



**Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009

Edita: Universidad Miguel Hernández de Elche
I.S.S.N. Edición Impresa: 1888-170X
I.S.S.N. Edición Digital: 1988-4885
D.L.: A-601-2010
Impresión: Juárez Impresores

Dirección GEM Comunidad Valenciana:
José María Gómez Gras

Dirección técnica:
Ignacio Mira Solves

Investigadores:
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

PROYECTO GEM-ESPAÑA EQUIPOS INVESTIGADORES Y PATROCINADORES

EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Nacional	Instituto de Empresa	Ignacio de la Vega García-Pastor (Director 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 Banesto
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM Andalucía) José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Antonio Rafael Ramos David Urbano Pulido	Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía Centro de Estudios Andaluces
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villaescuerna Juan Pablo Maicas López Raquel Orcos Sánchez Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Gobierno de Aragón, Dpto. de Industria, Comercio y Turismo Instituto Aragonés de Fomento Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio Universidad de Zaragoza
Asturias	Universidad de Oviedo	Juan Ventura Victoria (Director GEM Asturias) Monserrat Entrialgo Suárez Enrique Loredó Fernández	Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno del Principado de Asturias
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Agustín Sánchez Medina Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	La Caja de Canarias Caja Canarias Gobierno de Canarias - Promoción Económica Fondo Social Europeo
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Francisco Javier Martínez García (Director GEM Cantabria) Ana Fernández Laviada José Manuel Fernández Polanco Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández Ana María Serrano Bedia Francisco M. Somohano Rodríguez	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda Grupo SODERCAM Fundación UCEIF
Castilla y León	Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos Vanesa Solís Rodríguez José Luis de Godos Díez Noemí Hueriga Pérez	Junta de Castilla y León ADE Inversiones y Servicios Centros Europeos de Empresas e Innovación de Castilla y León Universidad de León
Cataluña	Instituto de Estudios Regionales y Metropolitanos Universidad Autónoma de Barcelona	Yancy Vaillant, Carlos Guallarte (Dirección GEM Cataluña) Esteban Lafuente (investigador principal) Rafael Boix Teresa Obis Marc Figuls	Diputación de Barcelona. Área de Desarrollo Económico Generalitat de Cataluña, Departamento de Trabajo

PROYECTO GEM-ESPAÑA EQUIPOS INVESTIGADORES Y PATROCINADORES

EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM Ceuta) M ^a del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM Ceuta) Carlos A. Albacete Sáez Ana M. Bojica Gabriel García-Parada Arias Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez Matilde Ruiz Arroyo	PROCESA-Sociedad de Fomento Fundación Empresa Universidad de Granada
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras (Director 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	Fundación Xavier de Salas, Junta de Extremadura, Universidad de Extremadura, Fomento de Emprendedores, CC.NN. de Almaraz, Sofifex, Arram Consultores, Fundación Academia Europea de Yuste, Ogesa, S.A, Hoy Diario de Extremadura, Grupo Alfonso Gallardo, El Periódico de Extremadura, Philip Morris Spain S.L., Palicrisa, Caja Rural de Extremadura, Cámara de Comercio de Cáceres, Urbicasa, Infostock, CC.OO de Extremadura, Federación Empresarial Cacerreña, UGT de Extremadura, García Plata y Asociados, Caja Duero, Cámara de Comercio de Badajoz, Gestyona S.L., Huerta Honda
Galicia	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	Araceli de Lucas (Dir. GEM Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López José Antonio Neira Cortés María José Garrido Herrera Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo José Alberto Díez de Castro Guillermo Sánchez Vilariño Emilio Ruza 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 Consellería de Economía e Industria Consellería de Trabajo y Bienestar
Madrid	Universidad Autónoma de Madrid Instituto Madrileño de Desarrollo	Eduardo Bueno Campos (Director GEM Madrid) Julio Acosta Carlos Merino Moreno Miguel Palacios Javier Tafur Sofía García Cecilia Murcia	Instituto Madrileño de Desarrollo Fundación General de la Universidad Autónoma de Madrid

PROYECTO GEM-ESPAÑA EQUIPOS INVESTIGADORES Y PATROCINADORES

EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez (Director GEM Murcia) Alicia Rubio Bañón (Directora GEM Murcia) Nuria Nevers Esteban Albert José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Fundación Caja Murcia Consejería de Economía, Empresa e Investigación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Universidad de Murcia
Navarra	Servicio Navarro de Empleo Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra Universidad Pública de Navarra	Cristina Arcaya Cristina García Fermin Saez María Ibarrola Miren Sanz (Directora GEM Navarra) Maria Sanz de Galdeano Ignacio Contín Martín Larraza	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo
Pais Vasco	Instituto Vasco de Competitividad Universidad de Deusto Universidad del País Vasco Universidad de Mondragón Aston University	Iñaki Peña Legazkúe (Director GEM País Vasco) José Luis González Pernía Juan José Gibaja María Saiz Jon Hoyos Saioa Arando Iosu Lizarralde Aíastui Aloña Martiarena	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 todo el territorio español ha sido realizado por OPINOMETRE S.L.			



Quiero empezar este prólogo mostrando mi satisfacción por todos los emprendedores que a lo largo de 2009 han puesto en marcha un negocio. Mis primeras líneas son para felicitarles y darles las gracias por contribuir con su trabajo e ilusión a la prosperidad de nuestra Comunitat.

Son tiempos difíciles, tiempos en los que la crisis económica siembra la duda en aquellos que quieren seguir avanzado, pero esta duda no tiene que ser obstáculo para los que quieran emprender. Es en estos momentos, cuando los mimbres del futuro se están tejiendo. Por ello, desde la Generalitat hemos puesto en marcha una serie de mecanismos dirigidos a facilitar a nuestros emprendedores el desarrollo de sus proyectos. Somos una tierra de oportunidades, donde tienen cabida todas las iniciativas emprendedoras. Les ayudamos a nacer, crecer y evolucionar porque su progreso es el progreso de toda nuestra sociedad.

La cultura de la innovación es una realidad para nuestro tejido empresarial, compuesto fundamentalmente por pymes. Éstas son conscientes que innovar supone seguir avanzando y nuestra labor como administración, ha ido encaminada a ofrecer las herramientas necesarias para que cualquier empresa de nuestra Comunitat, independientemente de su tamaño, pueda invertir en innovación.

Contamos con un sector empresarial muy diversificado, con industrias de gran arraigo y tradición en nuestra Comunitat, pero también con una serie de sectores emergentes de alto contenido tecnológico. Además, disponemos de una potente red de Institutos Tecnológicos, y otros centros e instituciones, como las universidades, que complementan el sistema valenciano de ciencia-tecnología-empresa.

Para continuar avanzando en esta senda del conocimiento, hemos trazado la Estrategia de Política Industrial 2010-2015, con un claro objetivo: mejorar la productividad y competitividad de las empresas valencianas, una estrategia que sienta las bases del nuevo modelo económico de la Comunitat Valenciana.

Uno de los vectores que marcan esta estrategia es la innovación como fuente de valor añadido. Por eso, entre los objetivos de esta Estrategia nos hemos marcado doblar el gasto empresarial en I+D+i, pasando del 1,12% del PIB al 2,3% en 2015; incorporar la entrada de 700 investigadores, tecnólogos y gestores de la innovación anuales en empresas y centros tecnológicos valencianos; añadir 800 empresas innovadoras al año; diversificar la industria hacia sectores emergentes de mayor valor añadido; e incrementar el nivel tecnológico de las exportaciones.

En esta apuesta por la innovación tenemos que colaborar toda la sociedad. Un esfuerzo conjunto en el que participen las distintas Administraciones Públicas, las organizaciones empresariales, sindicatos y en definitiva, el conjunto de los valencianos y valencianas, ya que juntos construimos nuestro pasado y construiremos el futuro.

El informe GEM es una herramienta más que contribuye a fomentar la cultura de la innovación. A conocer el estado de la actividad emprendedora en nuestra Comunitat. Son ya seis años los que contamos con esta herramienta de ayuda para los distintos agentes implicados en el desarrollo del emprendedurismo. Hoy más que nunca, innovamos en el presente pensando en el futuro.

Vicente Rambla Momplet
 Conseller de Industria, Comercio e Innovación
 y Vicepresidente primero del Consell
 Generalitat Valenciana



A menudo, cuando expongo el caso Air Nostrum en charlas o conferencias en escuelas de negocios o universidades, alguien del público me pregunta: "Sr. Bertomeu ¿cuáles son los valores que debe reunir un emprendedor para tener éxito?". Antes de responder, acostumbro a devolverle la pregunta al alumno inquisidor con la intención de saber cuáles son los atributos que aquel identifica como más característicos de los emprendedores exitosos.

En el 100% de los casos, los interpelados me responden: "fuerza de voluntad", "tesón", "ganas de triunfar", "sana ambición", "capacidad para sobreponerse a la adversidad"... Estoy absolutamente de acuerdo con este elenco de virtudes y no conozco a ni un solo emprendedor que haya triunfado sin poseerlas, pero hacen falta más cosas, les digo.

Es entonces cuando los interpelados mencionan la creatividad: "lo importante es tener una buena idea", "ser original", "hacer lo que no hacen los demás". Sigo en total acuerdo con vosotros, les puntualizo, probablemente la creatividad es el atributo más importante para tener éxito, pero no es el único ¡Aún os faltan más valores por citar!.. Se hace el silencio. "Contar con apoyo económico" apunta alguien, "conseguir financiación" añade otro. Eso es fundamental, replico... pero estamos hablando de valores personales y el dinero no lo es.

Les confieso que sólo una vez escuché lo que quería oír. En aquella ocasión, un alumno me respondió: "flexibilidad". ¿Y qué es la flexibilidad?, le espeté inmediatamente: "la rápida e inteligente reacción ante los cambios" sentenció el aventajado pupilo. Si hubiese sido su profesor le habría puesto un diez en el acto.

La flexibilidad mental y operativa es uno de los activos de mayor relevancia para un emprendedor porque, en el entorno globalizado en el que nos movemos, la única certidumbre es que los mercados están cambiando y que seguirán haciéndolo de forma rápida e ininterrumpida. Hoy, la batalla empresarial se libra en el campo de las ideas, de las propuestas innovadoras, y sólo los emprendedores capaces de adaptarse a ese entorno dinámico y cambiante podrán hacerlas realidad.

Creatividad, tesón, pensamiento a largo plazo, humildad en la aproximación y capacidad para corregir los errores son, desde mi punto de vista, los valores más importantes para iniciar un negocio partiendo de cero.

La creación de empresas es el único camino para generar riqueza de forma sostenible, de eso sí estoy seguro. Por ello, conocer los mecanismos que alientan el espíritu emprendedor es la mejor fórmula para garantizar la continuidad de este flujo, y el estudio GEM de la Comunidad Valenciana, que hoy me honro en prologar, contribuye de forma decisiva a arrojar luz, año tras año, sobre esa "célula madre" de la vida empresarial que es la actividad emprendedora.

Mi más sincera felicitación a todos los que lo hacen posible.

Carlos Bertomeu
Consejero Delegado
Air Nostrum



Índice General



 Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009



Índice general

Introducción al Proyecto GEM	17
Sumario Ejecutivo	23
I. Actividad emprendedora y dinámica empresarial	29
I.1 Actividad emprendedora registrada.....	31
I.2 Evolución de la actividad emprendedora.....	33
I.3 Actividad empresarial consolidada	34
I.4 Ceses de actividad registrados	36
I.5 Potenciales emprendedores en la población.....	37
I.6 Diferencias regionales y con países OCDE	39
II. Tipos de comportamiento emprendedor	45
II.1 La oportunidad y la necesidad en el proceso emprendedor	48
II.2 Diferencias regionales y con países OCDE	50
III. Características Socioeconómicas de los emprendedores	53
III.1 Aproximación a los perfiles emprendedores promedio	56
III.2 Características demográficas: género, edad y procedencia	57
III.3 Capital humano: estudios reglados y formación emprendedora específica ..	58
III.4 Aspectos situacionales: circunstancias laborales y nivel de renta familiar ..	59
IV. Aproximación al perfil de las iniciativas emprendedoras	61
IV.1 Sectores generales de actividad	64
IV.2 Número de socios	65
IV.3 Dimensión empresarial y empleo	66
IV.4 Visión del emprendedor sobre su iniciativa	68
IV.5 Percepciones del emprendedor naciente ante la crisis	69
V. Financiación de la actividad emprendedora	73
V.1 Necesidades y fuentes de financiación en la puesta en marcha de las iniciativas.....	75
V.2 El perfil de la financiación informal.....	77
VI. Percepciones de la población: oportunidades, motivaciones y capacidades.....	79
VI.1 Percepción de oportunidades para la creación de empresas.....	82
VI.2 Factores de influencia en la motivación para emprender	84
VI.3 Percepción de capacidades para la creación de empresas	88
VII. Perspectiva de género en la actividad emprendedora.....	91
VII.1 Participación en actividad emprendedora en función del género	93
VII.2 Contexto territorial comparativo	95

VII.3 Oportunidad, motivación y capacidad para emprender bajo una perspectiva de género	97
VII.4 Entorno sociocultural de la mujer en relación a la actividad emprendedora	102
VIII. Valoración de condiciones de entorno	103
VIII.1 Valoración global de las condiciones de entorno para emprender	108
VIII.2 Análisis comparativo regional de condiciones de entorno	111
VIII.3 Detalle de las valoraciones de las condiciones de entorno	118
IX. Reflexiones finales	123
Anexo. Metodología	129
Índice de figuras y tablas	133

Introducción al Proyecto GEM



 Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009



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, los resultados que viene ofreciendo permiten contar con una serie de datos, actualizados continuamente, acerca de los emprendedores y el proceso emprendedor, con amplia potencialidad de empleo por parte de los agentes relacionados con el desarrollo de territorio. 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, 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, alcanzando en esta última edición la cifra de 54, con representación de grupos de investigación de Europa, Asia, Oceanía, Hispanoamérica y Norteamérica. Así, se puede decir que se trata, tanto por su magnitud como por sus resultados, del proyecto de investigación de mayor envergadura en la actualidad, acerca del espíritu empresarial.

En España el Proyecto se encuentra desagregado en una “Red de Regiones”, formada por diversos grupos de investigación, los cuales tienen el objetivo de elaborar informes específicos en detalle acerca de la actividad emprendedora en su entorno más cercano.

Particularmente en la Comunidad Valenciana, éste es ya el sexto año de participación, conteniendo el presente informe, una síntesis de los resultados obtenidos en 2009².

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

² Más información sobre GEM Comunidad Valenciana en www.gem-comunidadvalenciana.umh.es

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

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

Además, los distintos equipos de investigación que se integran en GEM, operan bajo unos supuestos de partida, modelo teórico, metodología, homogeneización y tratamiento de datos, idénticos, lo que facilita la comparación de los diversos procesos de creación de empresas que se están llevando a cabo en distintas zonas de la geografía nacional e internacional, complementándose así el análisis de cada uno de los territorios en un amplio marco de referencia.

La figura 0-1 muestra el modelo conceptual de trabajo adoptado en GEM, el cual integra diferentes bloques de variables relacionadas, configuradoras del marco de oportunidades para emprender, así como influyentes también en el potencial emprendedor de los individuos, con influencia final sobre la creación de empresas en el territorio.

Con base en este modelo, el consorcio investigador GEM entiende la creación o puesta en marcha de un negocio, como un proceso secuencial compuesto por una serie de etapas, cuya representación genérica se observa en la figura 0-2, y que abarca en su consideración más amplia, desde el desarrollo de la intencionalidad de emprender hasta la puesta en marcha, desarrollo y consolidación de la actividad emprendedora.

Desde esta óptica, la clasificación de actividades empresariales utilizada por GEM se basa en una serie de conceptos que se detallan en la tabla 0-1.

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

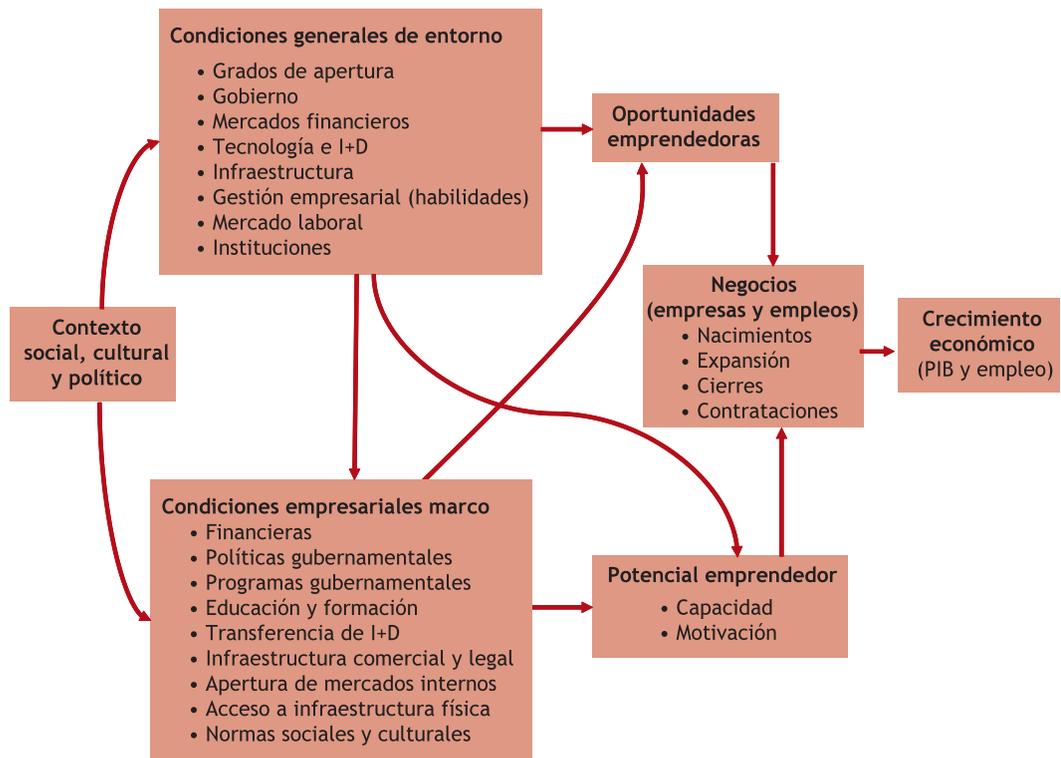


Figura 0-2.- Dinámica empresarial

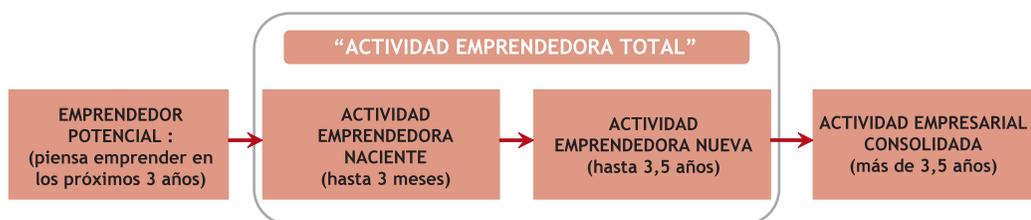


Tabla 0-1. Clasificación de actividades empresariales

EMPRENDEDOR	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. Se incluye el autoempleo y al propietario y gestor de una actividad empresarial de reciente creación.
ACTIVIDAD NACIENTE	Actividad emprendedora que lleva menos de tres meses pagando algún tipo de salario u honorario (incluyendo pagos a propietarios).
ACTIVIDAD NUEVA	Actividad emprendedora que lleva entre 3 y 42 meses pagando algún tipo de salario u honorario (incluyendo pagos a propietarios).
ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	Todo negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que no sobrepasa los 42 meses de actividad (suma de actividad naciente y nueva).
ACTIVIDAD CONSOLIDADA	Actividad empresarial que lleva más de 42 meses pagando algún tipo de salario u honorario (incluyendo pagos a propietarios).
EMPRENDEDOR POTENCIAL	Individuos de entre 18 y 64 años que piensan emprender algún tipo de actividad emprendedora en los próximos tres años.

Así, las estimaciones de actividad emprendedora en un territorio concreto se efectúan a partir de los porcentajes de población adulta que se puede enmarcar en los conceptos anteriores. Por tanto, los datos que se recogen en el presente informe son relativos a individuos implicados en actividades emprendedoras, no comparables directamente con otros datos referidos a altas o bajas de empresas y autónomos, y aportan información obtenida de la propia población.

Con todo, en los capítulos siguientes se muestran las estimaciones provenientes de la encuesta GEM a la población de la Comunidad Valenciana, sobre su implicación en las distintas fases del proceso de creación de empresas anteriormente descrito.

Sumario Ejecutivo



 **Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

**ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana**

Informe ejecutivo 2009



SUMARIO EJECUTIVO

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Los datos GEM registrados para la Comunidad Valenciana en 2009 estiman que unos 162.600 individuos de la región están implicados en actividades emprendedoras incipientes. En términos relativos, esta cifra supone que el 4,9% del total de la población adulta entre 18 y 64 años se encuentran involucrados en negocios de reciente creación, con menos de 42 meses de operatividad, y en relación a España, que la Comunidad Valenciana aporta el 10,6% al total de los emprendedores incipientes.

Al igual que ocurre de manera generalizada en el resto del territorio nacional, estos datos suponen una caída de la tasa de emprendedores por segundo año consecutivo, que en 2009 desciende 2,5 puntos, lo que implica una disminución de población involucrada en estas actividades de unas 69.000 personas.

Las actividades más consolidadas (por encima de 42 meses en el mercado) también se ven afectadas por la crisis, estimándose que la población implicada en este tipo de actividades se sitúa en el 6,6%, disminuyendo en 2,3 puntos porcentuales con respecto al año anterior.

Este escenario se completa con los datos relativos a “emprendedores potenciales”. Un 5,2% de individuos de la población adulta de la Comunidad Valenciana afirman estar considerando seriamente la posibilidad de iniciar una actividad empresarial, incluido el autoempleo, a tres años vista. El dato, que desciende por segundo año consecutivo, supone una reducción de 1,7 puntos sobre la tasa registrada en 2008.

TIPOS DE COMPORTAMIENTO

En 2009 siguen destacando comportamientos emprendedores inducidos fundamentalmente por la explotación de una oportunidad de negocio (46,9% de los casos), pero avanza con fuerza el porcentaje de emprendedores que reconocen sin paliativos, la necesidad como el motivo principal de su implicación en la puesta en marcha de una iniciativa empresarial.

De hecho, el 24,5% de los emprendedores reconocen su implicación en 2009 inducidos por las circunstancias o ante la ausencia de otra alternativa laboral, frente al 12,2% que lo hacía en 2008.

PERFIL MEDIO

El perfil medio del emprendedor incipiente de la Comunidad Valenciana (actividades con menos de 42 meses en el mercado) se corresponde con un varón en casi dos tercios de los casos, cuya edad más frecuente se sitúa en 33 años, y con una presencia de un 13,4% de extranjeros. En cuanto a su bagaje de capital humano, se trata de individuos con estudios, en particular un tercio dispone de estudios universitarios, y otro tanto ha completado la enseñanza obligatoria.

