



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**



Edita: Universidad Miguel Hernández de Elche
I.S.B.N.: 978-84-934471-6-8
I.S.S.N. Edición Impresa: 1888-170X
I.S.S.N. Edición Digital: 1988-4885
D.L.: A-957-2008
Diseño: La Yema
Impresión: Juárez Impresores



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana

Dirección del Proyecto en la Comunidad Valenciana:

José María Gómez Gras

Dirección técnica:

Ignacio Mira Solves

Investigadores asociados:

Jesús Martínez Mateo

Antonio J. Verdú Jover

Investigadores colaboradores:

Noelia López del Castillo

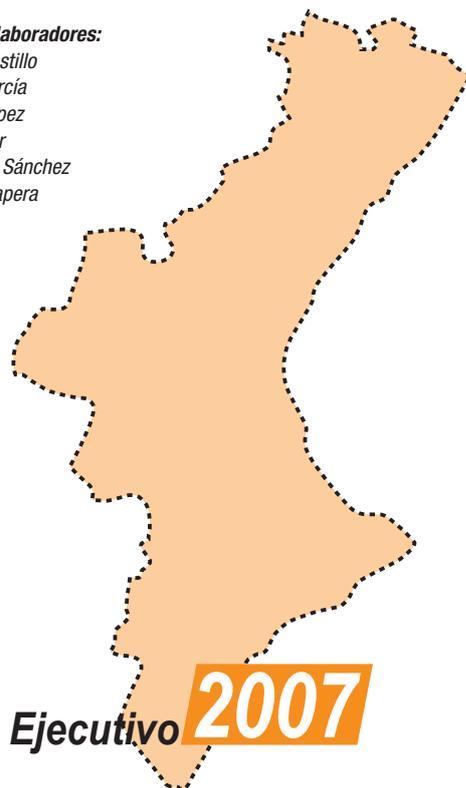
M^a José Alarcón García

M^a Cinta Gisbert López

Javier Sancho Azuar

M^a Antonia Vaquero Sánchez

Domingo Galiana Lapera



Informe Ejecutivo

2007

PROYECTO GEM-ESPAÑA EQUIPOS INVESTIGADORES Y PATROCINADORES

EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega García-Pastor (Director del Proyecto GEM España) Alicia Coduras Martínez (Dirección Técnica GEM España) Cristina Cruz Serrano Rachida Justo Isabel González Moya (Administración GEM España)	Fundación Instituto de Empresa Dirección General de Política de la PYME, Ministerio de Industria y Comercio Fundación Cultural Banesto Cámaras de Comercio, Fundación Incyde Agencia de Evaluación Estatal, Ministerio de Administraciones Públicas
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director del Proyecto GEM Andalucía) José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Antonio Rafael Ramos David Urbano Pulido	Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa, Junta de Andalucía Centro de Estudios Andaluces Unicaja
Asturias	Universidad de Oviedo	Juan Ventura Victoria (Director del Proyecto GEM Asturias) Esteban Fernández Sánchez (Director del Proyecto GEM Asturias) Montserrat Entrialgo Suárez Enrique Loredó Fernández	Consejería de Economía y Asuntos Europeos, Gobierno del Principado de Asturias
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora del Proyecto GEM Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Agustín Sánchez Medina Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	La Caja de Canarias Caja Canarias Gobierno de Canarias - Promoción Económica Gobierno de Canarias - Servicio Canario de Empleo Fondo Social Europeo Cámara de Comercio Industria y Navegación de Las Palmas Cabildo de Gran Canaria
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Miguel Angel Galindo Martínez (Director del Proyecto GEM Castilla La Mancha) Juan Carlos López Garrido Inmaculada Carrasco Monteagudo María Soledad Castaño Martínez Isabel Pardo García Francisco Escribano Sotos José Luis Alfaro Navarro José Mondéjar Jiménez María Teresa Méndez Picazo Agustín Pablo Álvarez Herranz	Fundación Rayet Parque Científico y Tecnológico de Albacete Cortes de Castilla La Mancha Caja de Castilla La Mancha Aqualia Solimat Ayuntamiento de Ciudad Real (Instituto Municipal de Promoción Empresarial, Formación y Empleo) Universidad de Castilla La Mancha
Castilla y León	Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director del Proyecto GEM Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos Vanessa Solís Rodríguez José Luis de Godos Díez Noemí Huerga Pérez	Junta de Castilla y León ADE Inversiones y Servicios Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León Universidad de León
Cataluña	Universidad Autónoma de Barcelona Instituto de Estudios Regionales y Metropolitanos de Barcelona	Carlos Guallarte (Director del Proyecto GEM Cataluña) Yancy Vaillant (Coordinador) Teresa Obis Josep M ^a Surís Anaís Tarragó	Diputación de Barcelona. Red de Municipio Departamento de Trabajo, Generalitat de Cataluña

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
Ceuta	Fundación Escuela de Negocios de Andalucía	Lázaro Rodríguez Ariza (Director del Proyecto GEM Ceuta) M ^a del Mar Fuentes Fuentes (Directora del Proyecto GEM Ceuta) Ana Bojica Gabriel García-Parada Arias Carlos A. Albacete Sáez Sara Rodríguez Gómez Manuel Hernández Peinado	PROCESA-Sociedad de Fomento Fundación Escuela de Negocios de Andalucía
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras (Director del Proyecto GEM C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Dirección Técnica) Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú Noelia López del Castillo M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Javier Sancho Azuar M ^a Antonia Vaquero Sánchez Domingo Galiana Lopera	Air Nostrum Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA)
Extremadura	Fundación Xavier de Salas Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura y Coordinador Regional) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo M ^a Victoria Postigo Jiménez	Junta de Extremadura, Universidad de Extremadura, Central Nuclear de Almaraz, Federación Empresarial Cacereña, Sodiex, Sofiex, Pinilla E. Constructora, Arram Consultores, CCOO U.R. Extremadura, Urvicasa, Caja Rural de Extremadura, Palicrisa, Fundación Academia Europea de Yuste, Grupo Alfonso Gallardo, Infostock Europa de Extremadura S.A., Cámara de Comercio de Badajoz, Grupo Katry, Conyser, UGT Extremadura, El Periódico Extremadura, Hoy Diario de Extremadura, García Plata y Asociados, Quesería Pérez Andrada, Fomento de Emprendedores.
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia (BIC Galicia) Grupo de Investigación “Métodos y Gestión de Empresas” de la Universidad de Compostela	Araceli de Lucas (Directora del Proyecto GEM Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López José Antonio Neira Cortés Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo José Alberto Díez de Castro Guillermo Sánchez Vilariño Emilio Ruzo Sanmartín Begoña Barreiro Fernández Fernando Losada Pérez María Gómez Barreiro	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia (BIC Galicia) Grupo de Investigación “Métodos y Gestión de Empresas” de la Universidad de Santiago de Compostela

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
Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	Eduardo Bueno Campos (Director del Proyecto GEM Madrid) Lidia Villar Mártel Carlos Merino Moreno Miguel Palacios Javier Tafur	Instituto Madrileño de Desarrollo Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid
Melilla	Fundación Escuela de Negocios de Andalucía Consejería de Economía Empleo y Turismo	Lázaro Rodríguez Ariza (Director del Proyecto GEM Melilla) Mª del Mar Fuentes Fuentes (Directora del Proyecto GEM Melilla) Ana Bojica Rocío Llamas Sánchez Carlos A. Albacete Sáez Sara Rodríguez Gómez Isabel Maza Pérez Mabel Romero Imbroda Marta Guerrero Werner	Consejería de Economía Empleo y Turismo de Melilla Fundación Escuela de Negocios de Andalucía
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez (Directora del Proyecto GEM Murcia) Alicia Rubio Bañón (Directora GEM Murcia) Nuria Nevers Esteban Albert José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Juan Antonio Pérez Fernández Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Economía, Empresa e Innovación Fundación Caja Murcia Instituto de Fomento de la Región de Murcia Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Obras y Servicios Técnicos de Levante S.L. Confederación Regional de Organizaciones Empresariales Universidad de Murcia
Navarra	Servicio Navarro de Empleo Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra Universidad Pública de Navarra	Cristina Arcaya Iñaki Lavilla Fermín Erro Iñaki Mas Erice (Director GEM Navarra) Ignacio Contín Martín Larraza	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo
País Vasco	Orkestra, Instituto Vasco de Competitividad Universidad de Deusto Universidad del País Vasco Universidad de Mondragón	Iñaki Peña Legazkúe (Director GEM País Vasco) Juan José Gijaba Nahikari Irastorza José Luis González Pernía Aloña Martiarena Iñaki Peña Legazkúe (Director GEM País Vasco) Juan José Gijaba Saioa Arando María Saiz Jon Hoyos Andrés Araujo Iñacio Irizar Echeverría Iosu Lizarralde Aiausti	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Guipúzkoa Fundación Emilio Soldevilla

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

La creación de una empresa es una de las acciones que mayor trascendencia puede tener en la trayectoria profesional y vital de una persona debido al desafío que supone, pero también a las oportunidades de realización personal que ofrece. De la misma manera, en el plano social, la creación de empresas constituye una de las mejores expresiones de su dinamismo, de su voluntad de labrar su propio futuro y de sus posibilidades de crear riqueza y empleo.

Con estas claves, entendemos porqué el seguimiento de las tendencias del fenómeno emprendedor, el conocimiento de las circunstancias que lo impulsan, o de las barreras que lo dificultan, sean objeto preferente de atención de investigadores y responsables políticos a nivel mundial.

El informe Global Entrepreneurship Monitor es, sin duda, la experiencia más ambiciosa llevada a cabo internacionalmente para conocer y entender la actividad emprendedora a nivel mundial. La metodología empleada y su periodicidad hacen de él un instrumento de referencia sin igual para conocer las variaciones en el espacio y en el tiempo de un factor socioeconómico tan relevante como es la creación de empresas.

La Conselleria de Industria, Comercio e Innovación dedica una atención preferente a impulsar y apoyar las iniciativas empresariales en la Comunitat Valenciana, en especial aquellas que, por su carácter innovador, incorporan mayor componente de riesgo y pueden encontrar mayor dificultad para disponer de los recursos necesarios para hacerse realidad. A través del IMPIVA, de los Centros Europeos de Empresas Innovadoras, de la red TECAB o de iniciativas como el Día del Emprendedor, en las que colaboran el amplio número de entidades públicas y privadas que en la Comunitat Valenciana prestan servicios a empresas, intentamos poner a disposición del emprendedor los instrumentos financieros, técnicos, de asesoramiento, formación e infraestructuras que puede necesitar para hacer realidad su proyecto y conseguir así que la Comunitat Valenciana pueda desplegar todo el potencial emprendedor que, año tras año, pone de manifiesto el Informe GEM.

Gracias a esta publicación, el lector tiene en sus manos la mejor forma de conocer el fenómeno emprendedor y todo cuanto rodea a este espíritu.

BELÉN JUSTE PICÓN
Consellera de Industria, Comercio e Innovación
Generalitat Valenciana

Me juran que con los años se propende a la síntesis. Que se prescinde del ornato en los mensajes y de lo superfluo en los contenidos para dar paso a lo que es verdaderamente importante. Yo hace ya cuatro años que escribo el prólogo del estudio GEM en la Comunidad Valenciana y pienso que los conceptos que sustentan nuestro ya añejo patrocinio pueden resumirse en tres que, no por obvios, son menos importantes:

- La actividad empresarial es el pulmón que sustenta la economía.
- La creación de empresas es la savia que alimenta dicha actividad empresarial
- El estudio GEM es la primera aproximación seria y científica para conocer los mecanismos que intervienen en la creación de empresas y analizar el perfil de los emprendedores.

Tres ideas simples. Tres grandes verdades.

Como emprendedor que fui, sé lo importante que es la comprensión de los inversores privados y la ayuda de las instituciones públicas. Por eso pienso que, si no es una obligación empresarial al menos es una deuda moral, colaborar con iniciativas como la que llevan a cabo año tras año la Universidad Miguel Hernández y el Instituto de Empresa.

El proyecto GEM cobra más importancia aún, en tiempos como los que nos está tocando vivir de desaceleración económica. Hoy, más que nunca, es necesario redoblar los esfuerzos para que no decaiga la confianza en aquellos que inician su andadura en el mundo de la empresa. Nuestra prosperidad futura depende en gran parte de la viabilidad de sus ahora modestos proyectos.

Mi esperanza se resume en la certeza de que el proyecto GEM ayudará a crear un marco normativo y de opinión que permita que prosperen el máximo número de esas “semillas empresariales” que vivifican la economía tanto de nuestra comunidad como de nuestra nación.

CARLOS BERTOMEU MARTÍNEZ
Consejero Delegado
Air Nostrum L.A.M.

El equipo investigador desea mostrar su gratitud a Air Nostrum Lam S.A. y al Instituto de la Pequeña y Mediana Industria Valenciana (IMPIVA), entidades que vienen colaborando en la financiación del presente estudio, y sin cuya implicación e interés no habría sido posible el inicio y consolidación de este proyecto que, con ésta, alcanza su cuarta edición en la Comunidad Valenciana.

Del mismo modo, queremos extender nuestro agradecimiento a las instituciones y personas que han brindado su conocimiento y experiencia profesional en el desarrollo del diagnóstico de expertos. Empresarios, consultores, y miembros de organismos públicos de apoyo al emprendedor, así como colegas investigadores de las universidades valencianas y centros de formación. La colaboración de todos ellos resulta fundamental para aportar una perspectiva cualitativa de la actividad emprendedora en nuestra Comunidad.

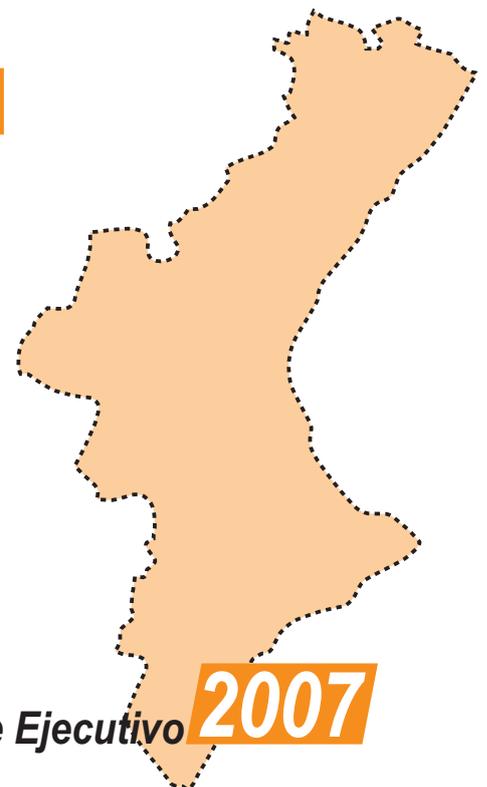
A todos, gracias por la colaboración, el interés, el esfuerzo y la dedicación.

Índices



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

Índice general

Sumario Ejecutivo	23
Introducción al proyecto GEM	27
I.Perspectiva Global de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana	33
I.1 Clasificación de actividades emprendedoras en el Proyecto GEM	35
I.2 Actividad emprendedora incipiente.....	36
I.3 Actividad emprendedora consolidada.....	37
I.4 Ceses de actividades emprendedoras.....	38
I.5 Potenciales emprendedores en la población adulta	39
I.6 Análisis comparativo: diferencias regionales y con países OCDE	40
II.El comportamiento emprendedor	43
II.1 La oportunidad y la necesidad como motivos para crear empresas	45
II.2 Análisis comparativo: diferencias regionales y con países OCDE.....	47
III.Perfil socioeconómico del emprendedor actual y potencial de la Comunidad Valenciana	49
III.1 Perfil del emprendedor “actual”	51
III.2 Perfil del emprendedor “potencial”	54
IV.Aproximación al perfil de las iniciativas empresariales	57
IV.1 Sector general de actividad de las iniciativas en la Comunidad Valenciana.....	59
IV.2 Número de socios	60
IV.3 Dimensión empresarial y empleo.....	60
IV.4 Expectativas de necesidad de recursos humanos a cinco años vista.....	61
V.Financiación de la actividad emprendedora	63
V.1 Necesidades y fuentes de financiación	65
V.2 Expectativas de recuperación de la inversión por parte del emprendedor.....	66
V.3 El perfil del inversor informal.....	66
VI.Percepciones de la población: oportunidades, motivaciones y capacidades	69
VI.1 Percepción de oportunidades para la creación de empresas	72
VI.2 Factores de influencia en la motivación para emprender	74
VI.3 Percepción de capacidades para la creación de empresas	76
VII.Perspectiva de género de la actividad emprendedora	77
VII.1 Participación en la actividad emprendedora en función del género	79
VII.2 Análisis comparativo: diferencias regionales y con países OCDE	80
VII.3 Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender.....	81
VII.4 Entorno sociocultural de la mujer en relación a la actividad emprendedora	83
VIII.Valoración de condiciones de entorno.....	85
VIII.1 Apoyo financiero	88
VIII.2 Políticas públicas.....	89
VIII.3 Programas públicos de apoyo	90

VIII.4	Educación y formación.....	91
VIII.5	Transferencia tecnológica	91
VIII.6	Acceso a infraestructura comercial y profesional	92
VIII.7	Apertura y comportamiento del mercado interno.....	92
VIII.8	Acceso a infraestructura física para nuevas empresas.....	93
VIII.9	Normas sociales y culturales	93
VIII.10	Valoración global del entorno.....	93
VIII.11	Análisis comparativo: diferencias regionales.....	94
IX.	Reflexiones finales.....	99
X.	Anexo I. Metodología	105
XI.	Anexo II. Glosario de términos	109

Índice de figuras

Figura 0-1. Modelo teórico base del Proyecto GEM	30
Figura I-1. El proceso de creación de empresas y las definiciones operacionales de GEM	35
Figura I-2. Evolución de la actividad emprendedora (2004-2007)	37
Figura I-3. Evolución de actividades emprendedoras consolidadas (2004-2007)	38
Figura I-4. Evolución del cese de actividades emprendedoras (2004-2007)	39
Figura I-5. Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2007)	40
Figura I-6. Actividad emprendedora en el contexto nacional (GEM 2007)	40
Figura I-7. Actividad emprendedora en el contexto de países OCDE (GEM 2007)	40
Figura I-8. Actividad emprendedora consolidada en el contexto nacional (GEM 2007)	41
Figura I-9. Actividad emprendedora consolidada contexto de países OCDE (GEM 2007)	41
Figura I-10. Cierre de actividades empresariales contexto nacional (GEM 2007)	41
Figura I-11. Cierre de actividades empresariales contexto de países OCDE (GEM 2007)	41
Figura I-12. Emprendedores potenciales en el contexto nacional (GEM 2007)	42
Figura I-13. Emprendedores potenciales en el contexto de países OCDE (GEM 2007)	42
Figura II-1. Evolución de la actividad emprendedora por oportunidad (2004-2007)	46
Figura II-2. Actividad emprendedora por oportunidad en el contexto nacional (GEM 2007)	47
Figura II-3. Actividad emprendedora por necesidad en el contexto nacional (GEM 2007)	47
Figura II-4. Actividad emprendedora por oportunidad en el contexto de países OCDE (GEM 2007)	48
Figura II-5. Actividad emprendedora por necesidad en el contexto de países OCDE (GEM 2007)	48
Figura III-1. Distribución de emprendedores por género Comunidad Valenciana (2007)	51
Figura III-2. Nivel de estudios de los emprendedores en la Comunidad Valenciana (2007)	52
Figura III-3. Experiencia previa de los emprendedores en la Comunidad Valenciana (2007)	53
Figura III-4. Nivel de renta de los emprendedores en la Comunidad Valenciana (2007)	53
Figura III-5. Emprendedores por tiempo de residencia en la Comunidad Valenciana (2007)	53
Figura III-6. Emprendedores en la Comunidad Valenciana según procedencia (2007)	53
Figura III-7. Distribución geográfica de los emprendedores en la Comunidad Valenciana (2007)	54
Figura III-8. Distribución de emprendedores potenciales por género Comunidad Valenciana (2007)	54
Figura III-9. Nivel de estudios de los emprendedores "potenciales" en la Comunidad Valenciana (2007)	55
Figura III-10. Nivel de renta de los emprendedores "potenciales" en la Comunidad Valenciana (2007)	55
Figura III-11. Emprendedores "potenciales" por tiempo de residencia en la Comunidad Valenciana (2007)	55
Figura III-12. Emprendedores "potenciales" en la Comunidad Valenciana según procedencia (2007)	56
Figura III-13. Distribución geográfica de los emprendedores "potenciales" en la Comunidad Valenciana (2007)	56
Figura IV-1. Actividad emprendedora por sector económico en la Comunidad Valenciana (2007)	59
Figura IV-2. Distribución del número de socios de las iniciativas emprendedoras	60

Figura IV-3. Dimensión de empleo actual en empresas nacientes y nuevas de la Comunidad Valenciana (2007, sin incluir a los socios emprendedores).....	61
Figura IV-4. Expectativas de necesidades de recursos humanos en empresas nacientes y nuevas de la Comunidad Valenciana (2007 y con un horizonte temporal de 5 años).....	61
Figura V-1. Capital inicial requerido por el emprendedor de la Comunidad Valenciana (Miles de euros requeridos por % de emprendedores, 2007)	65
Figura VI-1. Percepción de oportunidades en la población para la creación de empresas en el contexto nacional (GEM 2007)	73
Figura VI-2. Población para la que el miedo al fracaso no sería un obstáculo para la creación de empresas en el contexto nacional (GEM 2007)	75
Figura VI-3. Población que percibe la creación de empresa propia como una buena opción profesional en el contexto nacional (GEM 2007)	75
Figura VI-4. Población con presencia de emprendedores recientes en su círculo cercano en el contexto nacional (GEM 2007)	75
Figura VI-5. Percepción de capacidades en la población para la creación de empresas en el contexto nacional (GEM 2007)	76
Figura VII-1. Evolución de la actividad emprendedora por género en la población de la Comunidad Valenciana (% de población por género 2004-2007)	80
Figura VII-2. Actividad emprendedora de la mujer en el contexto nacional (GEM 2007) ..	81
Figura VII-3. Actividad emprendedora de la mujer en el contexto de países OCDE (GEM 2007)	81
Figura VIII-1. Valoración media de las condiciones de entorno en la Comunidad Valenciana (2007)	94
Figura VIII-2. Valoración global apoyo financiero a creación empresarial en el contexto nacional (GEM 2007)	95
Figura VIII-3. Valoración global de las políticas públicas en el contexto nacional (GEM 2007)	95
Figura VIII-4. Valoración global de los programas públicos en el contexto nacional (GEM 2007)	95
Figura VIII-5. Valoración global de la educación y formación en el contexto nacional (GEM 2007)	96
Figura VIII-6. Valoración global de la transferencia tecnológica en el contexto nacional (GEM 2007)	96
Figura VIII-7. Valoración global del acceso a infraestructura comercial y profesional en el contexto nacional (GEM 2007)	96
Figura VIII-8. Valoración global del mercado interno en el contexto nacional (GEM 2007)	97
Figura VIII-9. Valoración global del acceso a infraestructuras físicas en el contexto nacional (GEM 2007)	97
Figura VIII-10. Valoración global de las normas sociales y culturales en el contexto nacional (GEM 2007)	97
Figura X-1. Esquema de la metodología de la investigación.....	108
Figura X-2. Ficha técnica de la encuesta a la población (2007)	108

Índice de tablas

Tabla I-1. Actividad emprendedora total registrada en la población de la Comunidad Valenciana (2007)	37
Tabla I-2. Evolución de la actividad emprendedora (2004-2007).....	37
Tabla I-3. Evolución de actividades emprendedoras consolidadas (2004-2007).....	38
Tabla I-4. Evolución del cese de actividades emprendedoras (2004-2007)	38
Tabla I-5. Emprendedores potenciales en la población adulta de la Comunidad Valenciana (2007)	39
Tabla I-6. Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2007)	39
Tabla II-1. Tipos de comportamiento emprendedor (% de población adulta de la Comunidad Valenciana, 2007).....	46
Tabla II-2. Evolución del comportamiento emprendedor (2004-2007)	46
Tabla II-3. Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades empresariales en la Comunidad Valenciana (% de respuestas obtenidas, 2007)	47
Tabla III-1. Emprendedores por rangos de edad en la Comunidad Valenciana (2007).....	52
Tabla III-2. Edad del emprendedor potencial en la Comunidad Valenciana (2007)	55
Tabla IV-1. Distribución del número de socios de las iniciativas emprendedoras	60
Tabla IV-2. Clasificación de PYME recomendada por la Comisión Europea (según número de empleados).....	60
Tabla V-1. Expectativas de recuperación de la inversión por parte del emprendedor de la Comunidad Valenciana (2007).....	66
Tabla V-2. La inversión informal en la Comunidad Valenciana (2007).....	66
Tabla V-3. Respuesta de la población adulta ante una solicitud de inversión para la puesta en marcha de una iniciativa emprendedora en la Comunidad Valenciana (2007) ..	67
Tabla VI-1. Ámbito de influencia de los expertos participantes en el estudio	72
Tabla VI-2. Evolución de la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2007)	72
Tabla VI-3. Valoración de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2007)	73
Tabla VI-4. Evolución de factores de influencia en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2007)	74
Tabla VI-5. Factores que influyen en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos 2004-2007)	75
Tabla VI-6. Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2007)	76
Tabla VI-7. Valoración de habilidades y conocimientos para emprender en la Comunidad Valenciana	76
Tabla VII-1. Actividad emprendedora registrada por género en la población de la Comunidad Valenciana (2004-2007)	79
Tabla VII-2. Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender en la Comunidad Valenciana bajo una perspectiva de género (2007)	81
Tabla VII-3. Aspectos relacionados con el entorno sociocultural de la mujer emprendedora en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos 2004-2007).....	83
Tabla VIII-1. Condiciones de entorno analizadas por los expertos de la Comunidad Valenciana	87
Tabla VIII-2. Ámbitos de procedencia de los expertos de la Comunidad Valenciana.....	88
Tabla VIII-3. Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2007)	89
Tabla VIII-4. Evaluación de las políticas públicas de apoyo a nuevas empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2007)	90
Tabla VIII-5. Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de	

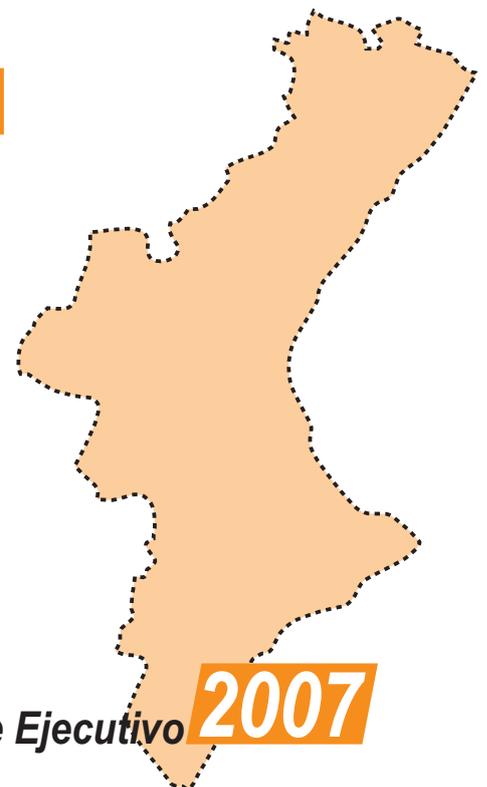
empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2007)	90
Tabla VIII-6. Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana (2004-2007)	91
Tabla VIII-7. Evaluación de la transferencia tecnológica en la Comunidad Valenciana (2004-2007)	91
Tabla VIII-8. Evaluación del acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana (2004-2007)	92
Tabla VIII-9. Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana (2004-2007)	92
Tabla VIII-10. Evaluación del acceso a infraestructuras físicas en la Comunidad Valenciana (2004-2007)	93
Tabla VIII-11. Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana (2004-2007)	93
Tabla VIII-12. Recomendaciones de los expertos para incentivar la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2007)	94

Sumario Ejecutivo



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

Sumario ejecutivo

El presente resumen ejecutivo contiene una síntesis de los principales aspectos relacionados con la situación de la actividad emprendedora de la Comunidad Valenciana en 2007, analizados en este informe.

