas obtenidas)



### I.4 Potenciales emprendedores en la población adulta

En los apartados anteriores se ha analizado la situación del año 2005 con respecto a la actividad emprendedora en sus distintas fases de funcionamiento, siguiendo el esquema representado en la figura I.1. A continuación, en este apartado se completa dicha perspectiva global, aportando una estimación del porcentaje de "emprendedores potenciales" en la población adulta de la Comunidad Valenciana, a través de la intencionalidad de emprender a tres años vista (tabla I.3).

**Tabla I-3. Emprendedores potenciales en la población adulta de la Comunidad Valenciana (2005)**

	Estimación del total	% sobre población adulta
Emprendedores potenciales	172.142	5,7%

Este porcentaje indica una situación, en cuanto a intenciones de emprender, también superior a la del conjunto del territorio español (5,3%).

**I.5 Evolución de la actividad emprendedora: periodo 2004-2005**

Tal como se recoge en la tabla I-4, la actividad emprendedora medida en la Comunidad Valenciana para el 2005 se sitúa en valores superiores a los estimados para 2004, habiéndose registrado, además, una significativamente mayor consolidación de actividad en este periodo, así como también del porcentaje de población que muestra su intención de emprender a tres años vista.

Estas variaciones podrían indicar que un porcentaje importante de actividad emprendedora registrada en 2004 se ha afianzado en los últimos 12 meses, por lo que ha dejado de contabilizarse como tal y ha pasado a ser considerada actividad empresarial consolidada. Aún teniendo en cuenta este “trasvase” de actividad empresarial, la actividad emprendedora registrada en 2005 también se ha incrementado, lo que apunta hacia un dinamismo empresarial bastante positivo.

**Tabla I-4. Evolución de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana (2004-2005)**

% sobre población adulta	2004	2005
Actividad emprendedora total (con hasta 42 meses de funcionamiento)	5,5%	5,8%
Actividad emprendedora consolidada (más de 42 meses de funcionamiento)	7,1%	10,4%
Cierre o cese de actividades empresariales	1,2%	1,6%
Emprendedores potenciales	3,6%	5,7%

Los datos anteriores muestran una perspectiva global de la actividad emprendedora en 2005 con un importante grupo de actividades empresariales que se han consolidado recientemente, y así mismo muestra que existe una intencionalidad de emprender nuevas iniciativas empresariales destacable en la población, lo que supone una estructura de empresas con experiencia en el mercado y una considerable “cantera” de emprendedores con intención de implicarse en el mismo.



# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

## **II** EL

## **COMPORTAMIENTO EMPREENDEDOR**



## II. EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

Este capítulo profundiza en el estudio de la actividad emprendedora, a través del reconocimiento de dos tipos básicos de motivación que llevan a iniciar el proceso de creación de un nuevo negocio: (1) la necesidad de emprender a falta de una alternativa laboral más adecuada, o inducida por las circunstancias; y (2) el reconocimiento y la explotación de una oportunidad. Estas motivaciones son denominadas respectivamente, “emprender por necesidad” y “emprender por oportunidad”.

La edición 2005 del Proyecto GEM introduce algunos cambios en el análisis del comportamiento emprendedor, a fin de refinar las estimaciones efectuadas y enriquecer el análisis con nuevos datos. Así, en el análisis efectuado se reconoce además la presencia simultánea de motivos relacionados con oportunidad y necesidad, y se profundiza en los orígenes de estas motivaciones.

### II.1 La oportunidad y la necesidad como motivos para crear empresas

La información ofrecida en el capítulo anterior indica que en la Comunidad Valenciana, el 5,8% de la población adulta, entre 18 y 65 años, se encuentra implicada en la puesta en marcha y desarrollo de una iniciativa empresarial cuya operatividad no supera los 42 meses.

La tabla II.1 desglosa este dato en términos del comportamiento por necesidad u oportunidad, anteriormente aludido. Así, encontramos que un 1,3% de la población adulta reconoce haberse implicado en lo que denominamos “emprender por necesidad”, mientras que el 2,7% se encuentra

motivado por la explotación de una “oportunidad”. Finalmente, un 1,8% de la población adulta reconoce la presencia de una mezcla de ambos motivos en su implicación empresarial. De esta manera, se observa una importancia significativa del reconocimiento de oportunidades como motivo para abordar la creación y puesta en marcha de nuevas empresas, siguiendo un comportamiento típico de territorio desarrollado.

Tabla II-1. Tipos de comportamiento emprendedor (% de población adulta de la Comunidad Valenciana, 2005)

	En empresas “nacientes” (con menos de 3 meses)	En empresas “nuevas” (con entre 3 y 42 meses)	En la actividad emprendedora total (menor de 42 meses)
Necesidad pura	0,8%	0,5%	1,3%
Oportunidad pura	1,1%	1,6%	2,7%
Oportunidad y necesidad	0,8%	1,0%	1,8%

Al observar la descomposición equivalente para el conjunto del territorio nacional, se observa igualmente que la proporción de emprendedores que reconoce, al menos en parte, la explotación de una oportunidad es muy superior a la proporción de aquellos que desarrollan su actividad empresarial inducidos por las circunstancias o ante la ausencia de otra alternativa laboral (4,5% de la población frente a 0,8%).

En el caso de los individuos que deciden abordar una iniciativa de carácter empresarial, como consecuencia de la explotación de una oportunidad de negocio, la encuesta a la población adulta sondea las motivaciones intrínsecas que les han llevado a ello, las cuales se sintetizan en los tres aspectos reflejados en la tabla II-2. En este sentido, los impulsos principalmente reconocidos en la

explotación de oportunidades se encuentran relacionados con el deseo de independencia, por encima de aspectos relacionados con los ingresos esperados, no encontrándose diferencias significativas con respecto a los motivos aducidos por los emprendedores del conjunto del territorio español.

Tabla II-2. Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades empresariales en la Comunidad Valenciana (% de respuestas obtenidas, 2005)

	En empresas "nacientes" (con menos de 3 meses)	En empresas "nuevas" (con entre 3 y 42 meses)	En la actividad emprendedora total (menor de 42 meses)
Independencia	55,1%	51,3%	52,9%
Aumentar ingresos	40,5%	35,3%	38,5%
Mantener ingresos actuales	4,4%	13,4%	8,6%

## II.2 El deseo de emprender y la idea de negocio

Adicionalmente, como complemento al análisis anterior, se han explorado también aspectos previos a la puesta en marcha de la actividad empresarial. En concreto, se ha analizado la relación de precedencia entre el deseo de emprender y la idea de negocio; esto es, si primero surgió la idea de un negocio concreto, antes de tomar la decisión de emprender, o en cambio, el individuo percibía su deseo de emprender, sin saber muy bien en qué tipo de actividad (tabla II-3). En este sentido, podríamos considerar bien "emprendedores genéricos" que deben encontrar una idea de negocio viable, o bien "emprendedores enfocados" ya hacia algún negocio concreto.

Tabla II-3. El deseo de emprender y la idea de negocio en la Comunidad Valenciana (% de población implicada en actividades empresariales, 2005)

	En empresas "nacientes" (con menos de 3 meses)	En empresas "nuevas" (con entre 3 y 42 meses)	En la actividad emprendedora total (menor de 42 meses)
La idea de negocio vino primero	45,4%	40,0%	43,0%
El deseo de emprender vino primero	15,2%	16,7%	15,9%
Ambas cosas fueron simultáneas	39,4%	43,3%	41,2%

La tabla II-3 apunta a que, en la Comunidad Valenciana, cerca de la mitad de los emprendedores tenían clara la idea de negocio antes de lanzarse a la creación de su empresa, mientras que tan sólo una sexta parte reconoce que sentía el deseo genérico de emprender antes de tener clara la orientación concreta de su iniciativa empresarial, situación que justifica, en parte, los porcentajes de población que emprende por oportunidad.



# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

## **III** **PERFIL** **SOCIOECONÓMICO** **DEL** **EMPREENDEDOR**



### III. PERFIL SOCIOECONÓMICO DEL EMPRENDEDOR

El presente capítulo se centra en la figura del emprendedor<sup>4</sup>, 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. Adicionalmente incorpora información acerca de aquellos empresarios cuyos negocios podemos considerar “consolidados” de acuerdo a la terminología adoptada por GEM, esto es, que llevan más de 42 meses en activo.

#### III.1 Distribución por género y edad

El estudio de la distribución por género de los emprendedores de la Comunidad Valenciana, pone de manifiesto que aproximadamente de cada diez individuos que han acometido iniciativas empresariales en la región, en los últimos 42 meses, siete son hombres (70,8%), y tres mujeres (29,2%). Esta situación será analizada en capítulos posteriores, de acuerdo al progresivo protagonismo que el estudio de la actividad emprendedora, desde una perspectiva de género, ha ido adquiriendo en los últimos años.

En lo que respecta a la edad, el emprendedor medio representativo de la Comunidad Valenciana crea su negocio a una edad que ronda los 38,8 años de promedio, situándose la edad media del emprendedor involucrado en actividades empresariales con menos de 42 meses de actividad, en los 40,3 años.

Al profundizar en los datos (tabla III-1), se observa que el mayor porcentaje de población (36,4%) implicada en actividades emprendedoras se sitúa

entre los 35 y 44 años, inmediatamente seguida por el grupo comprendido entre los 25 y 34 años (26,2%); en conjunto pues, encontramos que algo más del 60% 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.

Esta estructura de edades se mantiene en términos generales con respecto a los datos correspondientes a 2004, si bien se percibe que la edad promedio del emprendedor ha aumentado (de 36 a 40,3 años), aproximándose a la edad promedio del emprendedor español (41,6 años).

Tabla III-1. Emprendedores por rangos de edad en la Comunidad Valenciana (2005)

Rango de edad	Emprendedores (% sobre el total)	Emprendedores (% sobre el rango de edad)
18-24 años	6,2	4,3
25-34 años	26,2	7,4
35-44 años	36,4	8,5
45-54 años	14,9	3,8
55-65 años	16,3	3,9

La lectura de los datos en términos relativos, esto es, en función del porcentaje de población de cada uno de los segmentos de edad analizados que participa en actividades emprendedoras, ofrece una visión complementaria (tabla III-1). Así, los individuos que registran una mayor inmersión en el proceso emprendedor, son los situados en los “rangos intermedios” de edad (entre los 25 y los 44 años), mientras que fuera de estos rangos de

<sup>4</sup> De acuerdo con las definiciones GEM para “emprendedor” (figura I.1), nos referimos a individuos entre 18 y 65 años, inmersos en negocios “nacientes” y “nuevos”, es decir, inmersos en negocios con hasta 42 meses de funcionamiento.

<sup>5</sup> Edad media de los individuos involucrados en empresas “nacientes” (con menos de 3 meses de actividad).

<sup>6</sup> Dato proporcionado por el Informe GEM 2005 para España, elaborado por el Instituto de Empresa

edad, esta implicación en actividades empresariales se ve reducida sensiblemente hasta porcentajes que se sitúan alrededor del 4%.

El mismo tipo de análisis realizado sobre los emprendedores, puede realizarse también sobre los empresarios cuyos negocios pueden ser considerados como “consolidados” (tabla III-2), obteniendo en este caso, una edad promedio en torno a los 42,5 años, superior a la edad media del emprendedor cuyo negocio no ha alcanzado todavía esta etapa del proceso (la consideración de empresa “consolidada” se otorga, en el proyecto GEM, a aquella con más de 3,5 años de actividad en el mercado). Si ponemos este dato en comparación con el correspondiente a la edad media del empresario “consolidado” español (43,6), volvemos a encontrarnos, al igual que en el caso anterior, con una edad promedio ligeramente menor para la Comunidad Valenciana.

Tabla III-2. Edad del empresario con negocios consolidados en la Comunidad Valenciana (2005)

Rango de edad	Empresarios (% sobre el total)	Empresarios (% sobre el rango de edad)
18-24 años	7,4	9,1
25-34 años	23,2	11,8
35-44 años	21,4	9,0
45-54 años	27,7	12,7
55-65 años	20,4	8,9

### III.2 Distribución por nivel de estudios

De acuerdo con los datos reflejados en la figura III-1, el porcentaje de población implicada en la puesta en marcha de nuevos negocios en la Comunidad Valenciana, varía en función de su nivel de formación, apreciándose una mayor presencia relativa de grupos de individuos con mayor nivel de estudios entre los emprendedores.

De este modo, únicamente un 1,19% reconoce no poseer estudios, mientras que este porcentaje aumenta hasta el 28,05% para el caso de tener

cursada la “enseñanza obligatoria”. En el caso de los estudios inmediatamente posteriores a la “enseñanza obligatoria”, se obtiene un mayor porcentaje de emprendedores (31,02% repartido entre bachillerato y “ciclos formativos de FP”). Finalmente, los estudios universitarios aglutinan la mayor frecuencia de emprendedores, afirmando encontrarse en tal situación un 39,73% de los individuos implicados en la puesta en marcha y desarrollo de iniciativas empresariales “nacientes” y “nuevas”. En el caso de empresarios implicados en “actividades consolidadas” no se aprecian diferencias sustanciales respecto a esta situación, tal como puede observarse en la figura III-2.

Figura III-1. Nivel de estudios de los emprendedores en la Comunidad Valenciana (2005)

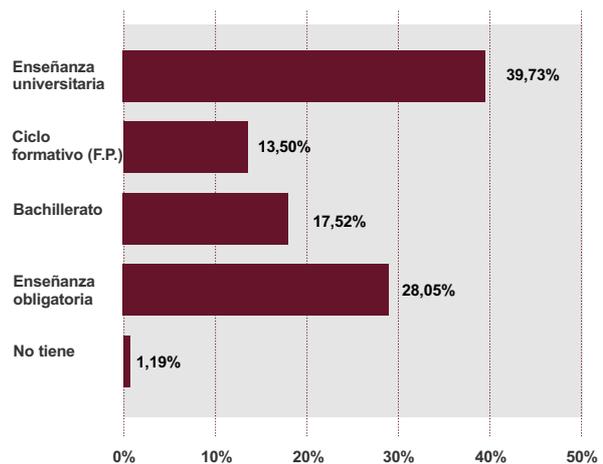
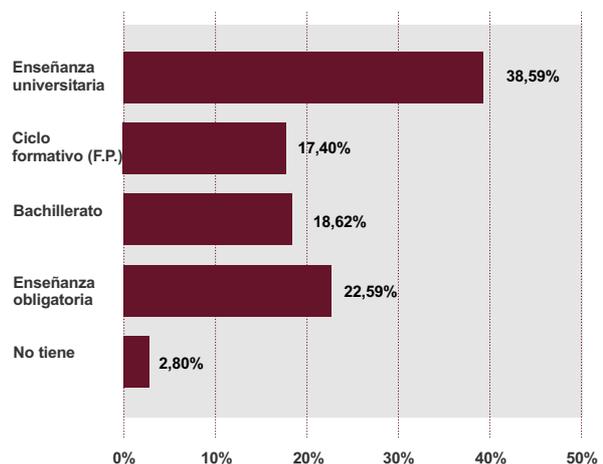


Figura III-2. Nivel de estudios de los empresarios “consolidados” en la Comunidad Valenciana (2005)



Estas distribuciones de emprendedores y empresarios consolidados por nivel de estudios reproducen, de forma general, lo que ocurre a nivel nacional. Además, muestran también una estructura similar a la detectada en la región en la edición 2004, con lo que podemos considerar que la situación se mantiene relativamente estable.

### III.3 Distribución por nivel de renta

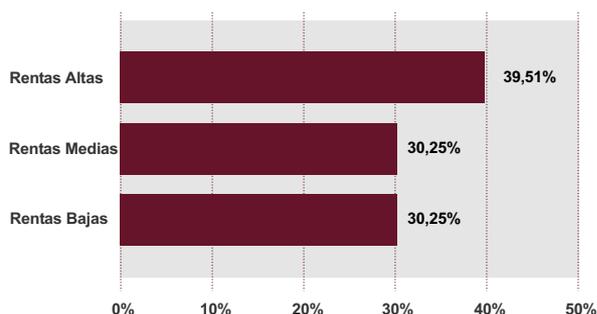
Para llevar a cabo el análisis del nivel de renta de los emprendedores, se ha segmentado ésta de acuerdo a los intervalos siguientes:

- Menor de 1.200 € (rentas bajas)
- Entre 1.200 y 1.800 € (rentas medias)
- Mayor de 1.800 € (rentas altas)

Para el caso de la Comunidad Valenciana (figura III-3) se observa una distribución de renta relativamente uniforme, ligeramente mayor (39,51%) en el tramo correspondiente a rentas altas frente a los otros dos tramos analizados.

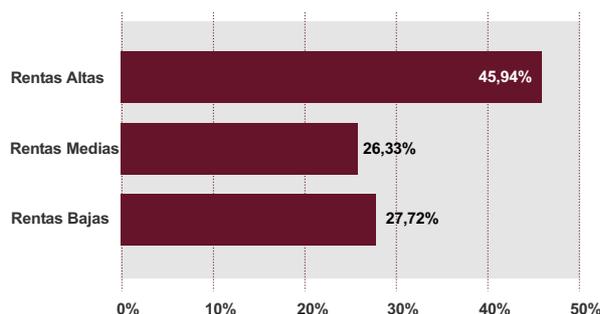
Esta situación mantiene algunas diferencias con respecto a la del territorio nacional, en el que se aprecia una ligazón más acentuada entre cantidad de ingresos y actividad emprendedora, de manera que el tramo correspondiente a rentas altas, aglutina, en España, al mayor porcentaje de emprendedores (54%).

Figura III-3. Nivel de renta de los emprendedores en la Comunidad Valenciana (2005)



Con respecto a los empresarios implicados en actividades “consolidadas” se aprecian algunas diferencias (figura III-4), situándose un mayor porcentaje de éstos en el tramo correspondiente a mayores rentas, a buen seguro, consecuencia de la “consolidación” de su actividad en el mercado.

Figura III-4. Nivel de renta de los empresarios “consolidados” en la Comunidad Valenciana (2005)



### III.4 Tipología de negocio

Para la caracterización de la tipología de negocio que crean los emprendedores de la Comunidad Valenciana, la metodología establecida para el proyecto GEM utiliza la clasificación de la tabla III-2, la cual se basa en el código estandarizado ISIC (Clasificación Internacional Industrial Universal de las Naciones Unidas).