El perfil del emprendedor “consolidado”, cuya actividad empresarial lleva más de 3,5 años operativa, difiere un poco de éste. En particular, el porcentaje de mujeres emprendedoras se reduce al 30%, la edad promedio se sitúa en torno a los 44 años y la presencia de extranjeros se reduce a porcentajes muy pequeños. En relación a los estudios, se incrementa el porcentaje de individuos con enseñanza obligatoria y retrocede el de universitarios.

La distribución de negocios por sectores de actividad se mantiene relativamente estable tras el fuerte reajuste entre 2007 y 2008, en el que descendieron considerablemente las actividades del sector de transformación. En 2009 siguen siendo mayoría los negocios orientados al consumidor final, si bien se reduce ligeramente su porcentaje sobre el total (de 52,6% en 2008 pasa a un 47,8% en 2009).

La mayor parte de las iniciativas registradas son desarrolladas de manera individual, sin socios (70%), aumentando esta circunstancia en 16 puntos porcentuales con respecto a 2008.

El porcentaje de iniciativas que no cuentan con más empleo que el de su propietario ha pasado a ser el de mayor peso (55%), y las expectativas de crecimiento a cinco años vista no sobrepasan, en la mayoría de los casos, los 5 empleos.

Con todo, los emprendedores que inician su actividad en 2009 opinan que es más difícil crear una empresa ahora que en 2008, y que sus expectativas de desarrollo son menores, pero sin embargo, un 19% de ellos considera que los desequilibrios generados por la crisis posibilitan la generación de nuevas oportunidades de negocio.

FINANCIACIÓN

El tamaño de las iniciativas que se ponen en marcha en 2009, medido por sus necesidades financieras, se reduce con respecto a 2008. El 50% de los emprendedores estima unas necesidades de hasta unos 24.000 € en 2009, frente a los casi 40.000 de 2008.

Las dificultades de financiación ajena existentes hacen que prácticamente la mitad de los emprendedores (52%) que están iniciando su actividad en 2009, prevean aportar íntegramente el capital necesario, 16 puntos porcentuales más que en 2008, y que un 30% piensen acudir a instituciones financieras. Además, un 26,5% tiene esperanzas de optar a ayudas públicas para la puesta en marcha de su actividad.

PERCEPCIONES DE LA POBLACIÓN

Al igual que ocurre en el resto de España, la población que considera que existen buenas oportunidades de negocio para crear empresas en 2009 cae por segundo año consecutivo, situándose en el caso de la Comunidad en el 13,9% (20,8% en 2008).

Sin embargo, la población que se siente capacitada para acometer la creación de una empresa (48,6%) continúa en niveles similares a años anteriores, no viéndose afectada esta percepción por el entorno de crisis actual.

Adicionalmente, otros elementos de influencia como la consideración del miedo al fracaso como obstáculo, la valoración de la creación de empresa como buena opción profesional, o el estatus social que puede proporcionar el desarrollo de empresa propia descienden ligeramente respecto a 2008.

PERSPECTIVA DE GÉNERO

El 34,6% de los emprendedores de la Comunidad Valenciana que en 2009 estaban implicados en actividades emprendedoras incipientes eran mujeres. Este dato supone un descenso de 10 puntos porcentuales sobre el total de emprendedores con respecto a 2008, si bien en una perspectiva más amplia, el descenso de la actividad emprendedora por género, acontecido en estos dos últimos años en los que hemos vivido una situación de crisis, ha sido de un 44,4% de la tasa de actividad femenina y de un 39,4% en la masculina con respecto a los datos de 2007.

Estos descensos, generalizados en toda España, sitúan a la Comunidad ligeramente por debajo de la media en lo que se refiere a las tasas de participación de la mujer en 2009 (3,5% sobre la población femenina de la Comunidad Valenciana frente a 3,9% en España).

ENTORNO

La situación de las condiciones de entorno de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, juzgadas por el grupo de expertos consultado, no presenta grandes variaciones respecto a años anteriores. En síntesis, la disponibilidad de recursos financieros, la mejora de las políticas públicas, en particular la política fiscal y la burocracia administrativa, y el estado de la educación y formación, especialmente en sus niveles iniciales y medios, son algunos de los aspectos destacados como prioritarios de mejora.

I. Actividad emprendedora y dinámica empresarial



 Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009



I. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

Este primer capítulo recoge información acerca de las principales tasas definidas por GEM, para caracterizar la situación de la actividad emprendedora en cualquiera de sus etapas.

Las tasas registradas en la Comunidad Valenciana se tratan tanto de modo singular, haciendo referencia al año 2009, como comparado. La comparativa se efectúa tanto desde un punto de vista temporal, mediante la evolución de los datos desde 2004, como territorialmente, a través de su puesta en relación con los de España y las comunidades participantes en GEM 2009, así como con los países del entorno OCDE.

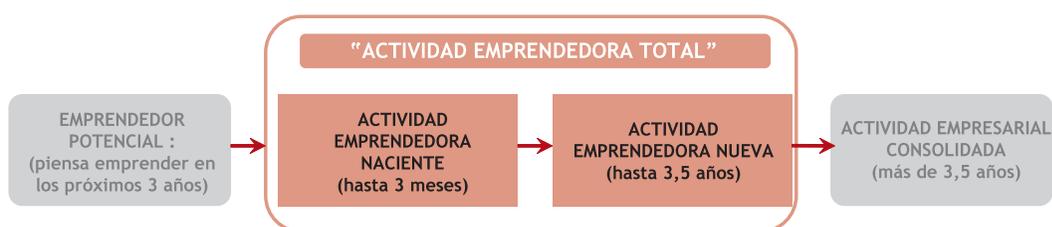
La información hace referencia, de acuerdo con las etapas del proceso emprendedor descrito en la introducción, a: (1) la actividad emprendedora registrada (porcentaje de individuos de la población adulta implicados en iniciativas cuya operatividad -medida por el pago de salarios de cualquier tipo- no supera los 42 meses); (2) la actividad empresarial consolidada (casos en los que sí se han superado los 42 meses); (3) cierres y ceses, acaecidos en el período de los doce meses anteriores a la realización de la encuesta; y (4) emprendedores potenciales (individuos con la intención de fundar un negocio a tres años vista, medido como porcentaje sobre la población adulta). En todos los casos, la información procede de la Encuesta a la Población Adulta de la Comunidad Valenciana, llevada a cabo en julio de 2009 a una muestra representativa de 2.000 individuos de la población entre 18 y 64 años.

I.1 Actividad emprendedora registrada

Este primer apartado se centra en la denominada actividad emprendedora registrada (figura I-1), la cual recoge, de acuerdo con los conceptos GEM, tanto individuos implicados

en iniciativas “nacientes” (con hasta 3 meses de operatividad) como en “nuevas” (entre 3 y 42 meses de operatividad)³.

Figura I-1.- Actividad emprendedora como parte del proceso emprendedor



De acuerdo con esta clasificación, los datos de la Encuesta a la Población Adulta (tabla I-1) indican que en julio de 2009, un 4,9% de la población de la Comunidad Valenciana, comprendida entre los 18 y 64 años, se encontraba involucrada en algún tipo de actividad emprendedora con menos de 42 meses de funcionamiento. Esta tasa se traduce en una estimación de unas 162.600 personas⁴ implicadas en la puesta en marcha de actividades “nacientes” y “nuevas”, y supone el 10,6% de los emprendedores incipientes de España en 2009.

Tabla I-1. Actividad emprendedora registrada - población de la C. Valenciana (2009)

Población adulta (18 a 64 años)	Estimación del total	% sobre población adulta
Emprendedores en actividades “nacientes” (menos de 3 meses)	73.010	2,2%
Emprendedores en actividades “nuevas” (entre 3 y 42 meses)	89.603	2,7%
Actividad emprendedora total (hasta 42 meses)	162.613	4,9%

La tasa equivalente obtenida en 2009 para España, es de un 5,1% de la población adulta, lo que sitúa la tasa de actividad emprendedora en la Comunidad en un nivel similar, sólo dos décimas por debajo de la media nacional.

³ Se trata de una “foto de situación” en el momento de realización del trabajo de campo (julio de 2009).

⁴ La población adulta de 18 a 64 años empleada como base para la elevación de los porcentajes se basa en datos US Census a nivel global, e INE en el caso español. El anexo de metodología aporta información acerca del error muestral de la investigación, con lo que se pueden obtener los correspondientes intervalos de confianza para las estimaciones realizadas.

I.2 Evolución de la actividad emprendedora

La evolución de la tasa de actividad emprendedora se muestra gráficamente en la figura I-2. En ella podemos observar los datos de la Comunidad Valenciana y España desde 2004 (año en el que se inicia GEM en la región) hasta la actualidad.

Esta evolución registrada guarda un cierto paralelismo entre la Comunidad Valenciana y el conjunto del territorio nacional. Así, los datos relativos a 2007 marcan un punto de inflexión en la tendencia creciente del porcentaje de población implicada en actividades emprendedoras, reflejando los datos de 2008, y especialmente 2009, la situación de crisis en la que nos encontramos.

En términos absolutos, la población de la Comunidad Valenciana implicada en actividades emprendedoras en 2009, desciende en unas 69.000 personas con respecto a 2008, situándose en valores similares a 2004 (si bien la tasa de emprendedores es más baja que la de 2004, debido al incremento de población experimentado por nuestra Comunidad).

Figura I-2.- Evolución de la actividad emprendedora (2004-2009)

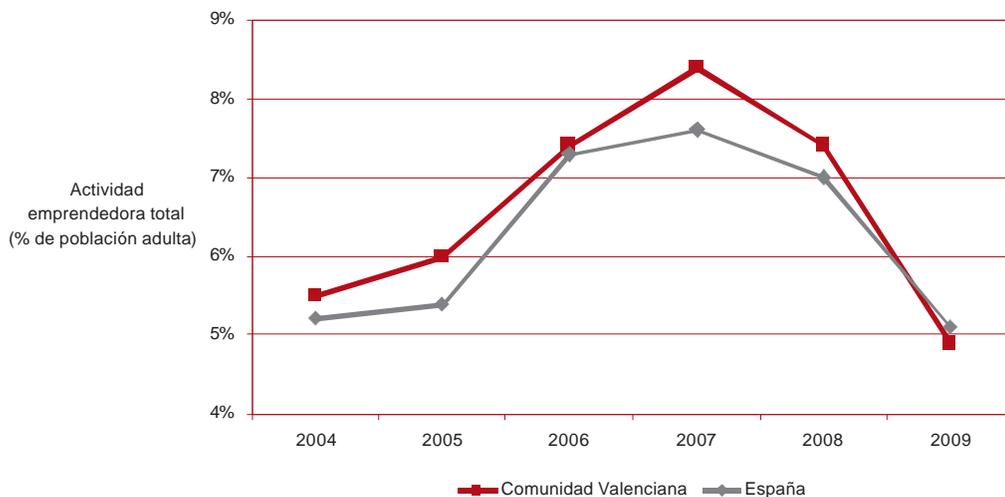


Tabla I-2. Evolución de la actividad emprendedora (2004-2009)

% sobre la población adulta		2004	2005	2006	2007	2008	2009
Actividad emprendedora total (hasta 42 meses en el mercado)	C. Valenciana	5,5%	6,0%	7,4%	8,4%	7,4%	4,9%
	España	5,2%	5,4%	7,3%	7,6%	7,0%	5,1%

El desglose de esta tasa de actividad emprendedora en la Comunidad (tabla I-3) muestra que la disminución registrada en 2009 se debe tanto a la reducción de actividades nacientes (menos de 3 meses), como de actividades nuevas (entre 3 y 42 meses). Esta circunstancia difiere de lo ocurrido en 2008, año en el que la disminución de actividad respecto al anterior, se debió fundamentalmente a la reducción de actividad naciente.

Así, los datos apuntan a que mientras en 2008, donde más se notaron los efectos del entorno económico negativo fue en la tasa de actividades con menos de 3 meses de operatividad en el mercado, en este 2009 los efectos aparecen reflejados por igual, tanto en la tasa de actividades que se inician (menos de 3 meses en el mercado) como en aquellas denominadas nuevas (entre 3 y 42 meses en el mercado).

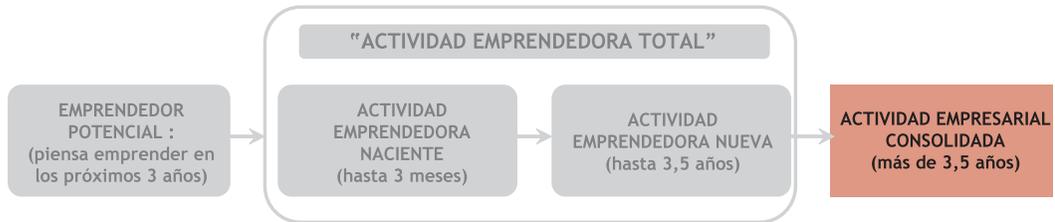
Tabla I-3. Evolución de la actividad emprendedora desglosada en CV (2004-2009)

Estimación sobre la población adulta		2004	2005	2006	2007	2008	2009
Actividad emprendedora naciente (hasta 3 meses)	%	--	--	3,0%	4,0%	3,2%	2,2%
	Estimación	--	--	89.627	128.120	100.244	73.010
Actividad Emprendedora nueva (entre 3 y 42 meses)	%	--	--	4,4%	4,4%	4,2%	2,7%
	Estimación	--	--	131.452	140.933	131.570	89.603
Actividad emprendedora total (hasta 42 meses)	%	5,5%	6,0%	7,4%	8,4%	7,4%	4,9%
	Estimación	163.000	176.316	221.709	269.053	231.814	162.613

1.3 Actividad empresarial consolidada

La perspectiva sobre actividad emprendedora recogida en el apartado anterior, se completa con los datos relativos a la tasa de actividad empresarial que GEM denomina "consolidada" (más de 42 meses de operatividad en el mercado).

Figura I-3.- Actividad consolidada como parte del proceso emprendedor



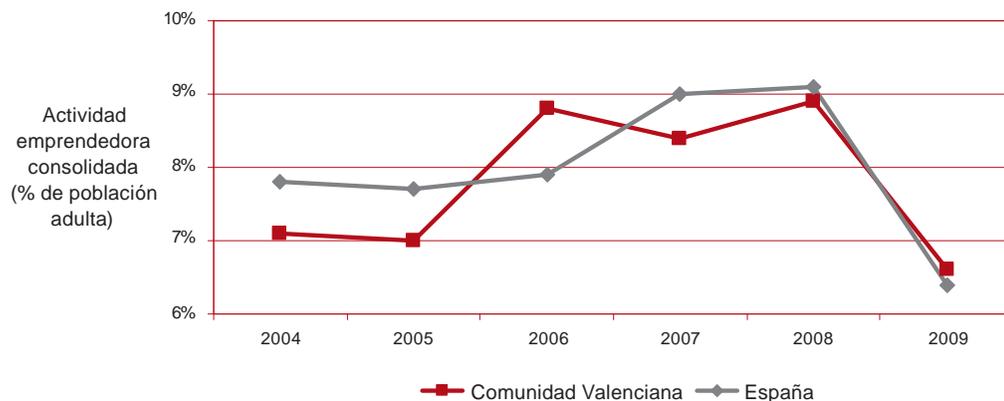
En este sentido, la tabla I-4 recoge la evolución 2004-2009, de los porcentajes de individuos que afirman estar implicados en la gestión y explotación de este tipo de actividades empresariales. La información se muestra también en la figura I-4 de forma comparada con la evolución del correspondiente dato promedio nacional.

Tabla I-4. Evolución de actividades empresariales consolidadas (2004-2009)

% sobre la población adulta		2004	2005	2006	2007	2008	2009
Actividad empresarial consolidada (más de 42 meses)	C. Valenciana (*)	7,1%	7,0%	8,8%	8,4%	8,9%	6,6%
	España	7,8%	7,7%	7,9%	9,0%	9,1%	6,4%

(*) Datos anteriores a 2009 actualizados según reformulación GEM 2009 para actividades consolidadas.

Figura I-4.- Evolución de actividades empresariales consolidadas (2004-2009)



La representación gráfica de los datos permite apreciar cómo, tras un período en el que la tendencia genérica ha sido de cierto incremento, los datos recogidos en julio de 2009

reflejan un brusco descenso en la tasa de población implicada en actividades consolidadas, tanto en la Comunidad Valenciana como a nivel nacional.

Particularmente en el caso de nuestra Comunidad, este descenso es de 2,3 puntos porcentuales con respecto a 2008, lo que supone una disminución de un 25,8% en la tasa de actividad consolidada registrada. Esta bajada resulta algo menor a la detectada para la tasa de actividad emprendedora (33,8% con respecto a 2008).

Esto es, la Encuesta GEM a la Población de la Comunidad Valenciana detecta el efecto del actual entorno económico sobre las distintas tasas de actividad empresarial, independientemente de que dicha actividad lleve operativa más o menos tiempo.

I.4 Ceses de actividad registrados

La tasa de ceses de actividad registrada (tabla I-5) da cuenta de qué porcentaje de población afirma haber cesado en sus actividades en los doce meses previos a la realización del trabajo de campo (julio 2009)⁵, ofreciendo una aproximación a los abandonos de actividades empresariales y profesionales, independientemente de en qué etapa del proceso emprendedor (naciente, nuevo o consolidado) se encontraran.

Tabla I-5. Evolución del cese de actividades (2004-2009)

% sobre la población adulta		2004	2005	2006	2007	2008	2009
Cese de actividad	C. Valenciana	1,2%	1,6%	1,1%	1,4%	1,8%	2,2%
	España	1,5%	1,4%	1,2%	1,0%	1,3%	2,0%

Según se observa en la tabla I-5, los porcentajes de población que cesa en su actividad se han ido incrementado progresivamente desde 2007. En particular, este 2009 la tasa de ceses en la Comunidad se incrementa en cuatro décimas con respecto a 2008 y se sitúa dos décimas por encima de la media registrada para España, siguiendo la tónica de las tasas de actividad emprendedora y consolidada anteriormente analizadas.

En relación a esta tasa de población que cesa en su actividad, la Encuesta a la Población efectuada indaga sobre si estos abandonos constituyen cierres definitivos de la actividad o si ésta ha continuado en manos de otros. En el caso de la Comunidad Valenciana, esta segunda situación se da en un 24,6% de los casos, por lo que la tasa real de cierre se encuentra en torno al 1,7%.

⁵ Nótese que la tasa de ceses es sobre población, por lo que la actividad puede haberse cerrado y por tanto no estaría operativa, o bien puede continuar en manos de otros socios, traspasos, etc.

Así mismo, la Encuesta recoge los principales motivos aducidos para haber cesado en sus actividades empresariales. En este sentido, la tabla I-6 destaca, como motivos fundamentales, aquellos ligados a la falta de rentabilidad del negocio y a problemas para obtener financiación.

Tabla I-6. Motivos del abandono de la actividad (C. Valenciana, 2009)

Población adulta (18 a 64 años)	% sobre población adulta
Problemas de rentabilidad	42,0%
Problemas de financiación	35,9%
Jubilación	5,5%
Motivos personales y otros	16,6%

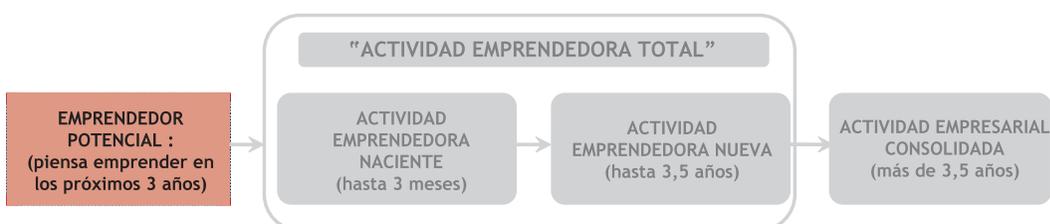
Adicionalmente, en esta edición del informe GEM se les ha preguntado a aquellos que han cesado en su actividad, sobre la influencia que consideran que ha tenido la actual crisis económica sobre su decisión de abandono. Los resultados ponen de manifiesto que prácticamente un 61% de los individuos que han abandonado, hayan seguido o no sus negocios activos en manos de otros, responsabilizan totalmente a la crisis de dicha decisión, y otro 15% reconoce alguna influencia de la coyuntura actual en su decisión de abandono.

I.5 Potenciales emprendedores en la población

La información presentada en los apartados anteriores hacía referencia a la actividad emprendedora registrada y su dinámica, es decir, a las estimaciones de individuos vinculados al proceso emprendedor, desarrollando actividades en cualquiera de sus etapas (actividades nacientes, nuevas o consolidadas), o bien que hubieran cesado en las mismas.

El esquema de etapas GEM para el proceso emprendedor (figura I-5) considera una fase previa a las actividades de puesta en marcha de un negocio, en la cual se encontrarían individuos que tienen en mente la idea de poner en marcha algún tipo de iniciativa emprendedora, pero que todavía no la han iniciado.

Figura I-5.- Emprendedores potenciales como parte del proceso emprendedor



Este apartado se centra en esa etapa previa, cuantificando el porcentaje de población que puede ser catalogada como "emprendedores potenciales", individuos que están considerando la posibilidad de iniciar una actividad empresarial o profesional (incluido el autoempleo) a tres años vista, a partir de lo que han manifestado en la Encuesta a la Población efectuada (tabla I-7).

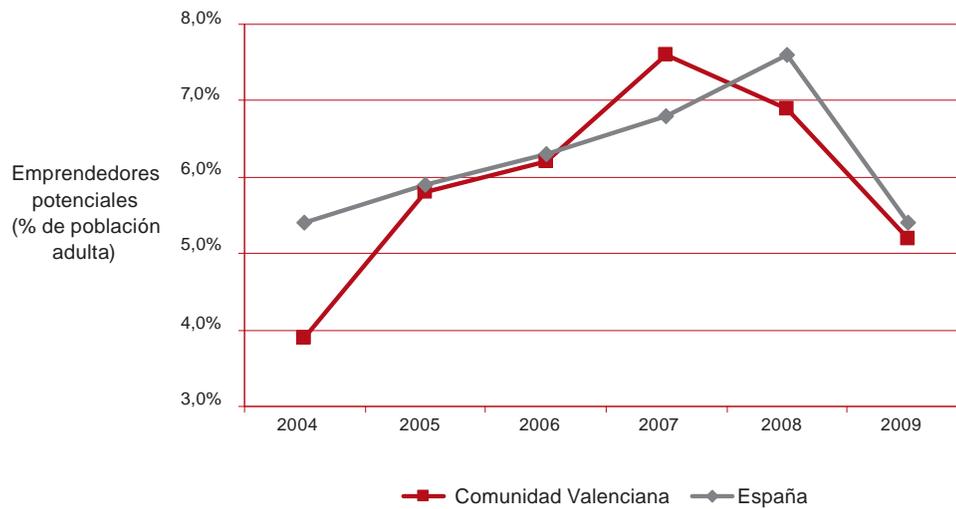
Tabla I-7. Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2009)

% sobre la población adulta		2004	2005	2006	2007	2008	2009
Emprendedores potenciales	C. Valenciana	3,9%	5,8%	6,2%	7,6%	6,9%	5,2%
	España	5,4%	5,9%	6,3%	6,8%	7,6%	5,4%

Los datos recogidos para 2009 registran un descenso de la tasa de intencionalidad emprendedora en la Comunidad Valenciana de 1,7 puntos con respecto al año anterior, lo que supone una reducción de la misma del 24,6%, y la sitúa dos décimas por debajo de la registrada para el conjunto de España.