La actividad emprendedora incipiente registrada en 2007, en la Comunidad Valenciana, alcanza al 8,4% de la población adulta, entre 18 y 64 años, lo que permite estimar que, aproximadamente, unos 269.000 individuos se encuentran involucrados en negocios de reciente creación, que no sobrepasan los 42 meses de operatividad. El dato supone una confirmación de la tendencia de crecimiento continuado observada en el conjunto de los cuatro últimos años en cuanto a implicación de la población en este tipo de actividades.

El desglose de este 8,4% de individuos de la población indica que un 4% de la población adulta de la comunidad Valenciana se encuentra involucrada en “empresas nacientes” (menos de tres meses de funcionamiento), mientras que el 4,4% lo está en “empresas nuevas” (entre 3 y 42 meses de funcionamiento). Estos datos suponen un incremento de individuos implicados en “actividades nacientes” con respecto al año anterior.

El escenario anterior se refuerza por los datos relativos a “emprendedores potenciales”. Un 7,6% de individuos de la población adulta de la Comunidad Valenciana afirman estar considerando seriamente la posibilidad de poner en marcha iniciativas de negocio a tres años vista, manifestando su intencionalidad. Dicho porcentaje supone un notable incremento respecto a 2006, apuntalando la tendencia de crecimiento positiva

de este aspecto en los últimos cuatro años, y suponiendo una “cantera de emprendedores” en torno a los 243.000 individuos.

La actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana es llevada a cabo mayoritariamente por oportunidad. La proporción de emprendedores que reconoce, al menos en parte, la explotación de una oportunidad (78,6%) es muy superior a la proporción de aquellos que desarrollan su actividad empresarial “por necesidad”, esto es, inducidos por las circunstancias o ante la ausencia de otra alternativa laboral.

El perfil medio del emprendedor de la Comunidad Valenciana se aproxima a un varón, en el 63% de los casos, con una edad promedio en torno a los 38 años. En cuanto a su bagaje de capital humano, se trata de individuos con estudios, destacando el nivel universitario, y en un 18% de los casos cuentan con experiencia emprendedora previa. Su origen se sitúa en la propia Comunidad o lleva residiendo en ella más de 10 años, si bien va siendo significativa la presencia de extranjeros entre los emprendedores (13,6%).

Se detecta nuevamente un incremento del grado de implicación en iniciativas empresariales entre el colectivo femenino. En concreto, en 2007 asciende al 6,3% de las mujeres, de entre 18 y 64 años, de la Comunidad Valenciana, (5,1% en 2006). El peso específico de la mujer en el total de emprendedores de la región no sufre alteraciones, dado que el grado de implicación de los hombres se ha incrementado en paralelo.

El perfil mayoritario de las iniciativas atiende a negocios orientados al

consumidor (43,8%), y puestas en marcha con un reducido “equipo emprendedor” (más del 80% de los encuestados han puesto en marcha su actividad en solitario o con un solo socio). En relación con el empleo generado, el 80% de los emprendedores crean negocios que no superan los 5 empleos, y un 77% no cree que sus necesidades de recursos humanos vayan a superar los 5 empleos en los próximos 5 años.

El 50% de los emprendedores estiman unas **necesidades financieras** de puesta en marcha inferiores a los 42.000 euros. Un 51,9% espera aportar, en su totalidad, el capital, mientras que, entre los que prevén emplear financiación ajena siguen destacando como fuentes básicas el recurso a entidades financieras y a la familia.

El 31,6% de la población de la Comunidad Valenciana percibe en su entorno la existencia de buenas oportunidades de negocio para crear empresas, y un 50,2% se considera capacitado y habilitado para acometer la creación de una empresa. Junto a estas percepciones, otros elementos de influencia, como la consideración del miedo al fracaso, la percepción de las normas socio-culturales, o el conocimiento personal de emprendedores, siguen ofreciendo un ambiente positivo para el “emprendedurismo” en la población. Esta opinión se matiza por el juicio de los expertos, que sigue apuntando, como en ediciones anteriores, a la existencia de oportunidades y a su incremento en los últimos años, pero también a un cierto desaprovechamiento de las mismas, consecuencia tanto de la dificultad que presenta su explotación una vez detectadas, como también de la necesidad de mejorar la preparación de los potenciales emprendedores para aprovecharlas adecuadamente.

El estudio por género en la Comunidad Valenciana muestra que las diferencias encontradas en anteriores ediciones se reducen ligeramente. Existen tales diferencias, fundamentalmente en relación a la autopercepción de habilidades y conocimientos para desarrollar iniciativas empresariales (un 46% de mujeres cree disponer de las adecuadas, frente a un 53,8% de los hombres), en relación al miedo al fracaso como potencial barrera (51,8% frente a 47,1%), y en relación a la presencia de emprendedores en el círculo cercano de los individuos (36,4% en las mujeres, frente a 43,4% en los hombres). Otras percepciones con influencia sobre la implicación empresarial -como la percepción de existencia de buenas oportunidades emprendedoras o la influencia de normas socioculturales- son muy similares para ambos grupos.

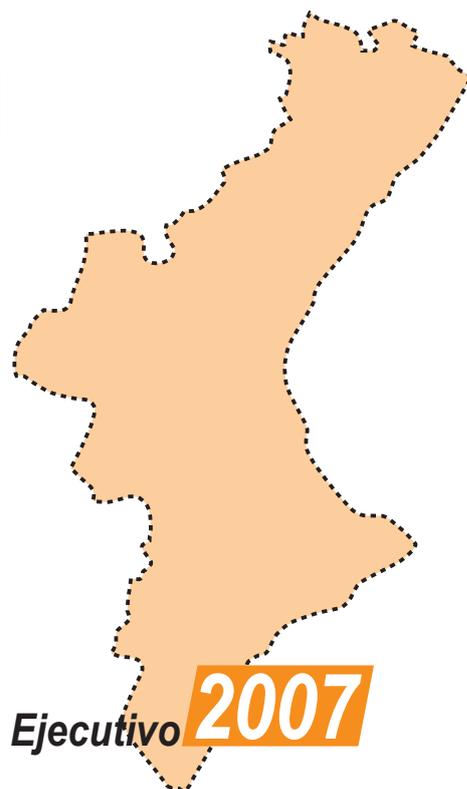
Las condiciones de entorno de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, juzgadas por los expertos, no presentan variaciones bruscas respecto a años anteriores. Se puede destacar que la valoración de dichos agentes tiende a ser levemente más conservadora o estricta, salvo en el juicio del acceso a infraestructura comercial y profesional -más destacada-, y en el caso de la valoración de las normas sociales y culturales, algo más negativa respecto a años anteriores. En síntesis, los aspectos destacados en positivo siguen siendo el acceso disponible para las empresas a la infraestructura física y comercial-profesional, mientras que en el extremo contrario se siguen encontrando los relacionados con el apoyo al desarrollo del espíritu emprendedor desde los niveles educativos básicos, la financiación disponible para los emprendedores y el relativo a la transferencia de tecnología.

Introducción al proyecto GEM



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

Introducción al proyecto GEM

“Global Entrepreneurship Monitor” (GEM)¹ constituye, en su origen, una iniciativa investigadora con vocación internacional, promovida en 1997 por el Babson College y la London Business School, y orientada al estudio de la actividad emprendedora, así como de diversos factores del entorno influyentes en la generación de nuevas empresas.

Desarrollado con carácter anual desde 1999, el Proyecto GEM cumple, este 2008, 10 años de existencia, y en las nueve ediciones realizadas hasta la fecha, ha alcanzado el estatus de referente para el estudio y análisis del proceso emprendedor en un contexto territorial, comparativo, y desde un punto de vista internacional.

Los resultados ofrecidos en el seno del Proyecto permiten contar con una serie de datos, actualizados continuamente, acerca de los emprendedores y el proceso emprendedor, con una amplia potencialidad de empleo por parte de los agentes relacionados con el desarrollo de los territorios. De este modo, su información puede ser empleada como un valioso instrumento de ayuda para los distintos agentes implicados en el desarrollo de actividades emprendedoras en un territorio, y particularmente, para los agentes sociales e instituciones públicas encargadas de promover las condiciones que favorezcan la creación de nuevas empresas.

Desde su primera edición, el número de países incorporados al proyecto ha ido en aumento, hasta alcanzar en la

correspondiente a 2007 la cifra de 47, y estando representados 25 de Europa; 11 de Asia y Oceanía; 10 de Hispanoamérica y uno de Norteamérica. De este modo, se puede decir que se trata, tanto por su magnitud como por sus resultados, del proyecto de investigación, acerca del espíritu empresarial, de mayor envergadura en la actualidad.

España participa en GEM desde su segunda edición (año 2000), constituyendo el informe nacional 2007, la octava participación. Además, en el caso de nuestro país, el Proyecto se ha desarrollado extraordinariamente, merced a la constitución en 2003 de una “Red de Regiones”, formada por diversos grupos de investigación, y con el objetivo de elaborar informes específicos en detalle acerca de la actividad emprendedora en su entorno más cercano, aplicando conclusiones y recomendaciones al contexto de sus respectivas comunidades autónomas.

En esta edición 2007, la participación en el caso español se ha ampliado a 13 comunidades autónomas, junto con las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla. 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

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

cada uno de los territorios, en un amplio marco de referencia.

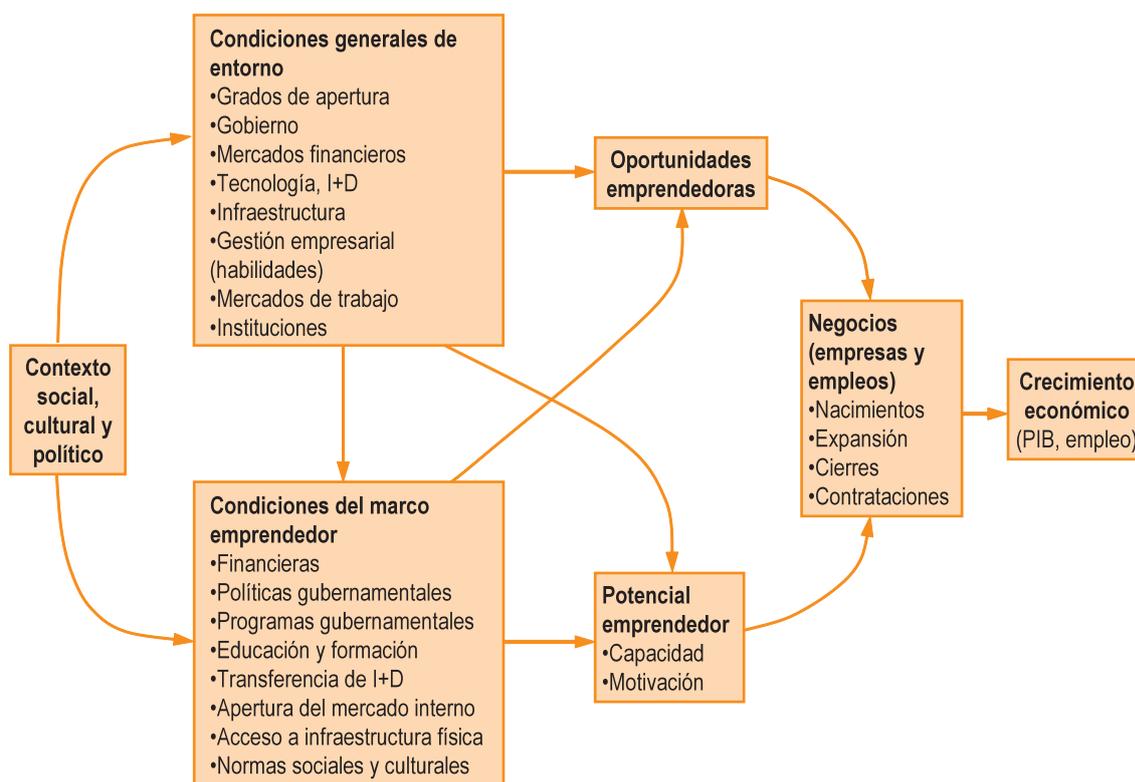
En la elaboración de los informes se emplean diversas fuentes de información, entre las que están, principalmente, las siguientes:

- 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 0-1 muestra el modelo teórico conceptual de trabajo adoptado en GEM, que integra diferentes bloques de variables relacionadas, configuradoras del marco de oportunidades para emprender, así como influyentes también en el potencial emprendedor de los individuos, y con influencia final sobre la creación de empresas en los territorios:

1. Las variables que permiten describir, en sentido amplio, el contexto socioeconómico.
2. Las condiciones generales que se derivan del contexto socio-económico y que influyen en el entorno empresarial.
3. El entorno específico que influye en la creación de nuevas empresas.

Figura 0-1.- Modelo teórico base del proyecto GEM



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.

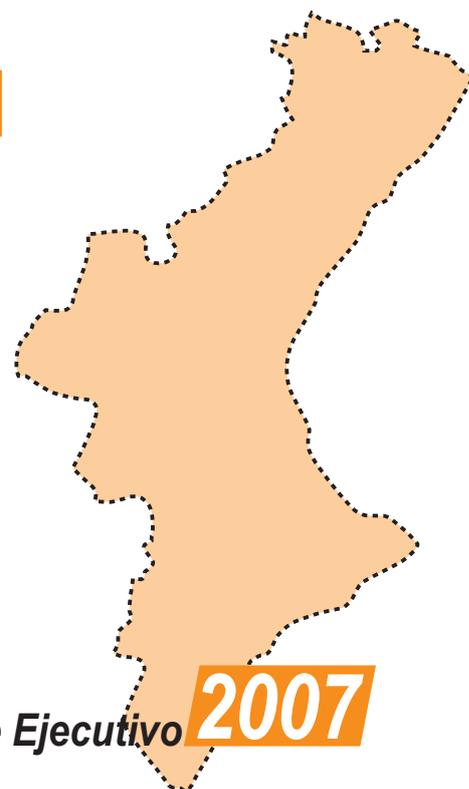
El presente documento contiene una síntesis de los resultados básicos del desarrollo del Proyecto GEM en la Comunidad Valenciana, constituyendo la cuarta edición del mismo en nuestra región. Creemos que, fruto de esta consolidación del Proyecto en nuestro territorio, se puede empezar a hablar de una perspectiva dinámica y de seguimiento de los emprendedores y la actividad que desarrollan, y que ofrece un carácter de observatorio privilegiado de la misma, en tanto que, además, permite sus comparaciones con otros territorios.

I. Perspectiva Global de la actividad empresarial en la Comunidad Valenciana



**GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

I.Perspectiva global de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana

I.1 Clasificación de actividades emprendedoras en el Proyecto GEM

En el proyecto GEM se emplean una serie de conceptos para definir la actividad emprendedora, los cuales conviene presentar antes de abordar este primer capítulo. En este ámbito, se entiende como emprendedor:

“Todo individuo de la población adulta (entre 18 y 64 años) inmerso en la puesta en marcha de un negocio o empresa, 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

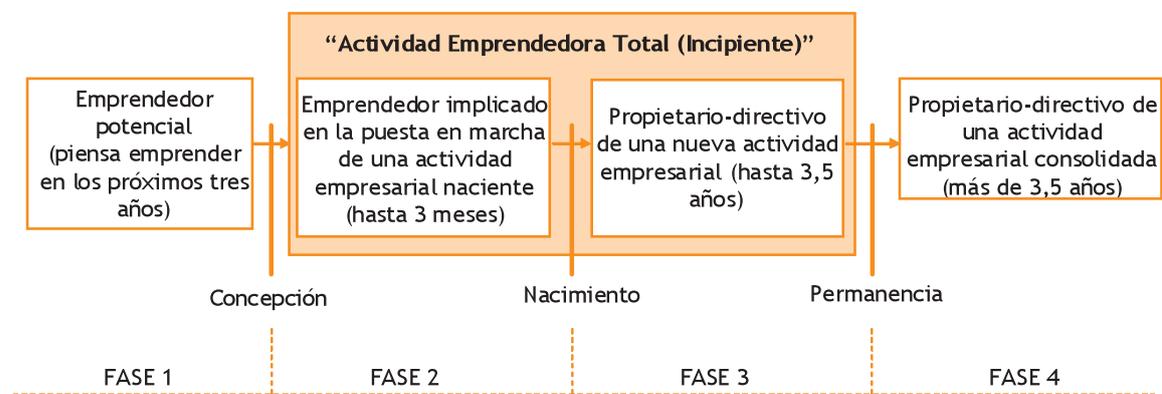
concreto, se efectúan a partir de los porcentajes de población adulta que cumplen las condiciones anteriores².

Desde una perspectiva amplia, en el ámbito del Proyecto GEM, la creación de empresas tiene la consideración de un proceso, presentando la figura I-1 una visión simplificada del mismo. En este proceso de creación de empresas se distinguen cuatro etapas principales.

FASE 1.- “Emprendedor potencial”

Esta etapa tiene en consideración a los individuos de entre 18 y 64 años que piensan emprender algún tipo de actividad empresarial en los próximos tres años. Si bien, estrictamente no forma parte de la actividad emprendedora propiamente dicha, en esta fase del proceso se incorpora a los individuos que están considerando iniciar el desarrollo de una nueva

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



² Las estimaciones se efectúan a partir de ponderaciones basadas en datos de población del INE, y se aplican sobre una muestra representativa de la población adulta de la región, sobre la que se realiza la encuesta que da lugar a la base de datos empleada en los estudios GEM. Para más información, se puede consultar el anexo de Metodología.

actividad empresarial. Sus motivos pueden provenir de la identificación de una oportunidad o por falta de alternativas de empleo, y algunos de esos individuos decidirán finalmente iniciar el negocio.

FASE 2.- “Empresa naciente”

En esta fase el emprendedor ha comenzado alguna acción relacionada con el inicio de su actividad empresarial, esto es, ha completado una 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 (considerándose en esta etapa las actividades en las que se han dado dichos pagos hasta 3,5 años).

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 distintas fases del proceso de creación de empresas anteriormente descrito. Así, a continuación se presentan los resultados acerca de la actividad emprendedora obtenidos en base a los datos proporcionados por el Observatorio GEM. Asimismo, estos datos se ponen en relación con los correspondientes a años anteriores, y con los datos propios de la media del territorio español³.

I.2 Actividad emprendedora

En la tabla I-1 podemos observar los datos correspondientes a la actividad emprendedora registrada en la Comunidad Valenciana en 2007. De acuerdo con las definiciones expuestas en el apartado anterior, se estima que un 8,4% de la población comprendida entre los 18 y 64 años se encuentra involucrada en algún tipo de actividad emprendedora con menos de 42 meses de funcionamiento.

La descomposición de esta actividad incipiente nos muestra que un 4,4% de la población adulta se encuentra desarrollando actividades “nuevas”, con un cierto recorrido (entre 3 y 42 meses de operatividad en el mercado), mientras que un 4% se encuentra llevando a cabo las actividades de puesta en marcha iniciales, en negocios “nacientes” (menos de 3 meses).

³ Al objeto de contribuir a situar a la región en un contexto amplio, en el presente informe, específico para la Comunidad Valenciana, se recogen algunos de los datos del informe nacional, elaborado por el Instituto de Empresa. Más información se puede obtener en www.gemconsortium.org o en www.ie.edu/gem.

Tabla I-1. Actividad emprendedora total registrada en la población de la Comunidad Valenciana (2007)

Población adulta (18 a 64 años)	Estimación del total	% sobre población adulta
Emprendedores en empresas "nacientes" (con menos de 3 meses de funcionamiento)	128.120	4,0%
Emprendedores en empresas "nuevas" (con entre 3 y 42 meses de funcionamiento)	140.933	4,4%
Actividad emprendedora total (con hasta 42 meses de funcionamiento)	269.053	8,4%

De acuerdo con los datos ofrecidos para 2007, se puede estimar que el número de individuos de la Comunidad Valenciana que se encontraban implicados en la puesta en marcha y gestión de actividades de reciente creación se situaba en torno a los 269.000⁴.

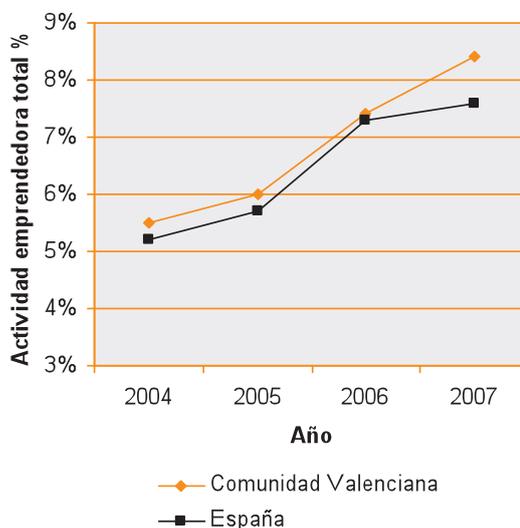
La situación anterior supone, en términos relativos, un porcentaje de población implicada en actividades emprendedoras superior, en más de un 10%, a la media estimada para España (7,6%)⁵.

Así mismo en relación con su evolución, tanto en el territorio nacional como en la Comunidad Valenciana (tabla I-2), se observa una tendencia de progresivo incremento en los últimos cuatro años. Destaca además, que si bien este dato en la Comunidad Valenciana se ha situado en años anteriores en niveles similares a la media del territorio nacional, en este año 2007 el incremento ha sido más acusado a nivel regional, lo que también puede apreciarse en la figura I-2.