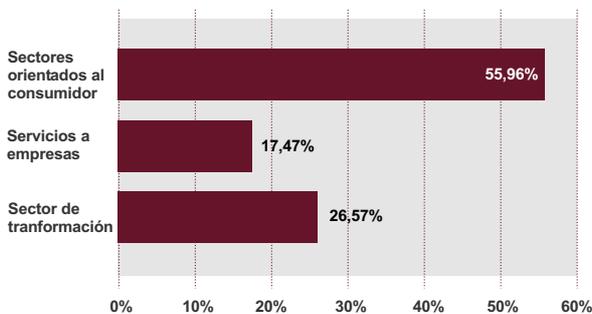
Tabla III-3. Clasificación de sectores de actividad

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

Siguiendo esta clasificación, las iniciativas emprendedoras llevadas a cabo en la Comunidad Valenciana (figura III-5) se pueden considerar

mayoritariamente como del sector “orientado al consumidor”, el cual concentra un 55,96% del total de actividades de negocio con menos de 42 meses de funcionamiento en la región; tras este grupo de actividades, se sitúan aquellas denominadas de “transformación”, con un 26,57% de las iniciativas; agrupando, finalmente, el sector dedicado al “servicio a empresas”, un 17,47% de las mismas. Esta situación reproduce, de manera general, la distribución de negocios correspondiente al conjunto del territorio nacional y se mantiene relativamente estable, en comparación con 2004.

**Figura III-5. Actividad emprendedora por sector económico en la Comunidad Valenciana (2005)**



### **III.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 ronda los 40 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, si bien la situación más frecuente se corresponde con la de titulado universitario. Finalmente, en cuanto a su nivel de renta, podríamos calificarlo como de renta media-alta.



# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

## **IV** **FINANCIACIÓN** **DE LA ACTIVIDAD** **EMPREDEDORA**



## IV. FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

La disposición de recursos económicos suficientes y adecuados para la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales es uno de los aspectos clave para su lanzamiento al mercado, por lo que la captación de esos recursos es uno de los principales hitos que tiene que superar todo emprendedor. Más aún si tenemos en cuenta que, aunque en la mayoría de las ocasiones, la financiación depende en primer lugar de sus recursos propios, también se hace necesario disponer de recursos proporcionados por fuentes de financiación externas.

En este sentido, el proyecto GEM analiza anualmente los principales aspectos relacionados con el proceso de financiación de las nuevas actividades empresariales. De este modo, las necesidades de financiación para la puesta en marcha de las actividades, y las fuentes -propias y ajenas- de las que provienen los fondos finalmente utilizados, constituyen los elementos centrales del análisis desarrollado en este capítulo.

Al igual que en anteriores ediciones, en el caso de las fuentes de financiación externas se analiza el papel de las entidades financieras, de las sociedades de capital riesgo -con potencial para involucrarse y participar en nuevos proyectos empresariales con alto potencial de crecimiento-, o de 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.

### IV.1 Necesidades y fuentes de financiación

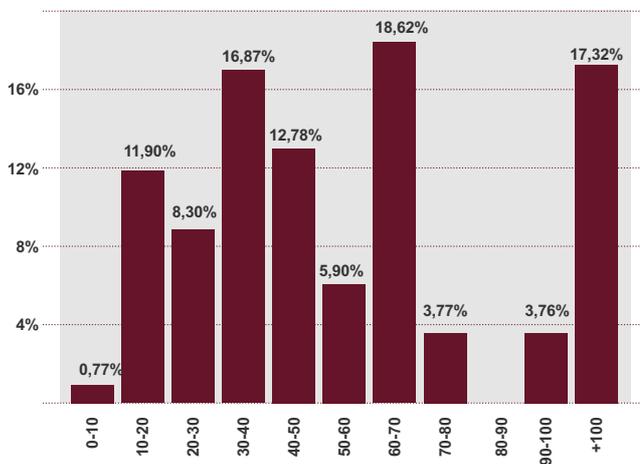
De acuerdo a los datos obtenidos de la encuesta a la población adulta (figura IV-1), el capital medio requerido por los individuos de la Comunidad Valenciana, implicados en 2005 en una actividad emprendedora con menos de 42 meses de funcionamiento, asciende a unos 58.000 euros. Esta cifra se mueve en los mismos parámetros que la correspondiente al dato promedio para el conjunto del territorio nacional (55.000 euros aproximadamente), y resulta ligeramente superior al obtenido en la región en 2004 (unos 50.000 euros).

El dato, en cualquier caso, debe ser interpretado con prudencia dada la dispersión de las frecuencias de respuesta en torno a esta cuestión en particular, pudiéndose observar una lectura más profunda del mismo en la figura IV-1. De hecho, en esta figura se puede apreciar un perfil de la distribución de las respuestas a esta cuestión, similar en términos generales al obtenido en 2004. Así, la cifra media comentada no se corresponde con la situación más frecuente, al estar influenciada por la presencia de iniciativas empresariales con amplias necesidades de capital.

En concreto, se puede observar como, al igual que en 2004, aproximadamente la mitad de los emprendedores (49,85%) prevén unas necesidades de capital entre los 10.000 y los 40.000 euros, tendiendo a concentrarse la frecuencia de las respuestas en torno al intervalo que oscila entre 30.000 y 40.000 euros, y disminuyendo para cantidades mayores de capital, si bien encontramos dos repuntes: el primero, coincidente con el intervalo que marca el umbral mínimo del capital fundacional para la constitución de una sociedad anónima (60.000-70.000 euros), en el que encontramos un

18,62% de las iniciativas, porcentaje sustancialmente superior al correspondiente a la situación registrada en 2004; y el segundo, para iniciativas que requieren cantidades superiores a 100.000 €, que aglutina a un 17,32%, reflejando la presencia de proyectos de mayor envergadura en cuanto a su tamaño, si medimos éste por el capital necesario para su puesta en marcha.

Figura IV-1. Capital total inicial requerido por el emprendedor de la Comunidad Valenciana (miles de euros requeridos por % de emprendedores, 2005)

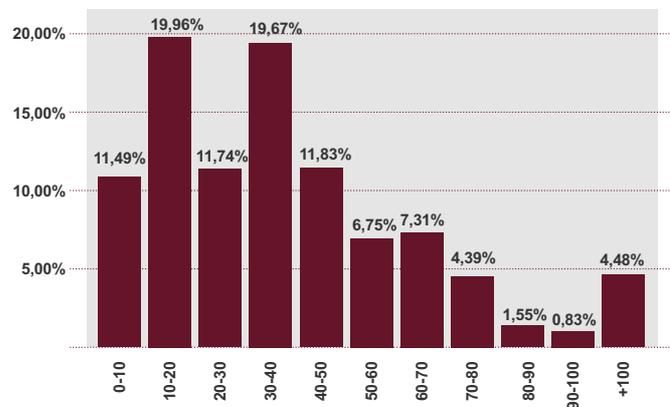


En cuanto al capital propio que los emprendedores esperan invertir en su negocio, éste asciende, en media, a unos 37.000 euros, correspondiendo a una situación superior a la registrada en el territorio nacional (31.000 euros aproximadamente) y en continuidad con los datos correspondientes a la Comunidad valenciana en 2004 (34.000 euros).

El análisis de las respuestas obtenidas muestra, en líneas generales, una tendencia de acuerdo con la cual cabe esperar menores porcentajes de individuos dispuestos a aportar grandes cantidades de fondos propios (figura IV-2). Así, las mayores frecuencias relativas de respuesta se encuentran en los intervalos que marcan cantidades inferiores aportadas por los propios emprendedores,

situándose prácticamente un 75% de los mismos en el amplio intervalo que supone aportaciones de hasta 50.000 euros. Se observa, de nuevo, un repunte en aquellas iniciativas en las que se esperan invertir más de 100.000 euros, quizás dejando constancia de la presencia de un grupo de individuos con recursos financieros suficientes para embarcarse en proyectos más ambiciosos.

Figura IV-2. Capital propio que espera invertir el emprendedor de la Comunidad Valenciana (miles de euros por % de emprendedores, 2005)



La financiación ajena supone la fuente complementaria a la autofinanciación, previamente analizada. La tabla IV-1<sup>7</sup> muestra la procedencia de estos fondos y su grado de uso por parte de los emprendedores de la región, y muestra una situación muy similar a la correspondiente a 2004. Así, el recurso a instituciones financieras sigue siendo la fuente más frecuentemente utilizada, declarando un 52,9% de los emprendedores haber recibido fondos de esta procedencia, situación que prácticamente replica la encontrada para el conjunto del territorio nacional.

Tras esta fuente de fondos encontramos, en segundo lugar, la financiación procedente del entorno familiar en sentido amplio, así como la financiación en forma de ayudas procedentes de

<sup>7</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.

los distintos programas gestionados por las Administraciones Públicas, la cual declaran haber empleado un 18,8% de los emprendedores de la región.

Finalmente, por lo que respecta al empleo del capital riesgo, al igual que en la pasada edición, su empleo sigue teniendo un uso tan incipiente en la región que no aparece reflejado en los datos obtenidos del trabajo de campo realizado.

**Tabla IV-1. Procedencia de la financiación ajena para la creación de nuevas empresas en la Comunidad Valenciana (% de emprendedores que han recibido fondos en 2005)**

	Familia directa	Otros relaciones familiares	Amigos y conocidos	Bancos / instit. Financieras	Ayudas de la Admín. Pública
	18,6%	5,9%	6,9%	52,9%	18,8%

### IV.2 Expectativas de recuperación de la inversión por parte del emprendedor

La práctica totalidad de los nuevos empresarios de la Comunidad Valenciana tiene unas expectativas sobre el capital invertido de, al menos, recuperar la inversión (91,6%). En concreto (tabla IV-2), 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 86,1%, mientras que un 6,5% creen que únicamente recuperarán la mitad de la inversión.

**Tabla IV-2. Expectativas de recuperación de la inversión por parte del emprendedor de la Comunidad Valenciana (2005)**

% de emprendedores	
No esperan recuperar la inversión	1,9%
Esperan recuperar la mitad de lo invertido	6,5%
Esperan recuperar lo invertido	5,5%
Esperan tener beneficios	86,1%

Por otro lado, y en cuanto al tiempo estimado de retorno, el 33,6% espera recuperar la inversión en un plazo no superior a un año, y el 43,4% en dos años (tabla IV-3).

**Tabla IV-3. Tiempo estimado de recuperación de la inversión por parte del emprendedor de la Comunidad Valenciana (2005)**

% de emprendedores que esperan recuperar la inversión	
Esperan recuperar lo invertido en menos de 6 meses	11,5%
Esperan recuperar lo invertido en un plazo de entre 6 y 12 meses	22,1%
Esperan recuperar lo invertido en un plazo de entre 1 y 2 años	43,4%
Esperan recuperar la inversión en un plazo superior a 2 años	23,0%

### IV.3 El perfil del inversor informal

Este apartado profundiza en las características del inversor informal en la Comunidad Valenciana, tratando de ofrecer una aproximación al perfil de los individuos implicados en la financiación de la puesta en marcha de negocios ajenos en los últimos tres años, a partir de la encuesta a la población adulta.

Así, de acuerdo a los datos obtenidos (tabla IV-4), aproximadamente el 3,5 % de la población adulta afirma haber actuado como inversor informal en los últimos tres años. La cifra media individual de inversión realizada alcanza prácticamente los 22.000 €.

**Tabla IV-4. La inversión informal en la Comunidad Valenciana (2005)**

% de inversores informales en la población mayor de 18 años	3,5 %
Inversión media realizada por el inversor informal	21.660 €

Desglosando los datos globales descritos anteriormente (tabla IV-5), se observa que algo más de 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 € (41,7%). Por encima de estas cantidades la mayor parte de los inversores no sobrepasan los 40.000 €.

Tabla IV-5. Inversión informal en la puesta en marcha de nuevas empresas en la Comunidad Valenciana (2005)

% de inversores que dedican...	
Hasta 10.000 €	12,3%
Entre 10.000 y 20.000 €	41,7%
Entre 20.000 y 40.000 €	31,9%
Más de 40.000 €	14,1%

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

- La edad media del inversor informal se sitúa en los 43,5 años.

- En relación a su percepción de buenas oportunidades de negocio en un entorno temporal de seis meses, un 46,9% valora esta cuestión positivamente, frente a un 38,1% que no; mientras que un 15% no tiene un criterio claro o no se pronuncia al respecto.
- La relación del inversor informal con el beneficiario de su inversión responde fundamentalmente a dos situaciones: relaciones “de familia” en un 57,2% de los casos (54,5%, “familia directa”); y vínculos de amistad o conocimiento en un 29,6%.
- 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.



# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

## **V** **OPORTUNIDADES, MOTIVACIONES Y CAPACIDADES EN LA POBLACIÓN**



## V. OPORTUNIDADES, MOTIVACIONES Y CAPACIDADES EN LA POBLACIÓN

En este capítulo se realiza un análisis y valoración sobre la percepción de oportunidades empresariales en la Comunidad Valenciana, así como sobre la motivación y la disposición de habilidades y conocimientos necesarios para emprender.

La información proporcionada tiene su origen en las dos fuentes fundamentales de información empleadas en el estudio: de un lado, la encuesta a la población adulta de la región; de otro, la información procedente de las opiniones de un grupo de 36 expertos regionales en el ámbito de la creación de empresas<sup>8</sup>, integrado por profesionales y empresarios, y que aporta una visión amplia en relación a los anteriores factores citados.

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

**Tabla V-1. 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>

De este modo, al igual que en anteriores ediciones, y a partir de ambas fuentes, se obtiene una doble visión, global y complementaria, acerca de la percepción de la existencia de oportunidades para

emprender; de la motivación de la población para acometer la explotación de dichas oportunidades transformándolas en iniciativas empresariales; y finalmente, la percepción de capacidades propias, en forma de habilidades y conocimientos, para llevar a cabo el proceso.

### V.1 Percepción de oportunidades para la creación de empresas

La percepción de oportunidades de negocio en el entorno es un aspecto previo importante en la toma de decisiones relacionadas con la creación empresarial. En este sentido, y en consonancia con los datos analizados en capítulos previos, sobre "emprendizaje por oportunidad", el 30,7% de la población adulta de la Comunidad Valenciana considera que existen buenas oportunidades para crear empresas en su ámbito geográfico, en un entorno temporal inmediato de seis meses<sup>9</sup> (tabla V-2). Este porcentaje es significativamente mayor que el correspondiente al conjunto del territorio español (27,8%), y en comparación con la situación correspondiente a 2004 en la región, nos encontramos con que aproximadamente un 4% más de la población considera que existen buenas oportunidades en el entorno.

**Tabla V-2. Evolución de la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana**

¿Existen buenas oportunidades para emprender un negocio en los próximos 6 meses? (% sobre población adulta)	2004	2005
Sí existen	26,5%	30,7%
No existen	46,5%	42,3%
No sabe / No contesta	27,0%	27,0%

<sup>8</sup> Este grupo de expertos ha sido creado "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.

<sup>9</sup> El trabajo de campo se realizó en junio de 2005, por lo que el citado porcentaje hace referencia a las oportunidades percibidas para emprender en el periodo comprendido entre julio y diciembre de 2005.

Por otro lado, la valoración que hacen los expertos regionales entrevistados acerca de la existencia de oportunidades, ofrece una serie de matices de carácter cualitativo complementarios a la opinión mostrada por la población (tabla V-3)<sup>10</sup>.

En este sentido, la opinión de los expertos no varía sustancialmente con respecto a su valoración en la pasada edición del informe. De hecho, aunque las valoraciones disminuyen ligeramente, los expertos siguen considerando que existen muchas y buenas oportunidades para la creación de empresas, así como una evolución positiva de las mismas en los últimos cinco años. Igualmente, los expertos siguen reconociendo el desaprovechamiento de muchas de estas oportunidades, por la necesidad de disponer de más emprendedores realmente preparados para acometer su explotación.

**Tabla V-3. Valoración de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana**

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005
En la Comunidad Valenciana existen muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,53	3,44
En la Comunidad Valenciana existen más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	3,11	3,06
En la Comunidad Valenciana las buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas han aumentado considerablemente en los últimos cinco años	3,75	3,46
En la Comunidad Valenciana es fácil dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,86	2,44
En la Comunidad Valenciana existen muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	3,00	2,64
Valoración global de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas <sup>11</sup>	3,22	3,08

## V.2 Factores de influencia en la motivación para emprender

Junto a la existencia de oportunidades en un territorio y la visión que de las mismas tiene la población, el desarrollo efectivo de la actividad

empresarial se ve influenciado, en un sentido amplio, por la percepción que tienen los potenciales emprendedores hacia la opción de convertirse en empresarios, y ésta a su vez, por una gran diversidad de factores económicos, socioculturales e institucionales.

Así, como se desprende de la encuesta a la población adulta (tabla V-4), el miedo al fracaso no supone un obstáculo para emprender en prácticamente la mitad de la población (49,1%), reconociéndose incluso que dicha actividad puede proporcionar un buen estatus social en caso de éxito (56,4%). En la misma línea, la población valora la actividad emprendedora como una buena opción profesional (64,8%).

**Tabla V-4. Evolución de factores de influencia en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana**

% sobre población adulta	2004	2005
La creación de empresa propia es una buena opción profesional	62,5%	64,8%
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	55,5%	49,1%
El éxito empresarial proporciona un buen estatus social	58,3%	56,4%

Con respecto a la opinión del grupo de expertos en relación a la valoración social del papel del emprendedor y su consecuente influencia en la motivación para convertirse en empresario, los expertos siguen considerando, en línea con las valoraciones correspondientes a la anterior edición del informe, 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. Sin embargo, desciende ligeramente su grado de acuerdo con la afirmación referida a que la población considere la posibilidad de convertirse en empresario como una opción profesional deseable (tabla V-5).

<sup>11</sup> La valoración global que realizan los expertos se debe entender como el valor obtenido mediante un análisis factorial que resume en una sola variable las cuestiones sobre financiación valoradas.

<sup>10</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).

**Tabla V-5. Factores que influyen en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos)**

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005
En la Comunidad Valenciana la creación de nuevas empresas está considerada como una forma adecuada de hacerse rico	3,37	3,11
En la Comunidad Valenciana la mayoría de la gente considera que convertirse en empresario es una opción profesional deseable	3,36	2,97
En la Comunidad Valenciana los empresarios que tienen éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social	3,86	3,72
En la Comunidad Valenciana es frecuente ver noticias en los medios de comunicación, sobre empresarios de éxito	3,66	3,36
En la Comunidad Valenciana la mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes e ingeniosos	3,36	3,50
Valoración global de aspectos relacionados con la motivación para emprender	3,52	3,45

### V.3 Percepción de capacidades para la creación de empresas

En relación con la percepción de las propias habilidades y conocimientos para la puesta en marcha de una nueva iniciativa empresarial (tabla V-6), el 47,9% de la población de la Comunidad Valenciana considera que posee suficientemente dichas capacidades, siendo estas percepciones muy similares a las encontradas en el conjunto del territorio español (46%).