Así, también aquí los datos relativos a 2007 marcan un punto de inflexión en la tendencia creciente, siendo reflejo los datos de 2008, y especialmente 2009, de la actual coyuntura. De este modo, como era previsible, los efectos de la crisis económica se ven reflejados en todas las tasas analizadas, si bien una lectura positiva de la intencionalidad indica que la Comunidad Valenciana cuenta con un 5,2% de población que, a pesar de la situación actual, continúa pensando en iniciar algún tipo de actividad emprendedora en los próximos tres años.

Figura I-6. Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2009)



I.6 Diferencias regionales y con países OCDE

Este apartado recoge el análisis gráfico comparativo de las tasas de actividad de la Comunidad Valenciana, en relación con el resto de regiones españolas participantes en la actual edición de GEM y con países de la OCDE.

Se trata de una descripción de tipo contextual, toda vez que no entra a enjuiciar la categoría, dimensión o calidad de las iniciativas desarrolladas por los individuos encuadrados en cualquiera de las etapas del proceso emprendedor, y además las cifras corresponden a realidades territoriales distintas.

Los gráficos hacen referencia a actividad emprendedora registrada (figuras I-7 a I-9), actividad empresarial consolidada (figuras I-10 y I-11), tasas de cese (figuras I-12 y I-13) y emprendedores potenciales (figuras I-14 y I-15).

Figura I-7.- Actividad emprendedora (% de emprendedores sobre el total de población, Contexto nacional GEM 2009)

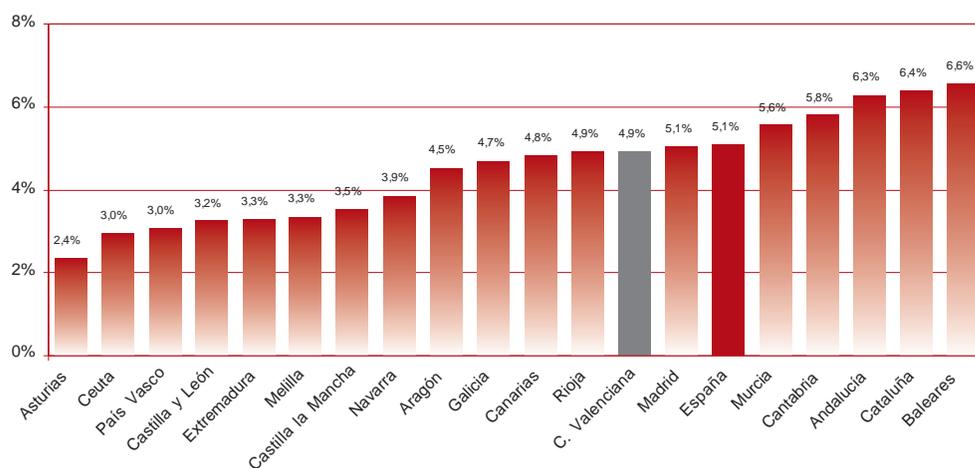


Figura I-8.- Porcentaje de emprendedores incipientes sobre el total de España (GEM 2009)

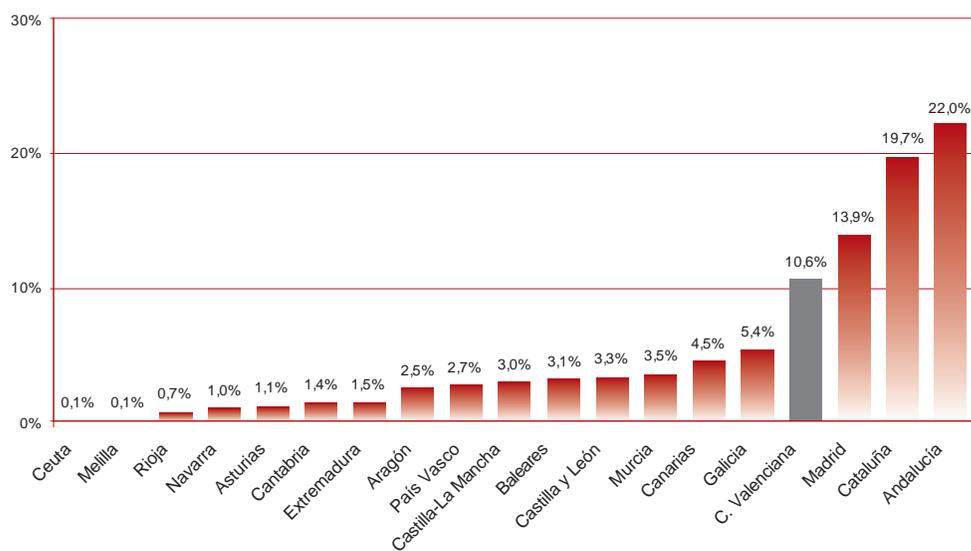


Figura I-9.- Actividad emprendedora (Contexto de países OCDE-GEM 2009)

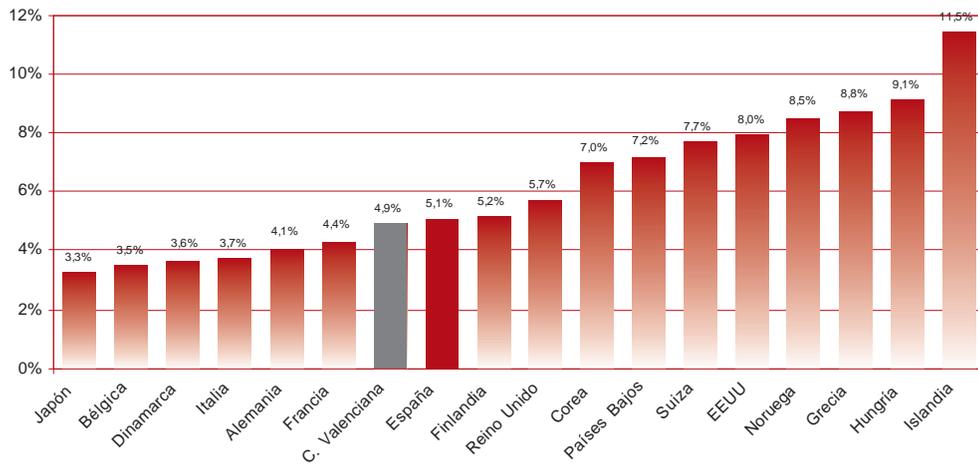


Figura I-10.- Actividad emprendedora consolidada (Contexto nacional GEM 2009)

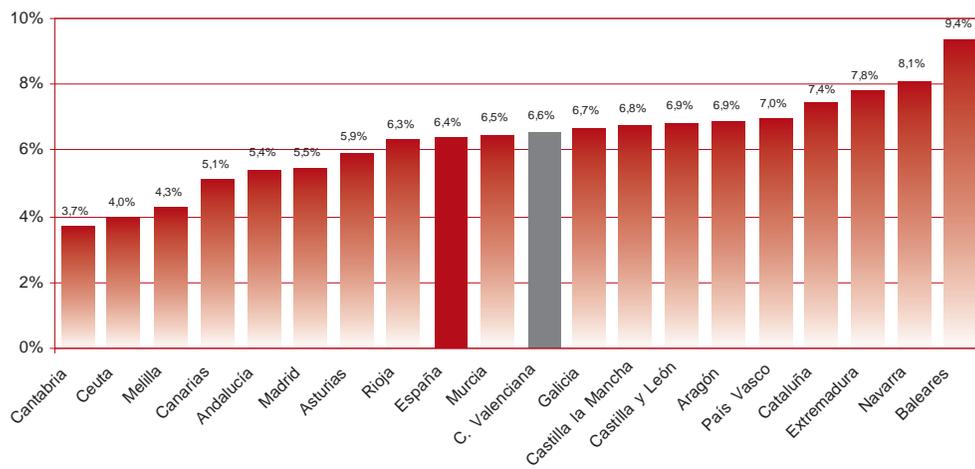


Figura I-11.- Actividad emprendedora consolidada (Contexto OCDE-GEM 2009)

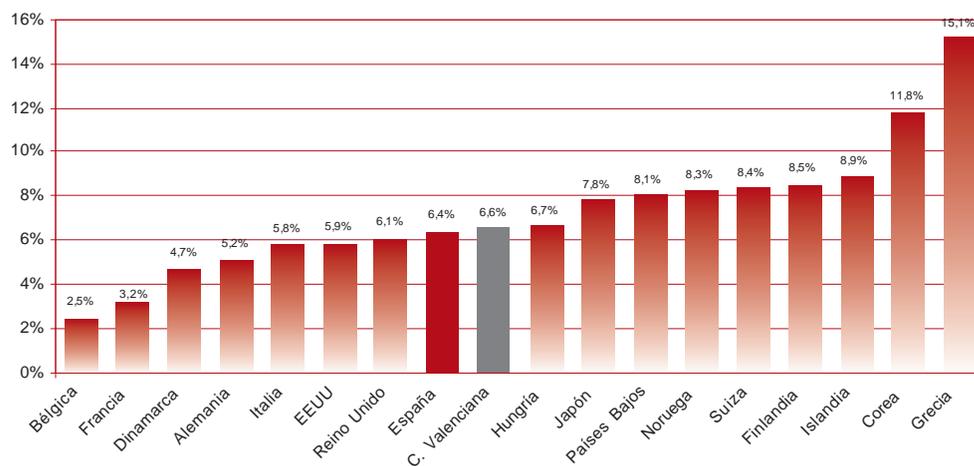


Figura I-12.- Cierre de actividades empresariales (Contexto nacional GEM 2009)

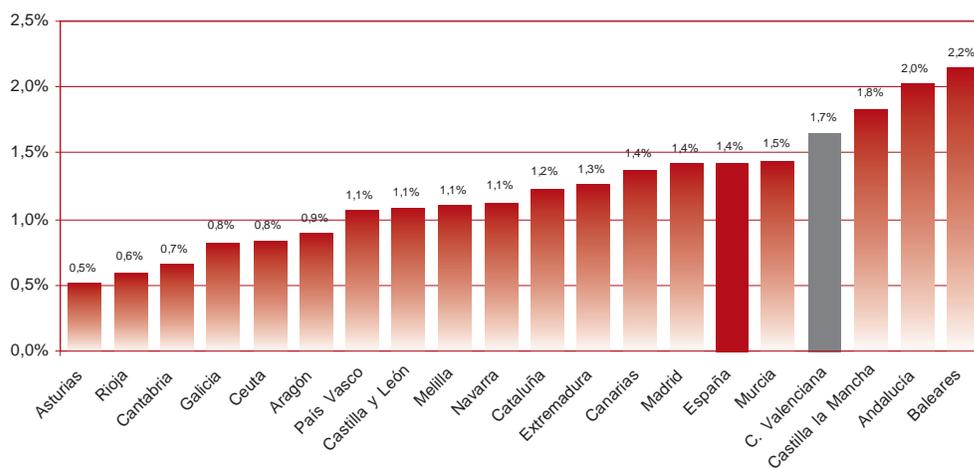


Figura I-13.- Cierre de actividades empresariales (Contexto OCDE-GEM 2009)

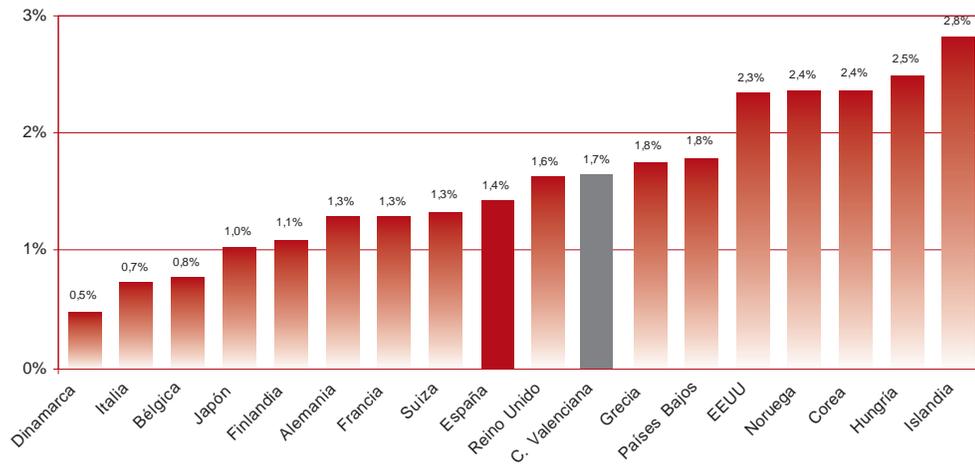


Figura I-14.- Emprendedores potenciales (Contexto GEM 2009)

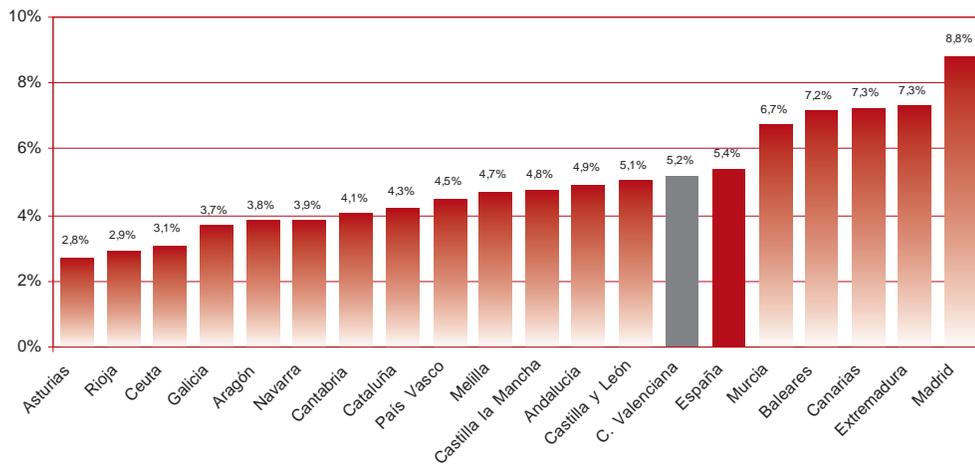
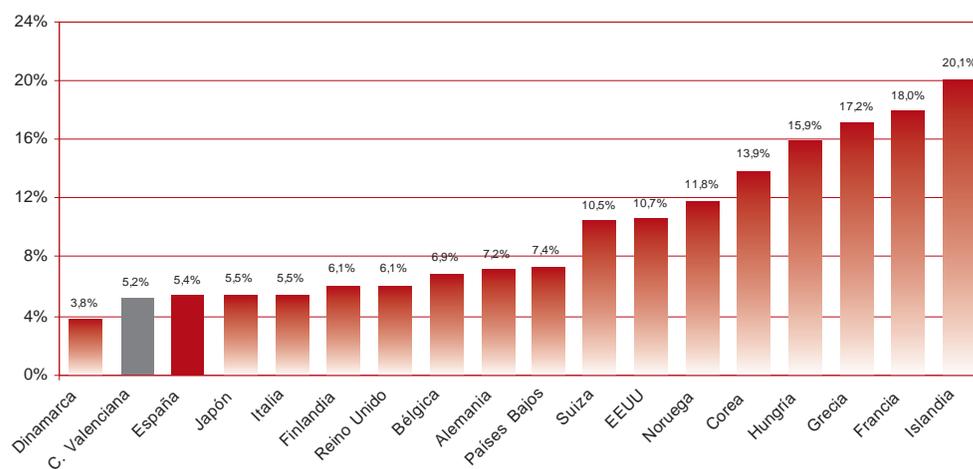


Figura I-15.- Emprendedores potenciales (Contexto de países OCDE-GEM 2009)



II. Tipos de comportamiento emprendedor



 Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009



II. TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

En el ámbito de la investigación en creación de empresas, generalmente se asume que toda iniciativa emprendedora está ligada al concepto de oportunidades, de modo que en la actividad de puesta en marcha de una iniciativa empresarial se encuentra siempre presente la explotación de una oportunidad. Así, independientemente de que la actividad emprendedora se produzca por pura vocación o para salir de una situación difícil, siempre hay una oportunidad intrínseca que se aprovecha, la cual puede haberse buscado por vocación (persecución) o bien para escapar a la necesidad (huída).

Esta dicotomía es reconocida en el ámbito del Proyecto GEM, denominándose a las dos motivaciones o impulsos fundamentales para la implicación de los individuos en el proceso emprendedor, "emprender por oportunidad", cuando se trata de la explotación en un momento dado, de oportunidades previamente buscadas y detectadas por los potenciales emprendedores; y "emprender por necesidad", cuando la búsqueda de la oportunidad fue inducida por una necesidad personal, debido a circunstancias adversas o a la ausencia de otras alternativas laborales. Estos planteamientos se recogen en la figura II-1.

Figura II-1.- Motivaciones de la puesta en marcha



II.1 La oportunidad y la necesidad en el proceso emprendedor

La tabla II-1 recoge la percepción de los emprendedores, registrada en 2009, sobre la motivación fundamental (oportunidad vs. necesidad) que les ha llevado a involucrarse en el proceso de puesta en marcha de su iniciativa de negocio.

Tabla II-1. Tipos de comportamiento emprendedor (% de población adulta de la Comunidad Valenciana, 2009)

	En empresas "nacientes" (menos de 3 meses)	En empresas "nuevas" (entre 3 y 42 meses)	En actividad emprendedora total (menos de 42 meses)
Necesidad	0,6%	0,6%	1,2%
Oportunidad	1,2%	1,1%	2,3%
Situaciones intermedias	0,3%	1,0%	1,3%
No clasificable	0,1%	0,0%	0,1%
Total	2,2%	2,7%	4,9%

Figura II-2.- Distribución de las motivaciones en la actividad emprendedora registrada (% frente al total de emprendedores, 2009)



Como en años anteriores, siguen destacando los comportamientos emprendedores inducidos por la oportunidad (46,9% de los casos), si bien en este 2009 el peso relativo de la necesidad sobre la oportunidad se ha incrementado notablemente. De hecho, el porcentaje de emprendedores que reconocen directamente que la necesidad es el motivo

principal que les ha llevado a iniciar su actividad, se duplica con respecto a 2008 (24,5% en 2009 frente a 12,2% en 2008).

En este sentido, la tabla II-2 recoge una perspectiva evolutiva de la actividad emprendedora según comportamiento. Se observa que la caída de actividad registrada en 2009, respecto a años anteriores, se relaciona fundamentalmente con la menor presencia de comportamientos que reconocen la “oportunidad” como motivación principal. En estos datos también se reflejan los efectos de la actual coyuntura, en la que situaciones adversas en lo laboral y/o económico pueden llevar a un mayor porcentaje de individuos a tratar de huir de estas circunstancias a través del inicio de alguna actividad empresarial o el autoempleo.

Tabla II-2. Evolución del comportamiento emprendedor (2005-2009)

% sobre la población adulta		2005	2006	2007	2008	2009
Necesidad	C. Valenciana	1,3%	0,7%	0,9%	0,9%	1,2%
	España	0,8%	1,2%	1,1%	1,0%	0,8%
Oportunidad	C. Valenciana	2,9%	5,1%	4,1%	4,2%	2,3%
	España	3,3%	4,5%	4,1%	3,8%	2,4%
Situaciones intermedias	C. Valenciana	1,8%	1,6%	2,6%	1,8%	1,3%
	España	1,3%	1,6%	1,7%	1,8%	1,7%
No clasificable	C. Valenciana	*	*	0,8%	0,5%	0,1%
	España	*	*	0,7%	0,4%	0,2%

(*) Valor no significativo

En el caso de los comportamientos emprendedores, estimulados por el aprovechamiento de oportunidades de negocio, los datos recogidos en la Encuesta a la Población (tabla II-3) indican que, como viene siendo habitual, el “disparador” fundamental responde a los deseos de independencia, obteniéndose en esta edición un porcentaje algo más elevado que en informes anteriores.

En segundo lugar, destaca nuevamente también el deseo de incrementar los ingresos, si bien esta respuesta ha sido recogida en unos 10 puntos menos que en la edición 2008. Finalmente, el mantenimiento de ingresos ocupa el tercer puesto, con mayor índice de respuesta que en 2008. La jerarquización de motivaciones y su evolución guardan bastantes similitudes con el caso promedio español, destacando en todo caso el mayor peso relativo que recoge, en la Comunidad Valenciana, las motivaciones relacionadas con deseos de independencia.

Tabla II-3. Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades empresariales en la Comunidad Valenciana (% de respuestas obtenidas, 2009)

	España	Comunidad Valenciana
Independencia	47,3%	55,9%
Aumentar ingresos	33,6%	29,1%
Mantener ingresos actuales	14,3%	13,3%
Otros motivos diversos	4,8%	1,7%

II.2 Diferencias regionales y con países OCDE

El conjunto de figuras II-3 a II-6, muestra la situación relativa de los datos de actividad emprendedora registrada, tanto por “oportunidad” (incluyendo situaciones intermedias) como por “necesidad”, en el contexto de las comunidades y ciudades autónomas del territorio nacional, y de países OCDE participantes en esta edición de GEM.