Tabla I-2. Evolución de la actividad emprendedora (2004-2007)

% sobre población adulta	2004	2005	2006	2007
Actividad emprendedora total (con hasta 42 meses de funcionamiento)				
C. V.	5,5%	6,0%	7,4%	8,4%
España	5,2%	5,7%	7,3%	7,6%

Figura I-2.- Evolución de la actividad emprendedora (2004-2007)



I.3 Actividad emprendedora consolidada

Partiendo de las estimaciones anteriores sobre la actividad emprendedora de la región, este apartado complementa la perspectiva ofreciendo una estimación acerca de la actividad ya consolidada (que lleva más de 42 meses de funcionamiento).

La información recogida en la tabla I-3 refleja que, en la Comunidad

⁴ La población adulta de 18 a 64 años empleada como base para la elevación de los porcentajes a la población se basa en datos de población de Eurostat-INE. El anexo de metodología aporta información acerca del error muestral de la investigación, lo que permitiría obtener los correspondientes intervalos de confianza para las estimaciones realizadas.

⁵ En el presente informe, los datos correspondientes al conjunto del territorio nacional proceden del Informe GEM 2007 para España, elaborado por el Instituto de Empresa.

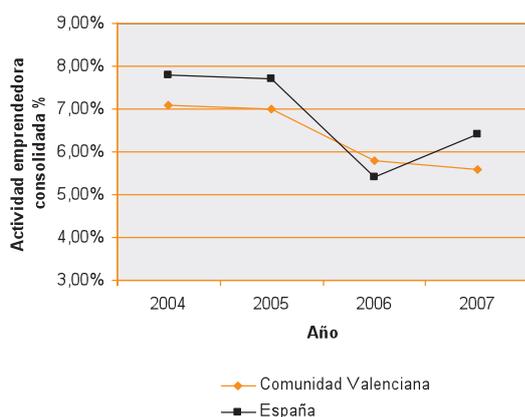
Valenciana, el porcentaje de población que afirma en 2007, estar llevando a cabo la explotación de una actividad ya establecida en el mercado desde hace más de 42 meses, es inferior al que se alcanza en el conjunto del territorio nacional (5,6% frente a 6,4%).

Tabla I-3. Evolución de actividades emprendedoras consolidadas (2004-2007)

% sobre población adulta		2004	2005	2006	2007
Actividad emprendedora consolidada (más de 42 meses de funcionamiento)	C. V.	7,1%	7,0% ⁶	5,8%	5,6%
	España	7,8%	7,7%	5,4%	6,4%

La evolución de los datos en relación con este aspecto, considerando el periodo 2004-2007 en su globalidad (figura I-3), parece indicar una cierta tendencia de descenso en el porcentaje de individuos implicados en actividades emprendedoras consolidadas.

Figura I-3. Evolución de actividades emprendedoras consolidadas (2004-2007)



I.4 Ceses de actividades emprendedoras

El escenario de la actividad empresarial en el año 2007 se completa con el cálculo

de la población que ha cesado en sus actividades empresariales en los doce meses previos a la realización del trabajo de campo, independientemente de en qué etapa del proceso emprendedor se encontrasen en ese momento (tabla I-4).

Tabla I-4. Evolución del cese de actividades emprendedoras (2004-2007)

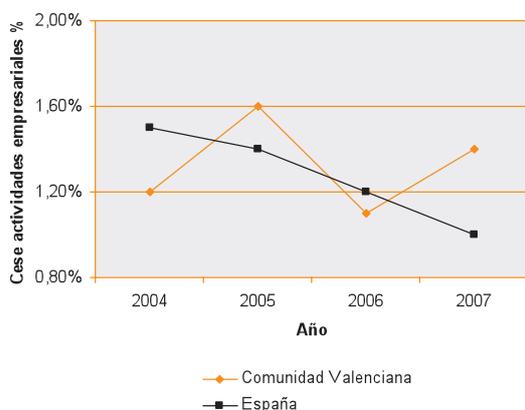
% sobre población adulta		2004	2005	2006	2007
Cesés en la actividad empresarial	C. V.	1,2%	1,6%	1,1%	1,4%
	España	1,5%	1,4%	1,2%	1,0%

En los últimos cuatro años (figura I-4) en el territorio nacional se ha producido una progresiva disminución en el porcentaje de población que ha abandonado sus iniciativas empresariales. En cambio en la Comunidad Valenciana, la situación ha presentado una mayor variabilidad, produciéndose en 2007 un incremento relativo frente a 2006 (1,4% frente al 1,1%). Se trata una variabilidad en los datos que, si bien, conviene tener en cuenta con cierta prudencia, dado lo reducido del porcentaje habitualmente registrado, de cualquier modo vienen poniendo de manifiesto, de forma continuada, una tasa de cierres mínima en relación a los datos conjuntos de nacimientos de negocios, crecimiento y consolidación empresarial.

Adicionalmente, en relación con los ceses en la actividad empresarial, en la presente edición del Informe GEM se analiza, por primera vez, si este abandono constituye un cierre de la actividad desarrollada o si ésta continuó en manos de otros. De este modo, en la Comunidad Valenciana, en un 35,3% de los casos de cese en la actividad empresarial, la iniciativa siguió adelante en otras manos, siendo la tasa real de cierre del 0,9%.

⁶ Dato estimado en base a la evolución nacional, al presentar una alta variabilidad los datos muestrales correspondientes de 2005.

Figura I-4. Evolución del cese de actividades emprendedoras (2004-2007)



I.5 Potenciales emprendedores en la población adulta

En los apartados anteriores se ha analizado la situación en el año 2007 de la actividad emprendedora así como su dinámica, de acuerdo al esquema de fases del proceso de creación de empresas representado en la figura I-1. En este apartado nos centraremos en la fase previa al inicio de la puesta en marcha de la actividad, la denominada "fase 1", en la que encontramos individuos denominados "emprendedores potenciales", es decir, sujetos que tienen en mente la idea de poner en marcha un negocio (incluido el autoempleo) en los próximos 3 años, y que han puesto de manifiesto esta intencionalidad (tabla I-5).

Tabla I-5. Emprendedores potenciales en la población adulta de la Comunidad Valenciana (2007)

Población adulta (18 a 64 años)	Estimación del total	% sobre población adulta
Emprendedores potenciales	243.109	7,6%

La tabla I-5 muestra que un 7,6% de los individuos entre 18 y 64 años de la

Comunidad Valenciana se encontraban, en el período en que se llevó a cabo la encuesta⁷, considerando la posibilidad de iniciar actividades de puesta en marcha de un negocio.

Este porcentaje indica que la intención de emprender es superior a la registrada en el conjunto del territorio español (6,8%). Además, su evolución (tabla I-6) muestra una tendencia de progresivo incremento en la Comunidad Valenciana durante los últimos 3 años, lo que sigue apuntando en la dirección de una considerable "cantera" de emprendedores potenciales con intención de implicarse en nuevas iniciativas empresariales, estimada en unos 243.000 individuos.

Si bien es obvio que muchas de estas intenciones no se convertirán finalmente en iniciativas reales, es interesante observar que su positiva evolución en los últimos cuatro años se ha producido en el mismo sentido que la evolución de la actividad emprendedora registrada, tanto en nuestra región como en el conjunto del territorio nacional.

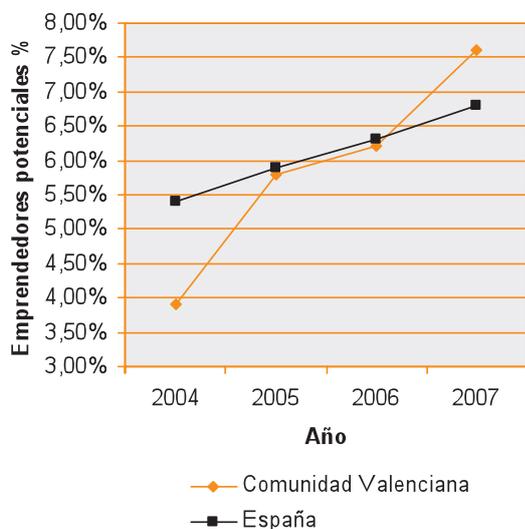
Tabla I-6. Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2007)

% sobre población adulta		2004	2005	2006	2007
Emprendedores potenciales	C. V.	3,9%	5,8%	6,2%	7,6%
	España	5,4%	5,9%	6,3%	6,8%

La figura I-5 muestra la evolución en la intencionalidad empresarial, ofreciendo una visión según la cual parece que, en estos últimos años, las "intenciones de emprender" están experimentando una expansión en la región, superior a la del conjunto de España, lo que apunta a la existencia de singularidades propias del territorio.

⁷ Entre abril y junio de 2007.

Figura I-5. Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2007)



I.6 Análisis comparativo: diferencias regionales y con países OCDE

En el presente apartado se efectúa un análisis comparativo de los datos de actividad emprendedora de la Comunidad Valenciana, en relación con el resto de regiones españolas participantes en la actual edición de GEM, con el conjunto del territorio nacional, y de países de la OCDE.

En este sentido, en lo que se refiere al contexto nacional, y al igual que en años anteriores, la Comunidad Valenciana continúa situándose entre las comunidades autónomas con nivel de actividad emprendedora superior al promedio del territorio español (figura I-6).

Si ampliamos la perspectiva al contexto de la OCDE (figura I-7), podemos apreciar que la Comunidad Valenciana ocupa una posición alta en lo que se refiere a porcentajes de población implicada en la puesta en marcha y desarrollo de

actividades emprendedoras (incluyendo el autoempleo) no superiores a 42 meses de funcionamiento.

Figura I-6. Actividad emprendedora en el contexto nacional (GEM 2007)

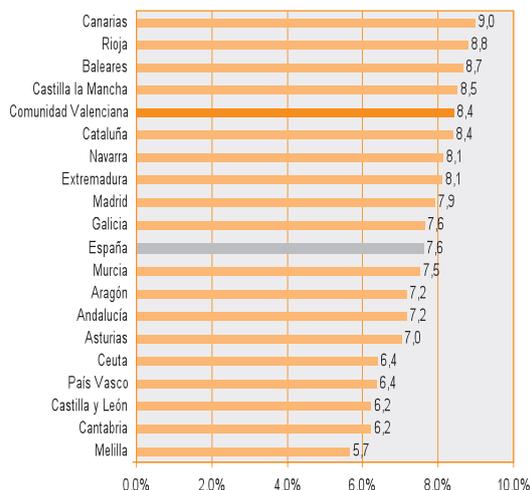
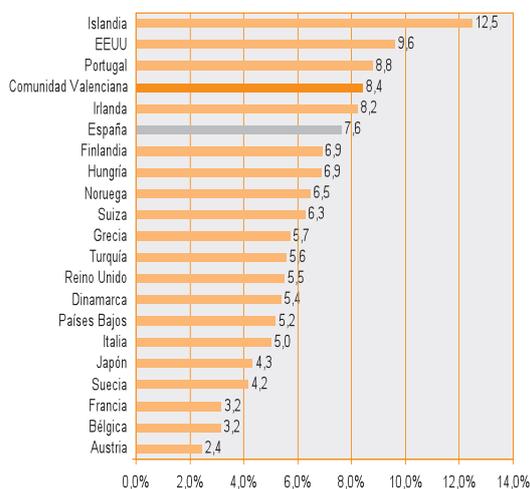


Figura I-7. Actividad emprendedora en el contexto de países OCDE (GEM 2007)



La situación, respecto a población implicada en actividades empresariales cuya operatividad supera los 42 meses no sigue el mismo comportamiento que los indicadores anteriores. En este caso, la Comunidad Valenciana se encuentra por debajo de la media del territorio español (figura I-8), al igual que ocurre

en el contexto de países de la OCDE participantes en el estudio GEM (figura I-9).

Figura I-8. Actividad emprendedora consolidada en el contexto nacional (GEM 2007)

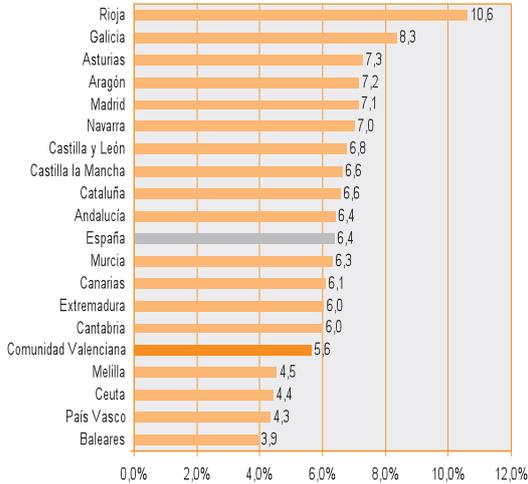
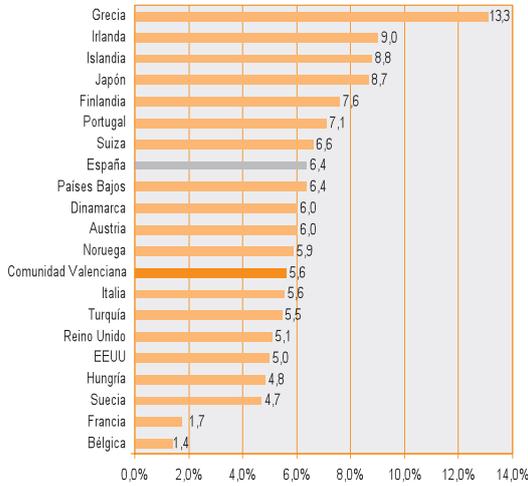


Figura I-9. Actividad emprendedora consolidada contexto de países OCDE (GEM 2007)



En relación con la población adulta que ha cerrado sus iniciativas empresariales, esto es, que ha cesado en las mismas sin traspasarlas a otros, la Comunidad Valenciana presenta un grado de cierres relativamente elevado en el conjunto de regiones españolas (figura I-10). No obstante, este dato de población implicada en cierres, cuando se ubica en un contexto comparativo internacional

(OCDE) (figura I-11), pasa a situarse en niveles bajos comparativamente al resto de territorios GEM.

Figura I-10. Cierre de actividades empresariales contexto nacional (GEM 2007)

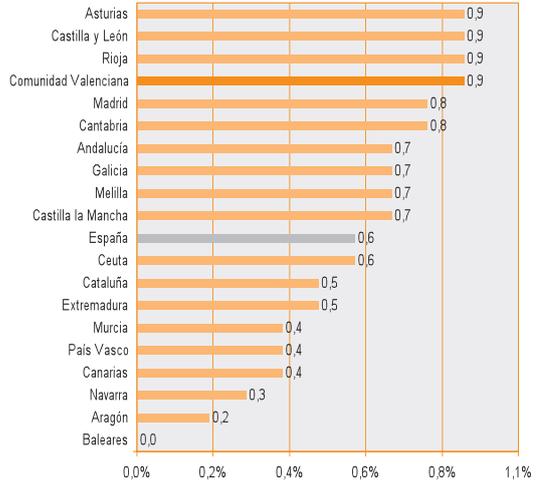
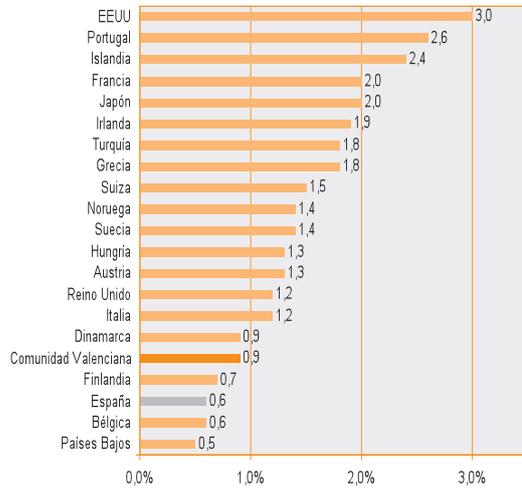


Figura I-11. Cierre de actividades empresariales contexto de países OCDE (GEM 2007)



Finalmente, en relación con el porcentaje de individuos de la población adulta que se encuentran considerando el desarrollo de una iniciativa emprendedora, y que manifiestan dicha intencionalidad, la Comunidad Valenciana se sitúa, en un contexto comparativo nacional, por encima de la media del territorio (figura I-12). En un escenario más amplio, como el que supone el conjunto de

países integrantes de la OCDE que han participado en el proyecto en 2007, los datos proporcionados por países como Turquía, Islandia o Francia,

siguen situando al conjunto de regiones españolas, en niveles comparativamente bajos (figura I-13).

Figura I-12. Emprendedores potenciales en el contexto nacional (GEM 2007)

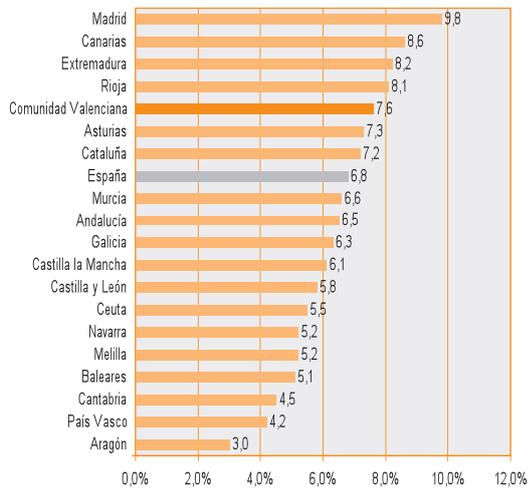
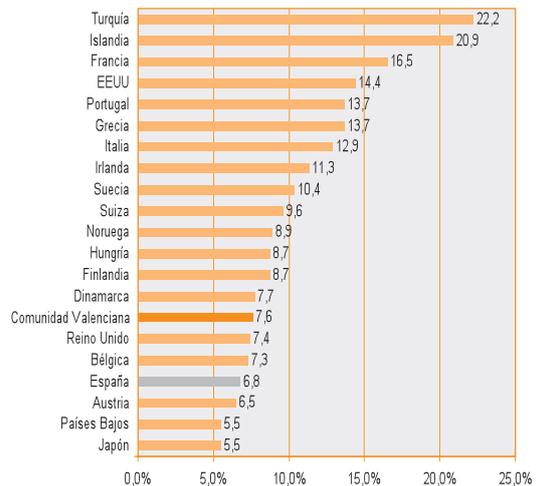


Figura I-13. Emprendedores potenciales en el contexto de países OCDE (GEM 2007)

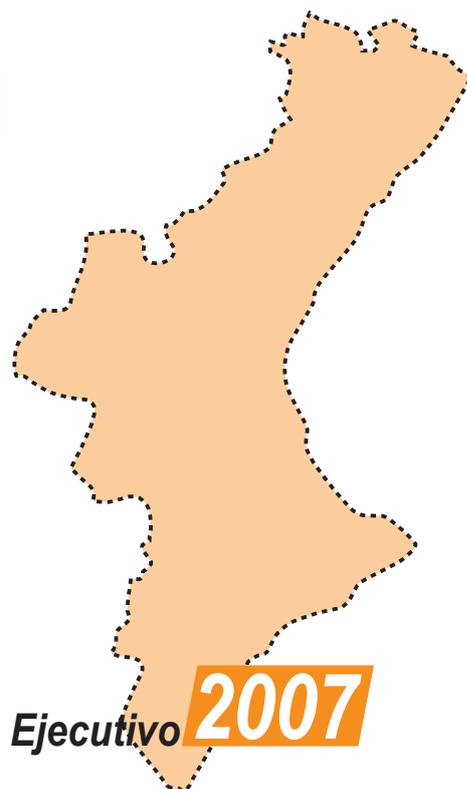


II. El comportamiento emprendedor



**GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

II. El comportamiento emprendedor

En el ámbito del Proyecto GEM, dos son las motivaciones reconocidas como impulsoras fundamentales de la implicación de los individuos en el proceso emprendedor: de un lado la necesidad de emprender, inducida por circunstancias adversas o por la ausencia de otras alternativas laborales, denominada “**emprender por necesidad**”; y por otro lado la explotación, en un momento dado, de oportunidades previamente detectadas por los potenciales emprendedores, denominada “**emprender por oportunidad**”. No obstante es posible encontrar comportamientos no tan nítidos por parte de los emprendedores, lo que conlleva situaciones que podríamos denominar “**intermedias**”, entre estas dos reconocidas como fundamentales. En base a estas premisas se desarrolla el presente capítulo.

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

En relación con las motivaciones que han llevado a los emprendedores a la puesta en marcha de sus iniciativas, en la Comunidad Valenciana, éstos perciben mayoritariamente que su comportamiento ha estado guiado fundamentalmente por la explotación de oportunidades de negocio detectadas,

frente a otro tipo de motivaciones que pudieran considerarse más próximas a la necesidad, o en las que ésta supusiera un elemento crítico de partida.

Partiendo de la información recogida en el capítulo anterior, que indica que en la Comunidad Valenciana, el 8,4% de la población adulta entre 18 y 64 años, se encuentra implicada en la puesta en marcha y desarrollo de una iniciativa empresarial cuya operatividad no supera los 42 meses, en función de la motivación que les llevó a ello, la tabla II-1 muestra que un 6,7% de la población adulta considera que su implicación en la actividad empresarial ha sido básicamente por “oportunidad”, al menos en parte, mientras que, como comentábamos, tan sólo un 0,9% reconoce la “necesidad” como base principal de su conducta. Además, la encuesta a la población adulta ha detectado que un 0,8% no se decanta de forma clara por ninguno de los dos tipos de comportamiento o alega otras causas.

Estos datos ponen de manifiesto el peso, en la Comunidad Valenciana, del reconocimiento y explotación de oportunidades de negocio en la puesta en marcha de los mismos. Dicho de otro modo, en nuestra región, un 78,6% de la población adulta que ha puesto en marcha y desarrollado una iniciativa empresarial en los últimos 42 meses⁸, reconoce, como motivo básico, explotar una oportunidad de negocio.

⁸ Referido al momento de realización de la encuesta a la población adulta (ver anexo metodología).

Tabla II-1. Tipos de comportamiento emprendedor (% de población adulta de la Comunidad Valenciana, 2007)

	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	0,5	0,4	0,9
Oportunidad pura	1,8	2,3	4,1
Oportunidad en parte	1,3	1,3	2,6
No se pronuncia	0,3	0,5	0,8

La evolución del comportamiento emprendedor en el periodo 2004-2006, en la Comunidad Valenciana y en el territorio nacional (tabla II-2), muestra una situación similar en lo que se refiere a la importancia relativa de la "oportunidad" frente a la "necesidad". De modo que también en España la proporción de individuos que reconoce la explotación de una oportunidad en el inicio de su actividad empresarial, es muy superior a la proporción de individuos que emprende, básicamente, ante la ausencia de otra alternativa laboral.

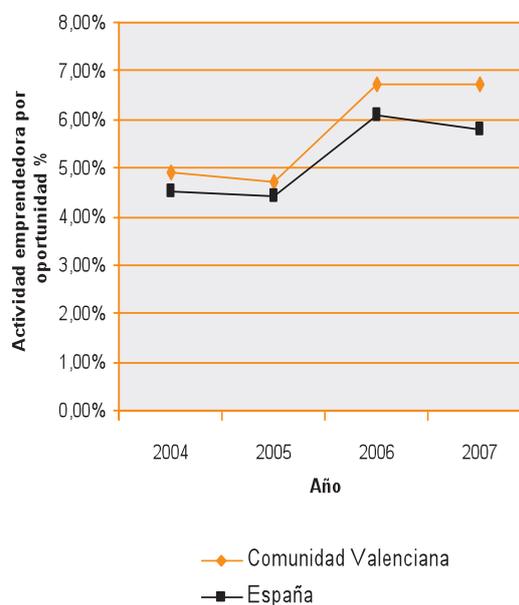
Tabla II-2. Evolución del comportamiento emprendedor (2004-2007)

% sobre población adulta		2004	2005	2006	2007
Necesidad	C.V.	0,6%	1,3%	0,7%	0,9%
	España	0,7%	0,8%	1,2%	1,1%
Oportunidad (pura o en parte)	C.V.	4,9%	4,7%	6,7%	6,7%
	España	4,5%	4,4%	6,1%	5,8%
No se pronuncia	C.V.	*	*	*	0,8%
	España	*	0,2%	*	0,7%

(*) Valor no significativo

Centrándonos en la evolución de la actividad emprendedora de los individuos que consideran que su motivación fundamental era el aprovechamiento de oportunidades previamente detectadas, la figura II-1 ofrece una visión de la evolución que ha seguido el porcentaje de población implicado en actividades emprendedoras por este motivo, muy similar en España y en la Comunidad Valenciana.