**Tabla V-6. Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana**

% sobre población adulta	2004	2005
Percepción de capacidades (habilidades y conocimientos)	44,5%	47,9%

Por su parte, el grupo de expertos mantiene su visión caracterizada por la existencia de un amplio potencial de mejora (tabla V-7), ya reflejada en 2004, si bien sus valoraciones con respecto a las habilidades y conocimientos que tiene la población de la Comunidad Valenciana para emprender han disminuido ligeramente en conjunto.

**Tabla V-7. Valoración de habilidades y conocimientos para emprender en la Comunidad Valenciana**

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005
En la Comunidad Valenciana mucha gente posee una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio	3,14	2,78
En la Comunidad Valenciana mucha gente se encuentra capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa	2,92	2,69
En la Comunidad Valenciana mucha gente se encuentra capacitada para dirigir una pequeña empresa	2,89	2,66
En la Comunidad Valenciana mucha gente posee experiencia en la creación de nuevas empresas	2,58	2,58
En la Comunidad Valenciana la mayoría de la gente considera que crear una nueva empresa o un negocio de rápido crecimiento es fácil	2,58	2,31
Valoración global de aspectos relacionados con conocimientos y habilidades para emprender	2,81	2,61





# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

## **VI** **MUJER Y** **CREACIÓN DE** **EMPRESAS**



## VI. MUJER Y CREACIÓN DE EMPRESAS

Entre los distintos elementos analizados en los capítulos anteriores en relación a la actividad emprendedora desarrollada por la población adulta, su caracterización en función del género recibe una atención especial en el marco del proyecto GEM, dada su relevancia en el contexto socioeconómico actual.

Así, en este capítulo se aborda su análisis estudiando una serie de facetas de la actividad de creación de empresas, desarrollada por la mujer de la Comunidad Valenciana, dentro de los parámetros del presente estudio.

### VI.1 Participación de la mujer en la actividad emprendedora

A tenor de los datos recogidos en la encuesta a la población adulta en la Comunidad Valenciana, la participación de la mujer en actividades de carácter emprendedor (iniciativas desarrolladas y puestas en marcha en los 42 meses anteriores al momento de la encuesta) sigue siendo inferior a la correspondiente a los hombres; en concreto, los datos indican que un 3,4% de las mujeres de la región, con edad entre 18 y 65 años, se encuentran implicadas en nuevas iniciativas empresariales, mientras que este porcentaje asciende hasta el 8,1%, en el caso de varones.

Dado que la población adulta de la Comunidad Valenciana se distribuye prácticamente por igual, entre hombres y mujeres, la información anterior supone que la actividad emprendedora es desarrollada en menor medida por la mujer. En concreto, de este análisis se extrae que aproximadamente el 29% de la población implicada en negocios con menos de 42 meses de actividad, son mujeres; esto es, que de cada 10 individuos que se encuentran desarrollando una actividad emprendedora en la región, aproximadamente 7 serán hombres y 3 mujeres.

Tabla VI-1. Actividad emprendedora registrada por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005)

Porcentaje sobre la población adulta por género	Hombres	Mujeres
Actividad emprendedora (con hasta 42 meses de funcionamiento)	8,1%	3,4%

El análisis anterior apunta hacia una disminución del colectivo femenino en iniciativas empresariales, respecto a la situación recogida en la región en 2004 (3,7%). Así mismo, si ponemos estos datos en comparación con los recogidos para el conjunto del territorio nacional (4,2% en 2005), encontramos una menor participación porcentual relativa en la Comunidad Valenciana.

Adicionalmente a esta menor participación de la mujer en la actividad emprendedora, cabe indicar la circunstancia de la mayor edad promedio con que las mujeres se incorporan a la misma (41,2 años), respecto a los hombres (37,9), no existiendo diferencias remarcables en otros aspectos socioeconómicos.

### VI.2 Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género

En este apartado se analizan diversas percepciones de la población en relación a la actividad emprendedora, diferenciando por género, bajo la suposición de que dichas percepciones ejercen influencia en la propensión a emprender de los individuos, de acuerdo con diversas investigaciones. En concreto, se revisan bajo esta perspectiva de género la percepción de oportunidades para emprender, diversos elementos en relación a la motivación y la percepción de las propias capacidades para desarrollar una iniciativa empresarial, (tabla VI-2)

ya analizadas para la población general anteriormente en este informe.

**Tabla VI-2. Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender en la Comunidad Valenciana bajo una perspectiva de género (2005)**

Existencia de buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista (% sobre población adulta por género)	Hombre	Mujer
Si existen	35,6%	25,6%
No existen	39,4%	45,3%
No sabe / No contesta	25,0%	29,1%

Factores de influencia en la motivación para emprender (% sobre población adulta por género)	Hombre	Mujer
La creación de empresa propia es una buena opción profesional	65,5%	64,1%
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	54,4%	43,5%
El éxito empresarial proporciona un buen estatus social	56,4%	56,4%

Percepción de capacidades para la creación de empresas (% sobre población adulta por género)	Hombre	Mujer
Percepción de capacidades (habilidades y conocimientos)	52,8%	42,7%

De la tabla VI-2, se desprende, en primer lugar, que las mujeres de la población adulta de la región perciben, en menor medida que los hombres (25,6% frente a 35,6%), buenas oportunidades de negocio en un entorno temporal de seis meses respecto al momento de la encuesta.

En cuanto a los elementos relacionados con la motivación para emprender, se obtienen resultados similares para hombres y mujeres en su valoración de la actividad empresarial como buena opción profesional (en torno a dos tercios de los encuestados en ambos casos), y en relación al estatus social que proporciona el éxito en los negocios (56,4%); sin embargo, se aprecian diferencias en cuanto al freno que supone a la iniciativa el hecho de poder fracasar en la misma, que representa un obstáculo para un mayor porcentaje de mujeres (56,5%) que de hombres (45,6%).

Finalmente, y respecto a la percepción que los individuos tienen de sus propias capacidades, entendidas como habilidades y conocimientos necesarios para llevar a cabo el desarrollo y puesta en marcha de una iniciativa empresarial, encontramos que el porcentaje de mujeres que creen estar en posesión de las mismas, es también inferior al porcentaje de hombres que reconocen dicha circunstancia (42,7% frente a 52,8%).

### VI.3 Mujer emprendedora y entorno sociocultural

En relación a los elementos anteriormente analizados, la visión obtenida a partir de la encuesta a la población adulta se complementa en esta sección con la valoración realizada por el grupo de expertos, ya introducido en el capítulo V, de algunos aspectos relacionados con la presencia de oportunidades empresariales, capacidades para emprender, así como ciertos apoyos de carácter social y cultural relacionados.

En este sentido, la opinión de los expertos (tabla VI-3) aporta una valoración similar, en términos generales, a la emitida en la edición de 2004. Así, el aspecto mejor valorado es el referente a la posesión de las capacidades necesarias para poner en marcha una iniciativa empresarial, mereciendo también una opinión positiva los aspectos relacionados con la igualdad en el acceso a las buenas oportunidades de negocio, la aceptación de la actividad emprendedora como alternativa profesional en el caso de la mujer, o el fomento de la misma entre este colectivo. Sigue manteniéndose como aspecto valorado negativamente el relativo a la existencia de apoyos que faciliten la conciliación de la vida familiar y laboral.

<sup>12</sup> Entendida como el valor obtenido mediante un análisis factorial que resume en una sola variable las cuestiones sobre mujer y creación de empresas valoradas por los expertos

Tabla VI-3. Aspectos relacionados con el entorno sociocultural de la mujer emprendedora en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005
En la Comunidad Valenciana las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres	4,17	4,33
En la Comunidad Valenciana las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres	3,40	3,31
En la Comunidad Valenciana crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer	3,28	3,19
En la Comunidad Valenciana se fomenta entre las mujeres el autoempleo o la creación de empresas	3,14	3,06
En la Comunidad Valenciana existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso después de haber formado una familia	2,36	2,17
Valoración global de aspectos relacionados con la motivación para emprender <sup>12</sup>	3,24	3,29





# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

## **VII** **ACTIVIDAD** **EMPREDEDORA** **Y EMPLEO**



## VII. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y EMPLEO

Entre los fines que persigue el proyecto GEM se encuentra analizar las repercusiones de la actividad emprendedora sobre el crecimiento económico del territorio. En este sentido, un elemento de interés para el análisis, dados sus efectos de carácter social, más allá de lo puramente económico, es el impacto de las iniciativas empresariales sobre la generación de empleo en el espacio económico que las ve nacer.

En este contexto, el presente capítulo analiza la dimensión presente de las actividades en que se ven involucrados los emprendedores de nuestra región en los inicios de su andadura empresarial, en base al número de empleos que están generando en la actualidad. Además, se indaga acerca de las expectativas de crecimiento de las iniciativas emprendedoras de acuerdo a las necesidades esperadas de recursos humanos a cinco años vista.

### VII.1 Dimensión y empleo generado

Este primer apartado centra su análisis en la dimensión de las actividades empresariales “nacientes” y “nuevas” en que se ven implicados los emprendedores de la Comunidad Valenciana. En este sentido, las iniciativas analizadas se clasifican en microempresas, pequeñas y medianas empresas, de acuerdo a los criterios definitorios de Pyme, desde el punto de vista de número de empleados, según recomendación por la Comisión Europea desde enero de 2005, propuestos al efecto de unificar los criterios de clasificación de las actividades empresariales en el seno de la Unión Europea (tabla VII-1).

La caracterización de la dimensión de las empresas de nuestra región, de acuerdo con los criterios clasificatorios anteriores, revela el pequeño tamaño que caracteriza las nuevas iniciativas emprendedoras valencianas.

Tabla VII-1. Clasificación de Pyme recomendada por la Comisión Europea (según número de empleados)

Tipo de empresa	Trabajadores
Microempresa	Menos de 10
Pequeña empresa	Entre 10 y 49
Mediana empresa	Entre 50 y 249

Así, de acuerdo al criterio “número de empleos”, en el momento de la entrevista, e incluyendo al propio emprendedor, encontramos que entre las actividades empresariales llevadas a cabo en los últimos 42 meses, la práctica totalidad de las mismas se sitúa en el tramo que las define como micro y pequeñas empresas, con unos porcentajes respectivos en torno al 91% y al 9% respectivamente (tabla VII-2).

Tabla VII-2. Distribución de las actividades emprendedoras en cada fase por su tramo de número actual de empleados (2005)

Tramos de empleo	Emprendedores en empresas nacientes y nuevas
Menos de 10 empleados	91,0%
Entre 10 y 49 empleados	9,0%

Siendo válidos, a efectos clasificatorios, los datos anteriores acerca de empleo generado por las iniciativas empresariales de la población adulta, y dada la mayoritaria concentración de los mismos, prácticamente en un único tramo de tamaño empresarial, se hace necesario un mayor detalle.

Así, en la figura VII-1 se observa que un 13,9% de los emprendedores con menos de 42 meses en el mercado, se encuentra desarrollando una iniciativa empresarial que no ha generado más empleo que el suyo propio, mientras que la mayoría, un 61,7% ha generado entre 1 y 5 empleos.

<sup>13</sup> Recomendación de la Comisión de 6 de mayo de 2003 sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas (2003/361/CE), publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea L 124 de 20.5.2003. Esta nueva clasificación entró en vigor a partir del 1 de enero de 2005, sustituyendo a la Recomendación 96/280/CE.

Figura VII-1. Dimensión de empleo actual en empresas nacientes y nuevas de la Comunidad Valenciana (2005, sin incluir a los socios emprendedores)

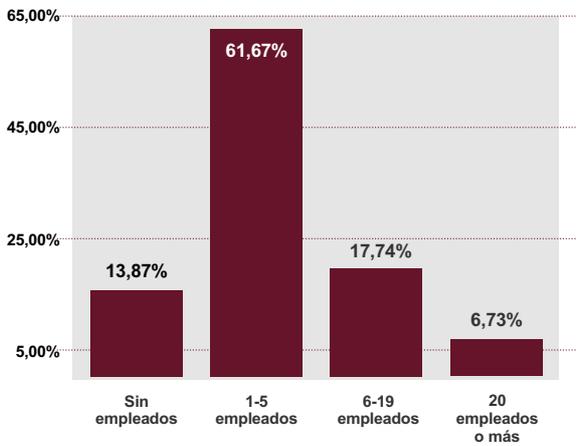
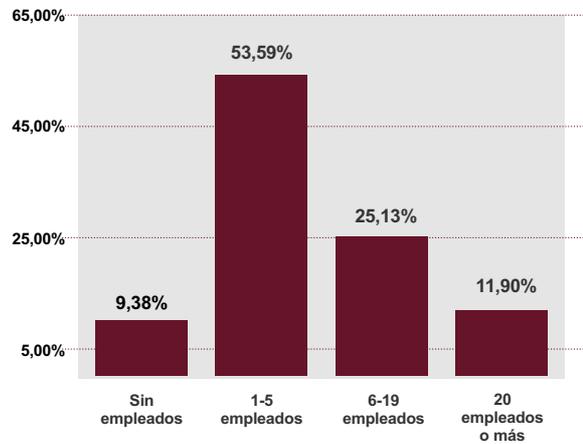


Figura VII-2. Expectativas de necesidades de recursos humanos en las empresas nacientes y nuevas de la Comunidad Valenciana (2005, sin incluir a socios emprendedores y con un horizonte temporal de 5 años)



## VII.2 Expectativas de necesidad de recursos humanos a cinco años vista

En relación a las previsiones de generación de empleo a largo plazo, por parte de las iniciativas emprendedoras llevadas a cabo en los últimos 42 meses<sup>14</sup>, la encuesta GEM a la población adulta proporciona una estimación de las expectativas de necesidad de recursos humanos para un horizonte temporal de cinco años (figura VII-2). En función de las respuestas obtenidas de los emprendedores encuestados, se estima que éstos esperan un incremento total de sus recursos humanos que va desde los 6,3 trabajadores de media actual a los 8,6 que, por término medio, esperan necesitar a cinco años vista.

Del análisis conjunto de datos de este capítulo (figuras VII-1 y VII-2), se puede observar unas expectativas de crecimiento, por parte de los emprendedores, que situaría sus necesidades de recursos humanos, a cinco años vista, en:

- **Menos de 5 empleados:** para el 63% de emprendedores, frente al 75,5% que se encuentra con estas necesidades actualmente.
- **Entre 6 y 19 empleados:** para el 25 %, frente al 17,7% actual.
- **Más de 20 empleados:** para prácticamente el 12%, frente al 6,7% que ya alcanza esta cifra en la actualidad.

<sup>14</sup> Se trata de expectativas de generación de nuevos empleos por parte del 5,8% de la población adulta de la Comunidad Valenciana que afirma encontrarse desarrollando una actividad emprendedora desde hace menos de 42 meses, por lo que estos datos no deben considerarse como estimaciones totales de generación de empleo en la Comunidad Valenciana



# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

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



## VIII. CONDICIONES ESPECÍFICAS DE ENTORNO

El presente capítulo recoge un análisis acerca del estado de aquellos elementos o condiciones de entorno que, en el marco del proyecto GEM, se asume pueden tener una mayor repercusión sobre las percepciones, motivaciones, creencias, conocimientos y actitudes de los potenciales emprendedores, y sobre la actividad emprendedora en general.

En este sentido, los factores o variables consideradas son las siguientes:

**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.

Metodológicamente 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 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>

Conviene tener en cuenta que los expertos proceden tanto del mundo empresarial (empresarios, representantes de asociaciones empresariales, etc.) como de la Administración Pública (administración local y 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 de financiación	4
Expertos de educación y formación	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 campos de actuación en los que se podría incidir 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>15</sup>, que permite la comparación con el resto de regiones participantes en la actual edición del proyecto GEM (capítulo IX);
- en segundo lugar, se realiza una aproximación de carácter global al entorno en el que se desenvuelven los emprendedores, a través de una síntesis de los factores analizados anteriormente;
- y 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.

### VIII.1 Apoyo financiero

Al igual que se detectaba en 2004, los expertos consideran que el apoyo financiero al emprendedor en los momentos iniciales de su actividad empresarial sigue siendo uno de los aspectos más preocupantes, si bien, la valoración global otorgada a este aspecto ha mejorado ligeramente con respecto al año anterior (tabla VIII-3).

En general, las valoraciones han mejorado ligeramente, si bien siguen siendo negativas en todos los casos. De nuevo, el acceso a fuentes financieras procedentes de inversores privados, la oferta de capital riesgo y las posibilidades de salida a bolsa merecen las valoraciones más bajas. Por su parte, también las valoraciones correspondientes a las fuentes de financiación propia y subvenciones públicas disponibles, mejoran ligeramente, aunque siguen sin ser consideradas suficientes para atender las necesidades de los emprendedores.

<sup>15</sup> Entendida como el valor obtenido mediante un análisis factorial que resume en una sola variable las cuestiones sobre financiación valoradas por los expertos

Tabla VIII-3. Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial en la Comunidad Valenciana

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005
En la Comunidad Valenciana existen suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento	2,42	2,54
En la Comunidad Valenciana existen suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento	2,58	2,94
En la Comunidad Valenciana existen suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento	2,53	2,66
En la Comunidad Valenciana existen suficiente financiación disponible de inversores privados distintos de los fundadores para las empresas nuevas y en crecimiento	1,94	2,25
En la Comunidad Valenciana existe una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento	1,82	2,09
En la Comunidad Valenciana existe suficiente financiación disponible a través de la salida a bolsa ajena para las empresas nuevas y en crecimiento	1,78	1,93
Valoración global del apoyo financiero	2,15	2,41

## VIII.2 Políticas públicas

En la tabla VIII-4 se detalla la valoración realizada por los expertos respecto a la incidencia de las políticas de apoyo a la creación de empresas, desde distintos ámbitos de la Administración. En este sentido, se aprecia un aumento generalizado de las valoraciones de los expertos, si bien de manera muy ligera, por lo que sigue existiendo un amplio potencial de mejora en este ámbito.

En concreto, los dos aspectos que merecen una valoración menor por parte de los expertos, siguen siendo los referentes a que las políticas públicas actuales favorezcan de un modo claro las nuevas iniciativas empresariales, y el referente a la posibilidad de realizar los trámites administrativos y legales ágilmente. Por otro lado, merece la pena destacar la consideración de los expertos al apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento desde la administración autonómica, que aún siendo mejorable, es el aspecto mejor valorado, junto a otros aspectos de carácter más operativo, como el que juzga la coherencia en la articulación de impuestos, tasas y regulaciones sobre la propia creación empresarial.

Con todo, la valoración global se ha desagregado 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). Tanto en lo que se refiere a las políticas públicas de apoyo, como a la facilidad y rapidez de los trámites en su conjunto, las valoraciones globales han mejorado ligeramente, pero siguen siendo aspectos sobre los que los expertos consideran que se debe seguir incidiendo, tanto desde el punto de vista estatal, como autonómico.