Figura II-3.- Actividad emprendedora por oportunidad (Contexto nacional 2009)

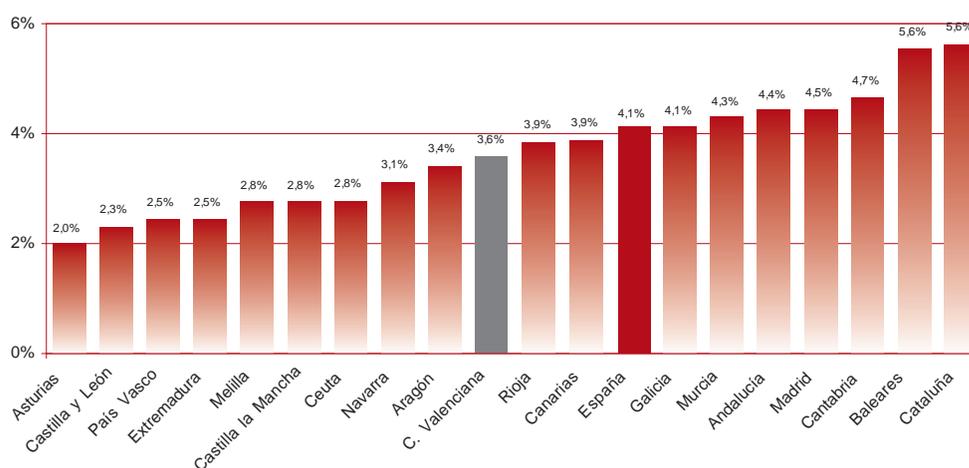


Figura II-4.- Actividad emprendedora por necesidad (Contexto OCDE-GEM 2009)

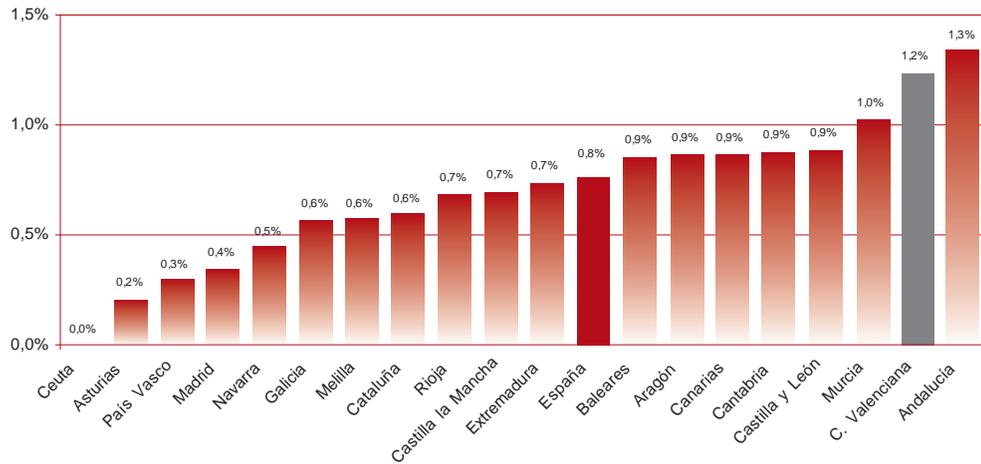


Figura II-5.- Actividad emprendedora por oportunidad (Contexto OCDE-GEM 2009)

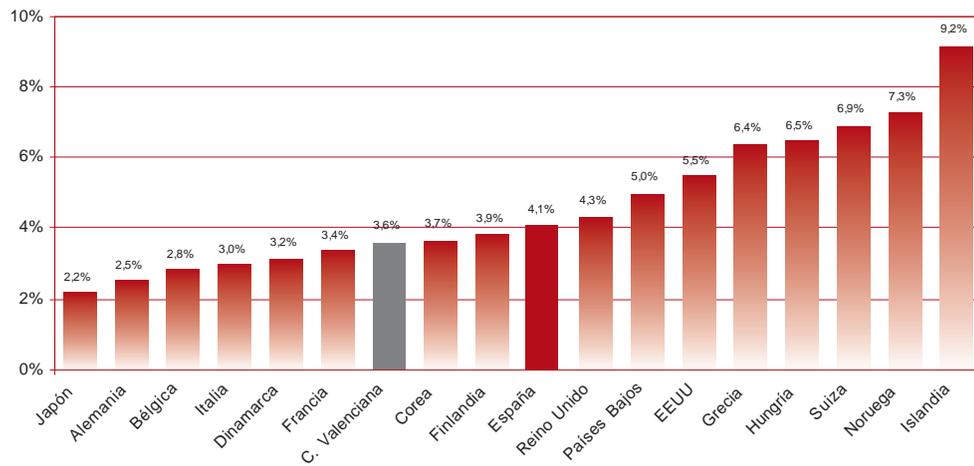
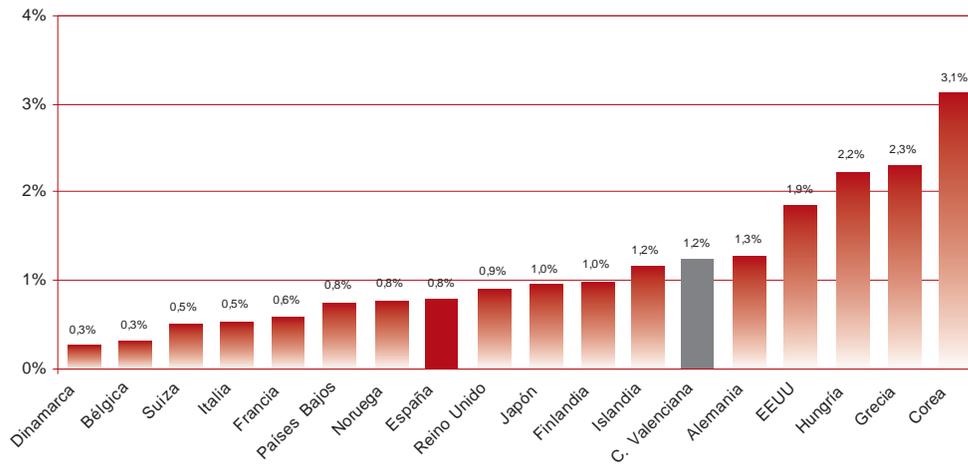


Figura II-6.- Actividad emprendedora por necesidad (Contexto OCDE-GEM 2009)



III. Características Socioeconómicas de los emprendedores



 Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009



III. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DE LOS EMPRENDEDORES

En capítulos previos se han mostrado los datos de carácter global que permiten estimar los porcentajes y tipo de comportamiento de la población involucrada en actuaciones relacionadas con el proceso emprendedor y su dinámica (consolidación y cierre), así como de los potenciales emprendedores, “aspirantes” a desarrollar este tipo de iniciativas emprendedoras.

El presente capítulo se centra en la descripción de algunas de las características de estos emprendedores, las cuales facilitan una aproximación a su perfil desde el punto de vista demográfico (género, edad y origen); formativo (nivel de estudios reglados y formación específica emprendedora); y económico-situacional (estatus laboral y nivel de renta de la unidad familiar).

Los datos recogidos pertenecen a individuos de la población adulta, residentes en la Comunidad Valenciana en julio de 2009, y que en ese momento se encontraban involucrados en la puesta en marcha y/o desarrollo de iniciativas empresariales incluyendo el autoempleo (actividades nacientes, nuevas y consolidadas), o bien que afirmaban tener en mente la puesta en marcha de una iniciativa de negocio a tres años vista (emprendedores potenciales).

III.1 Aproximación a los perfiles emprendedores promedio

Las características recogidas de la encuesta a la población adulta, si bien permiten observar la variedad de rasgos y situaciones de los implicados en la actividad emprendedora, posibilitan también un retrato aproximado de lo que sería el emprendedor promedio en cada una de las etapas del proceso. En esta sección se describen dichos perfiles aproximativos, y en secciones posteriores de este capítulo se recoge el detalle de las diferentes características tratadas.

En primer lugar podemos hablar del **emprendedor “actual”**, individuo que se encuentra implicado en una actividad naciente (hasta 3 meses de operatividad en el mercado) o bien en una nueva (entre 3 y 42 meses). Los datos disponibles indican que el perfil medio de este emprendedor corresponde a un varón, en casi dos tercios de los casos, cuya edad más frecuente se sitúa en torno a los 33 años (en media 37 años), y con una presencia de un 13,4% de emprendedores de origen extranjero. En relación a su dotación de capital humano, destacan los estudios universitarios en un tercio de los casos y la enseñanza obligatoria en otro tanto; además, más de la mitad (54,8%) afirman haber recibido formación específica relacionada con la creación de empresas.

Los emprendedores cuyas iniciativas llevan más de 42 meses en el mercado, son considerados por GEM como **emprendedores “consolidados”**. Su perfil medio se corresponde a un individuo varón, en aproximadamente el 69% de los casos, con una edad promedio en torno a los 44 años, y mayoritariamente de nacionalidad española (96,6%). Respecto al grado de formación alcanzado, destaca la disposición de estudios obligatorios (43,4% de los casos), seguido de los estudios universitarios (24,3%); y en cuanto a formación específica, un 43,3% reconocen haber recibido formación relacionada con creación de empresas.

Por último, se describe también el perfil aproximativo de los individuos que, en el momento de la encuesta, se planteaban la iniciativa emprendedora a un plazo de tres años vista. Son los denominados **emprendedores “potenciales”**, individuos que configuran lo que podríamos llamar la “cantera” de emprendedores. Sobre este grupo, los datos registrados indican que el perfil tipo es el de un varón en el 58,2% de los casos, cuya edad promedio se sitúa ligeramente por debajo de los 35 años, y en un 21,7% se trataría de una persona extranjera. En cuanto a su nivel de estudios, destaca la presencia de la educación obligatoria (36,5% de los casos), seguida de los estudios universitarios (29%), y el 62,1% afirma haber recibido formación específica en creación y gestión de empresas. En cuanto a sus circunstancias laborales, aproximadamente la mitad (54,7%) declara estar desarrollando algún tipo de actividad laboral, ya sea a tiempo completo o parcial.

III.2 Características demográficas: género, edad y procedencia

Las tablas III-1 a III-3 recogen la situación con respecto a género, edad y procedencia de los individuos implicados en las etapas del proceso emprendedor contemplado en GEM.

Los datos registrados muestran que en la Comunidad Valenciana, en julio de 2009, la foto general de los implicados en el proceso emprendedor apunta a la participación de hombres y mujeres en una relación de 2 a 1, y con un rango de edad amplio entre los 30 y los 45 años. Tanto la edad del individuo implicado como la participación de la mujer, varían en función de la etapa del proceso emprendedor al que nos refiramos, de manera que la edad del emprendedor aumenta progresivamente desde el denominado emprendedor potencial (30 años) al consolidado (44 años) y el porcentaje de mujeres disminuye en la misma dirección.

En cuanto a la presencia de emprendedores de origen extranjero, también se detectan diferencias considerables en función de la etapa concreta del proceso emprendedor en que se encuentren. Así, es significativamente mayor en el grupo de los que tienen intención de implicarse en alguna actividad emprendedora a tres años vista (21,7%), reduciéndose a prácticamente la mitad en el caso de emprendedores inmersos en actividades nacientes y nuevas, y situándose en valores mucho menores (3,4%) en el caso de los ya consolidados.

En general la situación con respecto a las variables edad y género es similar a la obtenida como media para el conjunto de España, si bien los porcentajes de emprendedores de origen extranjero son ligeramente superiores en la Comunidad Valenciana. Tampoco se detectan cambios sustanciales con respecto a los perfiles registrados en 2008 en la Comunidad, apuntando en todo caso que, entre los emprendedores potenciales, se ha recogido una ligera disminución de la edad promedio y un incremento considerable de extranjeros (pasando de un 12,0% en 2008 a un 21,7% en 2009); y que la presencia relativa de la mujer en las diferentes etapas del proceso ha disminuido (entre 5 y 10 puntos porcentuales según etapa), aspecto que trataremos en el capítulo correspondiente.

Tabla III-1. Emprendedores por género (C. Valenciana, 2009)

	Nacientes y nuevos (menos de 3,5 años)	Consolidados (más de 3,5 años)	Potenciales (emprender a 3 años vista)
Mujer	34,6%	31,2%	41,8%
Hombre	65,4%	68,8%	58,2%

Tabla III-2. Emprendedores por edad (C. Valenciana, 2009)

	Nacientes y nuevos (menos de 3,5 años)	Consolidados (más de 3,5 años)	Potenciales (emprender a 3 años vista)
18-24 años	7,2%	--	11,4%
25-34 años	42,0%	14,5%	45,2%
35-44 años	30,8%	40,1%	29,3%
45-54 años	14,0%	27,2%	10,5%
55-64 años	6,0%	18,2%	3,6%
Media (años)	37,0	44,3	34,6
Edad más frecuente	33	44	30

Tabla III-3. Emprendedores según procedencia (C. Valenciana, 2009)

	Nacientes y nuevos (menos de 3,5 años)	Consolidados (más de 3,5 años)	Potenciales (emprender a 3 años vista)
Español	86,6%	96,6%	78,3%
Régimen comunitario	2,2%	2,3%	--
Régimen general	11,2%	1,1%	21,7%

III.3 Capital humano: estudios reglados y formación emprendedora específica

Las tablas III-4 y III-5 recogen los datos relativos al nivel de estudios reglados obtenido y a si el emprendedor ha recibido algún tipo de formación específica relacionada con la creación y gestión de empresas.

En cuanto al análisis de los niveles educativos, se detecta principalmente la presencia de titulados universitarios y de individuos con la educación obligatoria completada, en mayor o menor medida dependiendo de la fase del proceso emprendedor en la que nos centremos. Además, un considerable porcentaje de emprendedores, en relación a la población no implicada en el proceso emprendedor, ha recibido algún tipo de formación específica para la puesta en marcha y gestión empresarial, especialmente aquéllos situados en las etapas más tempranas del proceso. Esta situación es similar a la obtenida como media para el conjunto de España, y respecto a los datos registrados en 2008 en la Comunidad deja entrever, para los emprendedores nacientes y nuevos, una mayor presencia de individuos que como mucho han completado la enseñanza obligatoria en detrimento de aquéllos con niveles educativos superiores.

Tabla III-4. Emprendedores por estudios reglados (C. Valenciana, 2009)

	Nacientes y nuevos (menos de 3,5 años)	Consolidados (más de 3,5 años)	Potenciales (emprender a 3 años vista)
Estudios universitarios	33,5%	24,3%	29,0%
F.P.	16,6%	12,9%	20,3%
Secundaria Bachillerato	11,1%	7,3%	11,6%
Enseñanza obligatoria	31,2%	43,4%	36,5%
No tiene	7,6%	12,1%	2,6%

Tabla III-5. Formación específica para emprender (C. Valenciana, 2009)

¿Ha recibido cualquier tipo de formación relacionada con la puesta en marcha de una empresa a lo largo de su vida?

	Nacientes y nuevos (menos de 3,5 años)	Consolidados (más de 3,5 años)	Potenciales (emprender a 3 años vista)	Resto (*)
Sí	54,8%	43,3%	62,1%	27,0%
No	45,2%	56,7%	37,9%	73,0%

(*) Resto: población no implicada en ninguna de las etapas del proceso emprendedor

III.4 Aspectos situacionales: circunstancias laborales y nivel de renta familiar

Las tablas III-6 y III-7 recogen los datos relativos a la situación laboral en el momento de la encuesta y al nivel de renta de la unidad familiar.

En cuanto al nivel de renta de los emprendedores, en general tiende a situarse en intervalos medios y bajos, acorde con la coyuntura económica. Sin embargo estos datos de renta familiar hay que tratarlos con cierta cautela, debido al porcentaje de no respuesta obtenido.

Por lo que respecta a las circunstancias laborales de aquellos que están iniciando su actividad (menos de 3 meses de operatividad en el mercado) destaca que el 26,2% son desempleados, estudiantes o afirman estar desarrollando tareas domésticas (este porcentaje era residual en 2008), lo cual puede suponer en muchos casos, la consideración de la alternativa de emprender como salida profesional o laboral. En el caso de los emprendedores potenciales (emprender a tres años vista), este porcentaje se eleva al 45,3% (en 2008 suponía el 17,7%), lo cual apunta en la misma dirección. La situación media del territorio nacional es muy similar con respecto a estas variables.

Tabla III-6. Emprendedores por renta familiar (C. Valenciana, 2009)

	Nacientes y nuevos (menos de 3,5 años)	Consolidados (más de 3,5 años)	Potenciales (emprender a 3 años vista)
≤ 10.000€	11,4%	11,4%	7,7%
10.001-20.000€	19,9%	17,8%	34,6%
20.001-30.000€	21,8%	12,6%	15,2%
30.001-40.000€	9,3%	6,7%	8,2%
40.001-60.000€	4,2%	5,0%	2,8%
60.001-100.000€	1,1%	1,9%	1,1%
>100.000€	--	0,6%	--
No contesta	32,3%	43,9%	30,5%

Tabla III-7. Emprendedores por situación laboral (C. Valenciana, 2009)

	Nacientes (menos de 3 meses)	Potenciales (emprender a 3 años vista)
Autoempleo	32,8%	12,7%
Tiempo completo	33,4%	29,6%
Tiempo parcial	7,6%	12,3%
Labores del hogar	3,5%	4,9%
Estudiante	2,6%	8,3%
No trabaja y otras situaciones	20,1%	32,1%

IV. Aproximación al perfil de las iniciativas emprendedoras



 Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009



IV. APROXIMACIÓN AL PERFIL DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS

Analizadas las características de los individuos implicados en el proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana, este capítulo se centra en las iniciativas de negocio en desarrollo (con hasta 42 meses); esto es, aquellas que todavía no han alcanzado la denominada etapa de consolidación.

Los elementos que se recogen son de diversa índole y ofrecen información caracterizadora de dichas actividades, tales como el sector en el que operan, el número de propietarios o el volumen de empleos generado. Además de estos aspectos descriptivos, se recoge también información adicional relacionada con las expectativas a futuro y percepciones de los emprendedores respecto a sus iniciativas, tales como el volumen de negocio esperado, sus expectativas de necesidades de recursos humanos, el grado de innovación percibido, o la visión sobre la competencia, y sobre las posibilidades de exportación.

Ante la actual coyuntura económica, esta edición de GEM ha recogido, adicionalmente, algunas valoraciones que sobre la misma hacen los emprendedores implicados en actividades nacientes (menos de 3 meses en el mercado), valorando las dificultades actuales de puesta en marcha de sus iniciativas y sus expectativas de desarrollo, en relación con hace un año.

IV.1 Sectores generales de actividad

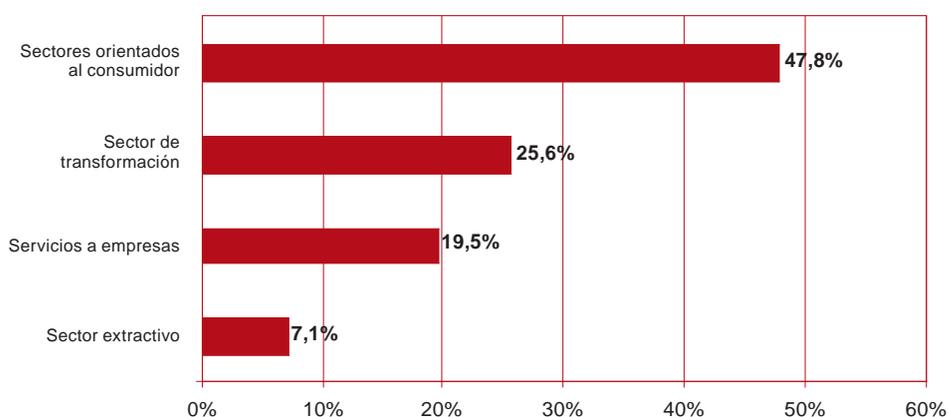
La clasificación sectorial empleada en el informe GEM es de carácter sintético, dividiéndose en cuatro grandes bloques: el sector extractivo, el transformador, el de servicios a empresas y el sector de actividad orientado al consumidor.

De acuerdo con esta clasificación, la figura IV-1 muestra la distribución de las actividades emprendedoras con hasta 42 meses de actividad, registradas en julio de 2009 en la Comunidad Valenciana.

Se trata de una distribución que no ofrece grandes diferencias con respecto a 2008, dado que la disminución de actividad emprendedora afecta de manera general a todos los sectores: las actividades "orientadas al consumidor" engloban el mayor porcentaje de actividades (47,8% frente a 52,6% en 2008), tras las que siguen las correspondientes al sector de "transformación" (25,6% frente a 21,0%), "servicios a empresas" (19,5% frente a 20,9%), y finalmente el "sector extractivo". Esto es, la distribución permanece relativamente estable tras el reajuste que tuvo lugar entre 2007 y 2008, y que propició un considerable descenso en el registro de actividades emprendedoras del "sector de transformación" (incluyendo actividades relacionadas con la construcción).

Con respecto a la situación comparada con el conjunto del territorio nacional, la distribución de 2009 es similar, si bien con una menor concentración en las actividades orientadas al consumidor en la Comunidad Valenciana (47,8%, frente a un 56,5% en España).

Figura IV-1.- Actividad emprendedora con menos de 42 meses, por sector de actividad (C. Valenciana, 2009)

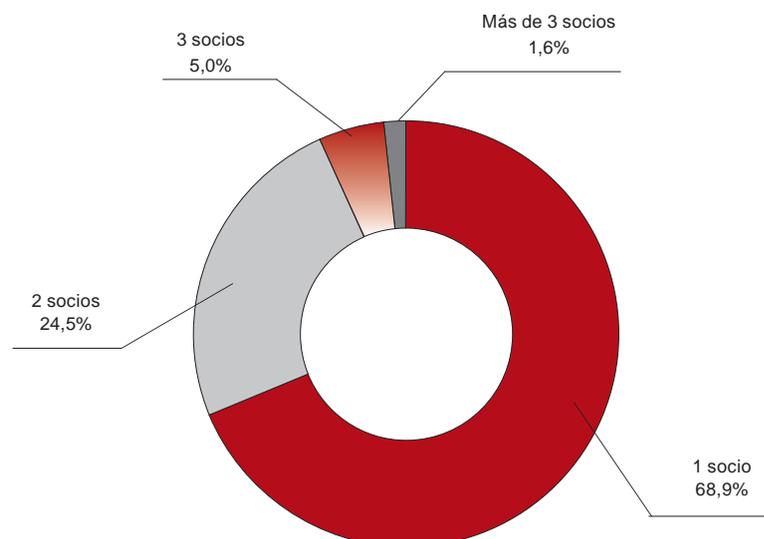


IV.2 Número de socios

El número de socios es una de las variables, entre otras, que ofrece una aproximación a la dimensión de las actividades emprendedoras desarrolladas. En este sentido, la figura IV-2 ofrece una imagen de situación en la que la mayoría de iniciativas son de muy reducido tamaño, atendiendo a la distribución del número de propietarios de las iniciativas que, en julio de 2009, llevaban menos de 42 meses en el mercado.

De hecho, cerca del 70% cuentan con un único propietario, y casi una cuarta parte pertenecen a dos socios. Además, con respecto a la situación comparativa con la detectada un año antes, en julio de 2008, el número de socios promedio se ha reducido, incrementándose las iniciativas desarrolladas "en solitario" (en 16 puntos porcentuales). Se trata de un rasgo de las iniciativas que no es especialmente singular en la región, dado que es compartido por el conjunto del territorio nacional.

Figura IV-2.- Distribución del número de socios de las iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses, incluyendo al socio que contesta la encuesta (C. Valenciana, 2009)



IV.3 Dimensión empresarial y empleo

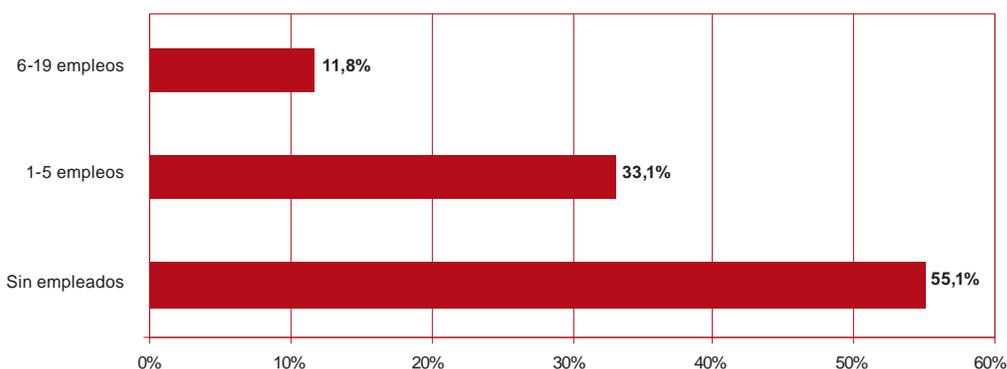
La definición de la dimensión empresarial de las iniciativas emprendedoras obedece al criterio definitorio de PYME recomendado por la Comisión Europea⁶, en base a la perspectiva del número de empleados (tabla IV-1).

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

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

La información obtenida de los emprendedores encuestados, en función de este criterio (figura IV-3), ofrece una imagen en la cual la “iniciativa tipo” en la Comunidad Valenciana sigue respondiendo, como en años anteriores, al calificativo de microempresa.