Figura II-1. Evolución de la actividad emprendedora por oportunidad (2004-2007)



Además, en el caso de aquellos individuos que "emprenden por oportunidad", la encuesta a la población adulta recoge las motivaciones que subyacen bajo esta búsqueda de oportunidades (tabla II-3). En este sentido, el deseo de independencia y la expectativa de ingresos se detectan como las motivaciones más destacables que han empujado a dicha búsqueda, al igual que ocurría en ediciones anteriores del estudio y como sucede en el conjunto del territorio español.

Tabla II-3. Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades empresariales en la Comunidad Valenciana (% de respuestas obtenidas, 2007)

En la actividad emprendedora total (menor de 42 meses)	España	Comunidad Valenciana
Independencia	51,7%	47,0%
Aumentar ingresos	34,1%	35,3%
Mantener ingresos actuales	8,1%	5,9%
Otros motivos diversos	6,1%	11,8%

Figura II-2. Actividad emprendedora por oportunidad en el contexto nacional (GEM 2007)

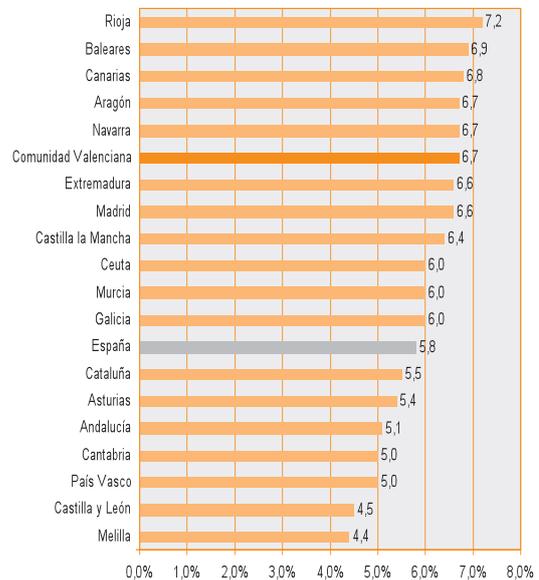
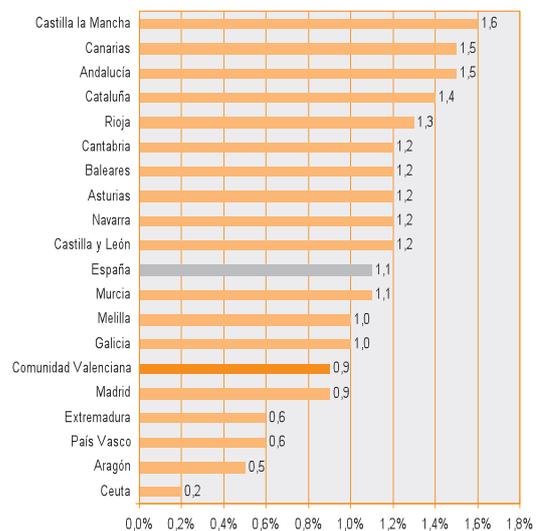


Figura II-3. Actividad emprendedora por necesidad en el contexto nacional (GEM 2007)



II.2 Análisis comparativo: diferencias regionales y con países OCDE

Las figuras II-2 y II-3 muestran la situación comparativa de los datos de la motivación de los emprendedores de la Comunidad Valenciana, en el contexto del territorio nacional.

Respecto a la motivación fundamentada en la búsqueda de oportunidades, podemos observar que la Comunidad Valenciana se encuentra en posiciones relativamente elevadas con respecto al resto de territorios españoles analizados (figura II-2). Además, si la comparativa se efectúa en base al porcentaje de implicación empresarial motivado por circunstancias adversas (“necesidad”) la situación es también relativamente positiva, en cuanto a que en este caso la Comunidad Valenciana se sitúa en posiciones bajas (figura II-3).

En este ámbito, la situación comparativa con el contexto de países de la OCDE es ofrecida por las figuras II-4 y II-5. En este caso, la Comunidad Valenciana ocupa también posiciones elevadas en lo que se refiere a emprender por oportunidad, mientras que en cuanto a “necesidad” se situaría en el grupo que registra indicadores relativamente “intermedios”.

Figura II-4. Actividad emprendedora por oportunidad en el contexto de países OCDE (GEM 2007)

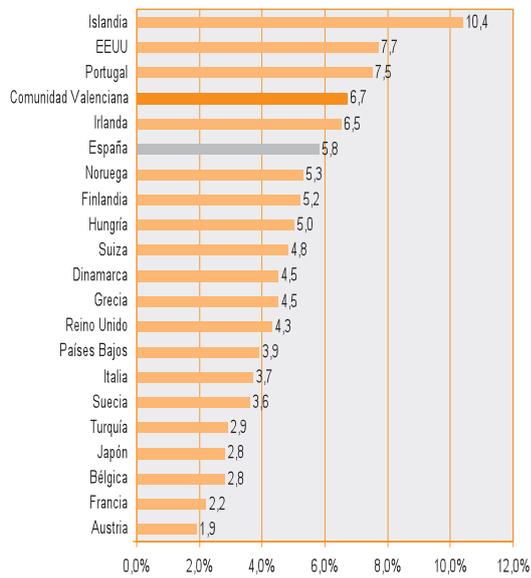
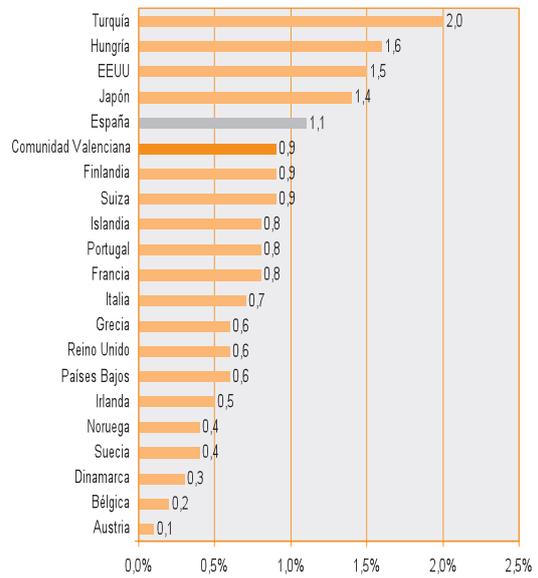


Figura II-5. Actividad emprendedora por necesidad en el contexto de países OCDE (GEM 2007)

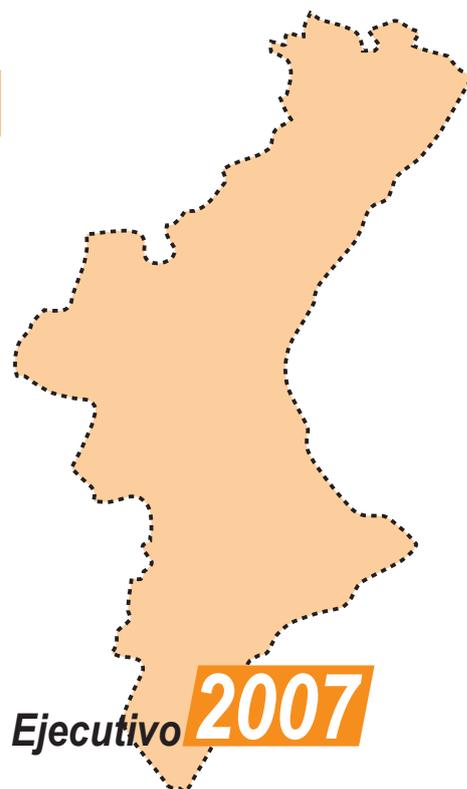


III. Perfil socioeconómico del emprendedor actual y potencial de la Comunidad Valenciana



**GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

III. El perfil socioeconómico del emprendedor actual y potencial de la Comunidad Valenciana

Este capítulo se ocupa de una serie de rasgos, de carácter sociodemográfico y económico, que vendrían a configurar de algún modo el perfil de los individuos relacionados con el proceso emprendedor. Así, de acuerdo con las definiciones GEM, en primer lugar se ofrece una “radiografía” del emprendedor de la Comunidad Valenciana, entendiendo por tal a los individuos, entre 18 y 64 años, inmersos en negocios “nacientes” y “nuevos” (incluyendo el autoempleo), es decir, con no más de 42 meses de operatividad. La información ofrecida se amplía con la correspondiente caracterización de los individuos que se plantean la posibilidad de emprender en los próximos tres años (emprendedores potenciales).

De este modo, el análisis se centra en la distribución por género, edad, nivel de renta y ámbito geográfico de procedencia, incorporándose al análisis, en esta edición, la disposición de experiencia emprendedora previa.

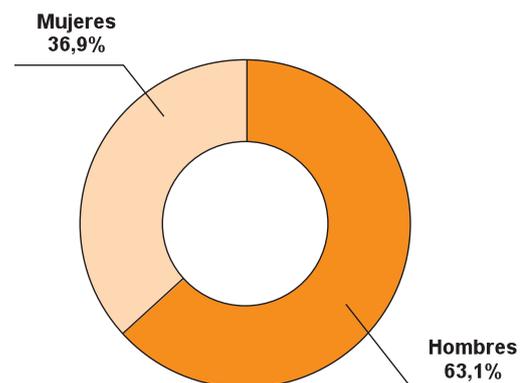
III.1 Perfil del emprendedor “actual”

Este primer apartado analiza el perfil, en el año 2007, de los individuos de la Comunidad Valenciana ya inmersos en

actividades empresariales, pero con no más de 42 meses de operatividad.

Analizando en primer lugar su distribución en función del género (figura III-1), los datos ponen de manifiesto una mayor presencia de hombres que de mujeres (63,1% frente a 36,9%) entre los individuos que han acometido iniciativas empresariales en la región. En relación al conjunto del territorio español (39,5% de mujeres emprendedoras), el dato se mueve en niveles similares. Por otro lado, en relación a su evolución en la Comunidad Valenciana particular, se aprecia un leve incremento del porcentaje de mujeres emprendedoras (34,3% en 2006).

Figura III-1.- Distribución de emprendedores por género (Comunidad Valenciana 2007)



En lo que se refiere al análisis en función de la edad, observamos que el emprendedor se sitúa en una media de 37,7 años en la Comunidad Valenciana, valor que confirma la continuidad de los datos de ediciones anteriores (37 años en 2006), y coincidente con la edad promedio del emprendedor español (37,9 años).

La tabla III-1 amplía el análisis de la distribución por rangos de edad del emprendedor. Dicha tabla revela la preponderancia, en el grupo de emprendedores, de los tramos centrales de edad, y en particular, se observa que el mayor porcentaje (43,6%) corresponde a población entre los 25 y 34 años; seguido por el grupo comprendido entre los 35 y 44 años (27,6%), y en tercer lugar se sitúa el tramo de edad entre 45 y 54 años (13,8%), presentándose porcentajes inferiores en rangos de edad más extremos.

La distribución relativa a estos rangos ha variado con respecto a los datos correspondientes al periodo 2004-2006, en el que el mayor porcentaje de población implicada en actividades emprendedoras ha venido situándose en un tramo de edad mayor (35-44 años).

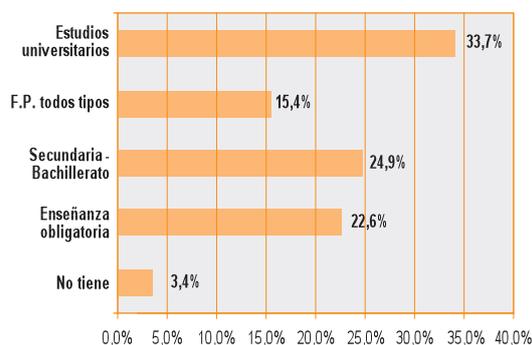
Tabla III-1. Emprendedores por rangos de edad en la Comunidad Valenciana (2007)

Rango de edad	% sobre el total de emprendedores	% sobre el rango de edad
18-24 años	5,3	3,6
25-34 años	43,6	13,8
35-44 años	27,6	9,4
45-54 años	13,8	5,9
55-64 años	9,7	5,1

Complementariamente, la lectura de los datos en términos relativos, es decir, en función del porcentaje de población de cada uno de los segmentos de edad analizados que participa en actividades emprendedoras (tabla III-1), muestra que el tramo de edad, en el que los individuos ofrecen una mayor propensión emprendedora, es el situado entre los 25 y los 34 años, reduciéndose dicha propensión en tramos de edad más alejados, en consonancia con el análisis anterior.

En relación con el nivel de estudios alcanzado por los emprendedores, su distribución, en la Comunidad Valenciana queda recogida en la figura III-2. Se observa que el mayor peso corresponde a emprendedores con nivel universitario, los cuales alcanzan a la tercera parte del total (33,7%); a continuación encontramos emprendedores con estudios de bachillerato (prácticamente una cuarta parte de los casos), en tercer lugar, individuos que disponen de nivel educativo equivalente a enseñanza obligatoria y finalmente, los provenientes de formación profesional.

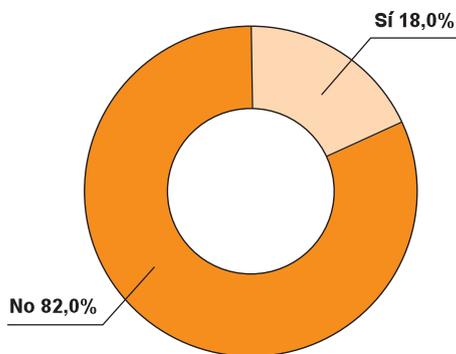
Figura III-2. Nivel de estudios de los emprendedores en la Comunidad Valenciana (2007)



Adicionalmente a los análisis anteriores, la encuesta a la población adulta sondea, en esta edición, la disposición de experiencia previa por parte de los emprendedores. En este sentido, la información procedente de la muestra

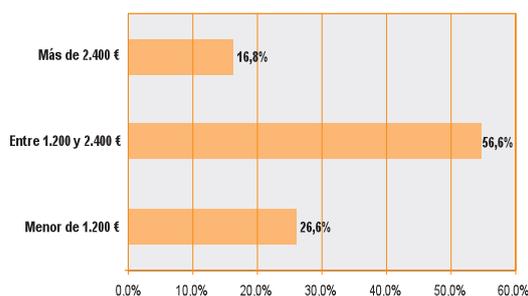
de la Comunidad Valenciana indica que un 18% de los individuos implicados actualmente en iniciativas que todavía no superan los 42 meses de operatividad, estuvieron inmersos, en algún momento anterior, en la puesta en marcha de otras iniciativas empresariales previas a la actual (figura III-3), dato similar al correspondiente al conjunto del territorio nacional (17,8%).

Figura III-3. Experiencia previa de los emprendedores en la Comunidad Valenciana (2007)



Así mismo, en lo que se refiere al nivel de renta mensual, la figura III-4 sintetiza la información proporcionada por los emprendedores encuestados en la Comunidad Valenciana, en los tres tramos de renta propuestos en el consorcio investigador GEM. Destaca claramente el tramo de rentas intermedio (entre 1.200 y 2.400 €), en el que se sitúan más de la mitad de los individuos implicados en actividades emprendedoras con no más de 42 meses de operatividad.

Figura III-4. Nivel de renta de los emprendedores en la Comunidad Valenciana (2007)



El análisis de la procedencia del emprendedor se analiza desde la perspectiva del tiempo de residencia en la región, y desde el ámbito territorial de procedencia.

En lo que respecta al tiempo que los emprendedores llevan residiendo en la región (figura III-5), una inmensa mayoría (81,2%) lleva en la misma más de 10 años; de éstos se estima que aproximadamente las ¾ partes (63,6% sobre el total) son nacidos en la propia Comunidad. Así mismo, llama la atención que un 1,2% de los emprendedores inician su actividad en los primeros 3 años de residencia en la región. Además, en cuanto al ámbito territorial de procedencia, el 13,6% de los emprendedores son de origen extranjero (figura III-6).

Figura III-5. Emprendedores por tiempo de residencia en la Comunidad Valenciana (2007)

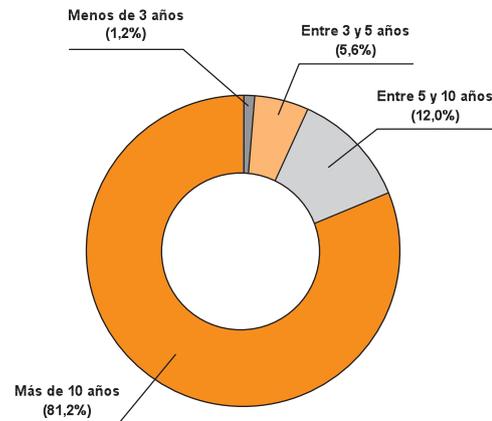
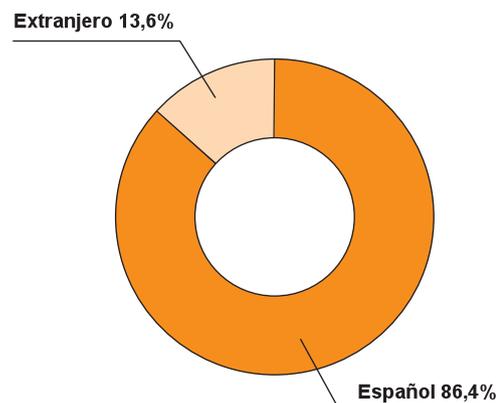
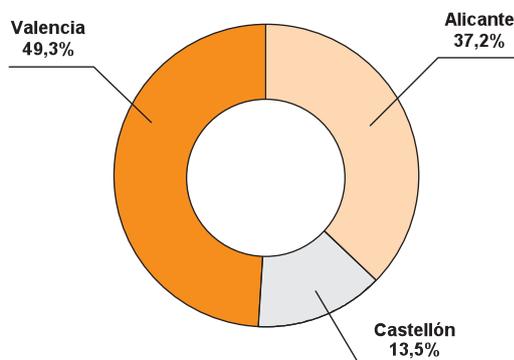


Figura III-6. Emprendedores en la Comunidad Valenciana según procedencia (2007)



Finalmente, la muestra de emprendedores obtenida en la edición 2007 del informe GEM en la Comunidad Valenciana responde a la siguiente distribución por provincias (figura III-7): casi la mitad desarrollan su actividad en la provincia de Valencia; aproximadamente un 37% lo hace en Alicante, y un 13,5% en Castellón.

Figura III-7. Distribución geográfica de los emprendedores en la Comunidad Valenciana (2007)



En base a todo lo anterior, el perfil medio del emprendedor de la Comunidad Valenciana se aproxima a un varón, en la mayor parte de los casos, y edad promedio en torno a los 38 años. En cuanto a su bagaje de capital humano, se trata de individuos con estudios, destacando el nivel universitario, y en un 18% de los casos cuenta con experiencia previa. Su origen se sitúa en la propia Comunidad o lleva residiendo en ella más de 10 años, si bien comienza a apreciarse una significativa presencia de extranjeros entre los emprendedores.

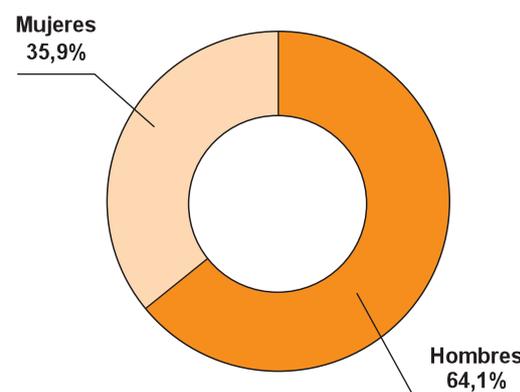
III.2 Perfil del emprendedor "potencial"

Analizado el perfil del emprendedor "actual", en este apartado se presentan

las variables socio-demográficas y económicas relativas al emprendedor "potencial", es decir, individuos de la población adulta que manifiestan estar planteándose la puesta en marcha de un negocio en el entorno de los próximos tres años.

En lo que se refiere al análisis por género (figura III-8), se pone de manifiesto que el colectivo de individuos que se están planteando iniciar algún tipo de actividad empresarial en un futuro cercano, presenta una distribución similar a la correspondiente a los individuos que ya lo están haciendo en estos momentos (35,9% de mujeres frente a 64,1% de hombres). De este modo, la situación se mantiene bastante estable comparativamente con el año anterior (36,2% de mujeres en 2006). En relación al conjunto del territorio nacional, la situación no implica diferencias relevantes.

Figura III-8.- Distribución de emprendedores potenciales por género (Comunidad Valenciana 2007)



Si realizamos el análisis de la edad del emprendedor "potencial" en la Comunidad Valenciana, se observa un dato promedio aproximado de 34 años, ligeramente inferior al correspondiente al emprendedor actual (37,7), y en valores similares a la edad promedio del emprendedor "potencial" español (34,9 años).

En la tabla III-2 se observa que el mayor porcentaje de población (39,6%) que se está planteando la puesta en marcha de un negocio se sitúa en el tramo entre los 25 y 34 años, seguido por el grupo comprendido entre los 35 y 44 años (24,8%) y en tercer lugar se sitúa el tramo de edad entre 18 y 24 años con un porcentaje ligeramente inferior (19,5%).

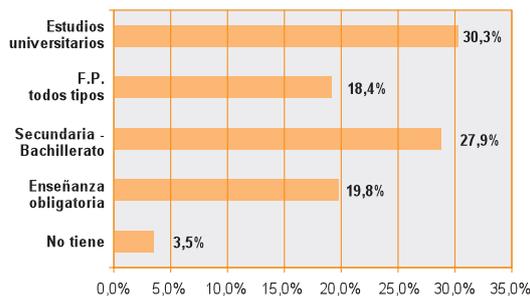
Tabla III-2. Edad del emprendedor potencial en la Comunidad Valenciana (2007)

Rango de edad	% sobre el total de emprendedores	% sobre el rango de edad
18-24 años	19,5	12,1
25-34 años	39,6	11,4
35-44 años	24,8	7,6
45-54 años	10,3	3,9
55-64 años	5,8	2,7

En relación con el nivel de estudios de los emprendedores "potenciales" (figura III-9) se detecta un mayor peso del nivel correspondiente a "estudios universitarios" (30,3%), situación similar a la alcanzada en el conjunto del territorio nacional (31,0%).

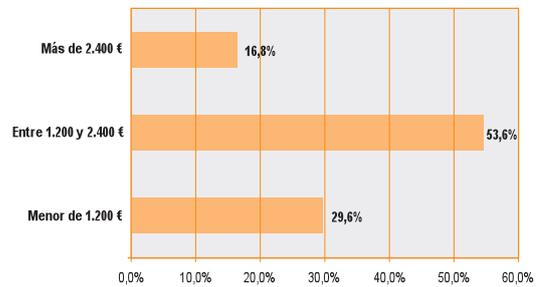
El reparto de individuos por nivel de estudios se encuentra en línea con el correspondiente al de los emprendedores actuales, recogido en el apartado anterior.

Figura III-9. Nivel de estudios de los emprendedores "potenciales" en la Comunidad Valenciana (2007)



Así mismo, en lo que respecta al análisis del nivel de renta mensual de los emprendedores "potenciales", de acuerdo a los niveles de renta propuestos en GEM y las manifestaciones de los encuestados, la figura III-10 muestra que la mayor parte de éstos (53,6%) se sitúan en el tramo medio de renta, similar a lo acontecido con el emprendedor actual de la Comunidad Valenciana.

Figura III-10. Nivel de renta de los emprendedores "potenciales" en la Comunidad Valenciana (2007)



En lo que respecta al tiempo de residencia en la Comunidad Valenciana (figura III-11), casi 1 de cada 4 individuos (23,4%) que se está planteando iniciar alguna actividad empresarial (incluyendo el autoempleo) lleva menos de 10 años en la región. Además, en cuanto al ámbito territorial de procedencia, el 20% son extranjeros (figura III-12), lo que de algún modo es un indicativo del protagonismo de la potencial actividad emprendedora entre este colectivo de población en relación a la población autóctona.