Tabla VIII-4. Evaluación de las políticas públicas de apoyo a nuevas empresas en la Comunidad Valenciana

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005
En la Comunidad Valenciana las políticas públicas favorecen claramente a las empresas de nueva creación	2,22	2,54
En la Comunidad Valenciana el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en las políticas del gobierno estatal	2,97	2,89
En la Comunidad Valenciana el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en las políticas de la administración autonómica	2,94	3,17
En la Comunidad Valenciana las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana	2,59	2,29
En la Comunidad Valenciana los impuestos y tasas no constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general	2,83	2,89
En la Comunidad Valenciana los impuestos, tasas y otras regulaciones públicas sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente	2,97	3,21
En la Comunidad Valenciana las políticas públicas de fomento y ayuda a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivas	2,77	2,83
Valoración global de las políticas públicas: políticas de apoyo	2,73	2,89
Valoración global de las políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	2,79	2,83

**VIII.3 Programas públicos de apoyo**

La valoración global de los expertos, referente a los programas públicos de apoyo a la creación y desarrollo de nuevas empresas (tabla VIII-5) disminuye ligeramente en su conjunto. Esta disminución es consecuencia, fundamentalmente, de las menores valoraciones otorgadas a todos los aspectos tratados (con la excepción de la relativa a la posible contribución de los parques científicos y tecnológicos).

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.

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

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005
En la Comunidad Valenciana puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas públicas a la creación y al crecimiento de nuevas empresas, contactando con un solo organismo público	3,51	3,37
En la Comunidad Valenciana existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas	3,00	2,89
En la Comunidad Valenciana los profesionales que trabajan en las entidades públicas de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas, son competentes y eficaces	3,23	3,12
En la Comunidad Valenciana casi todo el que necesita ayuda de un programa público para crear o consolidar una empresa puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades	2,69	2,37
En la Comunidad Valenciana los programas públicos que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos	2,74	2,74
En la Comunidad Valenciana los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento	2,67	3,50
Valoración global de los programas públicos	3,13	2,98

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-6 y VIII-7.

En lo que respecta al uso de programas de ayuda y servicios de asesoramiento a la creación de empresas, la tabla VIII-6 refleja los porcentajes de población que ha participado en la creación de empresas y que ha hecho uso de estos programas y servicios, observándose en general, un mayor empleo de programas gestionados por organismos de carácter público, y de servicios de entidades financieras, en especial, bancos y cajas de ahorro.

**Tabla VIII-6. Uso de programas de ayuda y servicios de asesoramiento a la creación de empresas (Comunidad Valenciana, 2005)**

% de población que ha creado empresas con la ayuda de...	2005
Entidades financieras y de capital riesgo	25,9%
Instituciones y organismos públicos (nacionales y regionales)	22,2%
Cámaras de Comercio	14,0%
Ayuntamientos y Agencias de desarrollo local	13,4%
Consultoras y otras empresas de servicios	12,1%
Asociaciones empresariales	10,3%
Universidades, Parques científicos y Centros tecnológicos	6,0%

Por su parte, en la tabla VIII-7 se muestra el tipo de ayuda y/o asesoramiento recibido. Fundamentalmente, esta ayuda se centra en la financiación para la puesta en marcha y supervivencia inicial de la empresa, así como en el asesoramiento ligado a aspectos funcionales y operativos, es decir, relacionado con trámites burocráticos, con el proceso constitutivo y con aspectos de carácter jurídico. En contraste a estos aspectos, destaca sin embargo, cómo servicios y ayudas más relacionadas con lo que podríamos calificar de índole estratégico, son requeridos en menor medida por los emprendedores. Así, aspectos tan cruciales en la

planificación inicial de todo negocio, como la elaboración del plan de empresa, la validación de la idea o el análisis del producto y del mercado en el que se va a competir, no constituyen el eje central de las ayudas y asesoramientos recibidos.

**Tabla VIII-7. Tipología de ayudas y asesoramiento recibido en la creación de empresas (Comunidad Valenciana, 2005)**

% de población que ha creado empresas con ayuda en...	2005
Financiación	22,9%
Proceso de constitución y trámites administrativos	20,9%
Asesoramiento jurídico	20,6%
Subvenciones públicas	15,5%
Elaboración Plan de Empresa	14,7%
Orientación y análisis de la idea empresarial	12,8%
Formación	12,7%
Asesoramiento y servicios relacionados con I+D+i	9,0%
Análisis de mercado y producto	7,2%

#### VIII.4 Educación y formación

La valoración otorgada por los expertos a la situación de la educación y formación en relación a la creación de empresas (tabla VIII-8), sigue siendo bastante negativa, disminuyendo además, ligeramente en su conjunto, con respecto a la valoración obtenida en la pasada edición.

Esto es, a juicio de los expertos, sigue sin prestarse la atención requerida a la formación en temas relacionados con la creación y gestión empresarial, manifestándose esta necesidad más claramente, en los niveles educativos inferiores. Así mismo, en la misma línea que en 2004, la mayoría de los expertos 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.

**Tabla VIII-8. Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana**

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005
En la Comunidad Valenciana, en la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal	1,94	1,72
En la Comunidad Valenciana, en la enseñanza primaria y secundaria, se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de la economía de mercado	2,24	1,74
En la Comunidad Valenciana, en la enseñanza primaria y secundaria, se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas	1,89	1,69
En la Comunidad Valenciana, la formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas	3,03	2,43
En la Comunidad Valenciana, los sistemas de formación profesional y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas	2,86	2,83
En la Comunidad Valenciana, las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas	2,58	2,92
Valoración global de la educación y la formación: primaria y secundaria	2,01	1,70
Valoración global de la educación y la formación: post-secundaria	2,82	2,75

#### VIII.5 Transferencia tecnológica

Los aspectos relativos a la transferencia de tecnología e I+D siguen suponiendo, junto a los referidos al apoyo financiero y a la educación y formación, los aspectos que más hay que tratar de mejorar, ya que presentan las valoraciones más bajas (tabla VIII-9).

De hecho, en este elemento, las valoraciones de todos los aspectos analizados han disminuido ligeramente. Continúa siendo el mejor considerado el referente a las posibilidades que ofrecen la ciencia y la tecnología para la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global, junto con el referente a la dificultad de acceso a nueva tecnología.

Así mismo, sigue siendo necesario, a juicio de los expertos, fomentar 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.

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

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005
En la Comunidad Valenciana, las nuevas tecnologías, la ciencia, y otros conocimientos, se transfieren de forma eficiente desde las universidades y los centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento	2,47	2,39
En la Comunidad Valenciana, las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas	2,74	2,56
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías	2,14	1,67
En la Comunidad Valenciana, las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas	2,31	2,19
En la Comunidad Valenciana, la ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global	2,94	2,57
En la Comunidad Valenciana existe el apoyo suficiente para que los científicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de nuevas empresas	2,31	2,22
Valoración global de la transferencia tecnológica	2,49	2,29

### VIII.6 Acceso a infraestructura comercial y profesional

En lo que se refiere al acceso a la infraestructura comercial y profesional de las empresas nuevas y en crecimiento (tabla VIII-10), podemos entender, de la valoración de los expertos, que la situación se mantiene similar a la detectada en la anterior edición del informe, con ligeras matizaciones.

De este modo, las valoraciones de los diferentes aspectos incluidos en este apartado han descendido ligeramente, manteniéndose la valoración positiva respecto a la dotación de distintos tipos de servicios a empresas. Así pues, se considera que la oferta es suficiente, sin embargo se la reconoce como relativamente accesible y con un coste mayor del deseable.

Tabla VIII-10. Evaluación del acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005
En la Comunidad Valenciana existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento	3,69	3,37
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores	2,49	2,24
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas	3,23	2,74
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal	3,56	3,34
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios	3,53	3,31
Valoración global de la infraestructura comercial y profesional	3,29	3,01

### VIII.7 Apertura y comportamiento del mercado interno

En este apartado se valoran, respecto al mercado interior, tanto la velocidad de los cambios que se producen en el mismo, como la existencia de barreras de entrada. A juicio de los expertos, estos elementos se mantienen en una situación similar a la percibida en 2004, si bien con ligeras disminuciones en las valoraciones de determinados factores (tabla VIII-11).

Fundamentalmente esas disminuciones se centran en las posibilidades de entrar en nuevos mercados y en la existencia de barreras de entrada en el mercado interior para las nuevas empresas.

En lo que se refiere a la dinámica de cambio que se produce en los mercados, los expertos consideran, en general, que sigue sin detectarse una excesiva volatilidad ni en los sectores que atienden al consumidor ni en los de servicios para empresas y profesionales.

Tabla VIII-11. Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005
En la Comunidad Valenciana los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,47	2,52
En la Comunidad Valenciana los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,47	2,50
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados	2,61	2,32
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado	2,50	2,33
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas	3,18	2,87
En la Comunidad Valenciana la legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir	3,41	3,14
Valoración global de la apertura y comportamiento del mercado interno: velocidad de los cambios	2,47	2,50
Valoración global de la apertura y comportamiento del mercado interno: apertura del mercado interno	2,83	2,63

### VIII.8 Acceso a infraestructura física para nuevas empresas

Al igual que ocurría en la anterior edición del informe, 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 tabla VIII-12, lo cual, por otra parte, se corresponde con lo que podemos considerar como situación normal en territorios con un cierto grado de desarrollo.

Las valoraciones de los expertos a los distintos aspectos analizados en este apartado, prácticamente se mantienen sin cambios, por lo que sigue considerándose positiva la dotación de infraestructuras de que dispone la Comunidad Valenciana, así como el plazo de tiempo, relativamente ágil, en el que una empresa puede contar con acceso a distintos servicios, tanto de carácter básico (gas, agua, electricidad, etc.), como de telecomunicaciones.

Tabla VIII-12. Evaluación del acceso a infraestructuras físicas en la Comunidad Valenciana

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005
En la Comunidad Valenciana no es excesivamente caro para una empresa nueva o en crecimiento acceder a sistemas de comunicación (teléfono, Internet, etc.)	3,67	3,64
En la Comunidad Valenciana una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana (teléfono, Internet, etc.)	3,48	3,48
En la Comunidad Valenciana una empresa nueva o en crecimiento puede afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.)	3,85	3,97
En la Comunidad Valenciana una empresa nueva o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.) en aproximadamente un mes	3,94	3,77
En la Comunidad Valenciana las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento	3,67	3,36
Valoración global del acceso a infraestructura física	3,73	3,78

### VIII.9 Normas sociales y culturales

La influencia de las normas sociales y culturales existentes en la Comunidad Valenciana, sobre la creación de empresas, analizada a través de la valoración de los expertos sobre una serie de afirmaciones relacionadas, puede observarse en la tabla VIII-13.

En relación a este apartado, las valoraciones de los expertos consultados han disminuido en todos los aspectos tratados, si bien de manera ligera, por lo que se mantiene el sentido del análisis efectuado en la anterior edición: 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. En cambio, la creatividad, la innovación o la asunción del riesgo empresarial son aspectos sobre los que habría que actuar para facilitar su estímulo.

Tabla VIII-13. Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005
En la Comunidad Valenciana las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito conseguido a través del esfuerzo personal	3,61	3,28
En la Comunidad Valenciana las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal	3,33	2,92
En la Comunidad Valenciana las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial	2,97	2,58
En la Comunidad Valenciana las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación	2,92	2,75
En la Comunidad Valenciana las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida	3,47	3,03
Valoración global de las normas sociales y culturales	3,25	2,91

VIII.10 Valoración global del entorno

En 2005, la valoración global otorgada por los expertos a cada una de las condiciones de entorno estudiadas (figura VIII-1) muestra una situación con escasos cambios, con respecto a 2004, tal como ha sido reflejado en el análisis pormenorizado anterior.

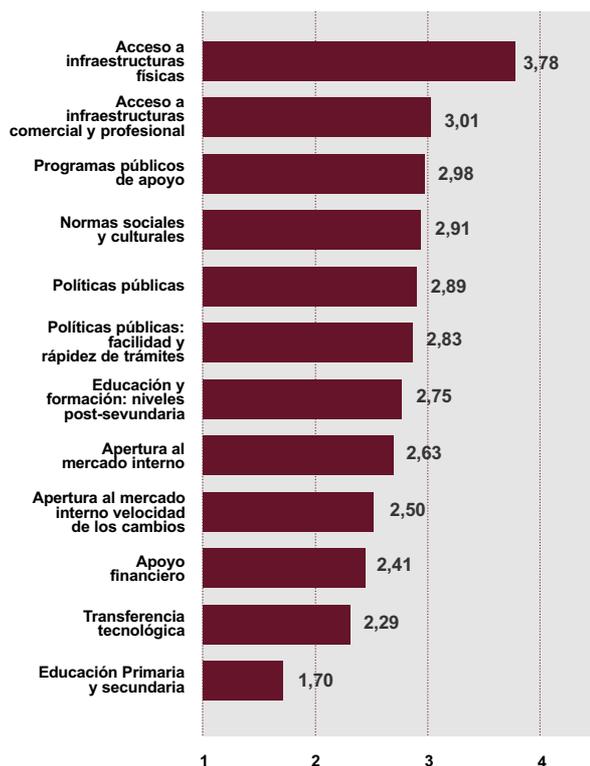
A modo de resumen, se pueden reseñar los siguientes aspectos destacables:

- Sólo dos de los factores analizados han recibido una valoración global positiva por parte de los expertos, son los relacionados con el acceso a la infraestructura física y de carácter comercial, si bien su valoración disminuye ligeramente con respecto a 2004. Les siguen los relacionados con la influencia de los programas y políticas, así como los ligados a las normas sociales y culturales, todos ellos, también, con una valoración inferior a la otorgada en 2004.
- Los aspectos sobre los que hay que se debe prestar más atención, a juicio de los

expertos, siguen siendo, fundamentalmente, los relacionados con el apoyo al desarrollo del espíritu emprendedor desde los niveles educativos básicos, la financiación disponible por los emprendedores y la apertura del mercado en cuanto a la volatilidad de los cambios que se dan en el mismo.

- En general, la totalidad de las condiciones de entorno juzgadas por los expertos se mueve en puntuaciones similares a las otorgadas en 2004, si bien se aprecia una relativa minusvaloración de la idoneidad de las mismas de acuerdo a su percepción.

Figura VIII-1. Valoración media de las condiciones de entorno en la Comunidad Valenciana (2005)



Junto con la evaluación de condiciones de entorno, los expertos también han identificado una serie de factores que, en su opinión, pueden contribuir al fomento de la actividad emprendedora. Estos factores han sido

categorizados y puestos en relación con las condiciones de entorno valoradas (tabla VIII-14).

En concreto, el 39% de las respuestas apuntan a las políticas y programas de apoyo a la creación de empresas, y el 24,8% se identifica con aspectos relacionados con los sistemas de educación y la formación no reglada, principalmente en lo que se refiere a sus efectos potenciales sobre el “emprendizaje”; en tercer lugar, se sitúa el grupo de respuestas relacionadas con aspectos relativos al apoyo financiero (22,9%), agrupando recomendaciones centradas, especialmente, en el desarrollo de nuevos mecanismos de financiación, tales como capital-riesgo, o bussines angels.

Tabla VIII-14. Recomendaciones de los expertos para incentivar la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2005)

Categorización de respuestas de expertos	% de respuestas
Políticas y programas públicos de apoyo	39,0
Educación y formación	24,8
Apoyo financiero	22,9
Normas sociales y culturales	6,6
Acceso a infraestructura física	3,8
Transferencia de I+D	2,9





# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

## **IX** **ANÁLISIS** **COMPARATIVO**



## IX. ANÁLISIS COMPARATIVO

### IX.1 Introducción

En este capítulo se caracterizan los distintos aspectos relacionados con la actividad emprendedora desarrollada en la Comunidad Valenciana en 2005, y mostrados a lo largo del presente informe, en un contexto comparativo nacional e internacional.

Así, en primer lugar, se proporcionan los datos básicos de las principales variables analizadas, procedentes de la encuesta a la población adulta, y que caracterizan la actividad emprendedora, comparándolos respecto a las distintas regiones españolas participantes<sup>16</sup> y al conjunto del territorio nacional. Esta perspectiva es ampliada, situando dichos datos también respecto a los países miembros de la OCDE participantes en el proyecto.

Y, en segundo lugar, se presenta una comparativa entre las valoraciones realizadas por los expertos de la Comunidad Valenciana (capítulo VIII), y del resto de regiones, en lo que se refiere a condiciones de entorno influyentes en la actividad emprendedora. Dicha comparativa se circunscribe al contexto nacional, ofreciendo una mirada de carácter cualitativo sobre diversos aspectos socioculturales e institucionales en los que se enmarca la actividad de creación de empresas desarrollada en nuestro país.

En lo que se refiere a las comparativas efectuadas entre magnitudes procedentes de la encuesta a la población adulta en diferentes territorios, la metodología de investigación desarrollada por London Business School y Babson College, líderes del proyecto a nivel

mundial, implica la utilización de una única fuente de datos relativos a población para todos los territorios participantes, de modo que las comparativas partan de la misma “información base de población”. Para ello, el Proyecto GEM Global emplea como única fuente de referencia, la base de datos internacional de población que publica el US Census<sup>17</sup>.

Por otro lado, los resultados de los capítulos anteriores, en los que se ha presentado la situación de la Comunidad Valenciana, caracterizan en detalle la situación de la actividad emprendedora y se han calculado ponderando a cada individuo en función del sexo y grupo de edad en relación a las cifras de dicha población facilitadas por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Sin embargo, la metodología del Proyecto GEM, para las comparativas territoriales, ha requerido que esos datos sean tratados por el equipo técnico principal del proyecto (London Business School), en función de datos de US Census, lo que conlleva la existencia de ciertas diferencias entre las estimaciones analizadas en los capítulos precedentes, calculadas en base al INE, y las que proporciona GEM Global para efectuar las comparativas territoriales, calculadas en base a US Census, si bien estas diferencias se encuentran dentro del intervalo de confianza correspondiente.

Con todo, este capítulo aporta una visión sintética y contextual que permite situar los resultados del presente informe en un entorno geográfico y socio-económico cercano, enriqueciendo los resultados de la presente investigación<sup>18</sup>.

<sup>16</sup> Las regiones españolas participantes en la edición 2005 del proyecto GEM son: Andalucía, Canarias, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, C. Madrid, Navarra y el País Vasco.