Figura IV-3.- Dimensión de empleo actual en iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses (C. Valenciana 2009, sin incluir a los socios emprendedores)

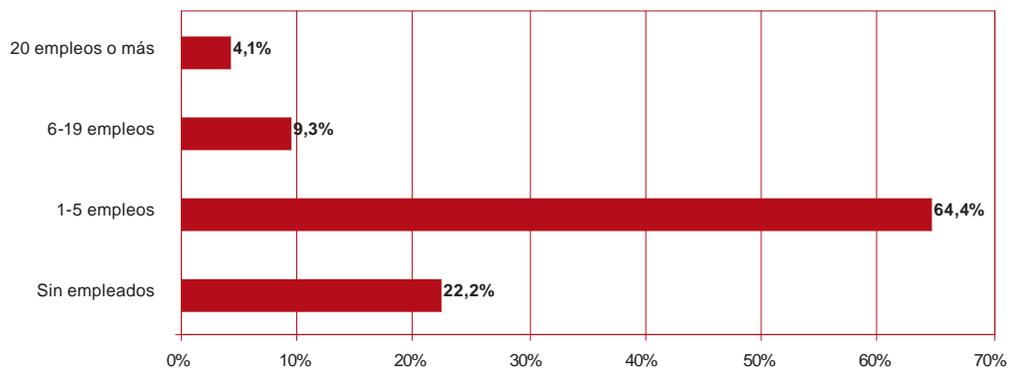


⁶ Recomendación de la Comisión de 6 de mayo de 2003 sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas (2003/361/CE), publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea L 124 de 20.5.2003. Esta clasificación entró en vigor a partir del 1 de enero de 2005, sustituyendo a la Recomendación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

Cabe no obstante hacer matizaciones en este retrato de situación, y es que, por primera vez desde que se está midiendo este dato en los informes GEM de la Comunidad Valenciana, el porcentaje de iniciativas sin empleados ha pasado a ser el de mayor peso. De hecho, más de la mitad (55,1%) de las iniciativas emprendedoras registradas en julio de 2009 no cuentan con más empleo que el de sus propietarios, cuando hasta 2008 en todos los informes anuales la situación más frecuente ha venido siendo la de la iniciativa que generaba entre 1 y 5 empleos.

Esta caracterización de dimensión en base al empleo generado, se complementa con la visión que los propietarios de las iniciativas emprendedoras tienen sobre la expectativa de necesidades de recursos humanos a cinco años vista, ofreciendo una aproximación de las perspectivas de crecimiento de las mismas en base a este criterio (figura IV-4).

Figura IV-4.- Expectativas de necesidades de recursos humanos en iniciativas con menos de 42 meses, horizonte temporal de 5 años (C. Valenciana, 2009)



La lectura de las respuestas proporcionadas ofrece una imagen en la que la visión proyectada a futuro es de crecimiento respecto a la situación actual, en tanto que se espera necesitar más recursos humanos por término medio, si bien se mantiene la “vocación” de pequeña empresa, y además en promedio, esta visión de futuro es más conservadora que la recogida en informes anteriores dado que las expectativas de crecimiento son menores.

IV.4 Visión del emprendedor sobre su iniciativa

Este apartado recoge una serie de cuestiones que la encuesta GEM formula a los emprendedores, al objeto de complementar la caracterización de sus iniciativas ofrecida en los apartados anteriores. Así, la tabla IV-2 sintetiza la información recogida a partir de las valoraciones de los emprendedores sobre su percepción del grado de novedad que para sus potenciales clientes supone el producto/servicio ofrecido, sobre la estimación de la cantidad de competidores que pueden ofrecer un producto/servicio similar, y sobre el potencial exportador de la iniciativa.

Tabla IV-2. Percepción sobre el grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales (C. Valenciana, 2009)

Tipo de iniciativa	% sobre el total de iniciativas con menos de 42 meses de operatividad
Completamente novedosa y desconocida	22,8%
Algo novedosa	18,2%
Nada novedosa	59,0%
Total	100%

Los datos aportados por los emprendedores indican que, aproximadamente una de cada cinco iniciativas es considerada por sus fundadores como completamente novedosa, atendiendo al grado de novedad del producto o servicio para sus potenciales clientes. Este dato es similar al obtenido en 2008, sin embargo aumenta el porcentaje de aquéllos que califican sus negocios como “nada novedosos” (de un 43,3% en 2008 pasa a un 59% en 2009), lo que apunta a un incremento de los negocios tradicionales como recurso ante la actual situación.

Tabla IV-3. Percepción del emprendedor sobre el nº de competidores que ofrecen el mismo producto / servicio a sus potenciales clientes (C. Valenciana, 2009)

Competencia directa	% sobre el total de iniciativas con menos de 42 meses de operatividad
Mucha competencia	57,6%
Alguna competencia	29,0%
Ninguna competencia	13,4%
Total	100%

En relación a la percepción sobre el número de competidores que ofrece el mismo tipo de producto o servicio, sin grado de diferenciación apreciable, la respuesta mayoritaria es la de una gran competencia. En la misma línea en que apuntaba la anterior cuestión, sólo un 13,4% consideran que no hay competidores que ofrezcan el mismo producto o servicio que ofrecen ellos, mientras que un 29,0% opina que pueden ser pocos los competidores que ofrezcan algo similar. De este modo, se sigue manteniendo, sin cambios significativos, la situación recogida en 2008.

Tabla IV-4. Percepción del emprendedor acerca de la proporción de sus clientes potenciales que viven fuera de España (C. Valenciana, 2009)

Potencial de exportación	% sobre el total de iniciativas con menos de 42 meses de operatividad
Sin expectativa	76,2%
1% - 25% de los clientes potenciales	12,5%
25% - 75% de los clientes potenciales	6,8%
75% - 100% de los clientes potenciales	4,5%
Total	100%

En relación a clientes potenciales, cabe resaltar que se incrementa, respecto a 2008, el número de emprendedores que afirman no tener expectativas de ventas fuera de España (pasa de un 62,4% en 2008 a un 76,2% en 2009).

Con todo, las percepciones anteriores, recogidas por la encuesta GEM en julio de 2009, y su evolución en los últimos años, reflejan los efectos de la actual coyuntura económica, en tanto que suponen una visión más conservadora y unas expectativas de menor alcance que en años anteriores.

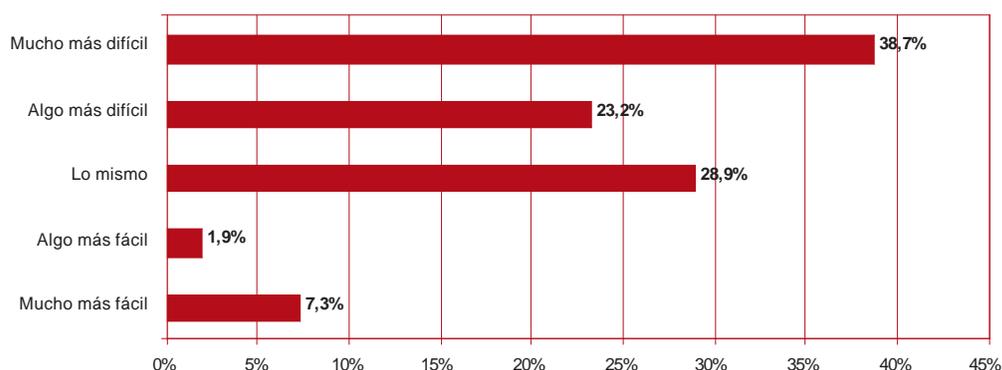
IV.5 Percepciones del emprendedor naciente ante la crisis

Dada la especial coyuntura en la que nos encontramos, en esta edición de 2009 la encuesta GEM incluye algunas preguntas sobre la crisis, dirigidas exclusivamente a los emprendedores implicados en actividades nacentes (aquellas con hasta tres meses de actividad), al objeto de obtener información de primera mano de cómo valoran la situación actual en relación con la puesta en marcha de sus negocios, así como también recoger sus expectativas de crecimiento y percepción de existencia de oportunidades en su sector, comparando la situación con la de hace un año.

Este apartado recoge las respuestas de los emprendedores nacientes sobre el particular, las cuales coinciden en gran medida con el sentir generalizado de la sociedad sobre la dificultad añadida que conlleva, en la situación de crisis actual, el desarrollo de negocios y la creación empresarial. Sin embargo, también la encuesta refleja un porcentaje significativo de emprendedores nacientes que consideran que, en la coyuntura presente, surgen igualmente oportunidades de negocio interesantes.

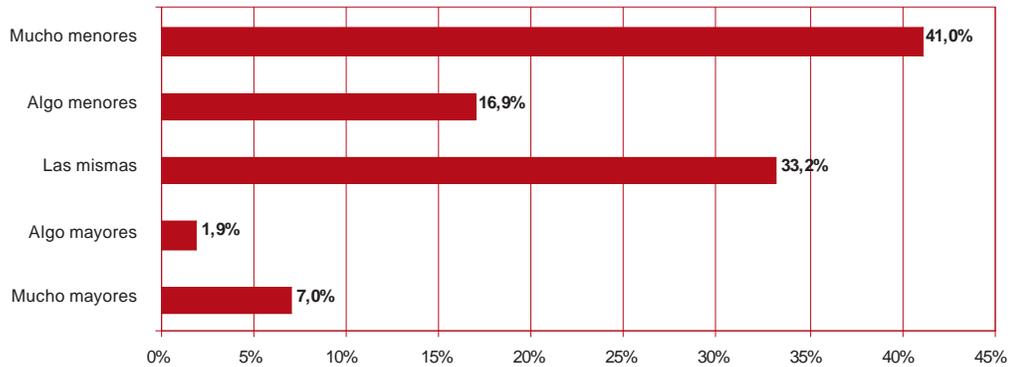
En concreto, la valoración general de los emprendedores nacientes sobre la dificultad de crear un negocio como el suyo (figura IV-5) refleja una situación más complicada en 2009 que en 2008. De hecho, el 61,9% piensa que es más difícil, frente a un 9,2% que considera que es relativamente más fácil.

Figura IV-5.- Percepción de los emprendedores nacientes sobre la dificultad de creación de empresas en comparación con un año antes (C. Valenciana 2009)



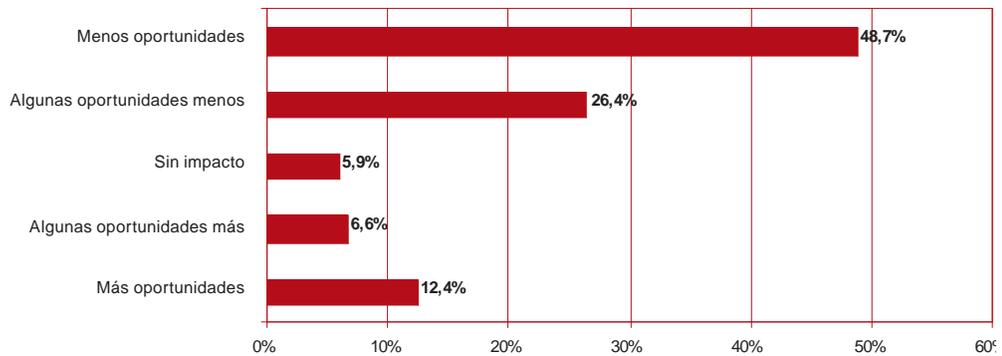
De manera general, las expectativas de crecimiento de los emprendedores nacientes en este 2009 disminuyen en relación a las que tenían el año anterior (figura IV-6). Así, el 57,9% considera que son menores en uno u otro grado, mientras que para el 8,9% de los emprendedores las expectativas son mejores. El 33,2% restante percibe un mantenimiento de la situación.

Figura IV-6.- Percepción de los emprendedores nacientes en cuanto a sus expectativas de crecimiento comparadas con un año antes (C. Valenciana 2009)



Finalmente, los emprendedores nacientes han valorado también el impacto que está teniendo la crisis en la generación de oportunidades de negocio en su sector (figura IV-7). Al respecto, la mayoría (75%) considera que en la actual coyuntura se están generando menos oportunidades. Un 19% de los emprendedores nacientes, sin embargo, sí lee en sus entornos sectoriales la generación de posibilidades de negocio como consecuencia de los desequilibrios generados por la crisis.

Figura IV-7.- Percepción de los emprendedores nacientes sobre el impacto de la crisis en la generación de oportunidades de negocio (C. Valenciana 2009)





V. Financiación de la actividad emprenedora



 Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009



V. FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

La financiación de la actividad emprendedora es sin duda uno de los asuntos más críticos, especialmente en las etapas iniciales. En relación a esto, en el presente capítulo se tratan distintos aspectos relacionados con los emprendedores que acometen la actividad, los cuales estiman unas necesidades de capital concretas, para la puesta en marcha y para el desarrollo de las etapas iniciales, disponiendo de diversas opciones para cubrir tales necesidades. Así mismo, se recogen otros aspectos adicionales, relacionados con la financiación informal, recurso complementario inmediato en muchos casos, aportado por individuos que se implican, de esta manera, en la puesta en marcha de negocios de terceros.

V.1 Necesidades y fuentes de financiación en la puesta en marcha de las iniciativas

Este apartado analiza las necesidades financieras que el emprendedor naciente (menos de 3 meses en el mercado) estima necesarias para la puesta en marcha de su iniciativa empresarial, así como la forma de hacer frente a las mismas; esto es, si los recursos van a ser provistos en su totalidad por el propio emprendedor o planea recurrir a fuentes de financiación ajenas. De este modo, se puede hacer una estimación de conjunto de la envergadura de las iniciativas en función de la inversión total requerida para su puesta en marcha.

En la tabla V-1 se recogen los datos correspondientes a las necesidades financieras que estiman los emprendedores nacientes. Así, entre los encuestados que han atendido la pregunta, las respuestas más frecuentes son las de unas necesidades estimadas de unos

30.000 €, sin cambios sustanciales con respecto a 2008, aunque con una mayor concentración de iniciativas de menores necesidades de capital.

Tabla V-1. Necesidades financieras estimadas por emprendedores nacientes (C. Valenciana, 2009)

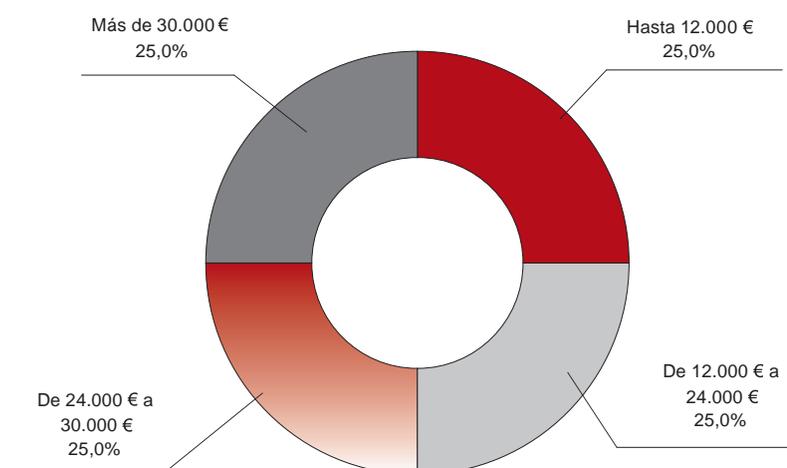
¿En total, cuánto dinero será necesario para iniciar este nuevo negocio?

	2009	2008
Media	120.052,24 €	65.784,37 €
Media recortada al 5% *	26.942,57 €	49.237,35 €
Mediana (valor central)	23.518,01 €	39.353,53 €
Valor más frecuente (moda)	30.000 €	30.000 €

* Calculada eliminando el 5% de los valores extremos (el 2,5% de los más altos y el 2,5% de los más bajos)

Adicionalmente, si ordenamos las necesidades financieras registradas en 2009 por cuartiles, encontramos que un 25% de los emprendedores encuestados estiman necesidades menores de 12.000 €; porcentaje que se amplía hasta el 50% si consideramos necesidades de hasta 24.000 €; y hasta el 75%, cuando las necesidades consideradas son de hasta 30.000 €.

Figura V-1.- Capital inicial requerido por el emprendedor naciente por cuartiles de emprendedores (C. Valenciana, 2009)



Estas necesidades financieras aludidas por los emprendedores se prevén cubrir de diferentes formas (tabla V-2). Así, algo más de la mitad de los emprendedores (52,7%) que han respondido a la cuestión, afirman que harán frente a dichos requerimientos aportando íntegramente el 100% del capital necesario (este porcentaje era el 34,8% en 2008), y entre los que tienen pensado acudir a fuentes de financiación ajenas, la respuesta más frecuente es que el capital medio que estiman aportar personalmente se sitúa en torno a 7.500 € (25% del capital requerido).

Tabla V-2. Cobertura (capital propio / ajeno) estimada de las necesidades financieras previstas por emprendedores nacientes (C. Valenciana, 2009)

	2009	2008
% de emprendedores que esperan aportar el total del capital	52,7%	34,8%
Entre los que aportarán sólo parte del capital, la respuesta más frecuente es aportar un...	25%	50%
Entre los que aportarán sólo una parte, la respuesta más frecuente es un capital total requerido de...	30.000 €	30.000 €

Respecto a la financiación ajena, el 30,1% del total de los emprendedores nacientes recurren a instituciones financieras, el 17,2% acude también a familiares y conocidos (financiación informal), y el 26,5% espera optar a ayudas públicas para la puesta en marcha de su actividad.

Con todo, los datos de necesidades financieras muestran, para la Comunidad Valenciana, una foto de situación en julio de 2009, en la que la puesta en marcha de nuevas iniciativas se produce, en términos generales, con menores inversiones que un año antes, consecuencia de las actuales dificultades de obtención de financiación. Estas circunstancias también se ven reflejadas en los datos recogidos en la encuesta sobre el modo de hacer frente a estas necesidades, ya que aumenta considerablemente el porcentaje de emprendedores que aporta la totalidad de la inversión.

V.2 El perfil de la financiación informal

Este apartado ofrece información acerca de la financiación informal en la Comunidad Valenciana, a través del análisis de algunos rasgos de los individuos que han financiado la puesta en marcha de negocios ajenos en los últimos tres años, proporcionando fondos personales.

En concreto, el porcentaje de individuos que, en julio de 2009, afirman estar financiando o haber financiado en los últimos tres años, la puesta en marcha de negocios de terceros

mediante aportaciones propias, asciende a un 1,8% (no se tienen en cuenta las aportaciones al capital a cambio de participación en la empresa).

Por término medio, la aportación realizada se sitúa en torno a los 25.700 €. No obstante, lo más frecuente es encontrar aportaciones más modestas, registrándose en más de la mitad de los casos (52,1%), que éstas se encuentran por debajo de los 10.000 €.

Tabla V-3. Financiación informal (C. Valenciana, 2009)

% de individuos sobre la población adulta	1,8%
Estimación sobre la población	60.312
Inversión media realizada	25.720 €
Caso más frecuente (moda)	5.000 €

En cuanto a las características que aproximan el perfil sociodemográfico de estos individuos (tabla V-4) se mantienen similares con respecto a años anteriores, con la salvedad de que en esta ocasión aumenta considerablemente el porcentaje de los que hacen una lectura negativa del entorno, en términos de oportunidades para emprender a corto plazo (69,1% en 2009 frente a 47,2% en 2008).

Tabla V-4. Perfil de la financiación informal (C. Valenciana, 2009)

- La edad media se sitúa en torno a los 40 años.
- El 47,3% son mujeres.
- El 19,9% han cursado estudios universitarios.
- El 63,6% está en activo (el 39,7% trabaja por cuenta ajena, y el 23,9% lo hace por cuenta propia).
- El 17,8% dispone de una renta anual superior a 30.000 €.
- La relación con el beneficiario de su inversión responde fundamentalmente a dos situaciones: relaciones de "familia" en un 75,7% de los casos, y vínculos de amistad o conocimiento en un 22,2%.
- Un 69,1% cree que no existen buenas oportunidades para poner en marcha negocios a corto plazo (6 meses vista).
- Un 79,9% considera poseer suficientes habilidades y capacidades para desarrollar iniciativas de negocio.
- Un 50,5% considera que ha recibido algún tipo de formación relacionada con la puesta en marcha de una empresa o negocio a lo largo de su vida.
- El 24,1% declara tener la intención de desarrollar personalmente, alguna iniciativa emprendedora en un futuro cercano (3 años vista) y el 31,5% está involucrado en el desarrollo de alguna iniciativa empresarial.
- El 19,6% gestiona y es propietario de una empresa consolidada.

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



 Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009



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

Este capítulo recoge información relacionada con las percepciones de la población de la Comunidad Valenciana sobre ciertos aspectos que influyen en la “propensión emprendedora”; apreciaciones o percepciones que los individuos de la población adulta formulan, tanto sobre sí mismos, como sobre el entorno económico y social.

En concreto, se analizan aspectos relativos a la percepción de la existencia de buenas oportunidades para emprender a corto plazo; la percepción de que se poseen capacidades adecuadas para la puesta en marcha y desarrollo de actividades empresariales; la valoración personal sobre la posibilidad de fracasar y su supuesto “freno” para futuras actividades emprendedoras; así como otros elementos del contexto social con posible influencia sobre la conducta individual.

Al igual que en capítulos anteriores, los datos proceden de la encuesta a la población adulta, pero en esta ocasión se complementan con las opiniones de un grupo de expertos en el ámbito de la creación de empresas, integrado por 36 profesionales y empresarios de la Comunidad Valenciana⁷.

⁷ La composición del panel de expertos y la metodología de trabajo asociada se detalla en el Capítulo 8. *Valoración de condiciones de entorno.*

VI.1 Percepción de oportunidades para la creación de empresas

El proceso de puesta en marcha de cualquier actividad empresarial comienza con la detección de una oportunidad, como paso previo para su posterior explotación. En este sentido, la presencia de buenas oportunidades en el entorno resulta esencial.

En relación con esto, la encuesta a la población adulta efectúa un sondeo acerca de la opinión general sobre la existencia de oportunidades para emprender en el entorno. La respuesta obtenida, en julio de 2009, indica que únicamente un 13,9% de la población consideraba que existieran buenas oportunidades para crear empresas en la región a corto plazo (6 meses).

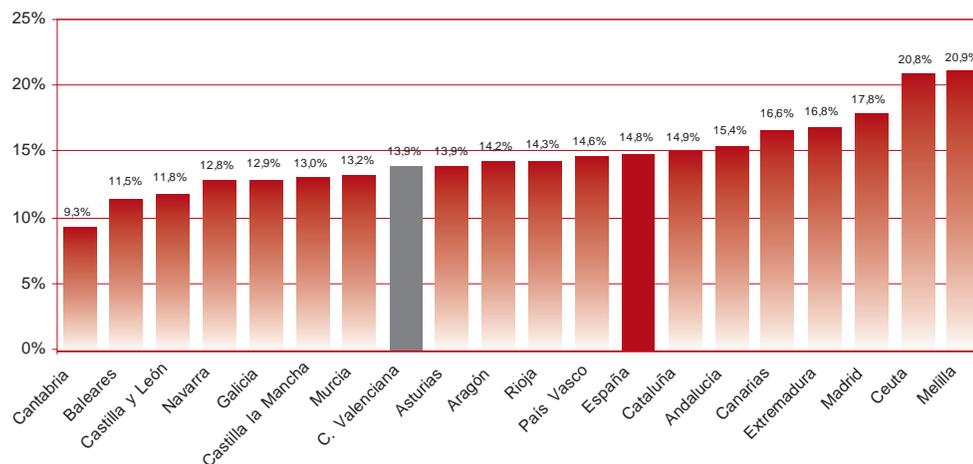
La evolución temporal de este indicador (tabla VI-1) muestra cómo, de 2004 a 2007, el porcentaje de población que consideraba que sí existían buenas oportunidades de negocio se mantenía en intervalos aproximados en torno al 25-30%, mientras que en 2008 se registra una disminución de este dato, acentuándose significativamente esta circunstancia en 2009. Adicionalmente, el porcentaje de población que duda o no tiene clara su respuesta, también desciende sustancialmente en 2008 y en 2009.