Figura III-11. Emprendedores "potenciales" por tiempo de residencia en la Comunidad Valenciana (2007)

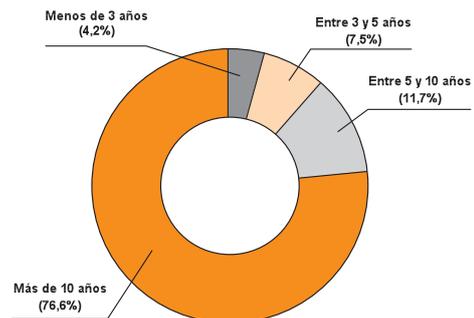
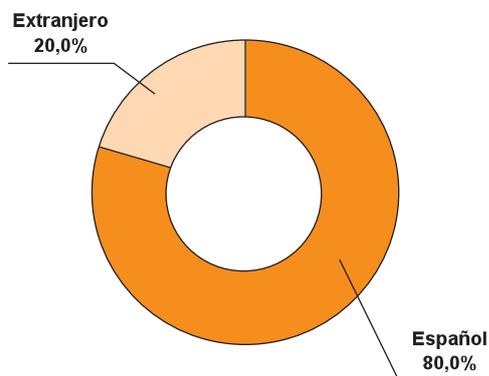
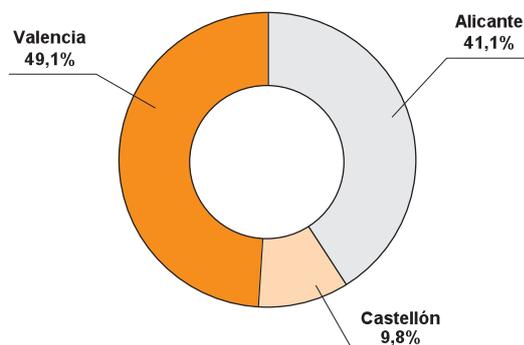


Figura III-12. Emprendedores "potenciales" en la Comunidad Valenciana según procedencia (2007)



La distribución por provincias de la muestra de individuos que se están planteando la puesta en marcha de un negocio, a un plazo de tres años, queda reflejada en el gráfico III-13, respondiendo a la siguiente estructura: casi la mitad reside en la provincia de Valencia; aproximadamente un 41% lo hace en Alicante y casi un 10% en Castellón. Estos datos muestran una estructura similar a los correspondientes al emprendedor actual.

Figura III-13. Distribución geográfica de los emprendedores "potenciales" en la Comunidad Valenciana (2007)



Con todo, el individuo que se está planteando la puesta en marcha de un negocio, a un plazo de tres años, respondería al siguiente perfil: varón en la mayor parte de los casos, y con una edad promedio de 34 años. En cuanto a su nivel de estudios, destaca el universitario, su origen se sitúa en la propia región o lleva residiendo en ella más de 10 años, si bien el porcentaje de extranjeros plantea una tendencia al alza con respecto a lo que ocurre en el caso del emprendedor actual.

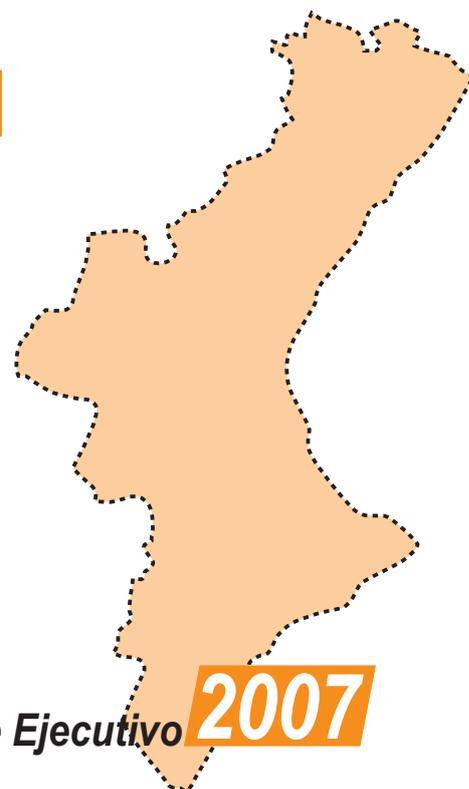
Estos datos, puestos en relación con los relativos al emprendedor "actual", pueden hacer pensar que el perfil del emprendedor continuará siendo similar en los próximos años al que presenta actualmente, destacando especialmente, la posible mayor presencia de individuos de origen extranjero, lógicamente en línea con la tendencia de los movimientos demográficos y de población de los últimos años, especialmente en la Comunidad Valenciana.

IV. Aproximación al perfil de las iniciativas empresariales



**GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

IV. Aproximación al perfil de las iniciativas empresariales

En el presente capítulo se analiza el perfil de las iniciativas empresariales de la Comunidad Valenciana en base al sector de actividad en que operan, el número de propietarios y el volumen de empleos generados en la actualidad. Así mismo, se recogen las expectativas de crecimiento de dichas actividades empresariales, de acuerdo a las necesidades esperadas de recursos humanos a cinco años vista, lo que aporta una perspectiva de cómo los emprendedores visionan el futuro de su actividad empresarial, en un horizonte temporal en el que podríamos considerar a dichas iniciativas como “consolidadas”, siguiendo la terminología empleada en GEM.

IV.1 Sector general de actividad de las iniciativas en la Comunidad Valenciana

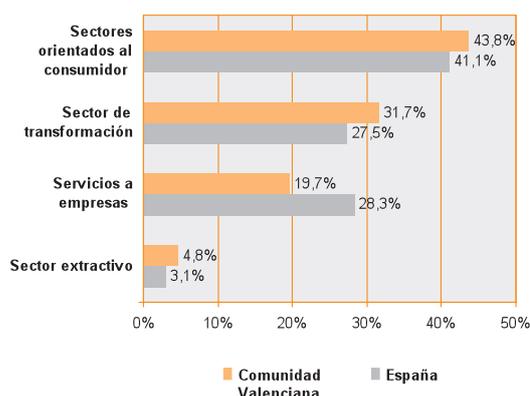
La clasificación sectorial empleada en el Informe GEM consta de cuatro grandes bloques: el sector extractivo, el transformador, el de servicios a empresas y el sector de actividad orientado al consumidor.

De acuerdo con esta clasificación, las iniciativas emprendedoras llevadas a cabo en la Comunidad Valenciana (figura IV-1) se ubican mayoritariamente en el sector “orientado al consumidor”

el cual concentra el 43,8% de las iniciativas con menos de 42 meses de funcionamiento; tras este grupo de actividades se sitúan aquellas denominadas de “transformación”, con un 31,7%; los “servicios a empresas”, en tercer lugar, suponen un 19,7% de las iniciativas, y finalmente el “sector extractivo”, un 4,8% de las mismas.

Si comparamos esta situación con el conjunto del territorio nacional, observamos que difiere ligeramente de la situación de la Comunidad Valenciana ya que el segundo sector de mayor peso es el de “servicios a empresas” con un 28,3% de las iniciativas, ocupando el “sector de transformación” el tercer puesto con un 27,5% de las mismas.

Figura IV-1. Actividad emprendedora por sector económico en la Comunidad Valenciana (2007)



IV.2 Número de socios

La figura IV-2, proporciona información de la distribución del número de socios (incluyendo al socio que contesta la encuesta), para las actividades empresariales con menos de 42 meses de operatividad. Los datos confirman que la dimensión de los "equipos emprendedores" es muy pequeña, de hecho, algo más del 80% de los encuestados declaran que han puesto en marcha su actividad empresarial en solitario o con un solo socio, mientras que no más de un 5% de experiencias se han puesto en marcha entre 4 o más socios.

Si comparamos esta situación con la correspondiente al contexto nacional (tabla IV-1), se detecta que el número de iniciativas con un único propietario es ligeramente menor en España (53,5%), aumentando la presencia de iniciativas con dos socios (25%) y con cinco o más socios (3,4%).

Figura IV-2. Distribución del número de socios de las iniciativas emprendedoras

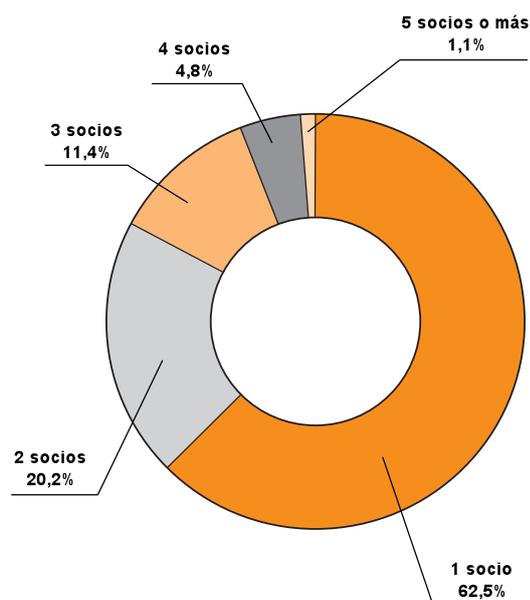


Tabla IV-1. Distribución del número de socios de las iniciativas emprendedoras

Número de propietarios	España	Comunidad Valenciana
1	53,5%	62,5%
2	25,0%	20,2%
3	13,2%	11,4%
4	4,9%	4,8%
5 o más	3,4%	1,1%

IV.3 Dimensión empresarial y empleo

Este apartado centra su análisis en la dimensión de las iniciativas emprendedoras de reciente creación ("nacientes" y "nuevas" en el contexto GEM) en las que se ven implicados los emprendedores de la Comunidad Valenciana.

Siguiendo el criterio definitorio de PYME, desde el punto de vista de número de empleados, recomendado por la Comisión Europea⁹, las iniciativas analizadas se clasifican en microempresas, pequeñas y medianas empresas (tabla IV-2).

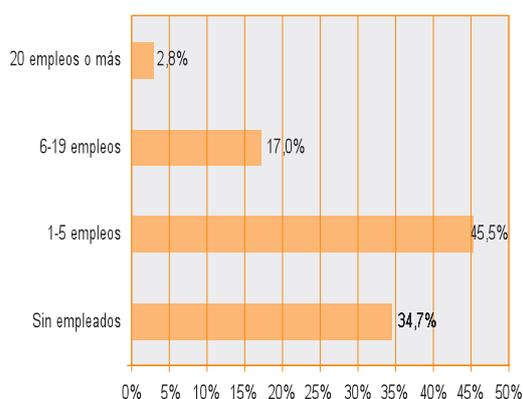
Tabla IV-2. Clasificación de PYME recomendada por la Comisión Europea (según número de empleados)

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

⁹ 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 clasificación entró en vigor a partir del 1 de enero de 2005, sustituyendo a la Recomendación 96/280/CE.

Al igual que en años anteriores, la inmensa mayoría de las iniciativas emprendedoras valencianas presenta una dimensión de microempresa (figura IV-3), predominando aquellas que se sitúan entre 1 y 5 empleados (45,5%).

Figura IV-3. Dimensión de empleo actual en empresas nacientes y nuevas de la Comunidad Valenciana (2007, sin incluir a los socios emprendedores)

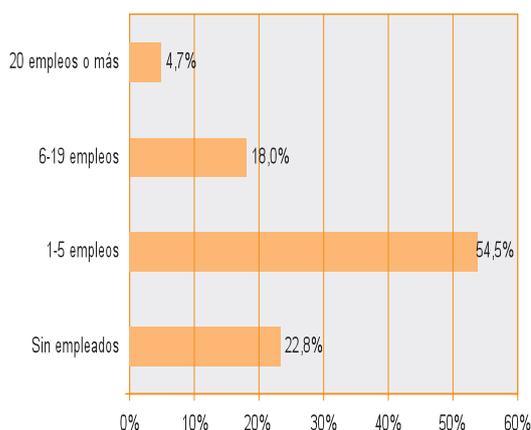


IV.4 Expectativas de necesidad de recursos humanos a cinco años vista

En lo relativo a cómo los emprendedores visionan el futuro de su actividad

empresarial, en términos de empleo y con un horizonte temporal de cinco años (figura IV-4), los datos siguen confirmando, al igual que en los estudios de años anteriores, la vocación de pequeña empresa de la mayoría de las iniciativas empresariales que se están poniendo en marcha en la actualidad. De hecho, algo menos de un 5% considera que el volumen de negocio de su actividad empresarial, a cinco años, pueda suponer necesidades de recursos humanos mayores de 20 empleados.

Figura IV-4. Expectativas de necesidades de recursos humanos en empresas nacientes y nuevas de la Comunidad Valenciana (2007 y con un horizonte temporal de 5 años)

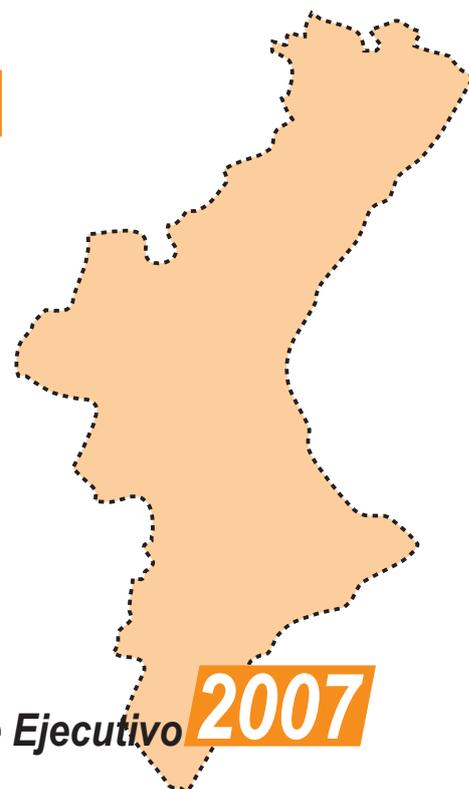


V. Financiación de la actividad emprendedora



**GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

V. Financiación de la actividad emprendedora

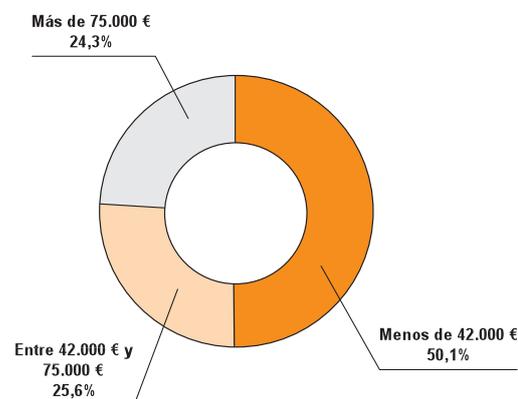
Este capítulo recoge algunos aspectos destacados relacionados con la financiación de las nuevas actividades empresariales en la Comunidad Valenciana. Por un lado, en relación con las necesidades de capital estimadas, por los propios emprendedores, para la puesta en marcha, así como con las fuentes de financiación -propia o ajena- que tienen previsto emplear para cubrir tales necesidades. Por otro lado, se aproxima el perfil del inversor informal que está dispuesto a participar con su dinero en la financiación de iniciativas empresariales de terceros.

V.1 Necesidades y fuentes de financiación

En lo que se refiere a necesidades de financiación, el 50% de los individuos catalogados como emprendedores (menos de 42 meses en el mercado) estiman unas necesidades de financiación, en el proceso de puesta en marcha de su iniciativa empresarial, inferiores a los 42.000 €. Este porcentaje se amplía hasta el 75% de los emprendedores, si consideramos necesidades de hasta 75.000 €. Por otro lado, se detecta la presencia de cerca de un 15% de iniciativas cuyos promotores estiman necesidades por encima de los 100.000 €¹⁰. La distribución de

respuestas a esta cuestión resulta similar, en términos generales, a la obtenida en 2006.

Figura V-1. Capital inicial requerido por el emprendedor de la Comunidad Valenciana (miles de euros requeridos por % de emprendedores, 2007)



Respecto a la forma de cubrir estas necesidades de financiación, la mitad (51,9%) de los emprendedores prevén aportarlo en su totalidad, mientras que el 21,7% prevé recibir fondos de su propia familia y el 41,2% prevé acudir a bancos y otras instituciones financieras. Estas fuentes de financiación, constituyen los recursos financieros fundamentales, sin embargo otras alternativas que aparecen claramente, son las relativas a ayudas públicas y las provenientes de

¹⁰ Cabe considerar cierta prudencia a la hora de interpretar los datos, dada la dispersión de las frecuencias de respuesta en torno a esta cuestión en particular.

otras relaciones personales (amistad, trabajo, etc.), si bien el alto índice de no respuesta obtenido en estas cuestiones no permite realizar un análisis más exhaustivo.

V.2 Expectativa de recuperación de la inversión por parte del emprendedor

En relación con la expectativa de retorno de la inversión realizada por parte de los emprendedores (tabla V-1), en torno a un 60% de los nuevos empresarios de la Comunidad Valenciana espera, al menos, recuperar el capital aportado. En particular, corresponde a un 45,3% el caso de aquellos que esperan obtener beneficios -esperanza razonable y lógica de cualquier inversión-, mientras que resalta el hecho de que un 10,6% reconoce claramente una cierta incertidumbre a la hora de concretar sus expectativas de retorno de inversión.

Tabla V-1. Expectativa de recuperación de la inversión por parte del emprendedor de la Comunidad Valenciana (2007)

% de emprendedores	
No esperan recuperar nada de la inversión	0,5%
Esperan recuperar la mitad de lo invertido	3,3%
Esperan recuperar lo invertido	12,6%
Esperan tener beneficios	45,3%
No lo tiene claro	10,6%
No contestan	27,9%

V.3 El perfil del inversor informal

Este último apartado aproxima algunos rasgos del perfil de los individuos que, en la Comunidad Valenciana, financian o han financiado la puesta en marcha de negocios ajenos, en los tres últimos años.

En este sentido, aproximadamente un 4% de la población adulta de la Comunidad Valenciana ha proporcionado fondos personales para ayudar a la puesta en marcha de iniciativas empresariales de terceros, porcentaje ligeramente superior al del contexto nacional (3,2%).

Las cantidades invertidas oscilan en un rango amplio, si bien, el montante medio de la inversión acometida se sitúa en torno a los 18.000 € (alrededor de 17.000 € en el caso español) y las situaciones más frecuentes son las relativas a cantidades pequeñas, del orden de unos 3.000 €.

En cuanto a la evolución regional con respecto a 2006, la situación se mantiene en términos similares (un 2,8% de la población adulta invirtiendo como media unos 19.000€).

Tabla V-2. La inversión informal en la Comunidad Valenciana (2007)

% de inversores informales en la población mayor de 18 años	4,0 %
Inversión media realizada por el inversor informal	18.296 €

En lo que se refiere al perfil sociodemográfico del inversor informal, sus características no presentan grandes diferencias comparativamente con las relativas al inversor tipo español. En concreto, en la Comunidad Valenciana:

- La edad media del inversor informal se sitúa en torno a los 39 años.
- Un 50,9% afirma percibir la existencia de buenas oportunidades para poner en marcha negocios en un entorno temporal de seis meses, mientras que un 32,5% no lo percibe y un 16,6% 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 60,1% de los casos (47,7%, “familia directa”); y vínculos de amistad o conocimiento en un 29,5%.
- Preguntados por sus expectativas de recuperación de la inversión, un 34,4% no espera ningún retorno de su inversión, mientras que un 39,9% espera únicamente la devolución del capital.

Adicionalmente al análisis anterior, en esta edición se le ha preguntado, a toda la población, sobre su comportamiento ante una posible solicitud de inversión

de capital en un negocio ajeno, con el objetivo de reflejar su hipotética reacción (tabla V-3). Se observa que un 29,8% de la población adulta de la Comunidad Valenciana, entre 18 y 64 años, afirma que nunca pondría dinero en un proyecto ajeno; el resto de la población se encuentra dividida más o menos a partes iguales, entre los que afirman que lo harían dependiendo de la relación con el solicitante, y los que se guiarían fundamentalmente por criterios puramente empresariales, solicitando mayor información y analizando la viabilidad del proyecto antes de invertir.

Tabla V-3. Respuesta de la población adulta ante una solicitud de inversión para la puesta en marcha de una iniciativa emprendedora en la Comunidad Valenciana (2007)

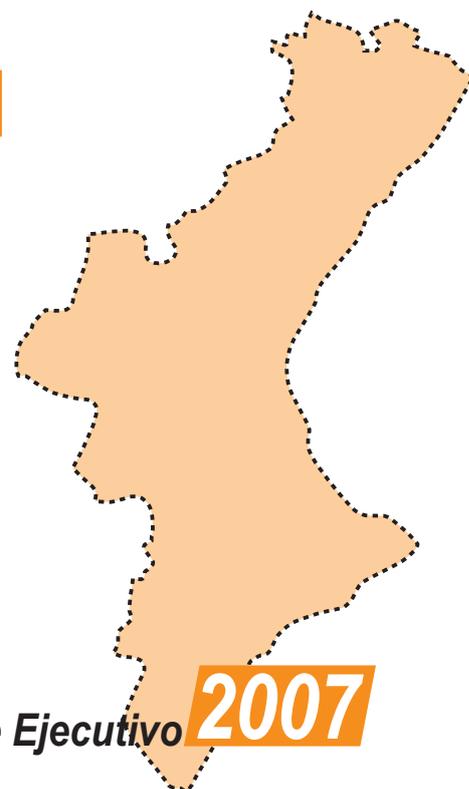
% de inversores que dedican...	
Pediría todo tipo de documentación acerca del proyecto antes de invertir	33,8%
Dependiendo de la relación con el solicitante, le proporcionaría la financiación o no	30,7%
Ni siquiera consideraría la posibilidad de poner dinero en un proyecto ajeno	29,8%

VI. Percepciones de la población: oportunidades, motivaciones y capacidades



**GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

VI. Percepciones de la población: oportunidades, motivaciones y capacidades

Este capítulo ofrece información relacionada con los juicios subjetivos que los individuos realizan sobre ciertos aspectos susceptibles de influir en su “propensión emprendedora”. En este sentido, recoge una serie de apreciaciones o percepciones que los individuos de la población adulta formulan, tanto sobre sí mismos, como sobre el entorno económico y social de influencia.

En particular, se recoge información sobre:

- la lectura realizada del entorno emprendedor en términos de oportunidades;
- la percepción de determinados aspectos que pueden influir, positiva y negativamente, en su actitud hacia la actividad de creación de empresas, en concreto:
 - ⬢ la influencia de la valoración que el entorno social hace de la actividad emprendedora y los empresarios,
 - ⬢ la presencia de emprendedores en el círculo cercano del individuo, y
 - ⬢ la actitud frente al riesgo o a las consecuencias sociales de un

hipotético fracaso empresarial.

- la percepción personal de las capacidades adecuadas para la puesta en marcha de una iniciativa empresarial, o autoeficacia.

La estructura del capítulo se fundamenta sobre los datos aportados por las dos fuentes básicas de información del estudio: (1) la encuesta realizada sobre la población adulta de la Comunidad Valenciana; y (2) la información procedente de las opiniones de un grupo de expertos en creación de empresas, integrado por 36 profesionales y empresarios, procedentes del ámbito regional, y que proporciona una visión amplia en relación a los anteriores factores citados.

De este modo, se obtiene una doble visión que permite complementar los datos subjetivos aportados por los potenciales emprendedores y los empresarios, con el juicio emitido por los expertos.

El proyecto GEM clasifica a estos expertos en nueve áreas o ámbitos de influencia sobre la creación de empresas, agrupándose del siguiente modo:

Tabla VI-1. **Ámbito de influencia de los expertos participantes en el estudio**

Ámbito de influencia	Nº de expertos
Políticas gubernamentales	4
Educación y formación	4
Infraestructura comercial y profesional	4
Acceso a infraestructura física	4
Total	36

VI.1 Percepción de oportunidades para la creación de empresas

La existencia de buenas oportunidades de negocio en el entorno, y su detección por parte de los potenciales emprendedores, es uno de los aspectos fundamentales que afectan de manera clave a la creación de empresas. En este sentido, se ha preguntado a la población de la Comunidad Valenciana sobre su propia percepción de la existencia de oportunidades de negocio, considerando el 31,6% que, en un entorno temporal inmediato de seis meses¹¹, existen buenas oportunidades para crear empresas en la región.

El dato ofrecido supone una fracción de la población que opina que sí existen buenas oportunidades para emprender en el futuro inmediato, en la Comunidad

Valenciana, superior en casi siete puntos a la correspondiente al conjunto del territorio nacional (25,0%).

La evolución de la respuesta en los últimos años supone una cierta continuidad en cuanto a que el porcentaje de población, que observa, en la coyuntura inmediata, buenas oportunidades de negocio, se mantiene en torno al 25-30%. Por otro lado, el porcentaje de aquellos que se pronuncian por una lectura más negativa del entorno presenta una suave tendencia de descenso, mientras que la fracción de individuos que no emiten un juicio claro a este respecto se mantiene también en niveles del 25-30%.

Resultados de este tipo, en territorios desarrollados y con bajos niveles de desempleo, se suelen relacionar con la escasa necesidad de búsqueda de oportunidades, como consecuencia en parte, de altos índices de empleo por cuenta ajena.