<sup>17</sup> US Census Bureau es la Oficina del Censo de los Estados Unidos de América. Su Base de Datos Internacional (IDB) dispone de datos estadísticos socioeconómicos y demográficos de 227 países y áreas del mundo. En algunos casos se dispone de información desde el año 1950 y de proyecciones de la misma hasta 2050. Más información en [www.census.gov](http://www.census.gov)

<sup>18</sup> Los datos analizados en este capítulo son de carácter básico; para más información se pueden consultar los respectivos informes en [www.ie.edu/gem](http://www.ie.edu/gem) y en [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org)

**IX.2 Actividad emprendedora y comportamiento emprendedor**

La Comunidad Valenciana se sitúa, en el contexto nacional, en **niveles de actividad emprendedora** superiores a los correspondientes al promedio del territorio español, siendo las regiones cuya población adulta más se implica en iniciativas emprendedoras: Extremadura, la Comunidad de Madrid, Cataluña, y en cuarto lugar, la Comunidad Valenciana.

Si ampliamos la perspectiva al contexto internacional, la Comunidad Valenciana se sitúa en posiciones intermedias, en niveles superiores a países como Alemania o Francia, y cercano a Noruega, Grecia o el Reino Unido.

Figura IX-1. Actividad emprendedora (CCAA 2005)

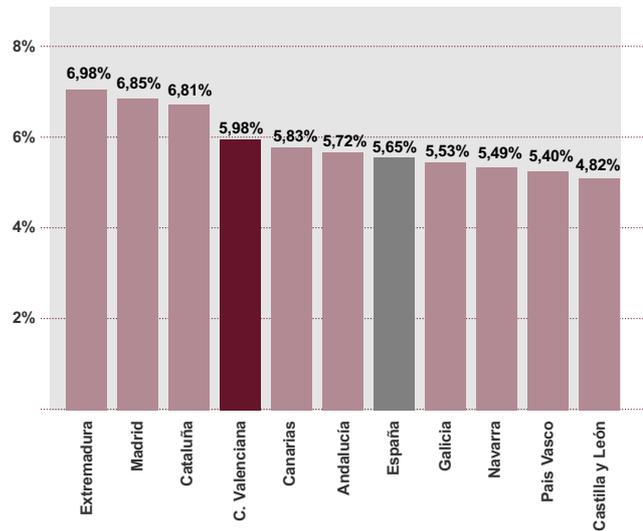
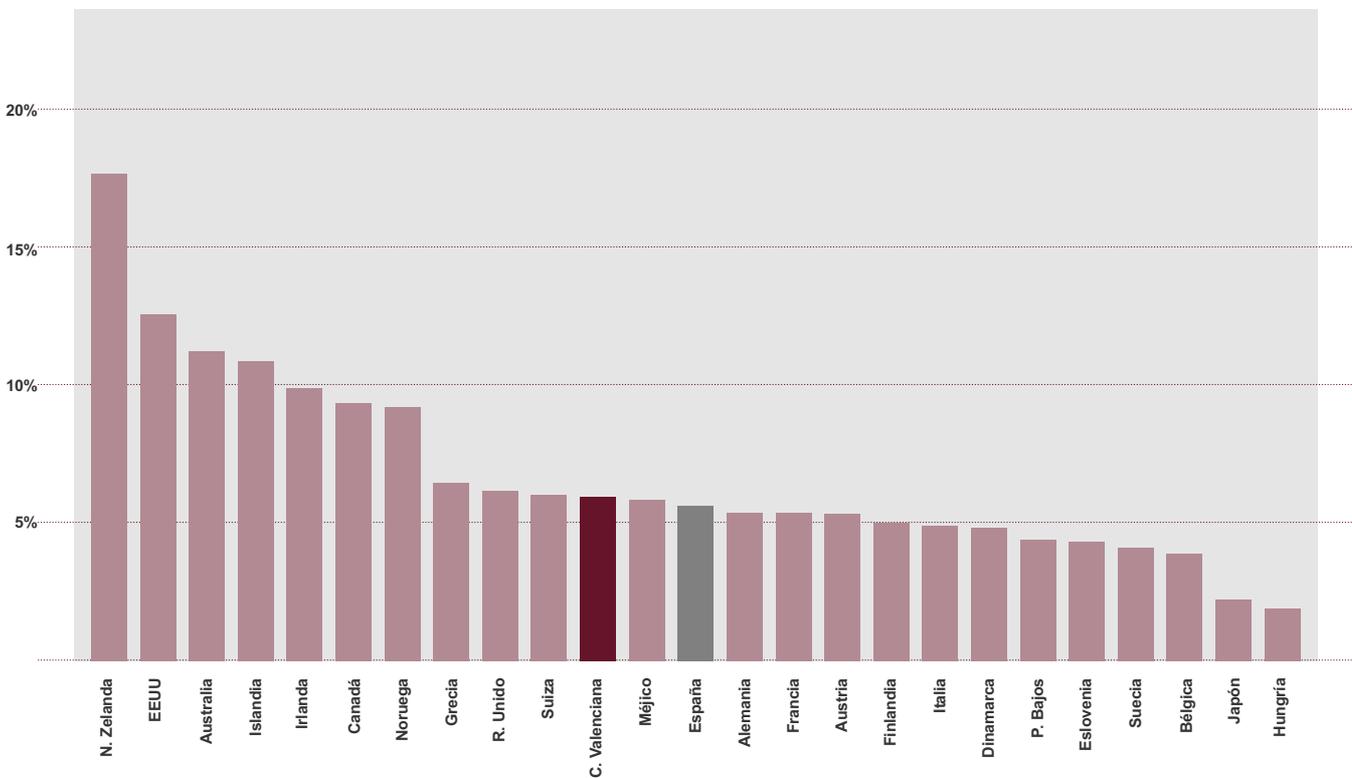


Figura IX-2. Actividad emprendedora (OCDE 2005)



En relación a la implicación de **la mujer en estas actividades emprendedoras**, se observa que la Comunidad Valenciana se sitúa por debajo de la media nacional, siendo superada por el resto de regiones, excepto País Vasco y Andalucía, mientras que en un contexto comparativo internacional, la actividad emprendedora llevada a cabo por mujeres en la Comunidad Valenciana se sitúa en niveles intermedios.

Figura IX-3. Actividad emprendedora de la mujer (CCAA 2005)

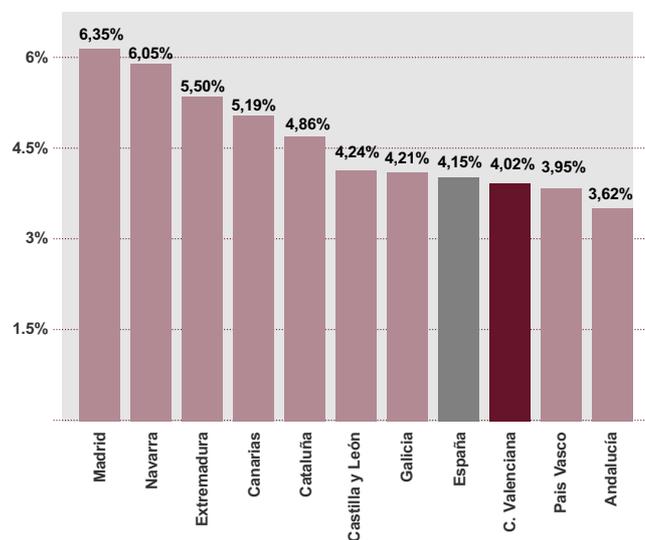
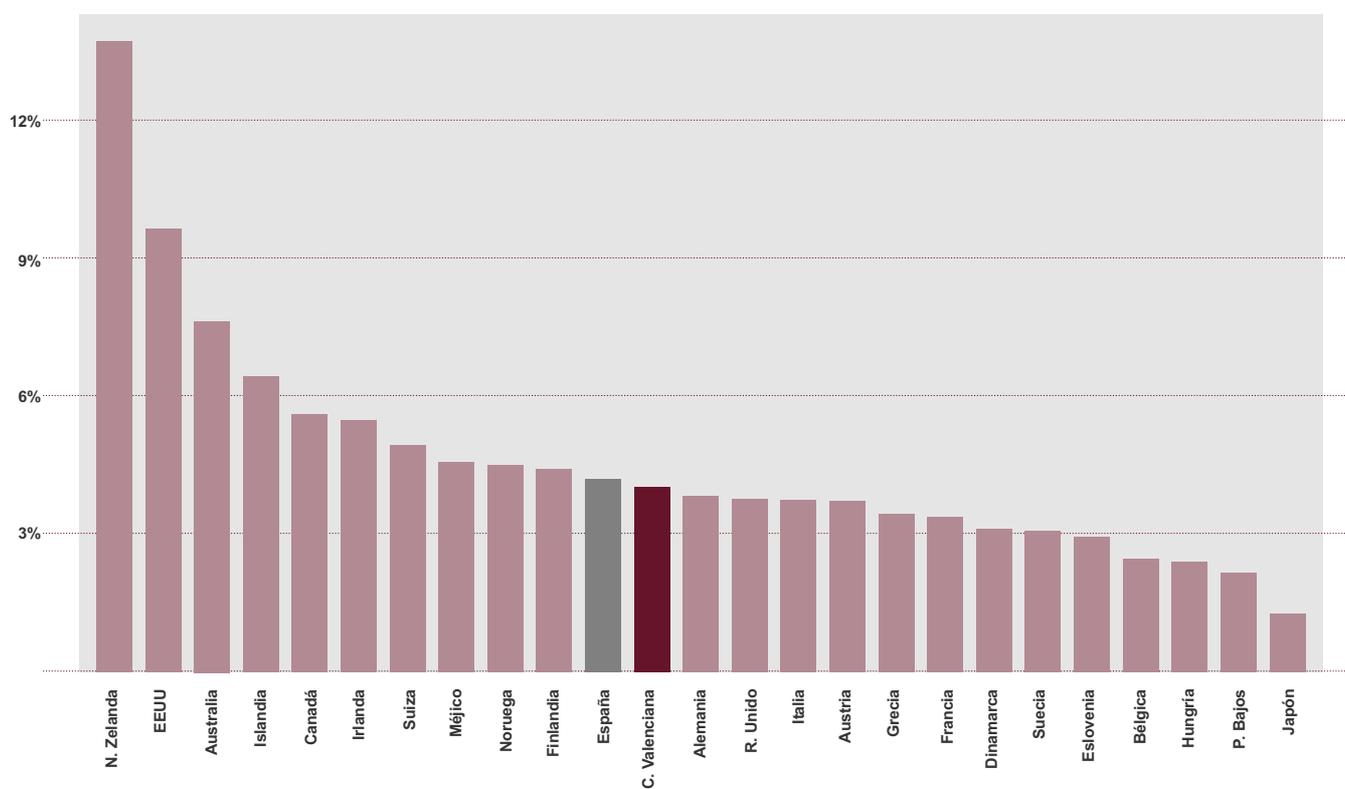


Figura IX-4. Actividad emprendedora de la mujer (OCDE 2005)



En cuanto a la **consolidación de la actividad empresarial**, la Comunidad Valenciana presenta el mayor porcentaje de población implicada en iniciativas con más de 42 meses de actividad en el contexto nacional.

En un contexto internacional amplio (OCDE), la región se sitúa igualmente en una situación comparativa privilegiada en cuanto a datos de consolidación empresarial, siendo superada únicamente por Grecia y Nueva Zelanda.

Figura IX-5. Actividad emprendedora consolidada (CCAA 2005)

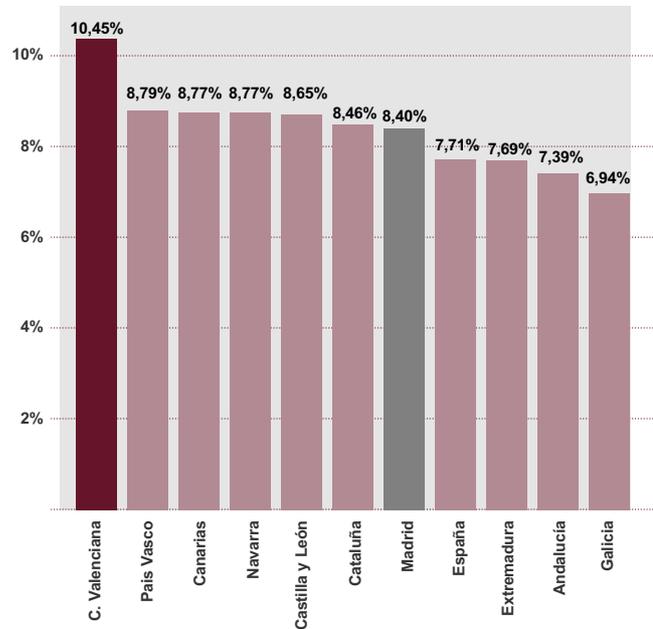
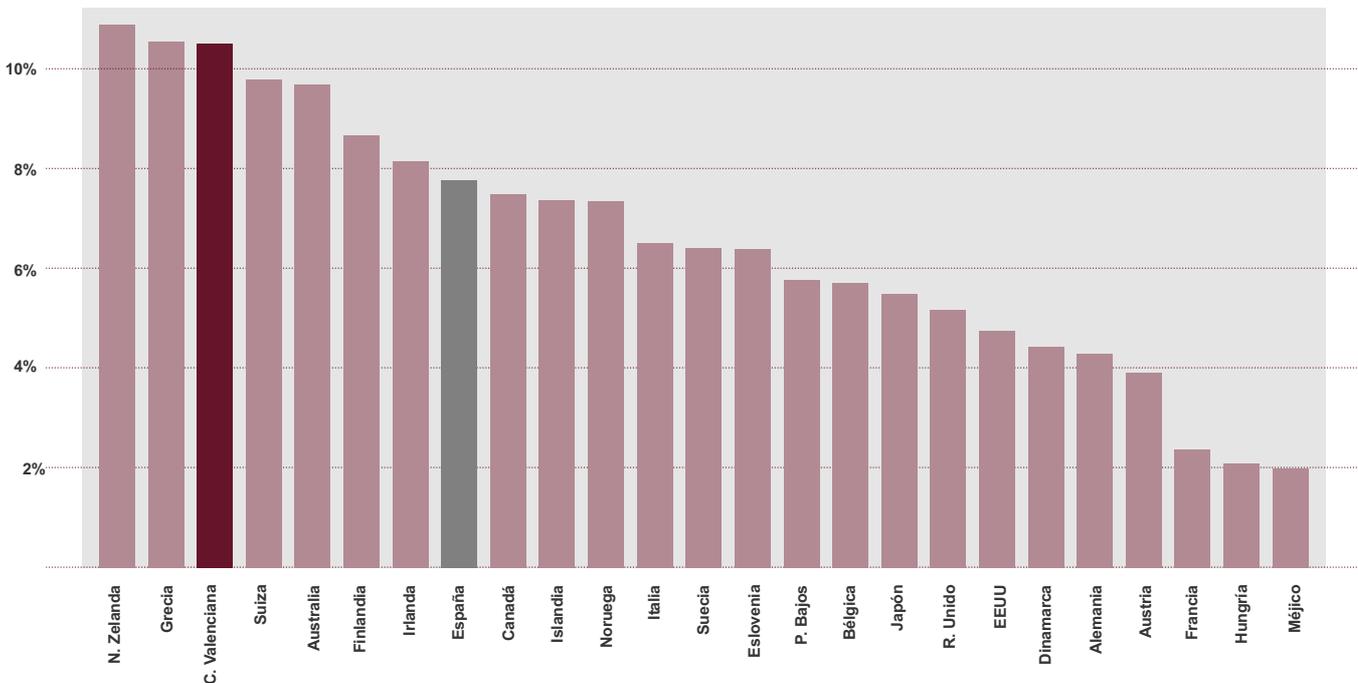


Figura IX-6. Actividad emprendedora consolidada (OCDE 2005)



En relación al **porcentaje de la población adulta que afirma haber cesado algún tipo de actividad empresarial**, la Comunidad Valenciana registra un dato ligeramente inferior al del conjunto del territorio, presentando tan sólo dos regiones (Andalucía y Navarra) valores más elevados. En un entorno internacional, este dato sitúa a la región en porcentajes relativamente bajos.

Figura IX-7. Cierre o cese de actividades empresariales (CCAA 2005)

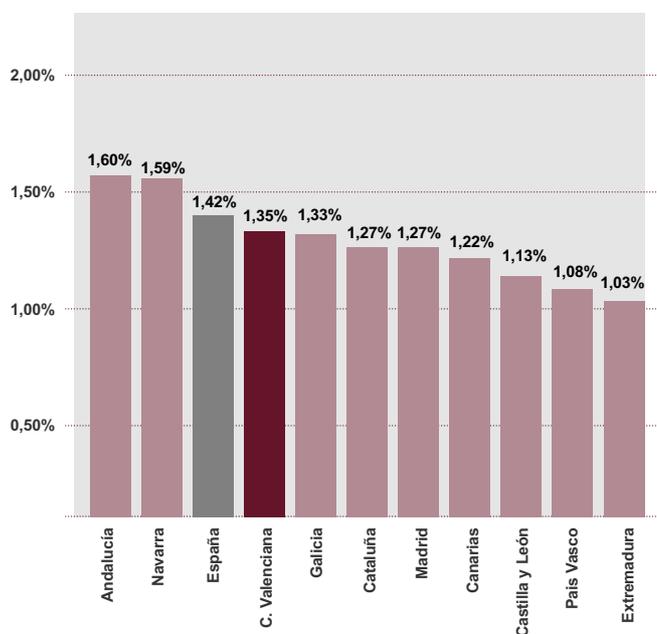
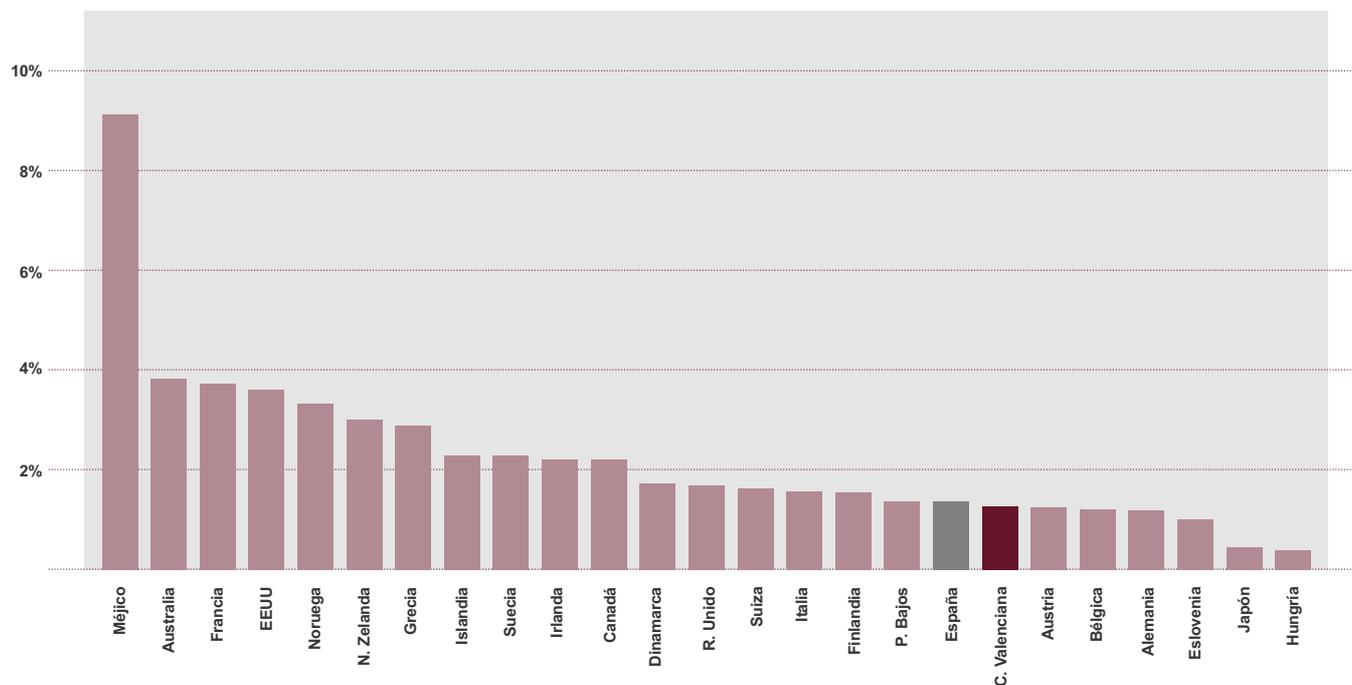


Figura IX-8. Cierre o cese de actividades empresariales (OCDE 2005)



El porcentaje de individuos de la población adulta con **intención de llevar a cabo una iniciativa emprendedora** a tres años vista, mide la “cantera” de potenciales emprendedores en una región. En este aspecto, la Comunidad Valenciana se sitúa, en un contexto comparativo nacional, en una situación “intermedia” entre el resto de regiones, encontrándose en niveles similares al promedio español. En un contexto más amplio, como el que supone el conjunto de países integrantes de la OCDE que han participado en el proyecto en 2005, la región se sitúa en niveles bajos.