Tabla VI-1. Evolución de la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

¿Existe buenas oportunidades para emprender un negocio en los próximos 6 meses? (% sobre población adulta)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Sí existen	26,5%	30,7%	26,4%	31,6%	20,8%	13,9%
No existen	46,5%	42,3%	42,9%	41,9%	57,0%	75,9%
No sabe / no contesta	27,0%	27,0%	30,7%	26,5%	22,2%	10,2%

La figura VI-1 muestra la posición relativa de la percepción de existencia de oportunidades en el contexto español para 2009. Se observa que la Comunidad Valenciana se sitúa en posiciones intermedias, en un contexto en el cual la percepción de oportunidades ha descendido significativamente en el conjunto del territorio nacional, por segundo año consecutivo.

Figura VI-1.- Percepción de la existencia de oportunidades empresariales en la población (Contexto nacional GEM 2009)



Esta tasa de percepción de existencia de oportunidades considerada por la población adulta se ve complementada por las valoraciones del panel de expertos regionales, los cuales aportan una visión cualitativa sobre el particular (tabla VI-2)⁸, que traduce una impresión más positiva de la situación, en base a su experiencia profesional.

⁸ Para la valoración se ha utilizado una escala de Likert, de 1 a 5 puntos, en función del grado de acuerdo de los expertos con la afirmación efectuada (1 = completamente falso a 5 = completamente cierto).

Tabla VI-2. Aspectos relacionados con la percepción de la existencia de oportunidades empresariales en C. Valenciana (valoración de expertos 2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
En la Comunidad Valenciana existen muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas	3,53	3,44	3,72	3,44	3,53	3,22
En la Comunidad Valenciana existen más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotárlas	3,11	3,06	3,11	3,33	3,34	3,19
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	3,25	2,97
En la Comunidad Valenciana es fácil dedicarse a explotar oportunidades empresariales.	2,86	2,44	2,83	2,67	2,51	2,14
En la Comunidad Valenciana existen muchas y buenas oportunidades para la creación de nuevas empresas de rápido crecimiento.	3,00	2,64	2,77	3,03	2,49	2,67
Valoración global de aspectos relacionados con la percepción de oportunidades para la creación de empresas ⁹	3,22	3,08	3,21	3,18	3,05	3,11

VI.2 Factores de influencia en la motivación para emprender

La puesta en marcha de actividades empresariales en un territorio requiere, además de la existencia de oportunidades, de elementos de motivación relacionados con la percepción de los individuos -potenciales emprendedores-, de manera que se inclinen hacia la opción de poner en marcha una iniciativa empresarial frente a otras alternativas personales.

En este sentido, entre los aspectos de análisis usualmente estudiados por su vinculación a una actitud positiva hacia la actividad de creación de empresas, se encuentran el miedo al fracaso como barrera emprendedora; y otros aspectos de carácter sociocultural, como

⁹ La valoración global que realizan los expertos se debe entender como el valor obtenido mediante análisis factorial que resume en una sola variable las cuestiones valoradas.

por ejemplo la presencia de emprendedores en el entorno inmediato, o la valoración que hace la sociedad sobre las empresas y los empresarios.

Los datos registrados por la encuesta a la población sobre estas cuestiones (tabla VI-3), muestran los porcentajes de respuesta positiva más bajos desde 2004, si bien la situación se mantiene relativamente estable con respecto a 2008, con la excepción de la presencia de emprendedores en el entorno inmediato de conocidos.

En concreto para 2009, el miedo a las consecuencias de un hipotético fracaso empresarial se constituye como barrera para el desarrollo de actividades emprendedoras en un 53,7% de la población de la Comunidad Valenciana.

En relación a la valoración social de las empresas y los empresarios, un 56,2% de la población adulta de la región considera que la alternativa emprendedora es una opción profesional bien vista, y además un 51,8% cree que la actividad emprendedora cuenta con las recompensas sociales del prestigio y el estatus cuando se alcanza el éxito.

Finalmente, el porcentaje de individuos que afirma conocer a alguien que haya puesto en marcha una iniciativa empresarial en los dos últimos años es del 30,1%. En este caso, el descenso registrado guarda relación con la disminución detectada en las tasas de actividad empresarial en los dos últimos años.

Tabla VI-3. Evolución de factores de influencia en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

% sobre población adulta	2004	2005	2006	2007	2008	2009
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	55,5%	49,1%	52,9%	50,6%	48,6%	46,3%
La creación de empresa propia es una buena opción profesional	62,5%	64,8%	62,7%	62,4%	58,2%	56,2%
El éxito empresarial proporciona un buen estatus social	58,3%	56,4%	52,8%	56,3%	52,7%	51,8%
Presencia de emprendedores recientes en el círculo cercano	-	31,6%	33,2%	40,2%	40,0%	30,1%

Las figuras VI-2 a VI-5 recogen la posición relativa de la Comunidad Valenciana en el conjunto del territorio nacional, respecto a los factores descritos en este apartado, no apreciándose cambios importantes respecto a 2008.

Figura VI-2.- Población para la que el miedo al fracaso no sería un obstáculo para la creación de empresas (Contexto nacional GEM 2009)

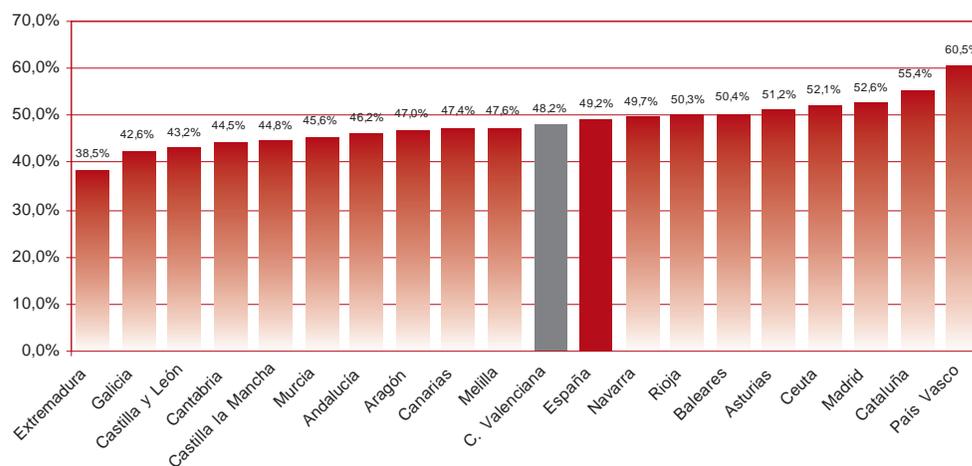


Figura VI-3.- Población que percibe que el éxito empresarial proporciona un buen estatus social (Contexto nacional GEM 2009)

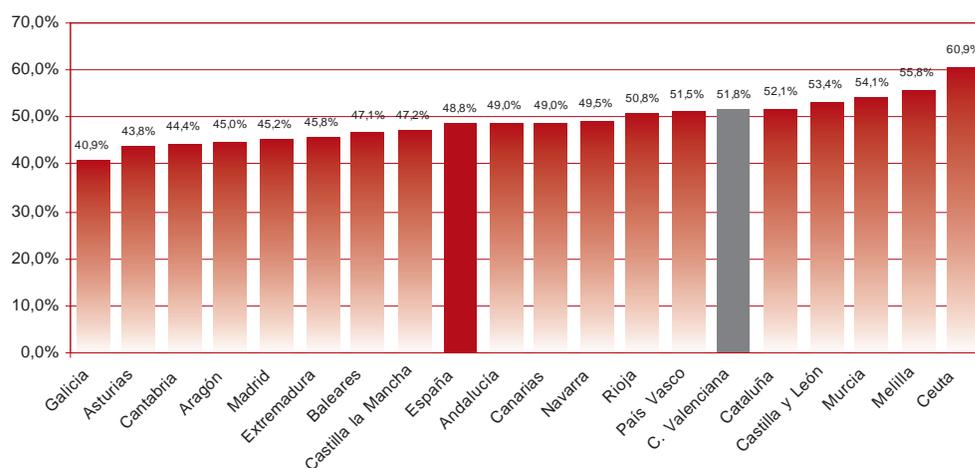


Figura VI-4.- Población que percibe la creación de empresas como una buena opción profesional (Contexto nacional GEM 2009)

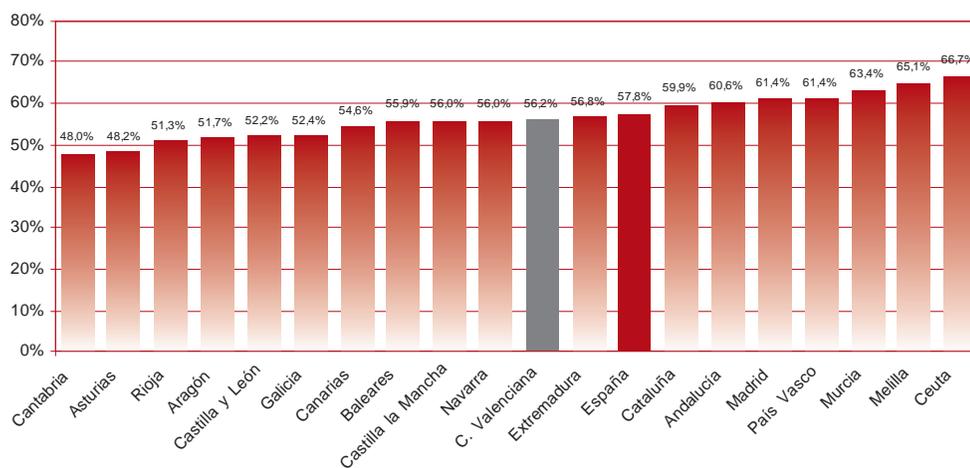
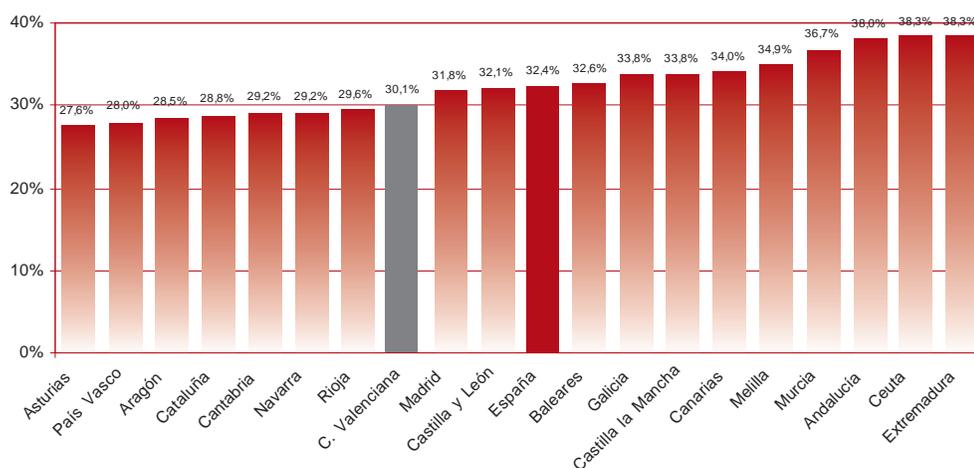


Figura VI-5.- Población con presencia de emprendedores recientes en su círculo cercano (Contexto nacional GEM 2009)



De manera complementaria al análisis anterior, el grupo de expertos consultado en este Informe GEM 2009 ha evaluado aspectos correspondientes a la imagen y valoración social de los emprendedores y la creación de empresas. La tabla VI-4 muestra la evolución de la respuesta anual obtenida, observándose en general que el resultado de la opinión conjunta mantiene el juicio de ediciones anteriores, destacando particularmente la valoración sobre el reconocimiento de la sociedad valenciana a los emprendedores que alcanzan el éxito.

Tabla VI-4. Factores que influyen en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
En la Comunidad Valenciana la mayoría de la gente considera que la creación de empresa es una opción profesional deseable	3,36	2,97	3,06	2,83	3,00	2,69
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	3,97	3,81
En la Comunidad Valenciana la creación de nuevas empresas está considerada como una forma adecuada de conseguir una renta elevada	3,37	3,11	3,28	3,31	3,06	2,89
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	3,51	3,54
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	3,22	3,46
Valoración global de aspectos relacionados con la motivación para emprender	3,52	3,45	3,37	3,16	3,30	3,41

VI.3 Percepción de capacidades para la creación de empresas

La percepción de las propias capacidades, entendida como el autoconvencimiento de que se cuenta con habilidades y conocimientos suficientes para la puesta en marcha y gestión de una empresa, es un elemento destacado por muchos investigadores como básico para el desarrollo de comportamientos emprendedores.

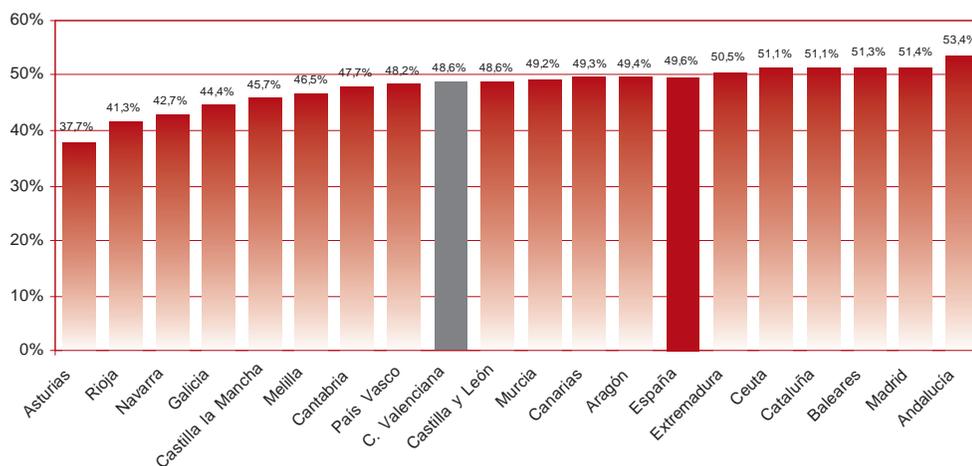
Así, además de disponer de una actitud positiva hacia la creación empresas, en la que pesen más las ventajas que los inconvenientes, y de detectar una oportunidad, también es necesaria la presencia de esta percepción de capacidad, ya que de lo contrario el proyecto empresarial podría percibirse como no viable.

En este sentido, la encuesta a la población adulta indica que en 2009, un 48,6% de la población de la Comunidad Valenciana se considera en posesión de las capacidades suficientes para el inicio y desarrollo de un proyecto empresarial (tabla VI-5). Se trata de un dato ciertamente positivo, en tanto que, si lo ponemos en un contexto evolutivo, y tenemos en cuenta además la coyuntura económica de los dos últimos años, quizás era esperable un descenso mayor de este dato.

Tabla VI-5. Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

% sobre población adulta	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Percepción de capacidades (habilidades y conocimientos)	44,5%	47,9%	47,2%	50,2%	49,5%	48,6%

Figura VI-6.- Percepción de capacidades en la población para la creación de empresas (Contexto nacional GEM 2009)



En cuanto a la visión de los expertos acerca de la disposición de habilidades y conocimientos por parte de la población, el juicio realizado permite seguir hablando de potencial de mejora, estando casi todos los ítems valorados entre 2 y 2,5, y siendo el aspecto peor considerado el relativo a los conocimientos para poner en marcha una iniciativa de rápido crecimiento.

Tabla VI-6. Valoración de habilidades y conocimientos para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
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	2,66	2,54
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	2,60	2,56
En la Comunidad Valenciana mucha gente se encuentra capacitada para dirigir una pequeña empresa	2,89	2,66	2,85	2,88	2,40	2,71
En la Comunidad Valenciana mucha gente posee experiencia en la creación de nuevas empresas	2,58	2,58	2,71	2,55	2,26	2,29
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	2,06	1,75
Valoración global de aspectos relacionados con conocimientos y habilidades para emprender	2,81	2,61	2,74	2,67	2,38	2,40

VII. Perspectiva de género en la actividad emprendedora



 Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009



VII. PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Este capítulo se centra en el análisis de la actividad emprendedora desde una perspectiva de género. En particular, se recogen algunos de los aspectos expuestos en capítulos anteriores para la población en general, pero en función del género de los individuos. Concretamente, se estudia la participación en actividades emprendedoras incipientes (menos de 42 meses en el mercado), los aspectos ligados a las percepciones y actitudes relacionadas a dicha actividad, y otros elementos caracterizadores del entorno sociocultural de la Comunidad Valenciana en relación a la mujer emprendedora. Los contenidos del capítulo, centrados en su mayor parte en la encuesta realizada a la población, se complementan con las valoraciones sobre el contexto emprendedor de la mujer, realizadas por el grupo de expertos que ha colaborado en el informe.

VII.1 Participación en actividad emprendedora en función del género

En el capítulo correspondiente a las características de los emprendedores se ha introducido la cuestión del género, observándose la distribución de la población implicada en actividades emprendedoras en base a este concepto. En concreto, rescatando dicho dato, entre la población que se hallaba implicada en la Comunidad Valenciana, en actividades emprendedoras que todavía no habían superado los 42 meses de operatividad en julio de 2009, un 34,6% eran mujeres.

Este dato refleja, a primera vista, una disminución de 10 puntos porcentuales respecto a 2008, si bien, en una perspectiva más amplia de cinco años, y al igual que ocurre con otros indicadores de actividad emprendedora ya analizados en capítulos previos, la participación por género en la actividad emprendedora, tanto de hombres como de mujeres, retorna a porcentajes similares a 2004.

En particular, analizando los datos correspondientes a 2008 y 2009 en conjunto, se detecta que la participación masculina en la actividad emprendedora comenzó a descender en mayor medida en 2008, mientras que la participación de la mujer no se vio afectada en 2008 pero ha terminado por caer también en este 2009 (tabla VII-1).

En este sentido, la figura VII-1 ofrece una imagen gráfica de cómo las tasas de actividad emprendedora de hombres y mujeres han evolucionado de forma más o menos paralela en función de la coyuntura de cada período hasta 2008, año en el que los hombres acusaron una caída mucho más pronunciada, como se ha comentado, mientras que la situación en 2009 corresponde a una caída más acentuada de la participación de la mujer en la actividad emprendedora.

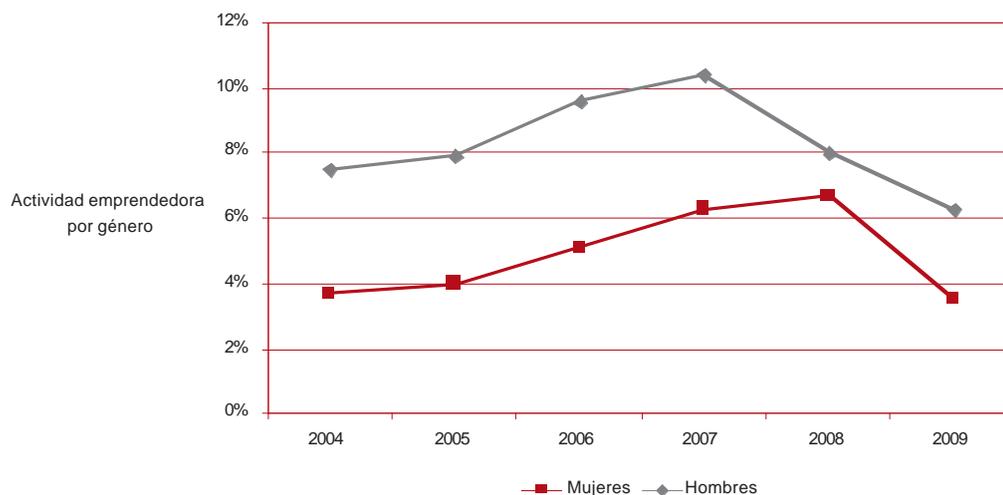
En conjunto, el descenso de la tasa de actividad por género producido en el bienio 2008-2009 con respecto a 2007, esto es, desde la situación previa a la crisis hasta la elaboración de la encuesta, ha sido de un 44,4% en la tasa de actividad femenina y de un 39,4% en la masculina.

Tabla VII-1. Evolución de la actividad emprendedora registrada por género en la población de la Comunidad Valenciana y de España (2004-2009)

% sobre la población por género			2004	2005	2006	2007	2008	2009
Actividad emprendedora (hasta 42 meses)	Comunidad Valenciana	Mujeres	3,7%	4,0%	5,1%	6,3%	6,7%	3,5%
		Hombres	7,5%	7,9%	9,6%	10,4%	8,0%	6,3%
	España	Mujeres	2,9%	4,2%	5,7%	5,5%	6,0%	3,9%
		Hombres	7,4%	7,2%	8,8%	9,8%	8,1%	6,3%

Con todo, la evolución registrada guarda un cierto paralelismo entre la Comunidad Valenciana y el conjunto del territorio nacional, y refleja la situación de crisis generalizada en la que nos encontramos.

Figura VII-1.- Evolución de la actividad emprendedora por género en la población de la Comunidad Valenciana (%sobre el total de población por género, 2004-2009)



VII.2 Contexto territorial comparativo

Este apartado se centra en los datos de actividad emprendedora con menos de 42 meses de operatividad registrada entre las mujeres, proporcionando una visión comparativa respecto a las regiones y países del entorno que han participado en la edición 2009 de GEM.

En concreto, la figura VII-2 sitúa el dato femenino de esta tasa de actividad emprendedora registrada en la Comunidad Valenciana, en una situación intermedia con respecto al resto de Comunidades y Ciudades Autónomas de España, en un ambiente de caída generalizada respecto a 2008.

La figura VII-3, por su parte, amplía la perspectiva, situando a la Comunidad Valenciana en el conjunto de los países OCDE participantes en la edición 2009 de GEM en el seno de los cuales también la crisis ha afectado desigualmente a este indicador.