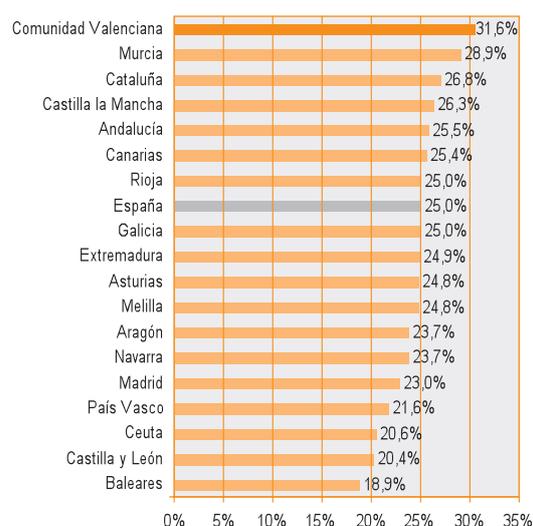
Tabla VI-2. Evolución de la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

¿Existen buenas oportunidades para emprender un negocio en los próximos 6 meses? (% sobre población adulta)	2004	2005	2006	2007
Sí existen	26,5%	30,7%	26,4%	31,6%
No existen	46,5%	42,3%	42,9%	41,9%
No sabe / No contesta	27,0%	27,0%	30,7%	26,5%

¹¹ El trabajo de campo se realizó entre marzo y julio de 2007.

La posición relativa de este indicador en el contexto español y para el 2007, sitúa a la Comunidad Valenciana como el territorio en el que la población percibe en mayor medida la existencia de buenas oportunidades para emprender un negocio (figura VI-1).

Figura VI-1. Percepción de oportunidades en la población para la creación de empresas en el contexto nacional (GEM 2007)



Esta perspectiva de percepciones de la población, en cuanto a la existencia de oportunidades, puede ser complementada con la valoración que hacen los expertos regionales entrevistados, lo cual ofrece una visión alternativa, de carácter cualitativo, a las percepciones antes analizadas (tabla VI-3)¹².

En este sentido, el juicio de los expertos sigue apuntando en la misma "tónica" de ediciones anteriores. De este modo, hay cierto acuerdo en cuanto a la existencia de oportunidades para la puesta en marcha de iniciativas empresariales y a su incremento en los últimos años, pero también en cuanto

a que muchas de estas oportunidades pueden quedar desaprovechadas por el desajuste respecto a la presencia de suficientes individuos adecuadamente preparados para aprovecharlas, así como por la dificultad que presenta la explotación de oportunidades una vez detectadas.

Tabla VI-3. Valoración de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007
En la Comunidad Valenciana existen muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,53	3,44	3,72	3,44
En la Comunidad Valenciana existen más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	3,11	3,06	3,11	3,33
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	3,56	3,35
En la Comunidad Valenciana es fácil dedicarse a explotar oportunidades empresariales	2,86	2,44	2,83	2,67
En la Comunidad Valenciana existen muchas y buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento	3,00	2,64	2,77	3,03
Valoración global de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas ¹³	3,22	3,08	3,21	3,18

¹² 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).

¹³ 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 valoradas.

VI.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 emprendedora 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 que acaban influyendo en su motivación para emprender.

En relación con estos factores, la encuesta a la población adulta nos permite analizar la percepción del riesgo de los individuos, en forma de miedo a las consecuencias de un hipotético fracaso empresarial (tabla VI-4). En este sentido, este miedo a fracasar se constituye en barrera para el desempeño de actividades emprendedoras, en un 49,4% de la población de la Comunidad Valenciana.

La tabla VI-4 muestra, además, las percepciones relacionadas con las convenciones o normas sociales, sobre la creación de empresas y los empresarios, que rigen en el entorno de los individuos. En relación con las mismas, en la Comunidad Valenciana, un 56,3% de los individuos percibe que alcanzar el éxito en los negocios cuenta con las recompensas sociales adicionales de prestigio y estatus; y en la misma línea, un 62,4% opina que la sociedad valenciana contempla la creación de una empresa propia como una opción profesional deseable.

Adicionalmente, la tabla registra también el porcentaje de individuos que cuenta, en su círculo cercano, con la presencia de emprendedores recientes, a los que "hayan visto" poner en marcha su iniciativa de negocio en el marco de los dos últimos años. En este caso, un

40,2% de los individuos afirma conocer personalmente a personas que se han implicado empresarialmente.

Estos porcentajes no son muy diferentes a los correspondientes al conjunto del territorio español, por lo que la situación es bastante similar, y en cuanto a su evolución temporal, se observa un cierto mantenimiento en los datos correspondientes a los últimos cuatro años en la Comunidad Valenciana, al igual que ocurría con el dato relativo a la percepción de existencia de buenas oportunidades para emprender.

Tabla VI-4. Evolución de factores de influencia en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

% sobre población adulta	2004	2005	2006	2007
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	55,5%	49,1%	52,9%	50,6%
El éxito empresarial proporciona un buen estatus social	58,3%	56,4%	52,8%	56,3%
La creación de empresa propia es una buena opción profesional	62,5%	64,8%	62,7%	62,4%
Presencia de emprendedores recientes en el círculo cercano	-	31,6%	33,2%	40,2%

La comparación territorial de estos factores de influencia sobre la motivación para emprender sitúa a la Comunidad Valenciana en posiciones altas en el contexto nacional (figuras VI-2, VI-3 y VI-4), especialmente en lo que respecta a la presencia de emprendedores recientes en el círculo cercano del individuo.

VI. PERCEPCIONES DE LA POBLACIÓN: OPORTUNIDADES, MOTIVACIONES Y CAPACIDADES

Figura VI-2. Población para la que el miedo al fracaso no sería un obstáculo para la creación de empresas en el contexto nacional (GEM 2007)

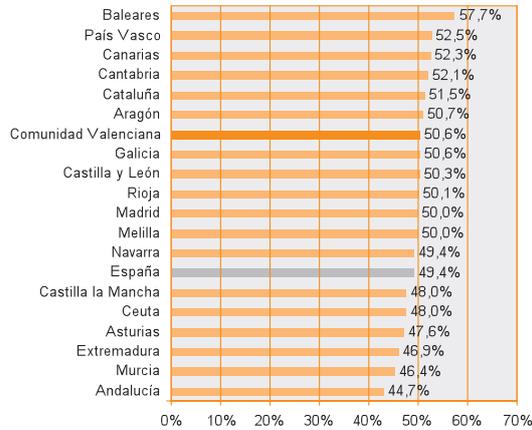


Figura VI-3. Población que percibe la creación de empresa propia como una buena opción profesional en el contexto nacional (GEM 2007)

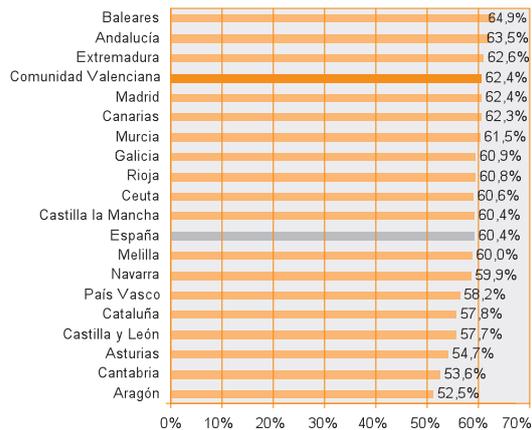
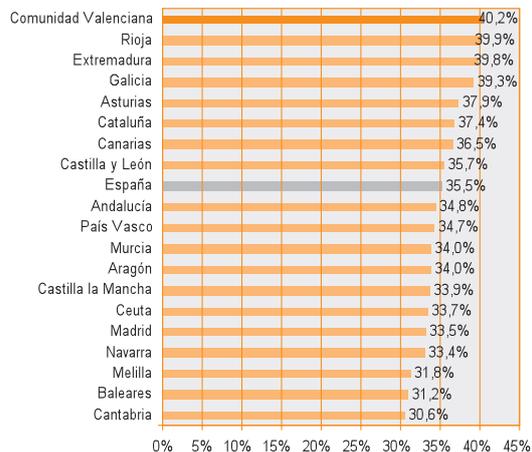


Figura VI-4. Población con presencia de emprendedores recientes en su círculo cercano en el contexto nacional (GEM 2007)



En relación con el conocimiento y valoración de la sociedad en general, sobre el papel que la creación de empresas y los empresarios juegan, la opinión del grupo de expertos presenta, en términos generales, una ligera disminución respecto a las emitidas en anteriores ediciones, siendo la cuestión peor valorada la correspondiente a la deseabilidad mostrada por las personas hacia la creación de empresas como opción profesional. En cualquier caso, el juicio de los expertos se mantiene ciertamente estable en el período 2004-2007 (tabla VI-5).

Tabla VI-5. Factores que influyen en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007
En la Comunidad Valenciana la mayoría de la gente considera que la creación de empresa propia es una opción profesional deseable	3,36	2,97	3,06	2,83
En la Comunidad Valenciana los empresarios que tienen éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social	3,86	3,72	3,94	3,66
En la Comunidad Valenciana la creación de nuevas empresas está considerada como una forma adecuada de hacerse rico	3,37	3,11	3,28	3,31
En la Comunidad Valenciana es frecuente ver noticias en los medios de comunicación, sobre empresarios de éxito	3,66	3,36	3,43	3,17
En la Comunidad Valenciana la mayoría de la gente piensa que los empresarios son individuos competentes y con ingenio	3,36	3,50	3,26	2,97
Valoración global de aspectos relacionados con la motivación para emprender	3,52	3,45	3,37	3,16

VI.3 Percepción de capacidades para la creación de empresas

El reconocimiento de la propia autoeficacia -convencimiento de que se cuenta con las capacidades necesarias y adecuadas para desarrollar el comportamiento empresarial-, suele ser considerado uno de los elementos clave para la creación de una empresa.

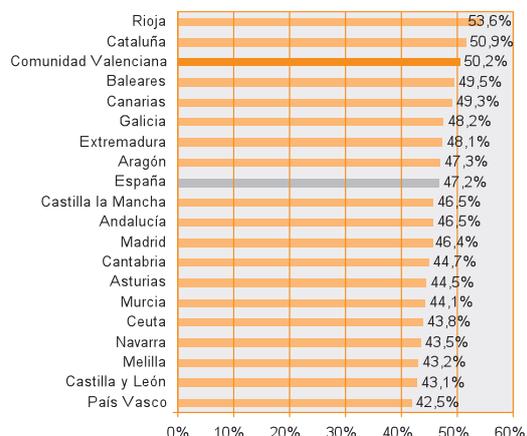
En este sentido, los datos de la encuesta a la población adulta nos indican que un 50,2% de la población de la Comunidad Valenciana se considera en posesión de los suficientes conocimientos y habilidades para la puesta en marcha de una nueva iniciativa empresarial (tabla VI-6). El dato es ligeramente superior al registrado en el conjunto del territorio español (47,2%) y supone, en la Comunidad Valenciana, la confirmación de una tendencia ligeramente positiva en los últimos cuatro años.

Tabla VI-6. Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

% sobre población adulta	2004	2005	2006	2007
Percepción de capacidades (habilidades y conocimientos)	44,5	47,9%	47,2%	50,2%

En línea con lo que ocurría al analizar la percepción de buenas oportunidades de negocio, también en lo que se refiere a la percepción de la población sobre la posesión de habilidades y conocimientos propios, necesarios para implicarse en una actividad empresarial, la Comunidad Valenciana se sitúa en posiciones altas en la comparativa relativa al contexto nacional (figura VI-5).

Figura VI-5. Percepción de capacidades en la población para la creación de empresas en el contexto nacional (GEM 2007)



Por otro lado, el grupo de expertos mantiene su visión de los años anteriores, caracterizada básicamente por la existencia de un amplio potencial de mejora tanto en lo que se refiere a aspectos de formación, como de adquisición de habilidades (tabla VI-7).

Tabla VI-7. Valoración de habilidades y conocimientos para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

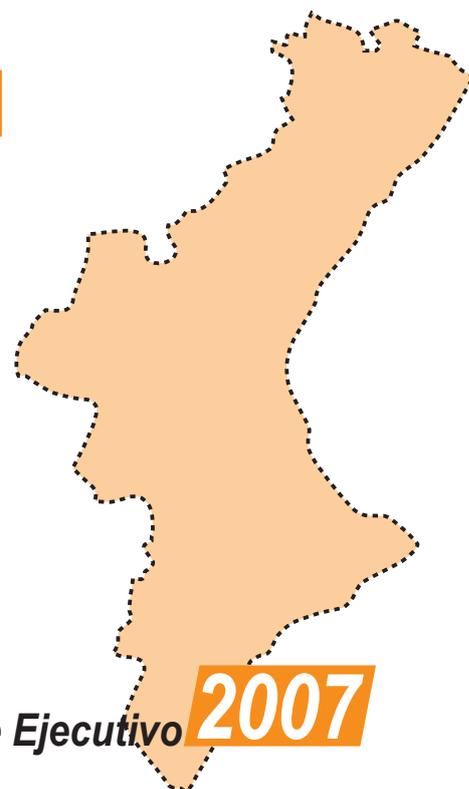
Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007
En la Comunidad Valenciana mucha gente posee una gran capacidad de reacción ante buenas oportunidades de negocio	3,14	2,78	2,83	2,88
En la Comunidad Valenciana mucha gente se encuentra capacitada para organizar los recursos necesarios para crear una empresa	2,92	2,69	2,66	2,89
En la Comunidad Valenciana mucha gente se encuentra capacitada para dirigir una pequeña empresa	2,89	2,66	2,85	2,88
En la Comunidad Valenciana mucha gente posee experiencia en la creación de nuevas empresas	2,58	2,58	2,71	2,55
En la Comunidad Valenciana la mayoría de la gente sabe como crear una nueva empresa o un negocio de rápido crecimiento	2,58	2,31	2,29	2,19
Valoración global de aspectos relacionados con conocimientos y habilidades para emprender	2,81	2,61	2,74	2,67

VII. Perspectiva de género de la actividad emprendedora



**GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

VII. Perspectiva de género de la actividad emprendedora

El presente capítulo aborda el análisis de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, en función del género, caracterizando algunos de los elementos analizados en capítulos anteriores.

VII.1 Participación en la actividad emprendedora en función del género

La participación de la mujer en la actividad emprendedora se cuantifica a partir de los datos procedentes de la encuesta realizada sobre la población adulta. En concreto, en la Comunidad Valenciana, en el momento de la realización de la citada encuesta, su grado de implicación en actividades empresariales de reciente creación (hasta 42 meses de funcionamiento) alcanza aproximadamente al 6,3% de las mujeres de la región con edad entre 18 y 64 años. Se trata de un dato que continúa situándose en niveles inferiores al correspondiente al de los hombres, también implicados en ese tipo de iniciativas (10,4%).

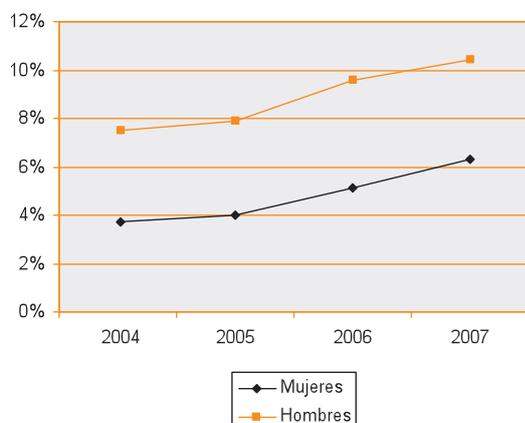
Su evolución con respecto a años anteriores se muestra en la tabla

VII-1 y apunta hacia un aumento progresivo del colectivo femenino implicado en iniciativas empresariales en los últimos cuatro años, parejo a la evolución también positiva del porcentaje total de emprendedores. Sin embargo, este mayor número de mujeres emprendedoras no altera significativamente el peso específico de la mujer en el total de emprendedores de la Comunidad Valenciana, dado que también se produce un aumento paralelo del correspondiente porcentaje de hombres, como se observa en la figura VII-1.

Tabla VII-1. Actividad emprendedora registrada por género en la población de la Comunidad Valenciana (2004-2007)

Porcentaje sobre la población adulta por género		2004	2005	2006	2007
Actividad emprendedora (con hasta 42 meses de funcionamiento)	Mujeres	3,7%	4,0%	5,1%	6,3%
	Hombres	7,5%	7,9%	9,6%	10,4%

Figura VII-1.- Evolución de la actividad emprendedora por género en la población de la Comunidad Valenciana (% de población por género 2004-2007)



Si se tiene en cuenta el hecho de que la población adulta entre 18 y 64 años, en la Comunidad Valenciana, se distribuye prácticamente al 50% entre hombres y mujeres, los datos antes aportados se traducen en que la actividad emprendedora es desarrollada en menor medida por la mujer. En concreto, esta situación supone que aproximadamente el 36,9% de los emprendedores implicados en negocios de reciente creación (42 meses) son mujeres, situación similar a la correspondiente al conjunto de España (35,9%).

No obstante, estos datos pueden ser matizados mediante su comparación con diversos datos procedentes de la Encuesta a la Población Activa en la Comunidad Valenciana (INE), para el segundo trimestre de 2007, período en el que se lleva a cabo también la Encuesta a la Población Adulta en GEM. De este modo, si planteamos el análisis en relación a los asalariados del sector privado, se observa que éste absorbe a un 59,09% de los hombres en edad de trabajar, mientras que hace lo propio con un 40,1% de las mujeres. En

términos brutos, ello supone que, del total de asalariados del sector privado en la Comunidad Valenciana, un 41,2% son mujeres. De este modo, y a la vista de la similitud de los datos¹⁴, la situación de relativa "desventaja" observada en cuanto a implicación emprendedora en las mujeres, no parece deberse exclusivamente a factores relacionados con el "emprendedurismo", sino que podría considerarse, en buena medida, relacionada con aspectos propios de la situación laboral en general de la mujer, ya se opte por la iniciativa empresarial o por el trabajo por cuenta ajena.

VII.2 Análisis comparativo: diferencias regionales y con países OCDE

Este apartado sitúa los datos correspondientes a implicación en actividades empresariales incipientes (no superan todavía los 42 meses de actividad) en un contexto comparativo.

La figura VII-2 ofrece la situación de la Comunidad Valenciana en el contexto del conjunto del territorio nacional, contexto en el que se encuentra entre las regiones que superan el dato promedio nacional.

Por su parte, la figura VII-3 compara la situación en un contexto internacional conformado por los países OCDE con participación en GEM. La elevada posición ocupada por la Comunidad Valenciana, respecto al conjunto de países relacionados, es un exponente, a su vez, de la destacada posición que, en cuanto a participación femenina en la actividad de creación de empresas, registran en general, las regiones españolas y el conjunto de España.

¹⁴ Los datos proceden de la Encuesta a la Población Activa, y corresponden al segundo cuatrimestre de 2007, período en el que se realiza también la Encuesta a la Población Adulta en GEM. Se debe tener en cuenta que los datos poblacionales de GEM comprenden individuos entre 18 y 64 años, mientras que los extraídos del INE, incluyen población entre 16 y 64.

Figura VII-2. Actividad emprendedora de la mujer en el contexto nacional (GEM 2007)

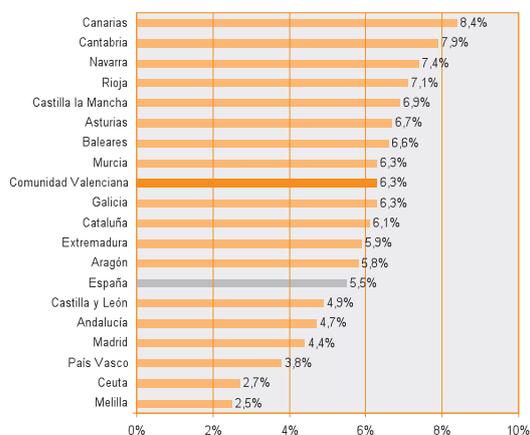
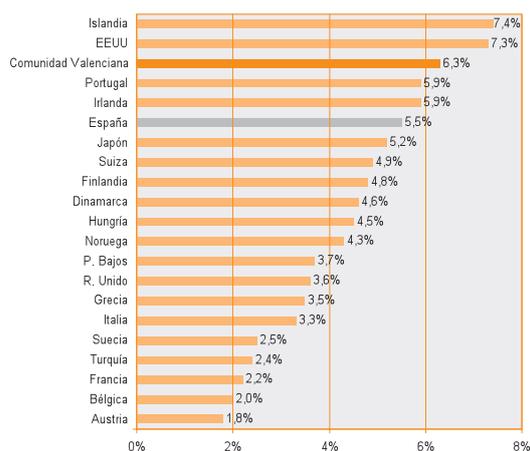


Figura VII-3. Actividad emprendedora de la mujer en el contexto de países OCDE (GEM 2007)



VII.3 Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género

Este apartado particulariza en función del género, los juicios subjetivos de los individuos en relación a determinados aspectos susceptibles de influir en la “propensión emprendedora”. Se trata de una serie de apreciaciones o percepciones formuladas, tanto sobre sí mismos como sobre el entorno económico y social de influencia, y se

analiza de acuerdo con los parámetros del capítulo V de este informe, con el que se puede poner en relación.

En concreto se revisan (tabla VII-2): la lectura realizada del entorno emprendedor en términos de oportunidades; la percepción de determinados aspectos que pueden influir, positiva y negativamente, en su actitud hacia la actividad de creación de empresas; y la percepción de las propias capacidades adecuadas a la actividad de puesta en marcha de una iniciativa empresarial, o autoeficacia.

Tabla VII-2. Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender en la Comunidad Valenciana bajo una perspectiva de género (2007)

Existencia de buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista (% sobre población adulta por género)	Hombre	Mujer
Sí existen	32,8%	30,2%

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	62,8%	62,0%
El éxito empresarial proporciona un buen estatus social	56,5%	56,2%
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	52,9%	48,2%
Presencia de emprendedores recientes en el círculo cercano	43,4%	36,8%

Percepción de capacidades para la creación de empresas (% sobre población adulta por género)	Hombre	Mujer
Percepción de capacidades (habilidades y conocimientos)	53,8%	46,4%

- (1) En primer lugar, la información de la tabla VII-2 indica que la lectura que hacen hombres y mujeres de su entorno, respecto a la existencia de buenas oportunidades de negocio, es muy similar. Así, si bien el porcentaje es levemente superior para los hombres, la diferencia es tan reducida que no resulta significativa.
- (2) En relación con elementos motivacionales percibidos, en general los resultados indican:
- la percepción de que el entorno social de la región muestra aceptación social hacia la carrera de empresario como alternativa viable, es similar para hombres y mujeres (algo menos de dos tercios de los encuestados en ambos casos);
 - la percepción individual acerca de la legitimación social de la alternativa empresarial, esto es, acerca de que la sociedad confiere prestigio y estatus a la persona que triunfa en los negocios, es también similar;
 - la percepción de las consecuencias negativas de un hipotético fracaso empresarial, como barrera o freno al desarrollo de una iniciativa de negocio, es reconocida en mayor medida por mujeres (52,9%) que por hombres (48,2%), por lo que en este caso, sí que parece tratarse de un elemento que tendría una influencia diferencial por género en cuanto a sus efectos motivadores.
 - Igualmente, la presencia de empresarios recientes en el círculo de conocidos personales del individuo, es significativamente más reconocida por hombres que por mujeres. Se trata de un elemento susceptible de influencia en la propensión emprendedora de las personas, dada su influencia como modelo de rol y como proveedor de experiencia vicaria (“si otro lo ha hecho, por qué no yo”), que puede facilitar la propia percepción de capacidad.
- (3) Por último, en relación con la autoeficacia percibida, o juicio personal sobre las propias capacidades (habilidades y conocimientos necesarios) para desarrollar y poner en marcha una iniciativa empresarial, los datos nos ofrecen un porcentaje de individuos, que se muestra convencidos de la posesión de tales capacidades, inferior en el caso de las mujeres (46,4% frente a 53,8%).
- La lectura en conjunto de estos datos nos muestra, en la Comunidad Valenciana, un panorama muy similar al de la pasada edición del Informe GEM, en el que lo más destacable es la reducción de diferencias, entre mujeres y hombres, en cuanto a la percepción de la propia autoeficacia, el miedo al fracaso, y la presencia en su círculo cercano de modelos de rol emprendedor; diferencias que son favorables a los hombres, pero en cualquier caso de forma tenue.
- En conjunto, las diferencias por género en los aspectos analizados son algo más estrechas, y de hecho ha desaparecido la diferencia en cuanto a la percepción de oportunidades en el entorno (aspecto, por otra parte, de carácter coyuntural, dado que se plantea sobre la visión a seis meses vista del entorno económico). Como hemos comentado, en el resto de aspectos se mantiene una cierta continuidad de la información de ediciones anteriores.

VII.4 Entorno sociocultural de la mujer en relación a la actividad emprendedora

Este último apartado recoge la valoración que realiza el grupo de expertos, ya introducido en el capítulo VI, sobre algunos aspectos relacionados con el acceso de la mujer a oportunidades empresariales, capacidades para emprender, así como ciertos apoyos de carácter social y cultural relacionados.