Figura IX-9. Emprendedores potenciales (CCAA 2005)

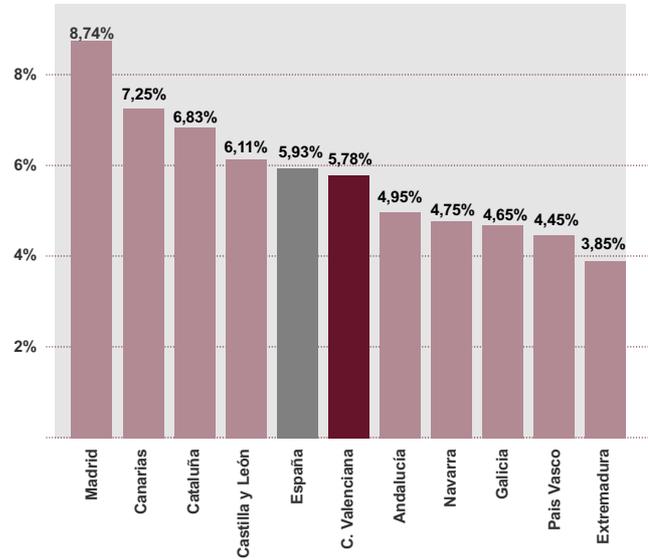
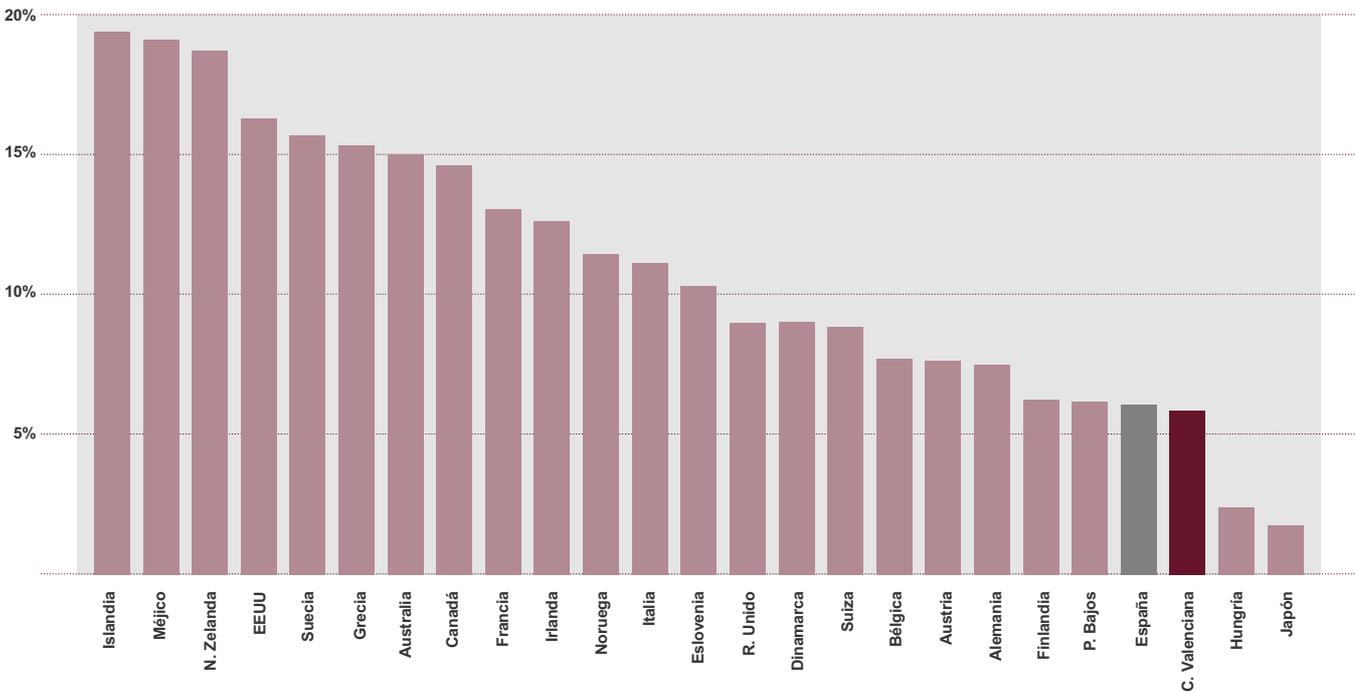


Figura IX-10. Emprendedores potenciales (OCDE 2005)



En lo que se refiere a la descomposición de la actividad emprendedora, en función de si ésta ha sido llevada a cabo para explotar una oportunidad de negocio (“**emprender por oportunidad**”), o a falta de otra alternativa mejor (“**emprender por necesidad**”), se observa que la Comunidad Valenciana se encuentra en niveles intermedios, con respecto al resto de regiones, en lo que se refiere a emprender por oportunidad, y muestra un porcentaje relativamente alto de emprendizaje por necesidad, situación que se mantiene si hacemos la comparativa con el entorno de países de la OCDE.

Figura IX-11. Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad (CCAA 2005)

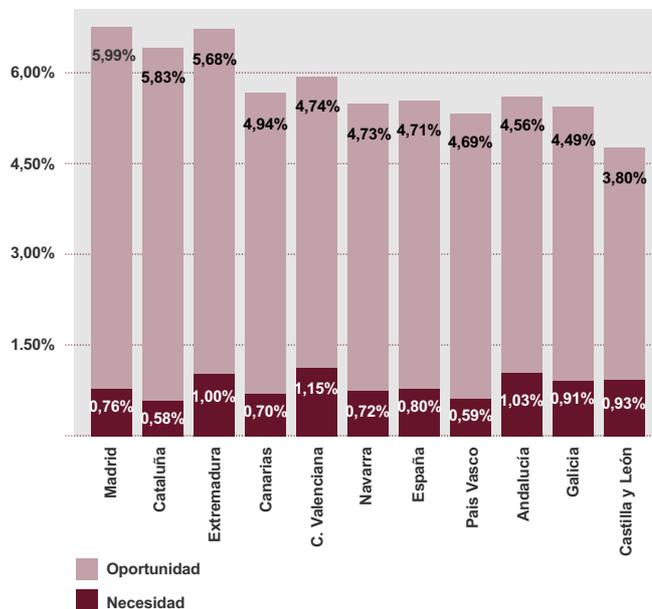
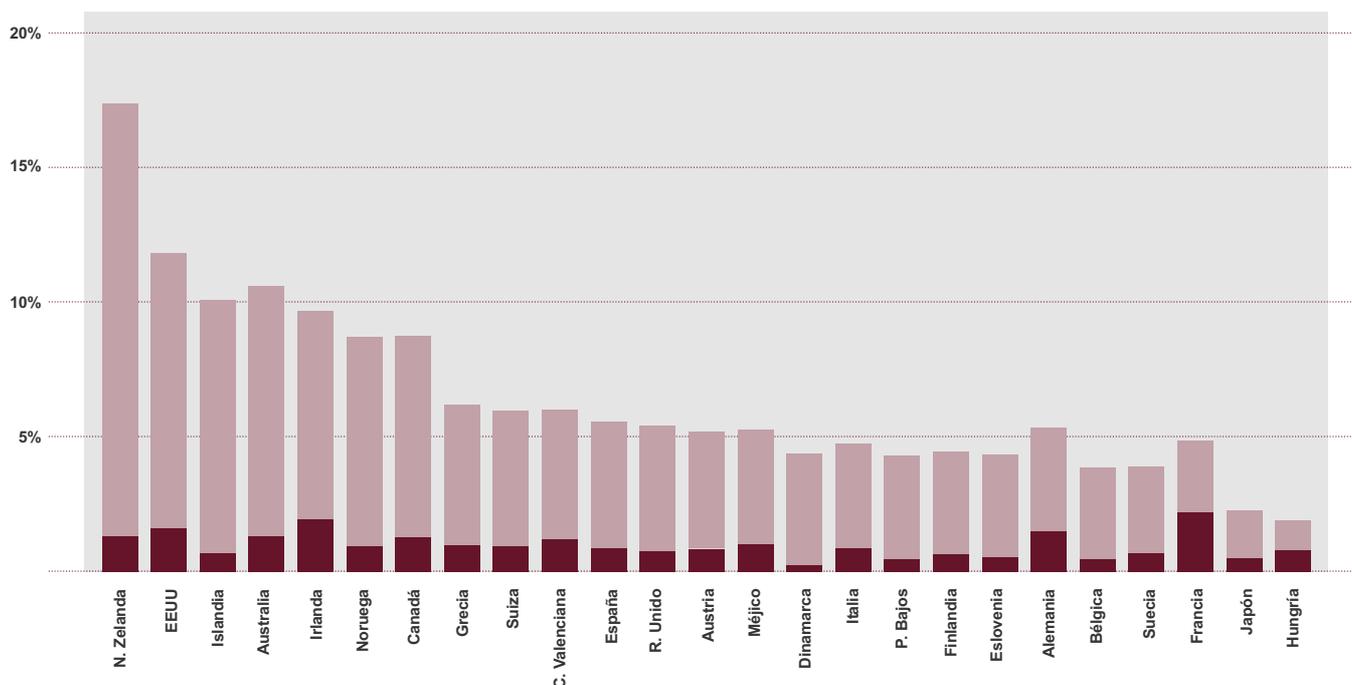


Figura IX-12. Actividad emprendedora por oportunidad y necesidad (OCDE 2005)



### IX.3 Oportunidades, motivaciones y capacidades

Este apartado sitúa en un contexto comparativo, distintos aspectos relacionados con la actividad emprendedora: (1) en cuanto a la existencia de oportunidades de negocio, la percepción que sobre las mismas tiene la población de cada territorio, complementada con la valoración de los expertos que las han juzgado; (2) en cuanto a la motivación para emprender, la valoración realizada por los expertos sobre determinados elementos influyentes en la misma; y (3) en relación con las capacidades para emprender de la población, la percepción propia sobre su posesión, junto con la valoración realizada por los expertos.

En relación a la **existencia de oportunidades**, la Comunidad Valenciana se sitúa, en el contexto nacional, en posiciones acordes con su nivel de actividad emprendedora. La ampliación de la perspectiva a un contexto internacional (OCDE) muestra así mismo, que las percepciones de la población se sitúan en posiciones intermedias.

Figura IX-13. Percepción de oportunidades en la población para la creación de empresas (CCAA 2005)

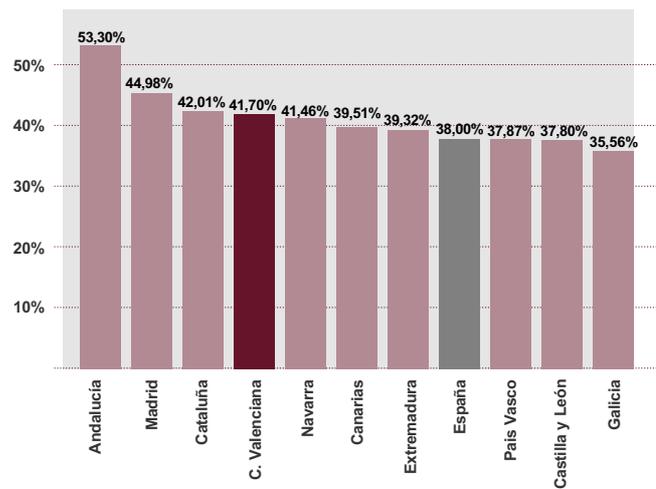
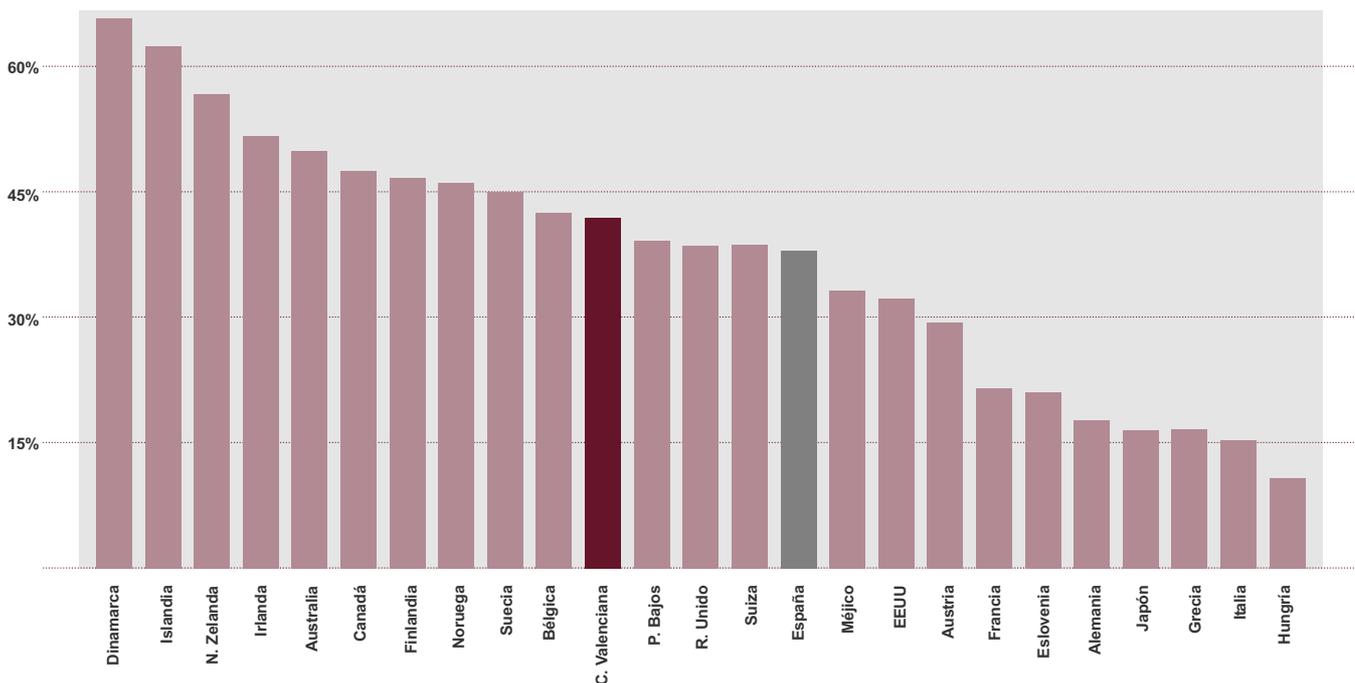
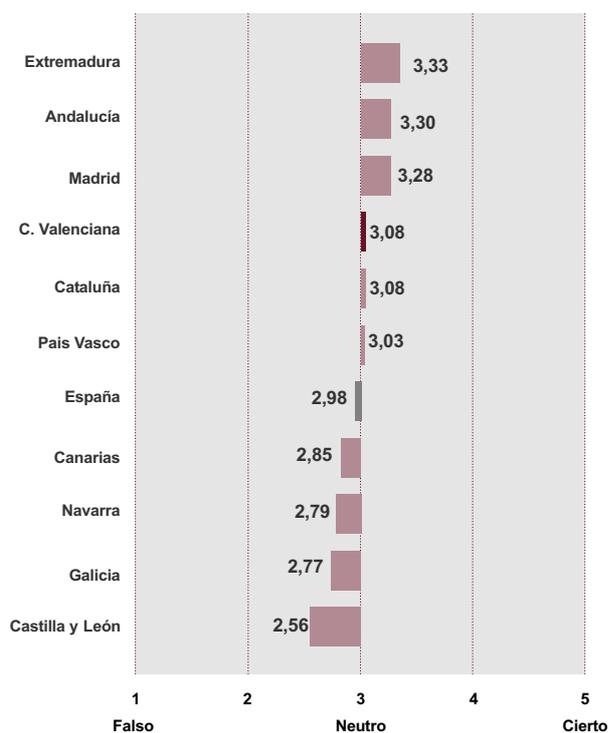


Figura IX-14. Percepción de oportunidades en la población para la creación de empresas(OCDE 2005)



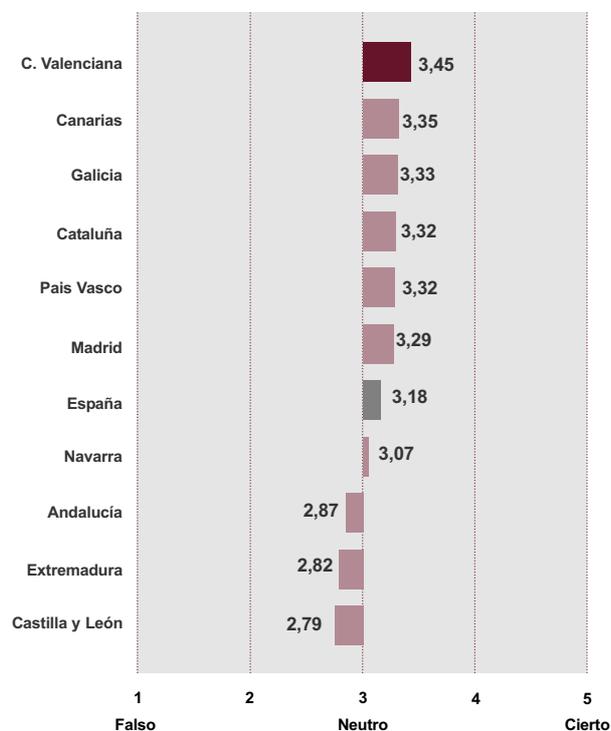
En cuanto a la opinión de los expertos sobre este particular, la valoración media otorgada, en la Comunidad Valenciana, es similar a la de regiones con una amplia tradición empresarial, como Cataluña y País Vasco, situándose por encima de la media nacional.