Figura VII-2.- Actividad emprendedora de la mujer (Contexto nacional GEM 2009)

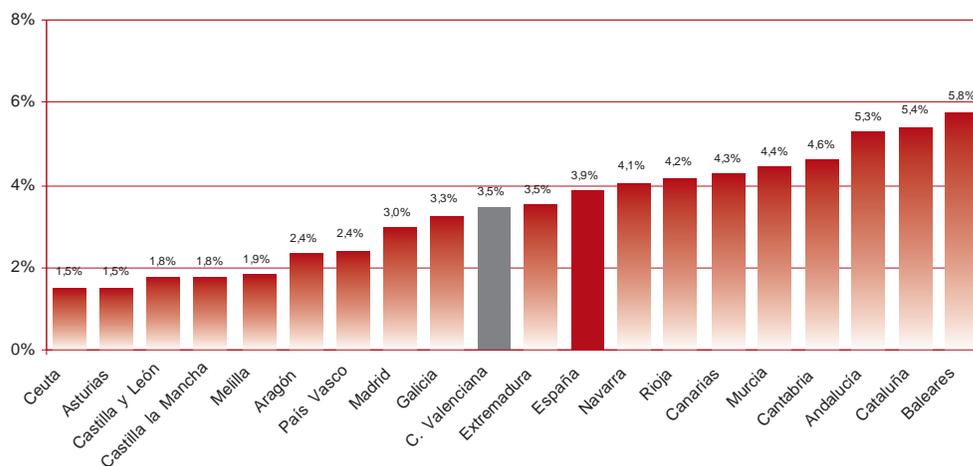
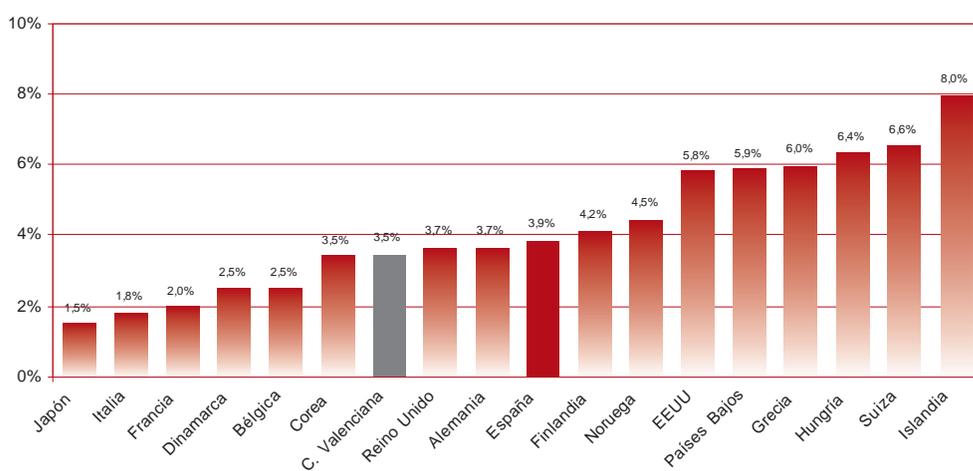


Figura VII-3.- Actividad emprendedora de la mujer (Contexto OCDE-GEM 2009)



VII.3 Oportunidad, motivación y capacidad para emprender bajo una perspectiva de género

En el capítulo VI se han analizado una serie de juicios subjetivos, percepciones y actitudes de la población en relación a determinados aspectos susceptibles de influir sobre la decisión de implicarse en actividades emprendedoras. Este apartado particulariza aquellas respuestas en función del género de los encuestados.

Las cuestiones tratan de reflejar percepciones de toda la población en relación a las afirmaciones propuestas, no encontrándose circunscritas únicamente a los emprendedores. Por tanto, ofrecen la visión al respecto de toda la población adulta de la Comunidad Valenciana, independientemente de su implicación empresarial o no (tablas VII-2 y VII-3).

Tabla VII-2. Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género (Comunidad Valenciana 2009)

Existencia de buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista (% sobre población adulta por género)	Hombre	Mujer
Sí existen	15,5%	12,2%
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	55,3%	57,1%
El éxito empresarial proporciona un buen estatus social	53,9%	49,6%
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	48,8%	43,7%
Presencia de emprendedores recientes en el círculo cercano	32,9%	27,1%
Percepción de capacidades para la creación de empresas (% sobre población adulta por género)	Hombre	Mujer
Percepción de capacidades (habilidades y conocimientos)	54,5%	42,3%

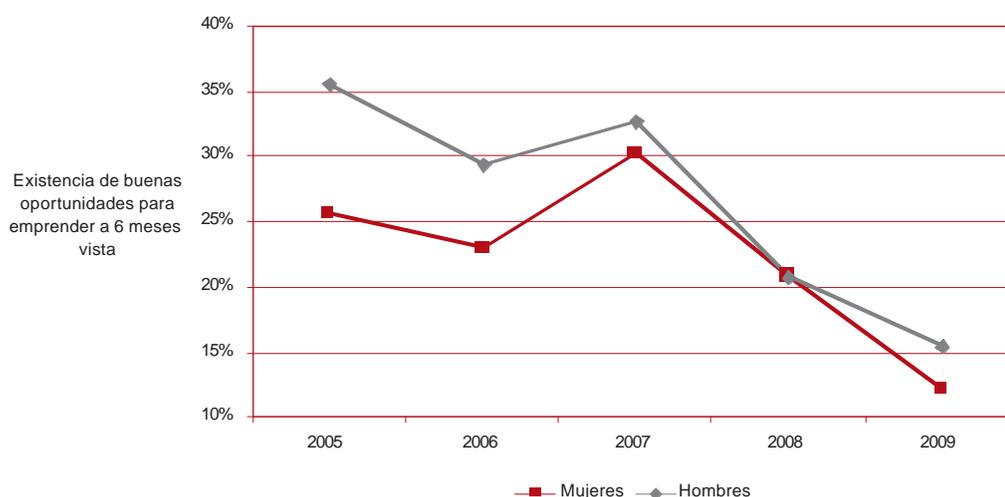
Tabla VII-3. Evolución de oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género (Comunidad Valenciana 2005-2009)

Mujeres					
Año	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Existencia de buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista (% sobre población adulta por género)</i>					
Sí existen	25,6%	23,0%	30,2%	20,9%	12,2%
<i>Factores de influencia en motivación para emprender (% sobre población adulta por género)</i>					
La creación de empresa propia es una buena opción profesional	64,1%	63,4%	62,0%	56,5%	57,1%
El éxito empresarial proporciona un buen estatus social	56,4%	51,5%	56,2%	53,6%	49,6%
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	43,5%	48,0%	48,2%	49,5%	43,7
<i>Percepción de capacidades para creación de empresas (% sobre población adulta por género)</i>					
Percepción de capacidades (habilidades y conocimientos)	42,7%	39,1%	46,4%	48,3%	42,3%
Hombres					
Año	2005	2006	2007	2008	2009
<i>Existencia buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista (% sobre población adulta por género)</i>					
Sí existen	35,6%	29,5%	32,8%	20,8%	15,5%
<i>Factores de influencia en motivación para emprender (% sobre población adulta por género)</i>					
La creación de empresa propia es una buena opción profesional	65,6%	61,9%	62,8%	59,8%	55,3%
El éxito empresarial proporciona un buen estatus social	56,4%	54,2%	56,5%	52,0%	53,9%
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	54,4%	57,7%	52,9%	47,8%	48,8%
<i>Percepción de capacidades para creación de empresas (% sobre población adulta por género)</i>					
Percepción de capacidades (habilidades y conocimientos)	52,8%	55,3%	53,8%	50,7%	54,5%

Oportunidades para emprender en el entorno

Los datos obtenidos en 2009 por género, respecto a la lectura del entorno en términos de oportunidades para emprender, registran una situación ligeramente más positiva en el colectivo masculino que en el femenino (tabla VII-2). En relación a la evolución experimentada por los datos (tabla VII-3), en ambos casos se acentúa en 2009 la caída ya iniciada el año anterior.

Figura VII-4.- Evolución existencia de buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2009)

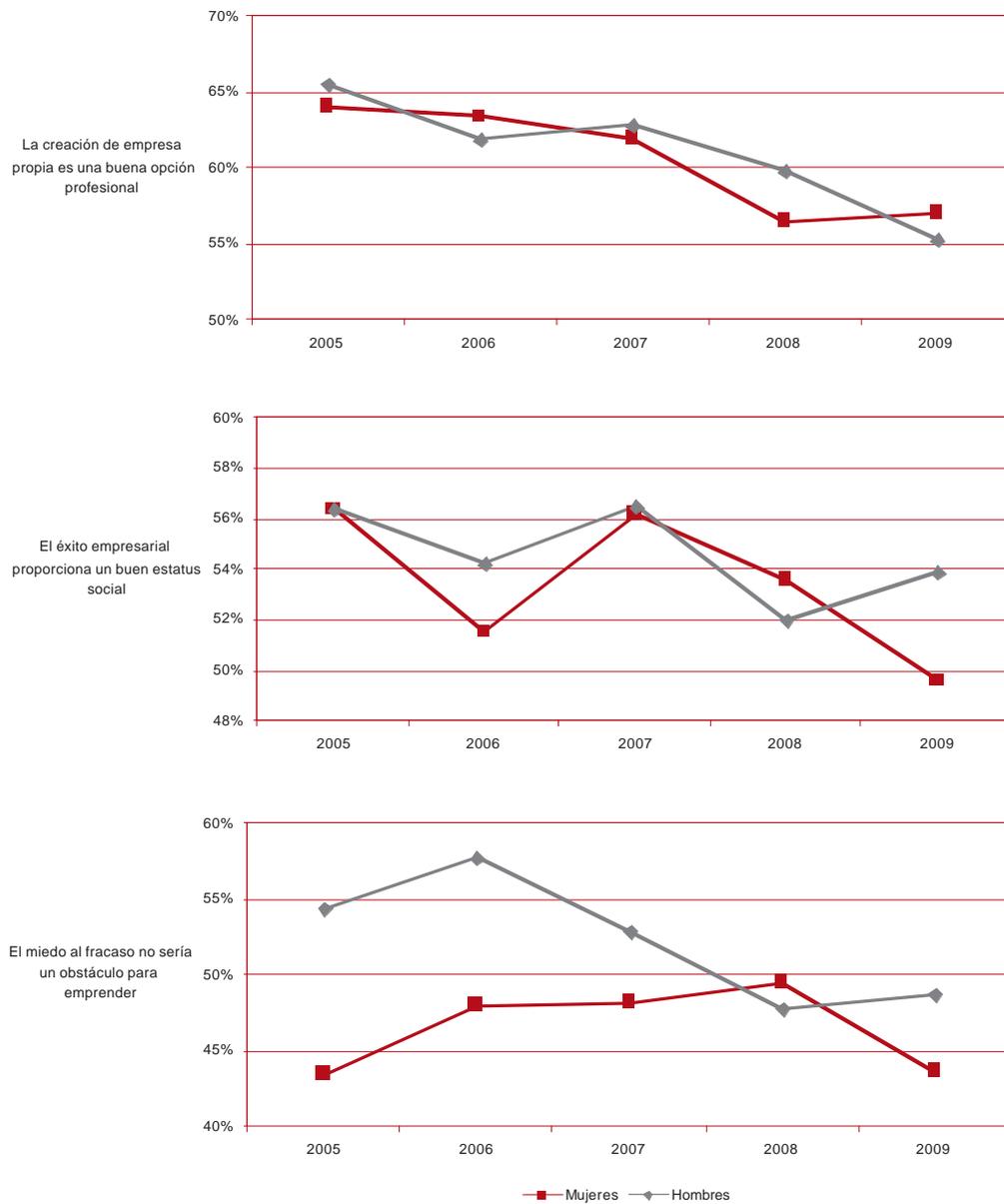
*Elementos con influencia en la motivación*

Desagregando por género la comparativa 2009 de los elementos con influencia en la motivación emprendedora (tabla VII-2), resulta que la percepción de deseabilidad social de la alternativa emprendedora no ofrece diferencias significativas entre hombres y mujeres, mientras que la percepción de las recompensas sociales (estatus), el miedo al fracaso como barrera, y el conocimiento de emprendedores, son favorables a los hombres.

Respecto a la evolución temporal de estos indicadores (tabla VII-3), en el caso de los hombres, el porcentaje de los que consideran el desarrollo de la actividad emprendedora como alternativa profesional disminuye respecto a 2008, mientras que los porcentajes de los que valoran positivamente el estatus otorgado y de los que no consideran el miedo al fracaso como “freno emprendedor” no se modifican de forma significativa.

En cambio, por lo que respecta a las mujeres, las evoluciones son de signo opuesto a las de los hombres: así, el porcentaje de mujeres que consideran la actividad emprendedora como buena opción profesional apenas se incrementa, y los porcentajes de las que consideran que emprender se reconoce socialmente, y que no ven en el miedo al fracaso una barrera para emprender siguen descendiendo significativamente respecto a 2008.

Figura VII-5.- Evolución de los factores de influencia en la motivación para emprender por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2009)



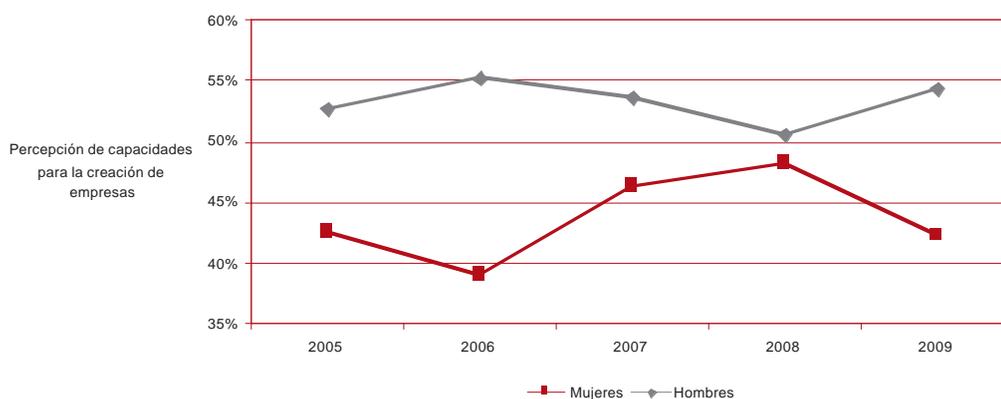
Capacidades para la creación de empresas

La percepción de disposición de habilidades y conocimientos suficientes para la puesta en marcha de una actividad emprendedora es la que mayores diferencias por género presenta (tabla VII-2).

En concreto, la evolución acaecida entre 2008 y 2009 en este ítem es de signo opuesto cuando se desagrega por género. En el caso de los hombres, el porcentaje de individuos que afirman contar con las capacidades suficientes se incrementa en cerca de 4 puntos, recuperando niveles similares a los anteriores a la caída de 2008, mientras que, en el caso de las mujeres, en 2009 se produce un descenso de 4 puntos en esta percepción personal, sobre el dato registrado en 2008.

En particular, este ítem es un elemento de percepción muy sensible a las dificultades que se perciben en los entornos en que han de operar los emprendedores, junto con el bagaje formativo propio, por lo que la situación actual puede verse sometido a movimientos como los recogidos en los dos últimos años, siendo difícil prever su evolución.

Figura VII-6.- Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2009)



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

Este apartado recoge determinados aspectos relativos al entorno sociocultural, en lo que concierne a la actividad emprendedora y género. El juicio sobre dicho entorno se lleva a cabo mediante la valoración realizada por el grupo de expertos¹⁰, quienes valoran su grado de acuerdo respecto a una batería de afirmaciones (tabla VII-4). De este modo, se obtiene una perspectiva complementaria a la obtenida mediante la encuesta a la población adulta, ya presentada.

Tabla VII-4. Aspectos relacionados con el entorno sociocultural de la mujer emprendedora en la C. Valenciana (valoración de los expertos 2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
En la Comunidad Valenciana las mujeres tienen el mismo nivel de conocimientos y habilidades para la creación de empresas que los hombres	4,14	4,33	4,33	4,20	4,37	4,26
En la Comunidad Valenciana crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para la mujer	3,28	3,19	3,36	3,06	3,17	3,22
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	3,82	3,69
En la Comunidad Valenciana se fomenta entre las mujeres el autoempleo o la creación de empresas	3,14	3,06	3,19	2,86	3,18	3,23
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	2,16	2,26

La afirmación que sigue encontrando un mayor grado de acuerdo por parte de los expertos es la que hace referencia a la igualdad de capacidades para la actividad emprendedora. También hay acuerdo de los expertos respecto a las afirmaciones relativas a la aceptación social de la actividad emprendedora como profesión para las mujeres, al fomento de la creación de empresas entre las mujeres, y a la igualdad de acceso a oportunidades. La cuestión que recibe la valoración más baja sigue siendo la referente a la disposición de servicios que hagan posible la conciliación de la vida familiar y profesional.

¹⁰ La composición del panel de expertos y la metodología de trabajo asociada se detalla en el Capítulo 8. *Valoración de condiciones de entorno.*

VIII. Valoración de condiciones de entorno



 Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009



VIII. VALORACIÓN DE CONDICIONES DE ENTORNO

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

El consorcio GEM identifica nueve condiciones de entorno principales que conforman el marco de la actividad emprendedora (tabla VIII-1), las cuales son tratadas en este capítulo.

El análisis de estas condiciones de entorno se realiza a través de la perspectiva de un grupo de expertos que valora dichos condicionantes. De este modo, se obtiene un punto de vista complementario al de la población, en este caso acerca del contexto en el que ésta decide implicarse o no en la dinámica emprendedora y empresarial.

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

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 empresas de nueva creación o en crecimiento, manifestadas principalmente en impuestos o regulaciones.
III.	PROGRAMAS PÚBLICOS	Existencia de iniciativas o programas de apoyo directo 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 creación o 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.

Para este análisis del entorno emprendedor propio de la Comunidad Valenciana, en 2004, con ocasión del primer informe GEM de la región, se formó un grupo de 36 empresarios y profesionales, los cuales valoran anualmente la situación de las condiciones de entorno.

Este grupo de expertos se va renovando parcialmente cada año, pero manteniendo al menos un 75% de sus miembros entre ediciones consecutivas, al objeto de garantizar una cierta continuidad en los criterios empleados para valorar las condiciones establecidas.

En particular, en las tablas VIII-2 y VIII-3 se detalla la procedencia y ámbito de influencia de los expertos participantes en el estudio GEM 2009 de la Comunidad Valenciana. En relación a su ámbito de influencia, se ha contado con la participación de expertos relacionados con todas las condiciones de entorno analizadas; en cuanto a su procedencia, ésta es doble: del mundo empresarial (empresarios, representantes de asociaciones empresariales, etc.) así como del ámbito de la Administración (organismos regionales, provinciales y locales que ofrecen servicios y desarrollan programas específicos para emprendedores).

Tabla VIII-2. Ámbito de influencia de los expertos participantes en el estudio (C. Valenciana, 2009)

Ámbito de influencia	Nº de expertos
Apoyo financiero	4
Políticas gubernamentales	4
Programas gubernamentales	4
Educación y formación	4
Transferencia de I+D	4
Infraestructura comercial y profesional	4
Apertura de mercado	4
Acceso a infraestructura física	4
Normas sociales y culturales	4
Total	36

Tabla VIII-3. Ámbitos de procedencia de los expertos (C. Valenciana, 2009)

Empresarios:	12 (33,3%)
Profesionales:	24 (66,6%)
Expertos de cámaras de comercio y asociaciones empresariales	4
Expertos de entidades regionales de apoyo	4
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

La estructura del capítulo recoge en primer lugar, una panorámica global de la valoración de las condiciones de entorno, seguida de una perspectiva comparativa a través de la visión de la situación de la Comunidad Valenciana en relación al conjunto del territorio nacional y del resto de regiones de España, y por último, se detallan los aspectos juzgados por los expertos en cada una de las condiciones de entorno, mediante las tablas que desglosan las citadas condiciones.

Otros aspectos también analizados por los expertos, como la valoración del contexto sociocultural en relación a la mujer emprendedora, o de factores relativos a motivaciones, oportunidades y capacidades de la población, han sido presentados en capítulos previos.

VIII.1 Valoración global de las condiciones de entorno para emprender

La figura VIII-1 muestra la valoración que, de manera global, han otorgado los expertos a las condiciones de entorno estudiadas¹¹, en el ámbito concreto de la Comunidad Valenciana. Estas puntuaciones medias se obtienen, para cada condición, a partir de sintetizar los datos sobre el grado de acuerdo o desacuerdo expresado por los expertos -en una escala likert de 1 a 5- a una batería de afirmaciones que se recogen bajo cada una de dichas condiciones, y que se detallan en el último apartado de este capítulo.

Figura VIII-1.- Valoración media de condiciones de entorno (C. Valenciana 2009)



De este modo, el conjunto de expertos considera como "correcta" la situación relativa al acceso a infraestructura física, programas públicos de apoyo e infraestructura comercial y profesional, mientras que aquellos aspectos más necesitados de mejora estarían relacionados con la educación primaria y secundaria, el apoyo financiero, la facilidad y rapidez de los trámites administrativos, o la transferencia de tecnología.

Como es habitual en los estudios GEM, cuando se juzgan las condiciones para emprender de territorios desarrollados, el aspecto mejor valorado de forma destacada respecto al resto es el relativo al acceso a **infraestructura física**.

La valoración de los **programas públicos de apoyo** sigue ocupando una posición destacada (en segundo lugar), manteniendo su valoración media respecto al año anterior. En este ámbito, la evaluación positiva en relación con el papel que juegan parques científicos e incubadoras en el apoyo a la creación y desarrollo de empresas, y la profesionalidad de

¹¹ Valoraciones realizadas entre los meses de mayo y junio de 2009.

los técnicos que trabajan en las entidades de apoyo, siguen siendo consideradas como muy adecuadas. Adicionalmente, los expertos consultados continúan remarcando la conveniencia de adecuar al máximo los programas de apoyo al emprendedor, en función de las necesidades específicas de aquéllos que acuden buscando asesoramiento o apoyo.

Similar valoración reciben en conjunto las posibilidades de acceso a **infraestructura de servicios comerciales y profesionales**, si bien se pone de nuevo de manifiesto que las dificultades fundamentales, en este ámbito, serían las relacionadas con los costes de los servicios. En este sentido, cabe destacar que se detecta una modificación significativa a la baja en la valoración que hacen los expertos sobre la facilidad de acceso a servicios financieros, disminuyendo por segundo año consecutivo.

Entre las condiciones que se sitúan en una zona media se encuentra la valoración de las **normas sociales y culturales** en relación a su influencia sobre la población de la Comunidad Valenciana. Así mismo, los expertos juzgan también como adecuado, aunque con margen de mejora, el estado de los **niveles educativos posteriores a la educación secundaria** (universidades, centros profesionales superiores,...), y su relación con la cultura y formación emprendedora.

Las **políticas de apoyo** a la creación de empresas, desarrolladas desde las distintas administraciones públicas, mantienen a juicio de los expertos la misma valoración obtenida en 2008. El único aspecto que se sitúa ligeramente mejor es el apoyo desde la administración autonómica. De este modo, se trata de un ámbito en el que es necesario esfuerzos de mejora, especialmente en lo que se refiere a la burocracia a la que tienen que hacer frente los potenciales emprendedores (agilidad en trámites, regulaciones,...), considerando el papel de barrera de determinados impuestos o tasas, y favoreciendo el desarrollo de políticas de discriminación positiva de las empresas de nueva creación, como estímulo al dinamismo empresarial.

El entorno tecnológico, y las posibilidades de **transferencia de tecnología** en la Comunidad Valenciana, siguen obteniendo una baja valoración. El acuerdo de los expertos en relación a la capacidad y potencialidad de la ciencia y la tecnología para la creación de empresas competitivas sigue siendo destacado, sin embargo se reconoce también, como aspecto limitante fundamental, la dificultad con que cuentan las empresas nuevas y en crecimiento para poder costearse el acceso a las últimas tecnologías. Otro aspecto a mejorar es también la necesidad de más apoyos para que los científicos puedan explotar sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.