Al respecto, las valoraciones realizadas (tabla VII-3) muestran una tendencia continuista con ediciones anteriores. Esto es, la disposición de los conocimientos y habilidades requeridos para poner en marcha una iniciativa empresarial se mantiene como aspecto positivo destacado sobre los demás, mereciendo también una valoración relativamente positiva la igualdad entre hombres y mujeres en el acceso a las buenas oportunidades de negocio, y la valoración social de la actividad emprendedora como alternativa profesional aceptada en el caso de la mujer. Por su parte, el fomento de la creación de empresas entre este colectivo, reduce su valoración media, si bien sigue manteniéndose en valores próximos a la neutralidad. Por último, se siguen juzgando por parte de los expertos, como aspectos con clara necesidad de mejora, los relativos a la existencia de apoyos que faciliten la conciliación de la vida familiar y laboral, apoyos cuya necesidad se identifica no sólo para el desarrollo de actividades emprendedoras, sino que pueden hacerse extensivos al desarrollo de cualquier actividad laboral.

Tabla VII-3. Aspectos relacionados con el entorno sociocultural de la mujer emprendedora en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos 2004-2007)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007
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	4,33	4,20
En la Comunidad Valenciana las mujeres tienen igual acceso a buenas oportunidades para crear una empresa que los hombres	3,40	3,31	3,11	3,14
En la Comunidad Valenciana crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer	3,28	3,19	3,36	3,06
En la Comunidad Valenciana se fomenta entre las mujeres el autoempleo o la creación de empresas	3,14	3,06	3,19	2,86
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	2,45	2,03
Valoración global de aspectos relacionados con la motivación para emprender ¹⁵	3,24	3,29	3,17	3,36

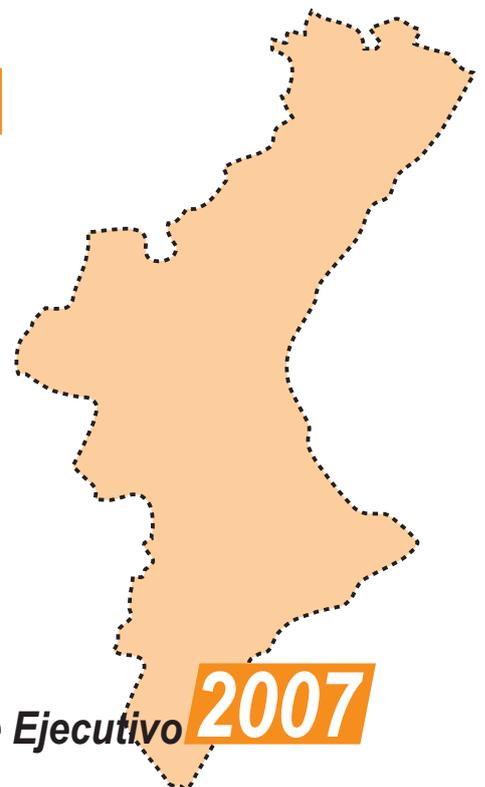
¹⁵ Entendida como el valor obtenido mediante un análisis factorial que resume en una sola variable las cuestiones valoradas por los expertos en este apartado.

VIII. Valoración de condiciones de entorno



**GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

VIII. Valoración de condiciones de entorno

Este capítulo recoge un análisis de carácter cualitativo sobre el estado de aquellas condiciones de entorno empresarial que, de acuerdo con el modelo teórico GEM (véase figura 0-1, en la introducción), son asumidas como influyentes -junto a otras condiciones más genéricas- en la conformación,

tanto de oportunidades como del potencial empresarial de la población, y a través de éstos, en la dinámica que suponen los nacimientos, expansiones y cierres de negocios. El listado y descripción de estas condiciones se presenta en la tabla VIII-1.

Tabla VIII-1. Condiciones de entorno analizadas por los expertos de la Comunidad Valenciana

I.	APOYO FINANCIERO Disponibilidad de recursos financieros de cualquier tipo para la creación, puesta en marcha y crecimiento de nuevas empresas, incluyendo subvenciones y subsidios.
II.	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.
III.	PROGRAMAS PÚBLICOS Existencia de iniciativas o programas de apoyo directos para asistir a empresas nuevas y en crecimiento.
IV.	EDUCACIÓN Y FORMACIÓN Presencia en los sistemas educativos y demás formación no reglada, de programas y herramientas que potencien habilidades y conocimientos necesarios para la creación y dirección de empresas.
V.	TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA Contribución de los sistemas de investigación y desarrollo a la creación de nuevas oportunidades de negocio relacionadas con la I+D.
VI.	INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL Disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, así como de otras instituciones relacionadas que facilitan este tipo de servicios para la creación o el desarrollo de negocios.
VII.	APERTURA DEL MERCADO INTERNO Facilidad que encuentran las empresas nuevas y en crecimiento para introducirse en el mercado y competir.
VIII.	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.
IX.	NORMAS SOCIALES Y CULTURALES Medida en la que las normas culturales y sociales existentes en el territorio favorecen o inhiben la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales.

Adicionalmente a las citadas condiciones de entorno empresarial, con la misma filosofía, se han analizado otros aspectos, tales como el contexto de apoyo a la mujer emprendedora y diversas percepciones de la población sobre aspectos relacionados con motivaciones, oportunidades y capacidades. Estos análisis se han incorporado a sus respectivos capítulos.

Siguiendo la estructura desarrollada en anteriores ediciones, en primer lugar se expone la evaluación otorgada en detalle a cada una de las citadas condiciones; en segundo lugar, se realiza una aproximación de carácter global al entorno en el que se desenvuelven los emprendedores, mediante una síntesis de los factores analizados, lo cual permite su visión comparativa conjunta; y finalmente, se citan los aspectos que los expertos consideran recomendable incentivar para mejorar el fomento de iniciativas emprendedoras en la región.

La metodología se basa en la evaluación realizada por un grupo de expertos formado al efecto; dicho grupo, ya introducido en capítulos precedentes, se encuentra formado por 36 empresarios y profesionales en diversos ámbitos relacionados con la creación de empresas en la Comunidad Valenciana, y en el conjunto de los mismos se encuentran representados diversos campos estrechamente relacionados con las distintas variables del entorno a analizar.

Los expertos consultados poseen una doble procedencia, 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). Este grupo de expertos se formó originariamente para

la primera edición del informe, en 2004, y desde entonces se ha ido renovando en función de las necesidades, pero manteniendo siempre un mínimo de un 75% de sus miembros de una edición a otra, al objeto de garantizar la continuidad en la valoración de los criterios establecidos.

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

Empresarios	11 (30,55%)
Profesionales:	25 (69,45%)
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
TOTAL	36

VIII.1 Apoyo financiero

Como ha sido una constante en todas las ediciones del estudio el apoyo financiero al emprendedor, al inicio de su actividad empresarial, es considerado por los expertos uno de los aspectos más preocupantes de entre las condiciones de entorno evaluadas, manteniéndose la valoración global otorgada a este aspecto en los mismos niveles de 2006 (tabla VIII-3).

De nuevo, la facilidad de 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 en lo que se refiere a fuentes de financiación propia y subvenciones públicas disponibles, continúan considerando la necesidad de mejorar los mecanismos para atender a las necesidades de los emprendedores.

Tabla VIII-3. Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

Aspectos valorados por los expertos ¹⁶ (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007
En la Comunidad Valenciana existen suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento	2,42	2,54	2,65	2,63
En la Comunidad Valenciana existen suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento	2,58	2,94	2,84	2,78
En la Comunidad Valenciana existen suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento	2,53	2,66	2,65	2,56
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	2,18	2,34
En la Comunidad Valenciana existe una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento	1,82	2,09	1,96	2,24
En la Comunidad Valenciana existe suficiente financiación ajena disponible, a través de la salida a bolsa, para las empresas nuevas y en crecimiento	1,78	1,93	2,00	1,66
Valoración global del apoyo financiero ¹⁷	2,15	2,41	2,43	2,39

VIII.2 Políticas públicas

La valoración de los expertos hacia las políticas de apoyo a la creación de empresas, desarrolladas desde las distintas administraciones públicas (tabla VIII-4), tampoco ha sufrido variaciones importantes. Así, éste sigue siendo un ámbito en el que los expertos consideran que se puede seguir mejorando, tanto desde el ámbito estatal como autonómico.

Al igual que en años anteriores, destacan como aspectos más relevantes a juicio de los expertos, por un lado la necesidad de aplicar más esfuerzo, sobre todo en lo referente a dotar de una mayor rapidez y agilidad en la realización de los trámites administrativos y legales. Por otro lado, sigue destacándose, como aspecto mejor valorado, la consideración por parte de los expertos, del apoyo a empresas nuevas y en crecimiento llevado a cabo por la administración pública, como prioridad de sus políticas.

En conjunto, la valoración global de las políticas públicas de apoyo se divide en dos subvaloraciones. La primera, relativa a la orientación en sí de dichas políticas hacia la actividad emprendedora y a la prioridad que se les otorga, la cual se mantiene, en términos generales, similar a la edición anterior. La segunda, relativa a los trámites y regulaciones, en cuanto a su facilidad y rapidez de realización por los potenciales emprendedores, la cual registra una leve disminución en su valoración.

¹⁶ En cada condición de entorno, el grupo de expertos evalúa la correspondiente batería de afirmaciones a partir de una escala de Likert, de 1 a 5, según su grado de acuerdo con las mismas.

¹⁷ Esta valoración global, y las sucesivas del resto de condiciones de entorno analizadas, se obtiene mediante un análisis factorial que resume las cuestiones valoradas.

Tabla VIII-4. Evaluación de las políticas públicas de apoyo a nuevas empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007
En la Comunidad Valenciana las políticas públicas favorecen claramente a las empresas de nueva creación	2,22	2,54	2,39	2,31
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	2,74	2,91
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	3,06	3,03
En la Comunidad Valenciana llevar a cabo los trámites burocráticos y la obtención de licencias para el desarrollo de la actividad empresarial no representa una especial dificultad ¹⁸	--	--	2,79	2,39
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	2,29	1,97
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	3,11	2,74
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	3,38	2,79
Valoración global de las políticas públicas: políticas de apoyo	2,73	2,89	2,79	2,78
Valoración global de las políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	2,79	2,83	2,75	2,47

VIII.3 Programas públicos de apoyo

La valoración de los expertos, acerca de los programas públicos de apoyo a la creación y desarrollo de nuevas empresas (tabla VIII-5), disminuye ligeramente en su conjunto, si bien esta disminución no supone un cambio

relevante respecto a la valoración de la anterior edición del estudio.

En particular, si bien consideran que se puede conseguir una amplia información sobre las distintas ayudas, e incluso que existe un adecuado número de programas, los expertos siguen apuntando la necesidad de continuar mejorando la efectividad de dichos programas públicos de apoyo al emprendedor, y sobre todo, su necesidad de "adecuación a la demanda del emprendedor", al objeto de que éste pueda obtener fácilmente un servicio ajustado a sus necesidades específicas.

Tabla VIII-5. Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007
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	3,25	3,29
En la Comunidad Valenciana existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas	3,00	2,89	2,97	3,00
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	3,36	2,97
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	2,71	2,43
En la Comunidad Valenciana los programas públicos que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos	2,74	2,74	2,81	2,60
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	3,50	3,26
Valoración global de los programas públicos de apoyo	3,13	2,98	3,08	2,93

¹⁸ Este aspecto se incorpora nuevo en 2006 por lo que no fue valorado en las anteriores ediciones

VIII.4 Educación y formación

Como en las anteriores ediciones en que se ha juzgado este particular, la situación se considera más acuciante, en términos relativos, en los niveles de educación primaria y secundaria, destacando como aspectos más débiles, el fomento del espíritu emprendedor en la escuela y la atención a los aspectos relacionados con el desarrollo, desde edades tempranas, de habilidades personales como la creatividad, la autosuficiencia o la iniciativa personal.

Tabla VIII-6. Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007
En la Comunidad Valenciana, en la enseñanza primaria y secundaria, se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal	1,94	1,72	2,03	1,76
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	2,00	1,85
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	1,68	1,56
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	2,90	2,72
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	2,84	2,67
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	2,36	2,47
Valoración global de la educación y formación: primaria y secundaria	2,01	1,70	1,89	1,72
Valoración global de la educación y formación: post-secundaria	2,82	2,75	2,68	2,65

VIII.5 Transferencia tecnológica

La situación de los aspectos relativos a transferencia de tecnología sigue obteniendo una valoración baja, a juicio de los expertos, registrando además

un ligero empeoramiento con carácter global, pese a la mejora de algunos de los ítems analizados (tabla VIII-7).

Los aspectos mejor considerados siguen estando relacionados con la potencialidad de la situación de la ciencia y la tecnología, en la Comunidad Valenciana, para la creación de empresas competitivas a nivel global, y la facilidad de acceso a nuevas tecnologías para las empresas nuevas y en crecimiento en relación a las ya consolidadas.

No obstante lo dicho, acerca de la factibilidad de acceso a nuevas tecnologías, los elementos más necesitados de mejora, a juicio de los expertos, serían los relativos a la disponibilidad de recursos financieros de las empresas nuevas y en crecimiento para asumir y adquirir nuevas tecnologías, tanto fondos propios como en forma de subvenciones y ayudas gubernamentales.

Tabla VIII-7. Evaluación de la transferencia tecnológica en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007
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	2,45	2,40
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	2,66	2,71
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías	2,14	1,67	2,00	1,86
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	2,38	2,30
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	2,73	2,80
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	2,38	2,39
Valoración global de la transferencia tecnológica	2,49	2,29	2,48	2,32

VIII.6 Acceso a infraestructura comercial y profesional

En relación con los aspectos relativos al acceso a la infraestructura comercial y profesional de las empresas nuevas y en crecimiento (tabla VIII-8), la valoración del grupo de expertos mejora globalmente, especialmente en lo que respecta a la facilidad de acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas, y a buenos servicios bancarios, manteniéndose también en positivo, los aspectos relativos al acceso a asesoramiento.

No obstante, los expertos se reiteran en su opinión respecto a la posible dificultad de asumir el coste que estos servicios comerciales y profesionales generan a las empresas nuevas y en crecimiento.

Tabla VIII-8. Evaluación del acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007
En la Comunidad Valenciana existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento	3,69	3,37	3,59	3,51
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores	2,49	2,24	2,65	2,53
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas	3,23	2,74	3,03	3,20
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	3,56	3,53
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios	3,53	3,31	3,47	3,71
Valoración global de la infraestructura comercial y profesional	3,29	3,01	3,22	3,41

VIII.7 Apertura y comportamiento del mercado interno

La apertura y comportamiento del mercado interno (tabla VIII-9) hace referencia a la existencia de barreras de entrada en el mercado interior de la Comunidad Valenciana, así como a la velocidad de los cambios que se producen en el mismo, esto es, a su volatilidad o dinamismo.

Respecto a la existencia de barreras de entrada que se pueden encontrar las empresas nuevas y en crecimiento en los mercados internos de la Comunidad Valenciana, la opinión de los expertos apunta un ligero empeoramiento, si bien esta reducción de la valoración carece de significación.

En lo que se refiere a la dinámica de cambio que se produce en los mercados, los expertos apuntan con su opinión, también a una mayor volatilidad. En cualquier caso, como se aprecia en la tabla, se trata de variaciones muy leves que apuntan en el mismo sentido de ediciones anteriores.

Tabla VIII-9. Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana (2004-2007)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007
En la Comunidad Valenciana los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,47	2,52	2,12	2,23
En la Comunidad Valenciana los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,47	2,50	2,23	2,29
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados	2,61	2,32	2,68	2,60
En la Comunidad Valenciana las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado	2,50	2,33	2,56	2,37
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	2,67	2,94
En la Comunidad Valenciana la legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir	3,41	3,14	3,36	3,00
Valoración global de la apertura y comportamiento del mercado interno: velocidad de los cambios	2,47	2,50	2,14	2,26
Valoración global de la apertura y comportamiento del mercado interno: apertura del mercado interno	2,83	2,63	2,81	2,68

VIII.8 Acceso a infraestructura física para nuevas empresas

Los aspectos relativos al acceso a infraestructuras físicas por parte de las empresas nuevas o en crecimiento suelen obtener, en el ámbito GEM, la más alta valoración otorgada por los respectivos grupos de expertos, y esta edición, como puede comprobarse en la tabla VIII-10, no es una excepción.

De este modo, las valoraciones otorgadas a los distintos ítems analizados en este apartado no registran cambios sustanciales, manteniéndose en términos generales, y ofreciendo, por parte de los expertos, un juicio y consideración de carácter positivo sobre la dotación de infraestructuras físicas disponible en la Comunidad Valenciana para nuevas empresas.

Tabla VIII-10. Evaluación del acceso a infraestructuras físicas en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007
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	3,64	3,72
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	3,49	3,32
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	3,86	3,83
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	3,79	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	3,53	3,47
Valoración global del acceso a infraestructura física	3,73	3,78	3,67	3,62

VIII.9 Normas sociales y culturales

Los aspectos relativos a las normas socio-culturales en la Comunidad Valenciana obtienen, en general, una caída en su consideración, respecto a ediciones anteriores. Así, aspectos como la autosuficiencia, la autonomía, la iniciativa personal o el éxito conseguido a través del esfuerzo, son considerados por los expertos como elementos sobre los que se debe prestar una mayor atención.

Tabla VIII-11. Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana (2004-2007)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007
En la Comunidad Valenciana las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito conseguido a través del esfuerzo personal	3,61	3,28	3,46	2,94
En la Comunidad Valenciana las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal	3,33	2,92	3,14	2,72
En la Comunidad Valenciana las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial	2,97	2,58	2,89	2,31
En la Comunidad Valenciana las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación	2,92	2,75	3,09	2,34
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	3,72	2,72
Valoración global de las normas sociales y culturales	3,25	2,91	3,09	2,63

VIII.10 Valoración global del entorno

De manera global, las valoraciones que los expertos otorgan a las condiciones de entorno estudiadas (figura VIII-1) no presentan variaciones bruscas con respecto a la situación en años anteriores, si bien los diferentes matices reseñables han sido tratados en los anteriores apartados.

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

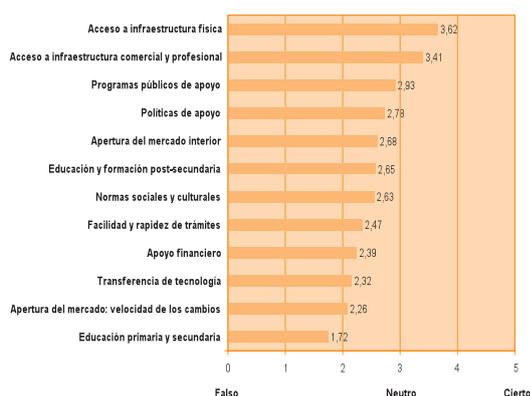
- En general, la totalidad de las condiciones de entorno juzgadas por los expertos se mueve en puntuaciones similares a las otorgadas en 2006. Se puede destacar que la opinión de los expertos tiende a ser levemente más conservadora o estricta, salvo en el juicio del acceso a infraestructura comercial y profesional -mejor valorada-, y en el caso de la valoración de las normas sociales y culturales, que reciben una valoración algo más negativa respecto a años anteriores.
- De entre los factores analizados, sólo dos reciben una valoración global positiva, tratándose de los relativos al acceso a la infraestructura física y de carácter comercial y profesional.
- Por otro lado, destaca un amplio grupo de aspectos cuya valoración se mueve entre la necesidad de mejora y la neutralidad, destacando como elementos sobre los que se debe incidir en mayor medida, en línea con años anteriores, los relacionados con el apoyo al desarrollo del espíritu emprendedor desde los niveles educativos básicos, la financiación disponible por los emprendedores, y el relativo a la transferencia de tecnología.

El grupo de expertos, además de la evaluación de las condiciones de entorno, identifica una serie de factores que, a su juicio, podrían contribuir al fomento de la actividad emprendedora. Dichos factores son, posteriormente, categorizados atendiendo a las condiciones de entorno valoradas (tabla VIII-12).

En base a esto, la opinión de los expertos considerada conjuntamente, indica que el fomento de la creación de empresas, en la Comunidad Valenciana, requiere de esfuerzos adicionales, fundamentalmente en los aspectos relativos a políticas y programas de apoyo (36,2% de las respuestas), de forma destacada. Además, un 18,7% de las respuestas han apuntado a la mejora e intensificación de las actuaciones en el ámbito educativo, principalmente en lo relativo a sus potenciales efectos beneficiosos sobre el desarrollo de un "espíritu emprendedor". En tercer lugar, destacan las respuestas relacionadas con aspectos relativos al apoyo financiero (14,3%), reiterándose, al igual que en las anteriores ediciones, en la conveniencia de desarrollar más y mejores mecanismos que posibiliten el acceso a los recursos financieros por parte de los potenciales emprendedores.

Tabla VIII-12. Recomendaciones de los expertos para incentivar la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2007)

Figura VIII-1. Valoración media de las condiciones de entorno en la Comunidad Valenciana (2007)



Categorización de respuestas de expertos	% de respuestas
Políticas y programas públicos de apoyo	36,2
Educación y formación	18,7
Apoyo financiero	14,3
Normas sociales y culturales	9,9
Transferencia de I+D	6,6
Capacidades del emprendedor	5,5
Infraestructura comercial y profesional	3,3
Apertura de mercado	2,2
Infraestructura física	2,2
Contexto político, social y cultural	1,1

VIII.11 Análisis comparativo: diferencias regionales

Por último, este apartado incluye una serie de gráficos que, en el contexto de los distintos aspectos de entorno empresarial evaluados por los expertos, sitúa a la Comunidad Valenciana en relación al resto de regiones participantes en la presente edición del proyecto GEM, así como en relación al conjunto del territorio nacional.

No obstante, hay que advertir que estas comparativas, muestran la opinión de cada grupo de expertos particular acerca de su propia región, no reflejando pues

la opinión de un único grupo acerca de las distintas regiones.