Figura IX-15. Valoración media de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas (CCAA 2005)



La valoración de los expertos, en relación a la **motivación para emprender** en la Comunidad Valenciana es la mayor en relación al resto de regiones españolas.

Figura IX-16. Valoración media de aspectos relacionados con la motivación para emprender (CCAA 2005)



Respecto a la percepción propia de la población sobre la posesión de las **habilidades y conocimientos** necesarios para implicarse en una actividad empresarial, la Comunidad Valenciana se sitúa en valores altos, a juzgar, tanto por la comparativa con respecto al resto de regiones españolas (superada tan sólo por Canarias), como con respecto al entorno de países de la OCDE.

Figura IX-17. Percepción de capacidades en la población para la creación de empresas (CCAA 2005)

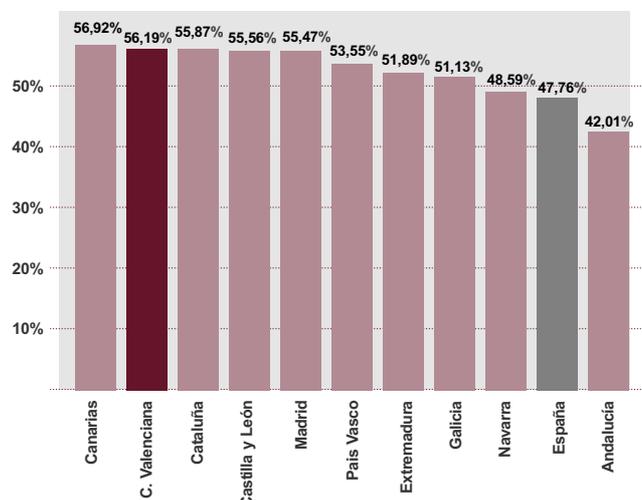
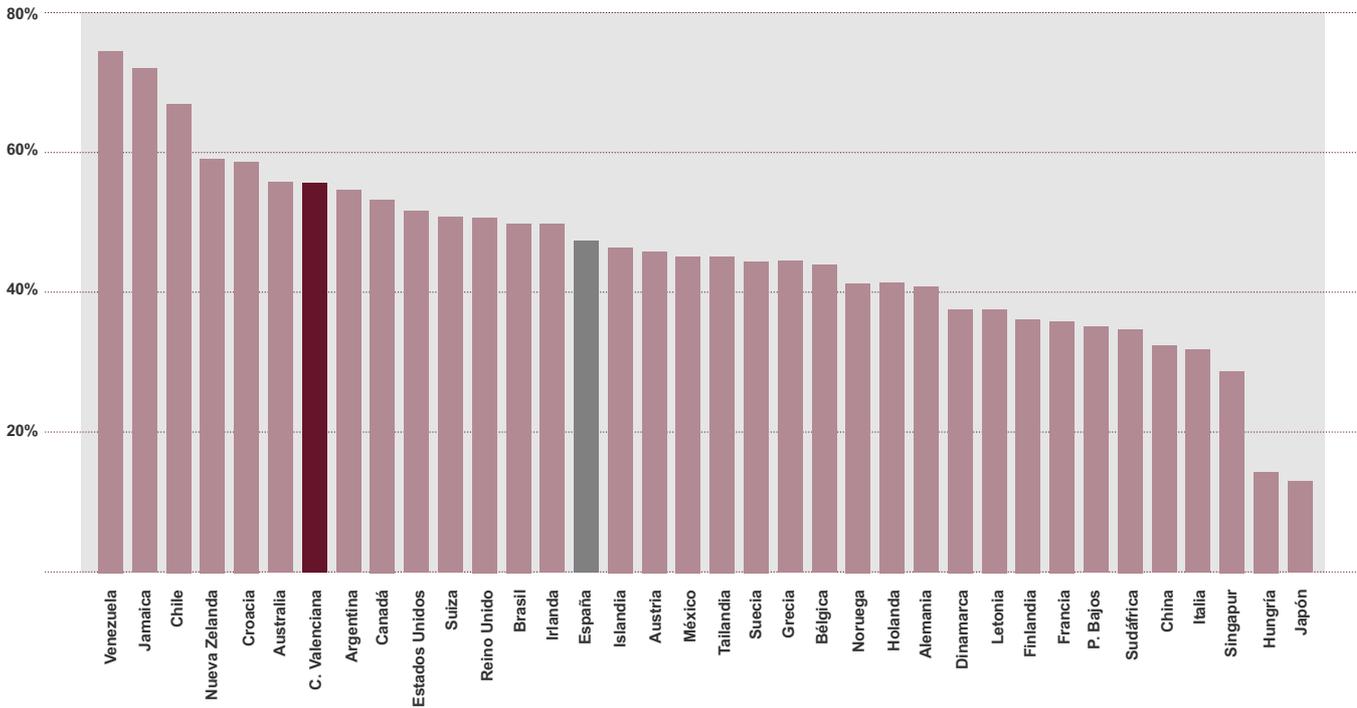
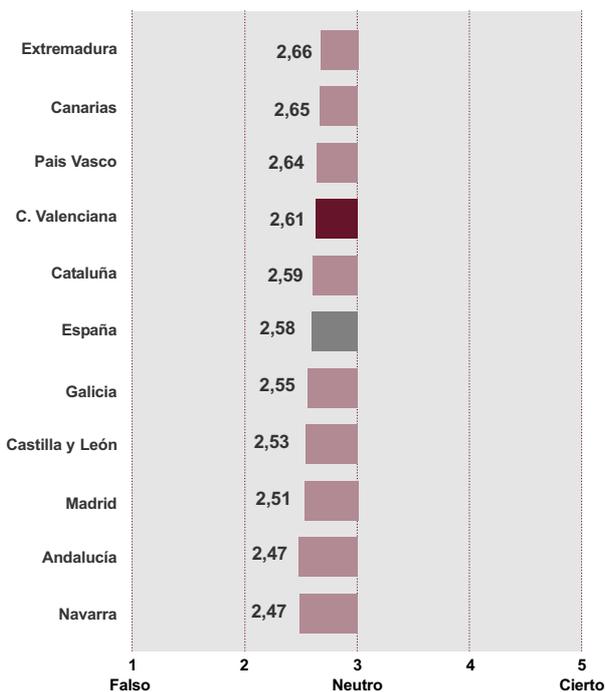


Figura IX-18. Percepción de capacidades en la población para la creación de empresas (OCDE 2005)



No obstante, los expertos opinan que estas capacidades pueden ser mejoradas en todos los casos; en la Comunidad Valenciana en particular, los expertos la sitúan en un nivel relativamente alto en relación al resto de regiones analizadas.

Figura IX-19. Valoración media de aspectos relacionados con la posesión de capacidades para emprender (CCAA 2005)



#### IX.4 Condiciones específicas de entorno

En cuanto a las condiciones que dan cuenta del estado del entorno en que se desenvuelve la actividad emprendedora en las distintas regiones que han participado en el proyecto GEM, en su edición 2005, las diferencias de valoración entre las mismas son muy pequeñas. Teniendo en cuenta este aspecto, de manera global cabe destacar que la Comunidad Valenciana se encuentra bien valorada, comparativamente, en aspectos relacionados con **políticas públicas de apoyo al emprendedor**, o la capacidad de **adaptación a los cambios en el mercado**; mientras que los expertos son especialmente críticos en otros aspectos, como en lo que se refiere a las **influencias de la educación primaria y secundaria**, donde la Comunidad Valenciana recibe la peor valoración (situación que mejora en niveles superiores de formación); o en lo que se refiere a la **transferencia de tecnología**.

Figura IX-20. Valoración global del apoyo financiero a la creación empresarial (CCAA 2005)

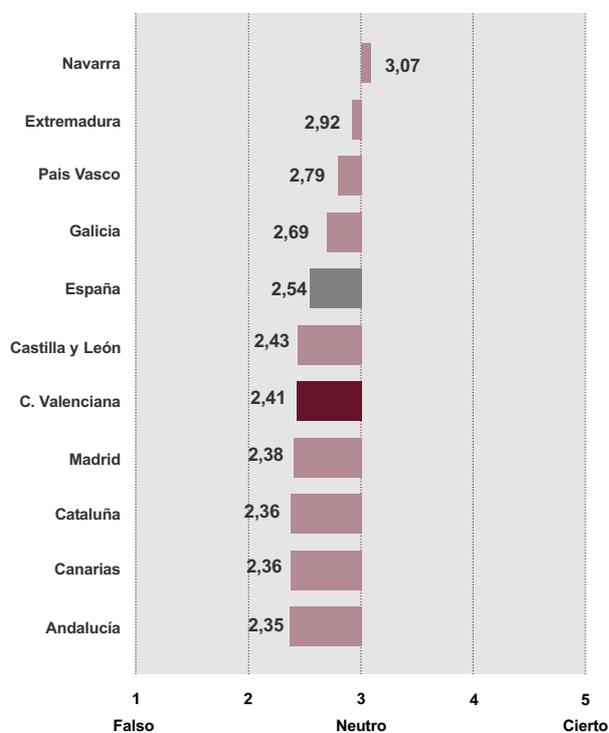


Figura IX-21. Valoración global de las políticas públicas: políticas de apoyo (CCAA 2005)

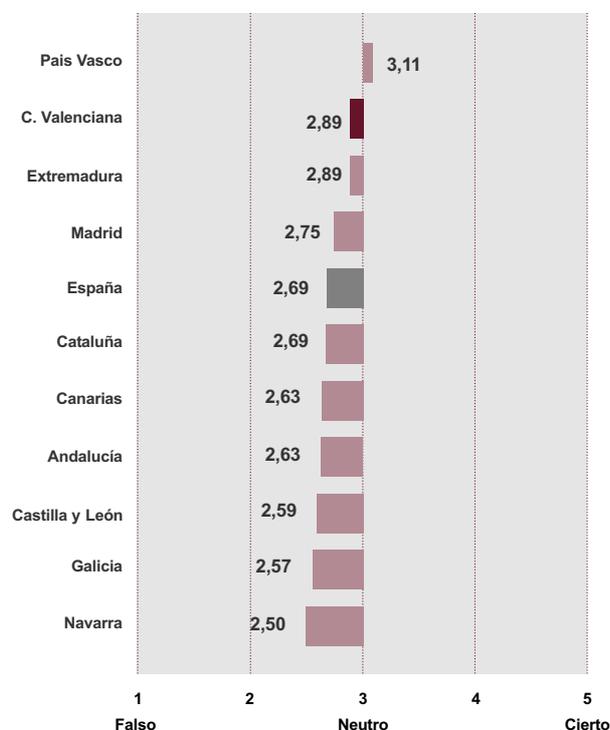


Figura IX-22. Valoración global de las políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites (CCAA 2005)

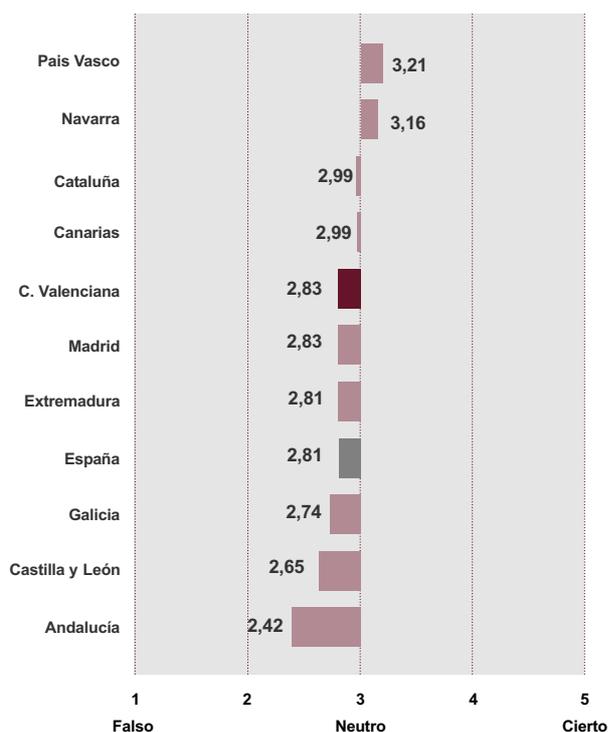


Figura IX-23. Valoración global de los programas públicos (CCAA 2005)

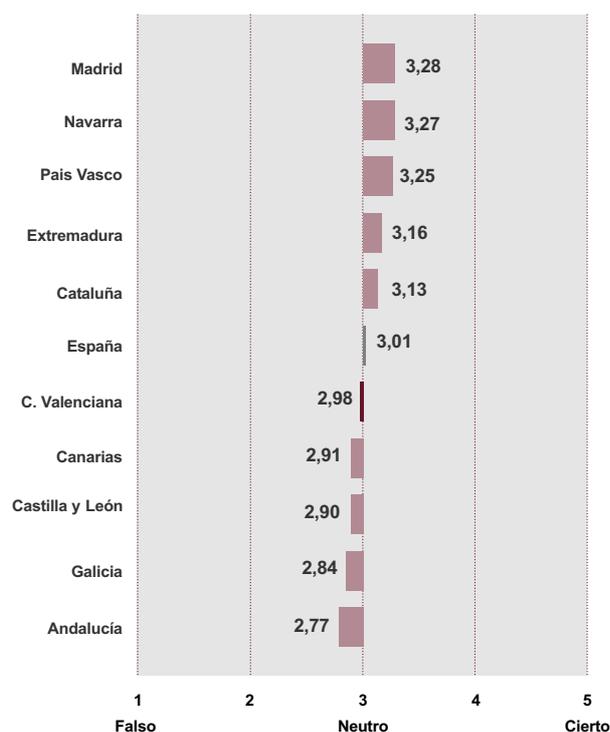


Figura IX-24. Valoración global de la educación y formación: educación primaria y secundaria (CCAA 2005)

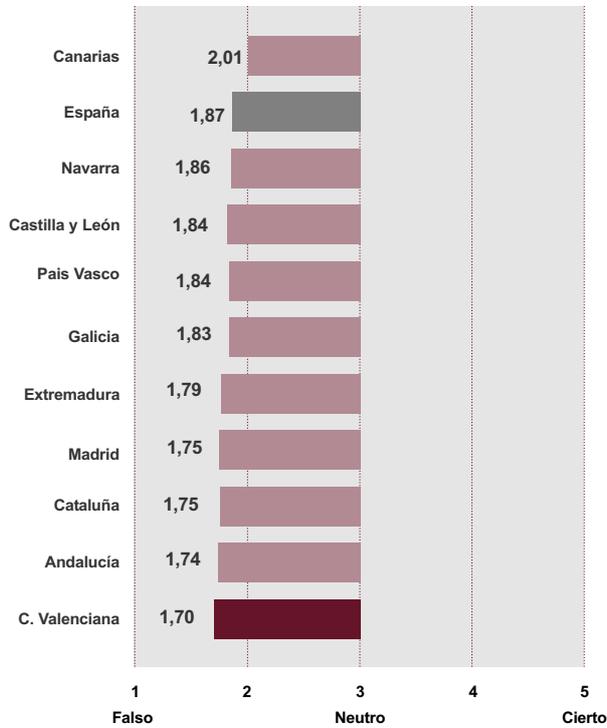


Figura IX-25. Valoración global de la educación y formación: niveles post-secundaria (CCAA 2005)

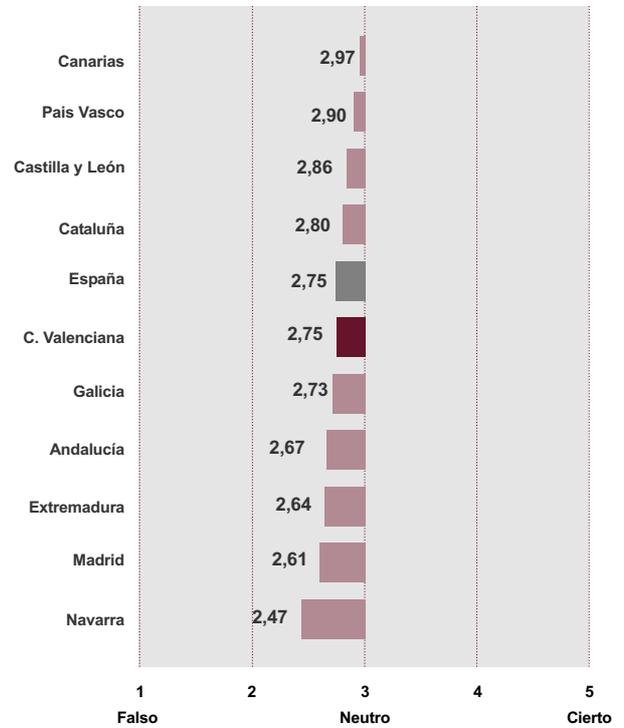


Figura IX-26. Valoración global de la transferencia tecnológica (CCAA 2005)

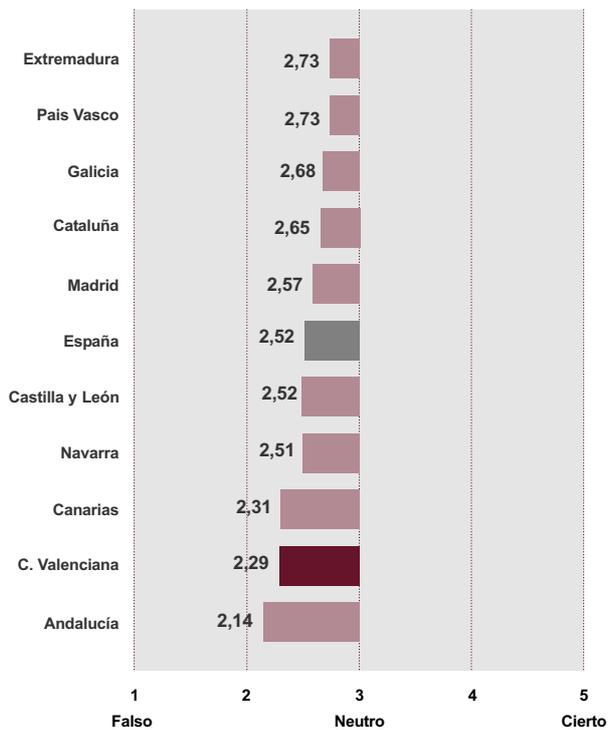


Figura IX-27. Valoración global del acceso a infraestructura comercial y profesional (CCAA 2005)