Figura VIII-2. Valoración global apoyo financiero a creación empresarial en el contexto nacional (GEM 2007)

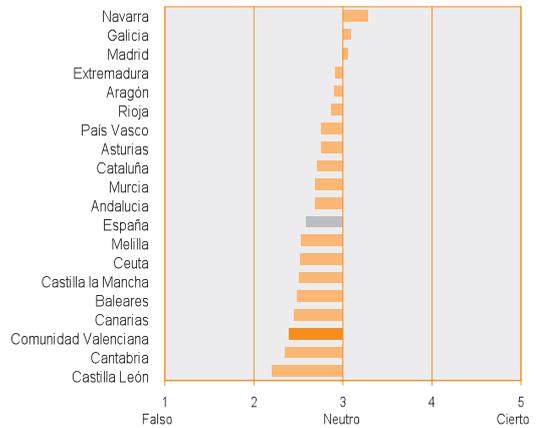


Figura VIII-3. Valoración global de las políticas públicas en el contexto nacional (GEM 2007)

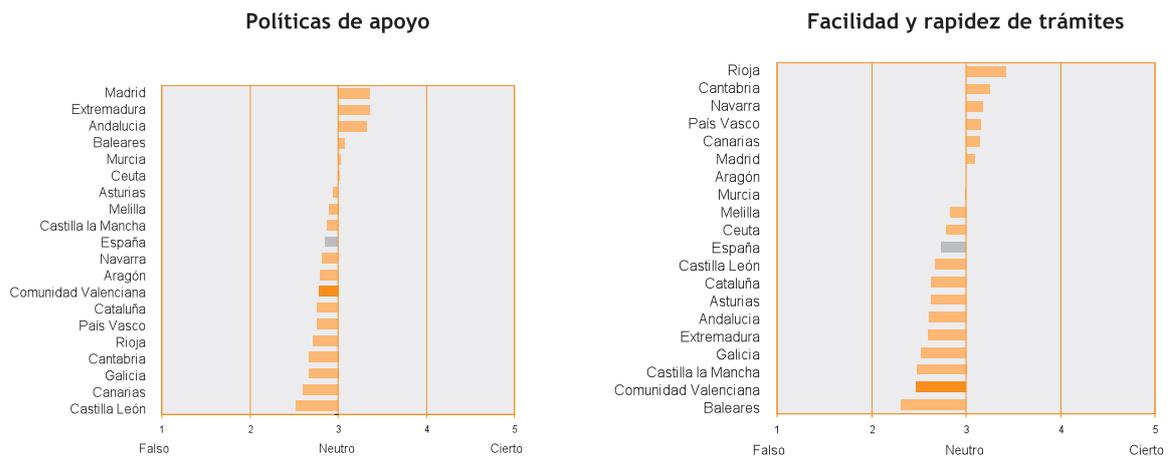


Figura VIII-4. Valoración global de los programas públicos en el contexto nacional (GEM 2007)

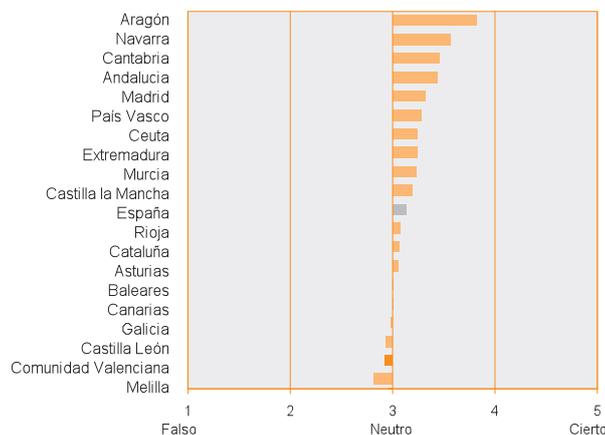


Figura VIII-5. Valoración global de la educación y formación en el contexto nacional (GEM 2007)

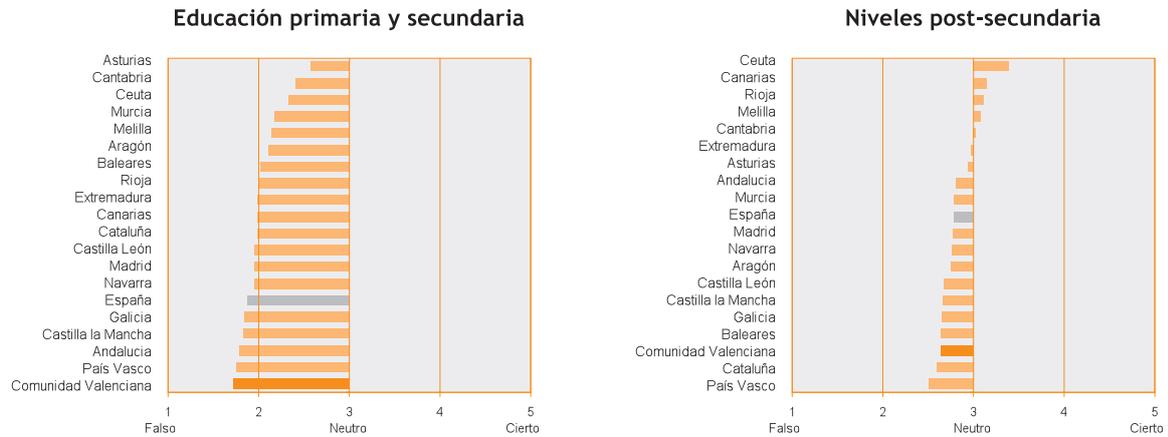


Figura VIII-6. Valoración global de la transferencia tecnológica en el contexto nacional (GEM 2007)

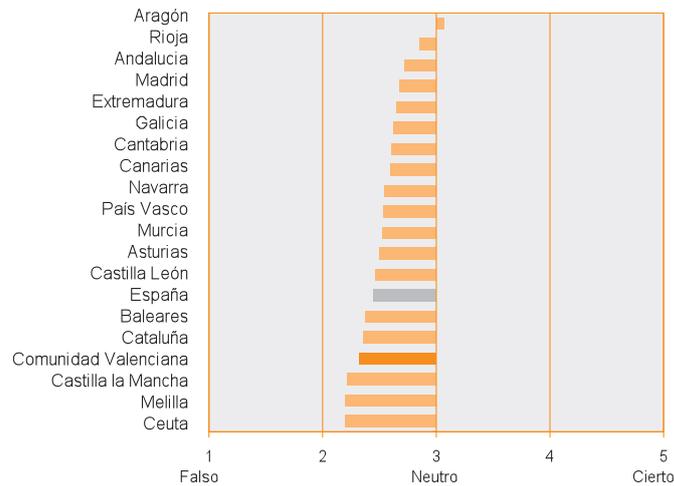


Figura VIII-7. Valoración global del acceso a infraestructura comercial y profesional en el contexto nacional (GEM 2007)

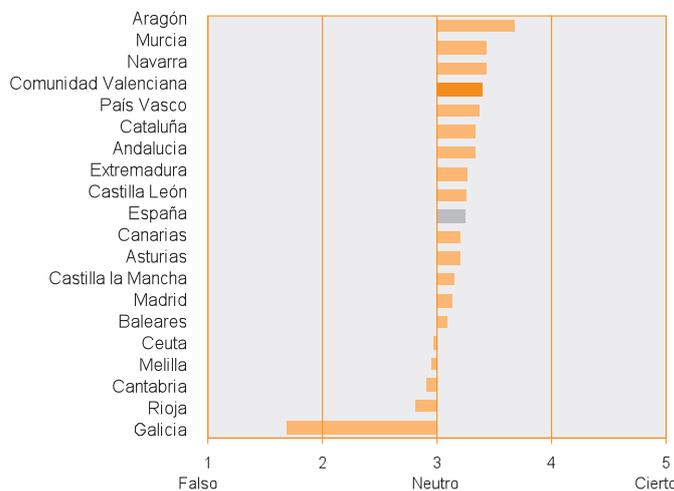


Figura VIII-8. Valoración global del mercado interno en el contexto nacional (GEM 2007)

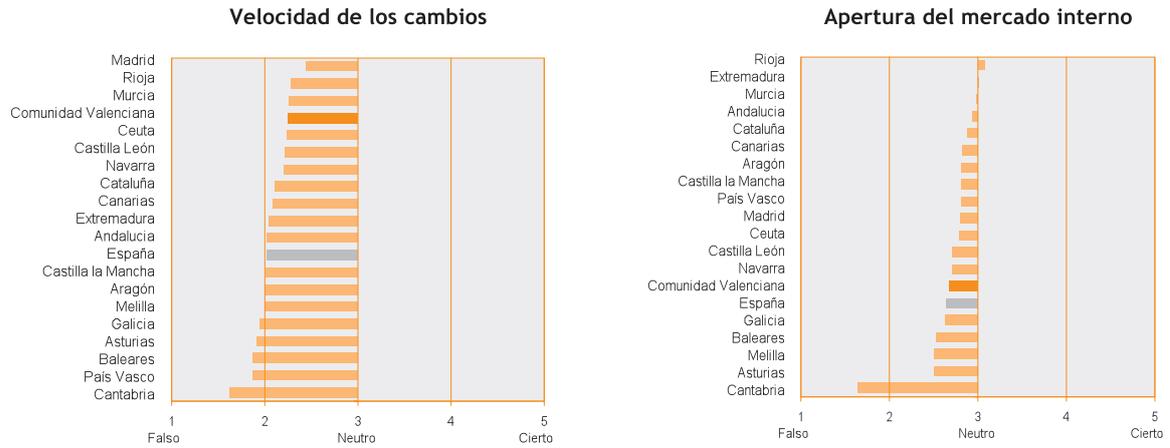


Figura VIII-9. Valoración global del acceso a infraestructuras físicas en el contexto nacional (GEM 2007)

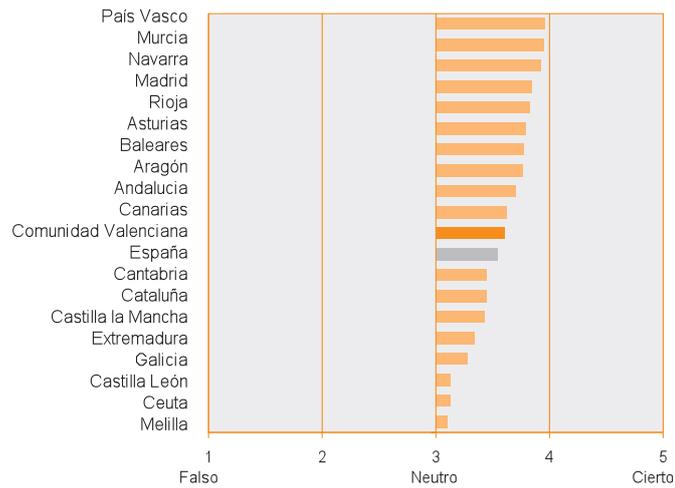
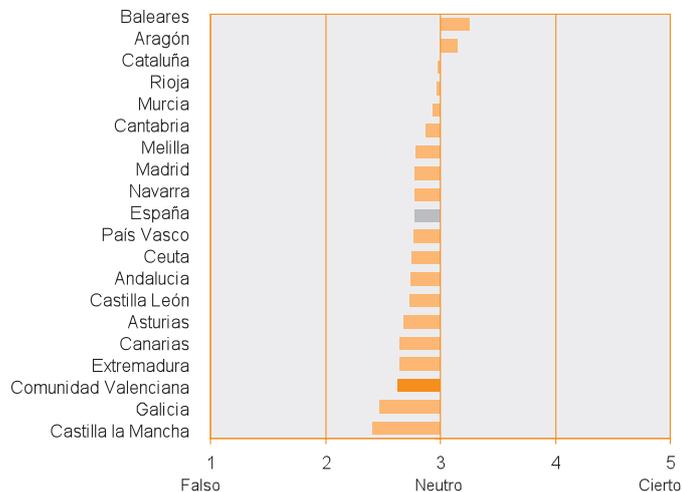


Figura VIII-10. Valoración global de las normas sociales y culturales en el contexto nacional (GEM 2007)

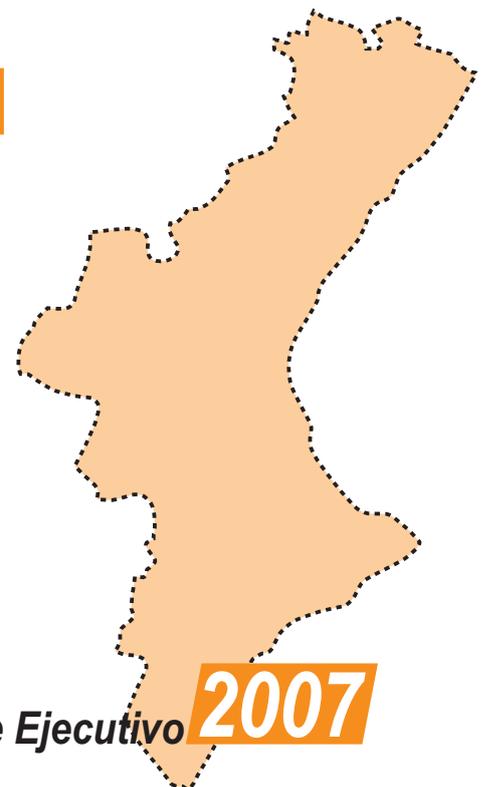


IX. Reflexiones finales



**GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

IX. Reflexiones finales

Desde 2004 hemos recogido, en sucesivas ediciones anuales, los principales datos relativos al estado de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana. Analizando los datos en su conjunto, se puede llegar a la conclusión de que, de un año a otro, la situación no varía mucho, como por otra parte es lógico esperar -y así ocurre- en la mayoría de territorios con un alto grado de desarrollo, y en circunstancias de cierta estabilidad coyuntural. De hecho, la situación se mantiene relativamente estable también, tanto en el conjunto del territorio español como en el entorno de países de la OCDE.

No obstante, y con un mayor nivel de detalle, esta cuarta edición del "Global Entrepreneurship Monitor" en nuestra Comunidad, nos acerca a una óptica de "Observatorio Emprendedor", bajo la cual cabe resaltar un cierto incremento de la actividad emprendedora desarrollada por la población adulta, continuando con una tendencia creciente detectada en los años anteriores.

Junto a esta tendencia apreciada en las actividades de carácter incipiente, se sigue registrando una tasa de cierre de negocios que - pese a sus altibajos - se mantiene en niveles reducidos -por debajo del 1,5% respecto al conjunto de la población adulta-, y un considerable sector de población que ve con buenos

ojos la posibilidad de convertirse en empresario, o que, en términos de GEM, "muestra su intención de iniciar algún tipo de actividad empresarial en los próximos tres años". Ambos aspectos, la dinámica citada y los emprendedores potenciales, confirman la tendencia creciente de la actividad emprendedora en nuestra región, esto es, indican una cierta "garantía" de continuidad en los niveles de actividad actuales, si bien, la evolución de los datos macroeconómicos que vamos conociendo conducen a un periodo de inestabilidad que probablemente tendrá su reflejo en próximas ediciones de GEM-Comunidad Valenciana. En este sentido, el dato de consolidación de actividades -tanto en la Comunidad Valenciana como en España- viene mostrando un ligero descenso en las dos últimas ediciones, que será necesario contemplar en una perspectiva temporal más amplia. En conjunto, no obstante, todo ello hace pensar en un saludable ritmo de "rotación" de negocios.

El perfil de los emprendedores tras estas iniciativas, entendidos según GEM, como "individuos que inician algún tipo de actividad empresarial, incluyendo el autoempleo", indica igualmente continuidad con el perfil ya detectado en ediciones anteriores, y también similitud con el resto del territorio español. Hablamos por tanto, de individuos de unos 38 años de media; que quieren ver

una oportunidad en su nueva actividad; que requieren financiación ajena en cantidades limitadas, e incluso en la mitad de los casos aportan ellos todo el capital necesario, y si no, acuden a su familia y a préstamos bancarios; que ponen en marcha su iniciativa solos (62%) o con un único socio (20%); y que, a largo plazo, piensan que seguirán trabajando solos o con menos de 5 empleados.

Las particularidades regionales del perfil del emprendedor se vislumbran al centrarnos en una lectura de los datos relativos a su procedencia. Lógicamente, la inmensa mayoría de los emprendedores son nacidos en la Comunidad, pero el reflejo de los cambios sociales que se están produciendo en nuestra región, comienza a manifestarse también en este campo, ya que se detecta la presencia de un cierto porcentaje de emprendedores extranjeros o que recientemente se han asentado en la Comunidad Valenciana, significativamente mayor que en otras regiones españolas.

El análisis de la actividad emprendedora por género parece ir confirmando el progresivo incremento del grado de implicación de la mujer en dicha actividad empresarial, si bien en paralelo al aumento de la implicación masculina, por lo que el porcentaje de la distribución de pesos relativos hombre-mujer en el total de emprendedores se mantiene. No obstante, hay que decir que la situación es comparable a la que se da al analizar el empleo por cuenta ajena. Con estas consideraciones, parece lógico pensar que la incorporación de la mujer a la actividad emprendedora requiere esfuerzos paralelos a los que se desarrollen para su incorporación al resto de ámbitos laborales, pero también suponen que dicha problemática no se presenta de manera más acuciante en el ámbito del trabajo por cuenta propia.

En cuanto a las percepciones y creencias de la población -en lo relativo a sus juicios sobre existencia de oportunidades en el entorno, su sentimiento personal de

capacidad para llevar a la práctica una iniciativa empresarial, su percepción del fracaso como barrera, o cómo valora su entorno social a la actividad empresarial y al empresario-, podríamos calificarlas, por su relación con la actividad emprendedora, como adecuadas y en la línea de años anteriores, así como en posiciones relativas elevadas en el conjunto del territorio nacional. Además, muchas de estas percepciones se encuentran relacionadas con aspectos culturales propios de la sociedad, y por tanto, sus inercias características hacen que su evolución y cambio se produzca lentamente, si bien, como hemos comentado anteriormente, la evolución actual de los datos macroeconómicos podría dar lugar a algún tipo de cambio en las mismas que conviene analizar con detenimiento en sucesivas ediciones.

Por otro lado, el conjunto de elementos configuradores del entorno, bajo el que se desarrolla la actividad emprendedora actual y futura de nuestra región (tales como infraestructuras financiera, comercial y de servicios; políticas y programas públicos de apoyo; transferencia de tecnología; educación y formación, etc.), han sido valoradas por un panel de expertos, los cuales aportan una visión amplia desde distintos puntos de vista y experiencia particular. Al igual que comentábamos al tratar las percepciones y creencias de la población, también las condiciones de entorno y su evolución, podríamos considerar que ejercen una influencia positiva en su conjunto y con escasas diferencias con respecto al resto del territorio español. Sin embargo, siempre es posible mejorar la "cancha de juego" en la que los emprendedores que lo son, y los que lo quieren ser, puedan desarrollar sus iniciativas.

En este sentido, cabe reseñar que los expertos siguen insistiendo especialmente en los beneficios que supondría la mejora e intensificación de actuaciones de promoción y formación en el ámbito educativo reglado, en particular, con el

objetivo de facilitar el desarrollo de un “espíritu emprendedor” desde edades tempranas.

Asimismo, también se ha apuntado a la necesidad de mejorar la transferencia de tecnología para su uso efectivo por las empresas, lo cual implicaría, por una parte atender a mayores esfuerzos de los centros de investigación, y por otra parte, actuar sobre los potenciales receptores de los avances tecnológicos, esto es, actuar sobre la cultura tecnológica y capacidad de gestión de la I+D en las empresas.

El aspecto financiero, como es habitual, se sigue manteniendo como una condición con alta sensibilidad por la obvia restricción operativa que supone sobre la puesta en marcha de empresas.

Finalmente, y en relación con la dotación de programas y ayudas públicas, los expertos apuntan que existe un amplio abanico de programas de apoyo al emprendedor, a nivel nacional, autonómico y local, ayudas para financiación, desarrollo del plan de negocio, incubación de la empresa, o determinados aspectos de gestión y comercialización. Si bien esto es muy positivo, y en cierto modo mide la gran sensibilidad de los organismos públicos hacia este tema, hay que decir que quizás mayores esfuerzos de coordinación facilitarían la creación de sinergias entre los distintos programas y el camino al emprendedor, quien muchas veces se ve con la necesidad de un “gps” que le guíe por la oferta de ayudas existente.

En este sentido, y recogiendo de forma sintética comentarios y propuestas de ediciones anteriores, y que siguen siendo válidas, la idea de una “red”, que integre la oferta de ayudas y programas que desarrollan las instituciones de apoyo al emprendedor (agencias de desarrollo, asociaciones empresariales, universidades, organismos de la Generalitat Valenciana o cámaras de comercio, entre otras), podría facilitar

una mejor coordinación y el desarrollo de planes conjuntos, y en consecuencia, contribuir a que el emprendedor adquiriera una perspectiva de conjunto de a dónde puede acudir y para qué.

Adicionalmente, si consideramos el ámbito de las ayudas al emprendedor, desde la óptica de “oferta-demanda”, parece razonable que los programas de apoyo se diseñen y evalúen desde un conocimiento profundo y actualizado de las necesidades y expectativas del emprendedor, cliente principal de dichas entidades. En este sentido, sería muy positivo desarrollar algún tipo de estudio que permita contar con las opiniones, no sólo de los que finalmente han solicitado ayudas e incluso han tenido éxito, sino también las de aquellos que no han llegado a solicitarlas, o que habiéndolo hecho, no han obtenido la respuesta que esperaban.

Otro aspecto de interés, y que podría facilitar el desarrollo del “espíritu emprendedor” que citábamos anteriormente, sería el desarrollo de acciones que acerquen la experiencia de empresarios de éxito a las aulas, y a otros ámbitos en los que se mueven colectivos de jóvenes y con potencialidad de convertirse en emprendedores. La literatura muestra muchos ejemplos de emprendedores en los que ejerció una influencia importante, en su momento, el hecho de tener ejemplos cercanos de otros emprendedores, tanto en el ámbito familiar, como de amigos o conocidos (“si él ha podido, ¿por qué no yo?”).

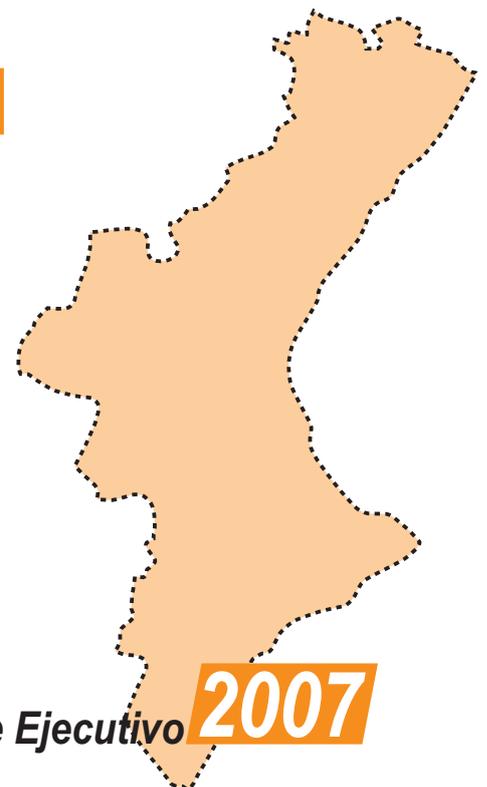
Con todo, la pretensión de estas reflexiones finales no va más allá de extraer una serie de notas destacadas, a modo de pensamientos, y en el contexto amplio de la información que sobre el estado de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, ofrece este informe y los que le preceden, con la intención de que puedan ser de utilidad a todos aquellos interesados en el análisis de nuestra actividad empresarial.

X. Anexo I. Metodología



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

X. 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 64 años) de la región, realizada en mayo de 2007. 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 X-1.

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



Figura X-2. Ficha técnica de la encuesta a la población (2007)

Universo	Población residente en la Comunidad Valenciana entre 18 y 64 años.
Muestra	2.000 individuos entre 18 y 64 años.
Selección de la muestra	Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios en las provincias según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes y municipios menores de 5.000 habitantes. En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años.
Metodología	Encuesta telefónica.
Error global de la muestra *	± 2,19%
Nivel de confianza	95,5%
Periodo encuestación	Mayo de 2.007
Trabajo de campo	Instituto Opinómetro
Codificación y base de datos	Instituto Opinómetro

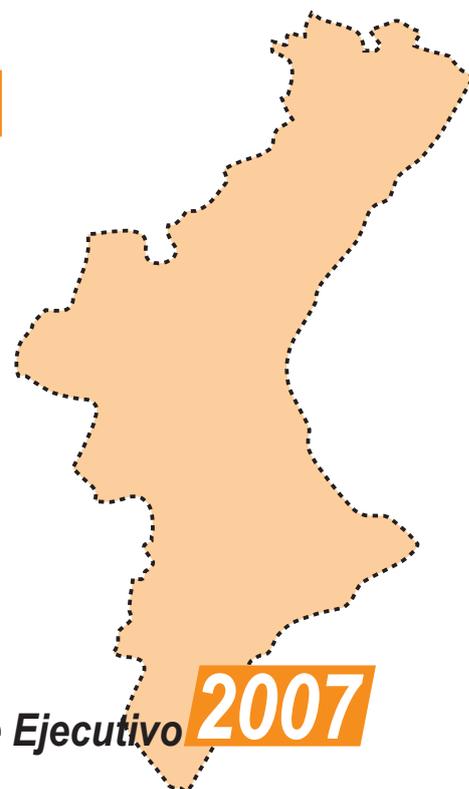
* El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas. Hipótesis: $p=q=50\%$ o de máxima indeterminación.

Anexo II. Glosario de términos



**GLOBAL
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

Creación de Empresas en la
Comunidad Valenciana



Informe Ejecutivo **2007**

XI. 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 64 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 64 años involucrados, como propietarios y gerentes, en empresas de nueva creación y cuyo período de actividad no supera los tres meses.
- **Empresa Nueva:** también denominada “Baby business”, hace referencia a aquellos individuos entre 18 y 64 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 64 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 64 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 2007, por equipos investigadores de las siguientes nacionalidades: Argentina, Austria, Bélgica, Brasil, Colombia, Croacia, Chile, China, Dinamarca, Emiratos Árabes Unidos, Eslovenia, España, Estados Unidos, Filipinas, Finlandia, Francia, Grecia, Hong Kong, Holanda, Hungría, India, Indonesia, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Japón, Kazajistán, Letonia, Malasia, México, Noruega, Perú, Portugal, Puerto Rico, República Dominicana, Reino Unido, República Checa, Rumania, Rusia, Serbia, Suecia, Suiza, Tailandia, Turquía, Uruguay y Venezuela; y de las siguientes regiones: Escocia, Gales, Irlanda del Norte, Andalucía, Asturias, Canarias, Castilla La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Comunidad de Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco y las ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla. El listado de los miembros de todos los equipos nacionales y regionales se encuentran publicados en el Informe Global Entrepreneurship Monitor 2007, disponible en 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 MONITOR

Creación de Empresas en la Comunidad Valenciana

Informe Ejecutivo 2007



PATROCINADORES E INSTITUCIONES

Nacional				
Andalucía				
Asturias				
Canarias				
Castilla La Mancha				
Castilla y León				
Cataluña				
Ceuta				
Comunidad Valenciana				
Extremadura				
Galicia				
Madrid				
Melilla				
Murcia				
Navarra				
País Vasco				