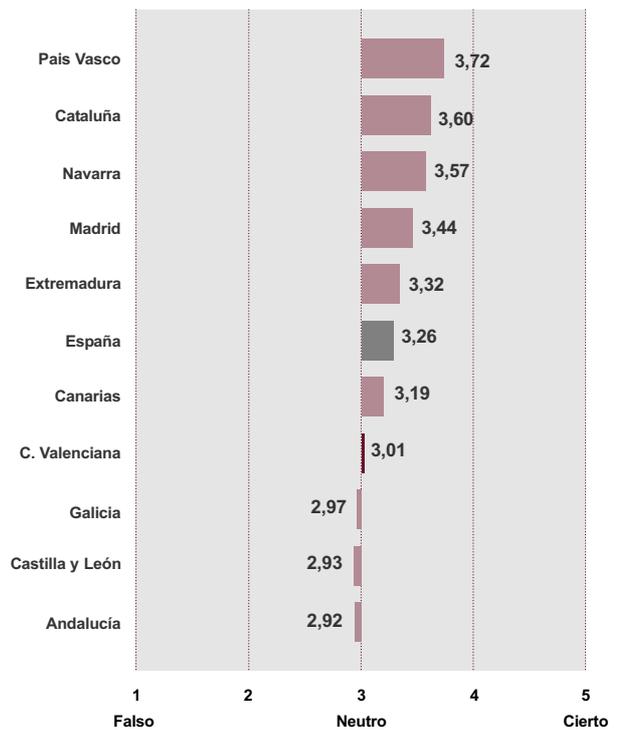


Figura IX-28. Valoración global del mercado interno: velocidad de los cambios (CCAA 2005)

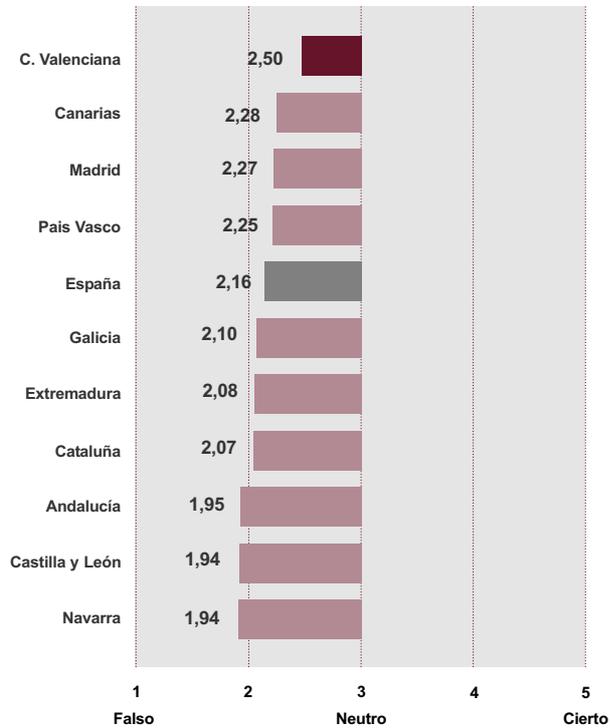


Figura IX-29. Valoración global del mercado interno: apertura del mercado interno (CCAA 2005)

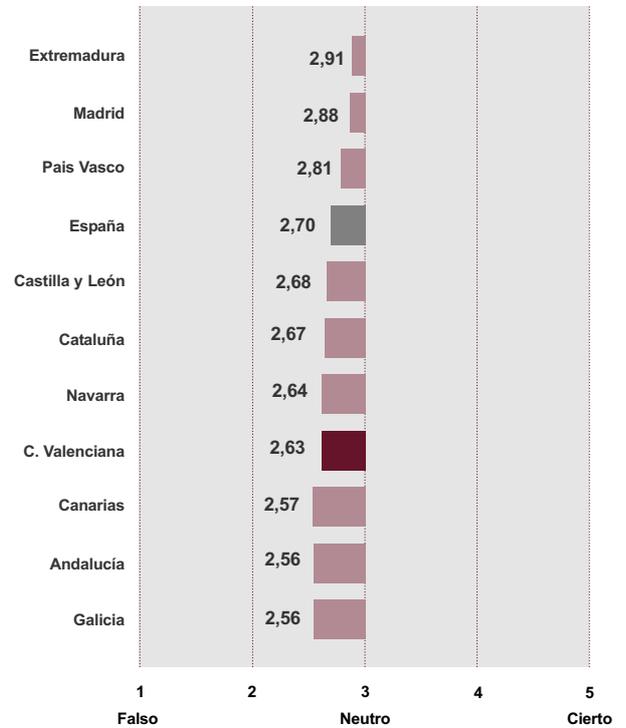


Figura IX-30. Valoración global del acceso a infraestructuras físicas (CCAA 2005)

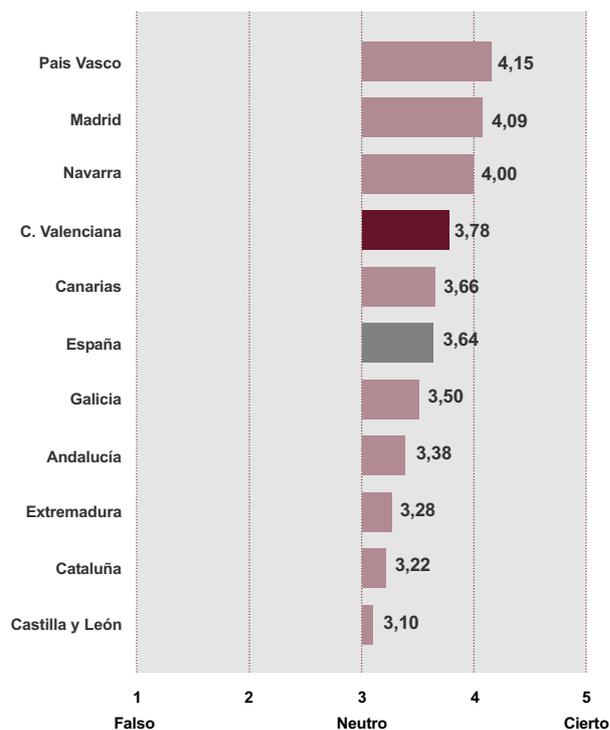
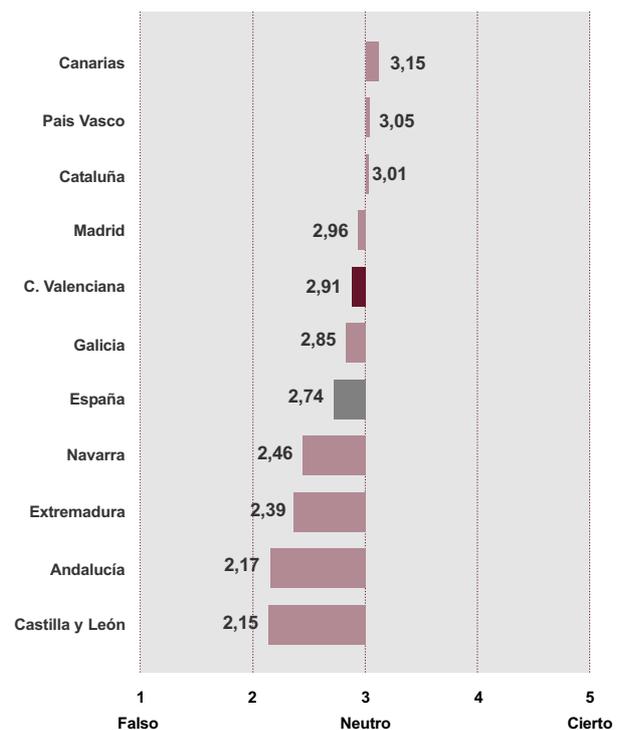


Figura IX-31. Valoración global de las normas sociales y culturales (CCAA 2005)







# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

# X

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



## X. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente informe aporta una panorámica acerca del estado de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana en 2005. Esta edición -segunda ya-, permite un amplio análisis de la actividad emprendedora en la región, caracterizándola desde la perspectiva de su estado actual, y con su evolución desde 2004; adicionalmente se complementa con su relativización respecto a otras comunidades autónomas y en un contexto amplio de países miembros de la OCDE.

Así, el Sumario Ejecutivo sintetiza los principales aspectos destacables que, a juicio del equipo investigador de la Comunidad Valenciana, más contribuyen a caracterizar, de manera global, los rasgos principales de la actividad emprendedora en la región, aspectos desarrollados ampliamente a lo largo del informe.

De este modo, a través del trabajo realizado se ha puesto de manifiesto un cierto incremento de la actividad emprendedora desarrollada por la población adulta de nuestra comunidad, acompañado de una positiva dinámica empresarial que conlleva una sana consolidación de una gran parte de esa actividad emprendedora, la cual sigue manteniéndose en posiciones privilegiadas con respecto al conjunto del territorio nacional, y evoluciona favorablemente con respecto a 2004.

En su mayor parte, esta actividad emprendedora obedece a la explotación de oportunidades, y es llevada a cabo por individuos con una idea de negocio ya clara desde sus inicios, y cuyo perfil socioeconómico es similar al del emprendedor promedio español. Si bien, su percepción sobre la existencia de oportunidades, sus motivaciones y sus capacidades para llevar a la práctica su iniciativa emprendedora, contribuyen a explicar el dinamismo empresarial de la región.

No obstante, muchos de los datos anteriores se ven matizados en el análisis por género,

consecuencia de una menor implicación de la mujer en la actividad emprendedora, apuntando hacia posibles líneas de actuación para la mejora en este sentido.

Adicionalmente, el trabajo ha presentado también información acerca de los distintos elementos del entorno sociocultural e institucional en el que se desarrolla la actividad emprendedora, los cuales se caracterizan, en términos generales, de manera muy próxima a los presentados en 2004. De este modo, aspectos como los ligados a la financiación o a la educación en edades tempranas, siguen siendo destacados como los más necesitados de mejora, situación que es similar a la detectada en el resto de regiones españolas participantes en el proyecto.

Precisamente estas debilidades son compartidas, en general, por el resto de regiones españolas, en una u otra medida, y constituyen los principales aspectos sobre los que, a nuestro juicio, una oportuna reflexión por parte de los agentes implicados en el proceso emprendedor, tanto a nivel regional, como provincial y local, puede contribuir al establecimiento de las condiciones que favorezcan la creación, mantenimiento y desarrollo de nuevas empresas.

De hecho, tal como ya se ponía de manifiesto en la pasada edición de 2004, el fomento de la creación de empresas necesariamente debe tener en cuenta que detrás de cada nueva iniciativa empresarial se encuentran individuos con sus motivaciones, ilusiones, percepciones, capacidades y necesidades; aspectos que este informe analiza con detenimiento. Razonablemente pues, las posibles medidas de fomento y apoyo al emprendedor no deberían realizarse a espaldas de esta realidad.

En este sentido, y teniendo en cuenta que la situación de la actividad emprendedora y sus

fortalezas y debilidades en la Comunidad Valenciana, no son muy distintas a las detectadas en 2004, las recomendaciones siguen la línea de las sugeridas en la pasada edición. Así, las áreas de mejora continúan orientándose en la dirección marcada por los siguientes aspectos destacables:

- *El fomento del espíritu emprendedor, fundamentalmente en los niveles más básicos, y la formación más especializada en “creación y gestión empresarial”, siguen siendo asignaturas pendientes. Así, aunque sea amplio el porcentaje de individuos de la población que considera estar en posesión de las capacidades y habilidades necesarias para poner en marcha y gestionar un proyecto empresarial, lo cierto es que los motivos aducidos, por ejemplo, en los cierres de negocio, apuntan a razones relacionadas con la capacidad para gestionar el entorno competitivo.*
- *Las dificultades en la financiación del proceso emprendedor detectadas, apuntan hacia la posibilidad de incidir en fórmulas que puedan complementar la actual oferta de alternativas de financiación de la actividad emprendedora, entre otras, potenciando la presencia de capital riesgo y la figura del “business angel”.*
- *En lo que se refiere a las ayudas solicitadas por los emprendedores para la creación de su negocio, la mayoría de éstas se relacionan con aspectos ligados a los trámites, así como a la financiación directa de la inversión inicial; esto es, los aspectos más inmediatos, mientras que otros, intangibles pero quizás con mayor repercusión a medio y largo plazo, no parecen ser tenidos en cuenta por la mayoría de los emprendedores (evaluación de la idea, plan de negocio, análisis del producto, etc.). Todo ello hace pensar tanto en la necesidad de formación especializada que citábamos anteriormente, como en la conveniencia de que la “oferta de ayudas” incida más en estas circunstancias.*
- *El conocimiento de las percepciones, opiniones y valoraciones de los emprendedores, en lo que se refiere a los apoyos a su alcance, y las instituciones que los prestan, sigue constituyendo un instrumento valioso para la mejor adecuación de la actual oferta de ayuda y asesoramiento, lo que facilitaría una actitud más “comercial” o de “adecuación al cliente-emprendedor” por parte de los propios organismos.*
- *En lo que se refiere a las instituciones de apoyo al emprendedor, siguen siendo válidas las reflexiones que hacíamos en la pasada edición, con respecto a la necesidad de integrar la “oferta” desarrollada por dichas instituciones (agencias de desarrollo, asociaciones empresariales, universidades, organismos de la Generalitat Valenciana o Cámaras de Comercio, entre otras). Esta “red” podría plantear planes conjuntos de actuación, de manera que las actividades de apoyo al emprendedor adquieran una perspectiva común, favoreciendo la aparición de sinergias y facilitándole al emprendedor un enfoque de conjunto. De hecho, tal como ya se detectaba en la edición de 2004, el emprendedor concibe el entorno de instituciones de apoyo como un todo, por lo que parece razonable que, en la medida de lo posible, el entorno institucional responda también como un todo a sus necesidades. En este sentido, en alguna comunidad autónoma se ha creado recientemente la “Dirección General del Emprendedor”, planteamiento que podría facilitar el desarrollo de las ideas anteriores.*
- *En relación a la existencia de oportunidades de negocio, en especial de alto valor añadido, se detecta la potencialidad que puede suponer el desarrollo de parques científicos y tecnológicos. Si bien, sería muy positivo que estas infraestructuras incluyeran actividades y medidas específicas de fomento de la creación de empresas, particularmente a partir de resultados de investigación, de manera que puedan ser aprovechados por potenciales emprendedores.*

- *Al margen de estos aspectos de carácter global, el estudio ha detectado la necesidad de establecer cauces que faciliten una mayor incorporación de la mujer a la actividad emprendedora. En este sentido, la percepción de la existencia de oportunidades, el miedo al fracaso y su propia percepción de habilidades y capacidades específicas para emprender un nuevo negocio, son aspectos diferenciados sobre los que parece oportuno incidir, dada su influencia sobre la toma de decisiones relacionada con la creación empresarial.*

Con todo, esperamos que la información acerca del proceso emprendedor, extraída en este informe, junto con las conclusiones y reflexiones efectuadas por el equipo investigador en el presente apartado, se constituyan en un instrumento válido de ayuda en el conocimiento y la promoción de las condiciones que favorezcan la dinámica emprendedora en la Comunidad Valenciana.





# Global Entrepreneurship Monitor

Creación de Empresas  
en la Comunidad  
Valenciana

Informe Ejecutivo 2005

# XI ANEXOS



## ANEXO I. METODOLOGÍA

Como se recoge en la introducción del presente estudio, los objetivos principales del proyecto GEM se centran 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 65 años) de la región, realizada entre abril y junio de 2005. 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 nacionales e internacionales

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 XI-1.

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



**Figura XI-2. Ficha técnica de la encuesta a la población (2005)**

<b>Universo *</b>	3.045.390 habitantes de 18 a 65 años residentes en Comunidad Valenciana.
<b>Muestra</b>	2.000 individuos entre 18 y 65 años.
<b>Selección de la muestra</b>	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 entre 18 y 65 años.
<b>Metodología</b>	Encuesta telefónica.
<b>Error global de la muestra **</b>	± 2,19%
<b>Nivel de confianza</b>	95%
<b>Periodo encuestación</b>	Abril-Junio de 2.005
<b>Trabajo de campo</b>	Opinómetro S.L.
<b>Codificación y base de datos</b>	Opinómetro S.L.

\* Fuente INE

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

## ANEXO II. 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 emprendedora total:** también denominada actividad “early stage”, hace referencia a aquellos individuos entre 18 y 65 años involucrados, como propietarios y gerentes, en la puesta en marcha de negocios cuyo período de actividad no ha superado todavía los 42 meses.
- **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 65 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 aquellos individuos entre 18 y 65 años involucrados, como propietarios y gerentes, en la puesta en marcha de negocios cuyo período de actividad oscila entre los tres y 42 meses.
- **Empresa Consolidada o Establecida:** hace referencia a individuos entre 18 y 65 años involucrados, como propietarios y gerentes, en una nueva empresa cuyo período de actividad ha superado 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 65 años que han disuelto en los 12 meses anteriores alguna actividad empresarial que venían dirigiendo y de la que eran propietarios.



Los datos utilizados en la confección de este informe provienen del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Consorcio compuesto, en la edición de 2005, por equipos investigadores de las siguientes nacionalidades: Alemania, Argentina, Austria, Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Croacia, Dinamarca, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Islandia, Irlanda, Italia, Jamaica, Japón, Jordania, Latvia, Méjico, Nueva Zelanda, Noruega, Países Bajos, Puerto Rico, Reino Unido, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Tailandia, y Venezuela; y de las siguientes regiones: Escocia, Gales, Irlanda del Norte, Andalucía, Cataluña, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Islas Canarias, Comunidad de Madrid, Navarra, y País Vasco. El listado de los miembros de todos los equipos nacionales y regionales se encuentran publicados en el Informe Global Entrepreneurship Monitor 2005, disponible en [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org).

GEM agradece su participación a todos los investigadores del proyecto y a sus patrocinadores, que hacen posible que esta investigación se desarrolle cada año.

© Global Entrepreneurship Research Association



**PATROCINADORES E INSTITUCIONES**

**Nacional**



**Andalucía**



**Canarias**



**Castilla y León**



**Cataluña**



**Galicia**



**Navarra**



**Extremadura**



**Comunidad de Madrid**



**Pais Vasco**



ESTE



**Global Entrepreneurship Monitor**

Creación de Empresas en la Comunidad Valenciana

Informe Ejecutivo 2005