Las dos condiciones de entorno destacadas como más deficitarias siguen siendo las relacionadas con financiación y con educación en sus niveles básicos e intermedios. En relación al **apoyo financiero** a la creación y desarrollo de empresas, la valoración conjunta de los expertos sigue destacando la falta de suficientes medios, públicos y privados, reconociendo especialmente la dificultad de la autofinanciación por parte de los emprendedores, y la insuficiente oferta de capital riesgo. Por lo que respecta al estado de la **educación primaria y secundaria** en relación con la actividad emprendedora, continúa

siendo la única condición de entorno que no alcanza la puntuación de 2. Sobre este aspecto, los expertos siguen destacando la necesidad de fomentar la atención al espíritu emprendedor, de mejorar los conocimientos económico-empresariales y de estimular el desarrollo de habilidades como la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa desde edades tempranas.

En su consideración global, el conjunto de valoraciones realizadas sobre las condiciones de entorno no altera la jerarquía de puntuaciones respecto a 2008, si exceptuamos quizá la relacionada con las políticas públicas, probablemente por la percepción de urgencia que se deriva de un entorno de crisis como el actual.

Tabla VIII-4. Evaluación de las condiciones de entorno de la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos ¹² Valoraciones globales ¹³ (mínimo = 1 , máximo = 5)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Acceso a infraestructura física	3,73	3,78	3,67	3,62	3,79	3,84
Programas públicos de apoyo	3,13	2,98	3,08	2,93	3,22	3,18
Acceso a infraestructura comercial y profesional	3,29	3,01	3,22	3,41	3,20	3,17
Normas sociales y culturales	3,25	2,91	3,09	2,63	2,91	2,97
Educación y formación post-secundaria	2,82	2,75	2,68	2,65	2,82	2,84
Mercado interno: velocidad de los cambios	2,47	2,50	2,14	2,26	2,69	2,75
Mercado interno: apertura	2,83	2,63	2,81	2,68	2,68	2,67
Políticas públicas: políticas de apoyo	2,73	2,89	2,79	2,78	2,80	2,57
Transferencia de tecnología	2,49	2,29	2,48	2,32	2,64	2,50
Políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	2,79	2,83	2,75	2,47	2,81	2,48
Apoyo financiero	2,15	2,41	2,43	2,39	2,37	2,33
Educación primaria y secundaria	2,01	1,70	1,89	1,72	1,82	1,75

¹² 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.

¹³ La valoración global de cada condición de entorno analizada se obtiene mediante un análisis de componentes principales que sintetiza el conjunto de afirmaciones valoradas en cada una de ellas.

VIII.2 Análisis comparativo regional de condiciones de entorno

Este apartado recoge una perspectiva comparativa de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana, en el contexto del conjunto de regiones integrantes del territorio nacional, y de las valoraciones promedio de España.

Las comparativas, en base a gráficos (figuras VIII-2 a VIII-10), permiten hacerse una idea del estado de situación de cada una de estas condiciones en los distintos territorios bajo observación, así como situar comparativamente a la Comunidad Valenciana. No obstante, se debe tener en cuenta que este análisis no refleja la opinión de un único grupo de expertos acerca de las distintas regiones, sino que se trata de la opinión de cada uno de los grupos de expertos que se han formado en cada una de las regiones, valorando cada panel a un territorio distinto. Hecha esta salvedad, el examen de los gráficos permite no obstante, observar que la situación juzgada por los expertos de la Comunidad Valenciana no es una excepción a la consideración general propia de cada región y del conjunto de España, si bien se pueden encontrar, lógicamente, algunas diferencias.

En global, la valoración propia de los expertos de la Comunidad se sitúa en todos los casos por encima o a la par de la valoración realizada para el conjunto del territorio nacional. Cabe resaltar particularmente, la percepción destacada por los expertos en las valoraciones otorgadas al acceso a infraestructura comercial, profesional y física, a los programas públicos de apoyo a la creación de empresas, al papel de los niveles educativos superiores, y especialmente a las normas socioculturales propias de la población.

Figura VIII-2.- Valoración global apoyo financiero a la creación empresarial (Contexto nacional GEM 2009)

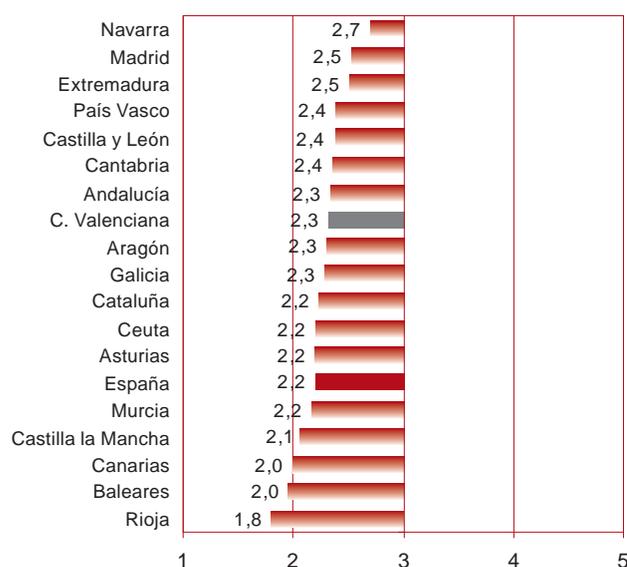
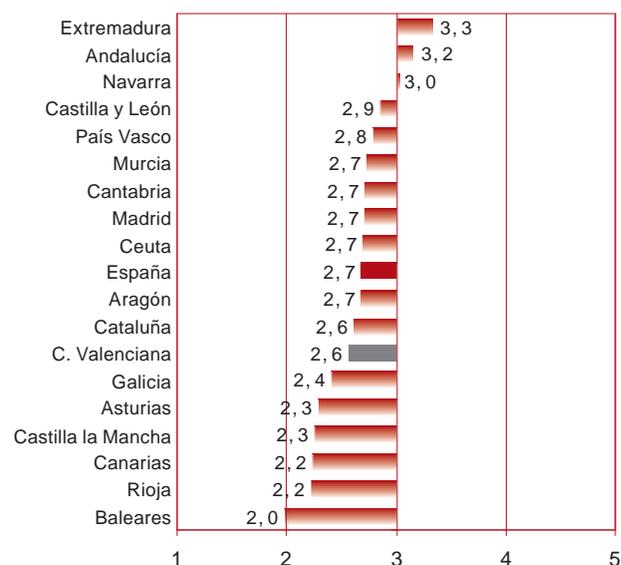


Figura VIII-3.- Valoración global de políticas públicas (Contexto nacional GEM 2009)

Políticas de apoyo



Facilidad y rapidez de trámites

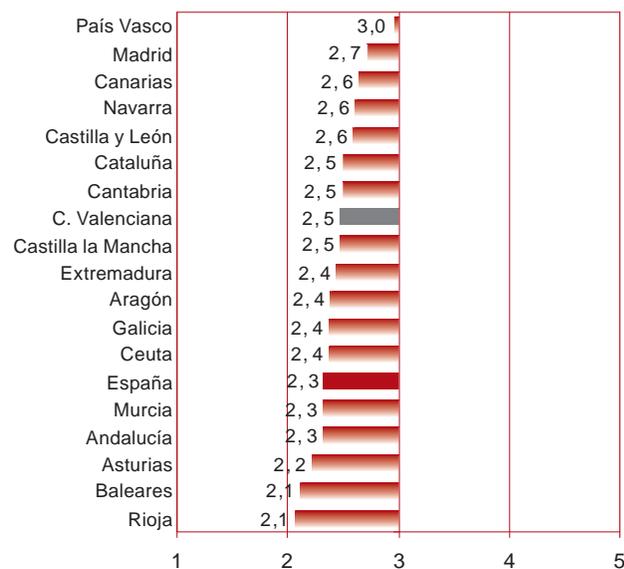


Figura VIII-4.- Valoración global programas públicos (Contexto nacional GEM 2009)

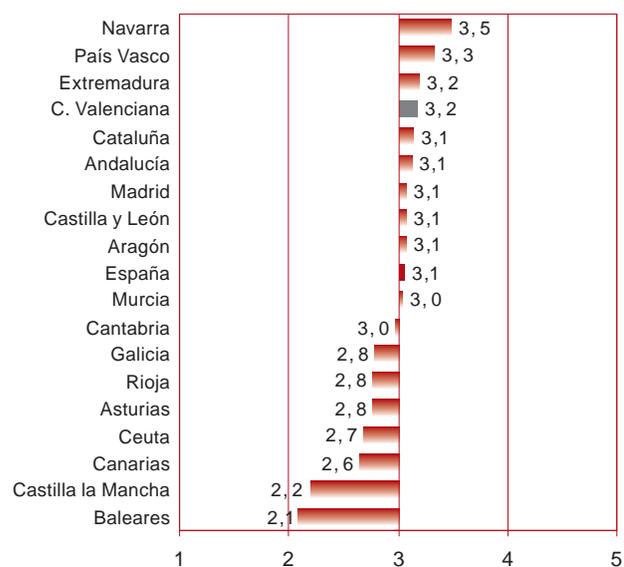


Figura VIII-5.- Valoración global transferencia tecnológica (Contexto nacional 2009)

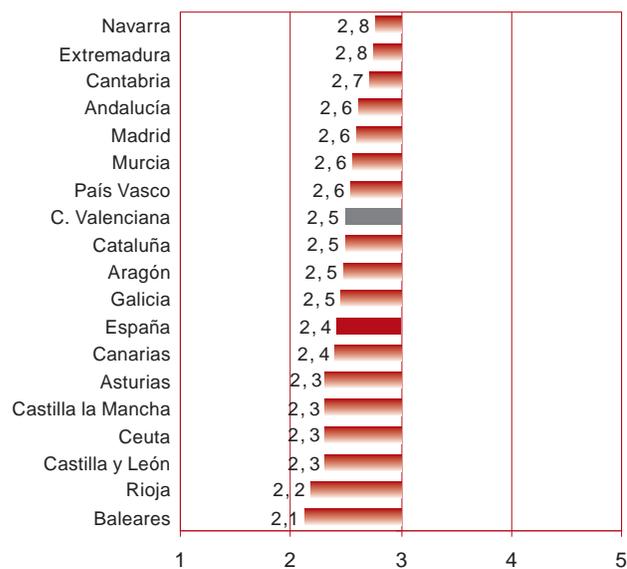
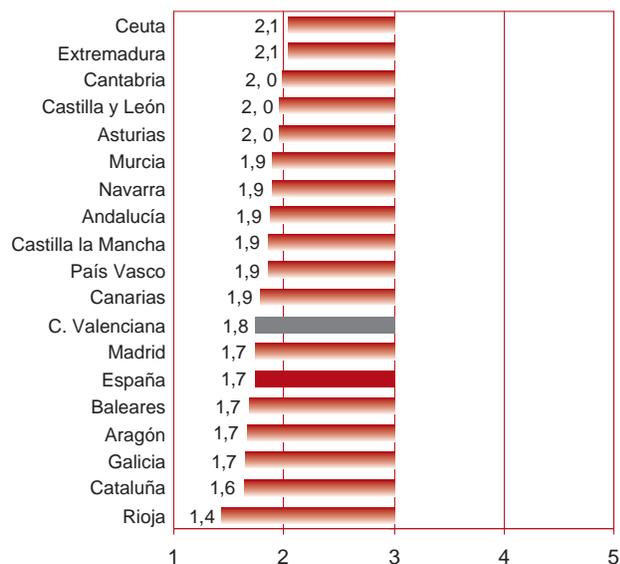


Figura VIII-6.- Valoración global educación y formación (Contexto nacional 2009)

Educación primaria y secundaria



Niveles post-secundaria

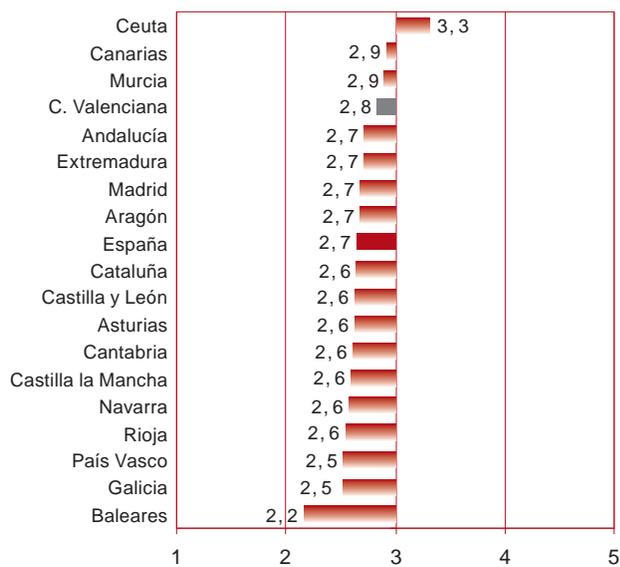


Figura VIII-7.- Valoración global acceso infraestructura comercial y profesional (Contexto nacional GEM 2009)

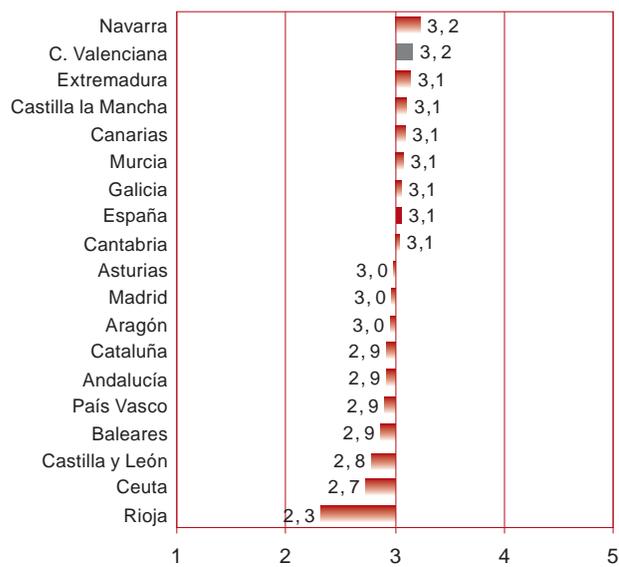


Figura VIII-8.- Valoración global del acceso a infraestructura física (Contexto nacional GEM 2009)

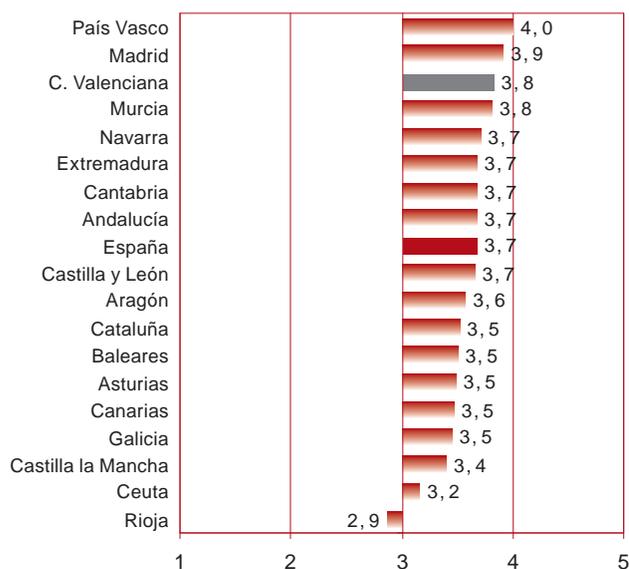
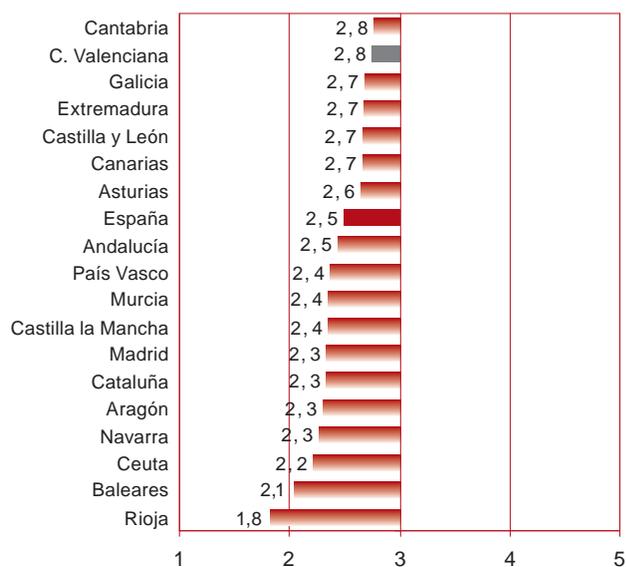


Figura VIII-9.- Valoración global del mercado interno (Contexto nacional GEM 2009)

Velocidad de los cambios



Apertura del mercado interno

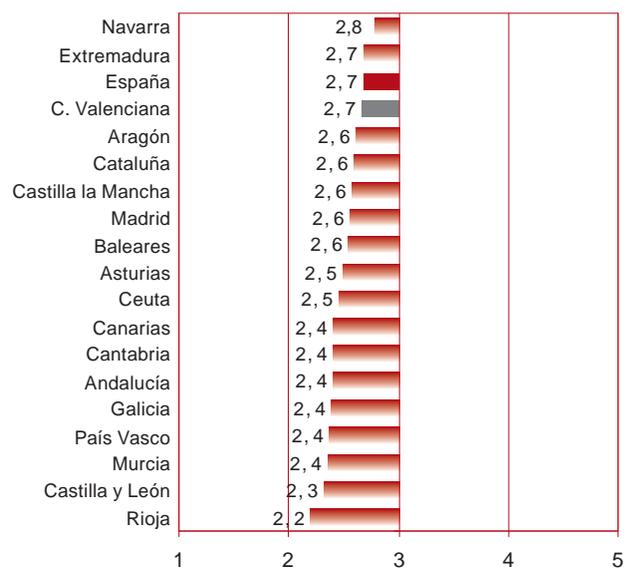
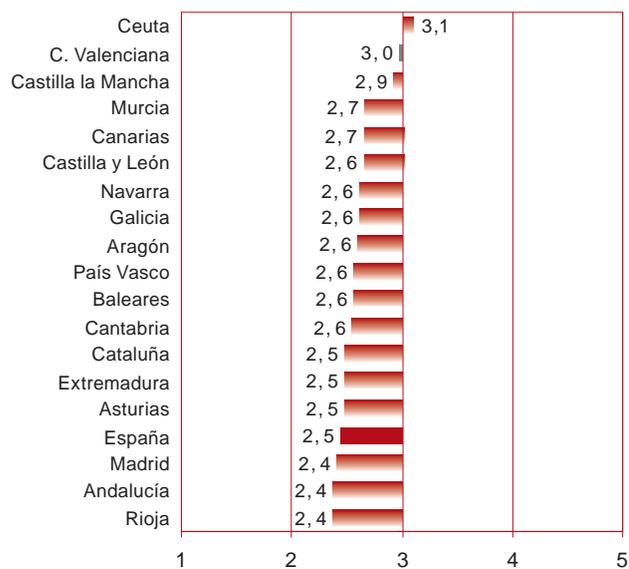


Figura VIII-10.- Valoración global de las normas sociales y culturales (Contexto nacional GEM 2009)



VIII.3 Detalle de las valoraciones de las condiciones de entorno

Tabla VIII-5. Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Existen suficientes fuentes de financiación propia para las empresas nuevas y en crecimiento	2,42	2,54	2,65	2,63	2,67	2,42
Existen suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento	2,58	2,94	2,84	2,78	2,69	2,50
Existen suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento	2,53	2,66	2,65	2,56	2,81	2,72
Existe suficiente financiación de inversores privados distintos de los fundadores para empresas nuevas y en crecimiento	1,94	2,25	2,18	2,34	2,21	2,32
Existe una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento	1,82	2,09	1,96	2,24	2,27	2,23
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	1,47	1,76
Valoración global del apoyo financiero	2,15	2,41	2,43	2,39	2,37	2,33

Tabla VIII-6. Evaluación de las políticas públicas de apoyo a nuevas empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Las políticas públicas favorecen claramente a las empresas de nueva creación	2,22	2,54	2,39	2,31	2,22	2,14
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	2,89	2,53
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en las políticas autonómicas	2,94	3,17	3,06	3,03	3,11	3,03
Los trámites burocráticos y la obtención de licencias para el desarrollo de la actividad empresarial no representa una especial dificultad	--	--	2,79	2,39	2,46	2,39
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (licencias y permisos) en aproximadamente una semana	2,59	2,29	2,29	1,97	2,19	1,94
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	3,28	2,39
Impuestos, tasas y otras regulaciones públicas sobre la creación de nuevas empresas, y su crecimiento, son aplicados de una manera predecible	2,97	3,21	3,38	2,79	3,28	2,77
Valoración global de políticas de apoyo	2,73	2,89	2,79	2,78	2,80	2,57
Valoración global: facilidad y rapidez trámites	2,79	2,83	2,75	2,47	2,81	2,48

Tabla VIII-7. Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
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	3,09	3,0351
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas	3,00	2,89	2,97	3,00	3,22	3,06
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	3,71	3,51
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	2,81	2,89
Los programas públicos que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos	2,74	2,74	2,81	2,60	2,94	2,81
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	3,76	3,71
Valoración global programas públicos de apoyo	3,13	2,98	3,08	2,93	3,22	3,18

Tabla VIII-8. Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
En la enseñanza primaria y secundaria se estimulan la creatividad, autosuficiencia e iniciativa.	1,94	1,72	2,03	1,76	1,80	1,89
En la enseñanza primaria y secundaria se aportan unos conocimientos suficientes y adecuados acerca de los principios de la economía de mercado	2,24	1,74	2,00	1,85	1,91	1,74
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	1,75	1,71
La formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para al creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas	3,03	2,43	2,90	2,72	3,21	3,14
Los sistemas de formación profesional y formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas	2,86	2,83	2,84	2,67	2,73	2,70
Las universidades y centros de enseñanza superior proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresa y el crecimiento de las establecidas	2,58	2,92	2,36	2,47	2,51	2,72
Valoración global: primaria y secundaria	2,01	1,70	1,89	1,72	1,82	1,75
Valoración global: post-secundaria	2,82	2,75	2,68	2,65	2,82	2,84

Tabla VIII-9. Evaluación de la transferencia tecnológica en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
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	2,41	2,44
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	2,89	2,65
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías	2,14	1,67	2,00	1,86	2,08	1,97
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	2,58	2,62
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	3,40	2,18
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	2,74	2,32
Valoración global de la transferencia tecnológica	2,49	2,29	2,48	2,32	2,64	2,50

Tabla VIII-10. Evaluación del acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a las empresas nuevas y en crecimiento	3,69	3,37	3,59	3,51	3,75	3,82
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores	2,49	2,24	2,65	2,53	2,37	2,41
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas	3,23	2,74	3,03	3,20	3,11	3,26
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	3,54	3,51
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios	3,53	3,31	3,47	3,71	3,31	2,69
Valoración global de la infraestructura comercial y profesional	3,29	3,01	3,22	3,41	3,20	3,17

Tabla VIII-11. Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana (2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Los mercados de bienes y servicios de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,47	2,52	2,12	2,23	2,65	2,78
Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,47	2,50	2,23	2,29	2,74	2,72
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados	2,61	2,32	2,68	2,60	2,60	2,58
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado	2,50	2,33	2,56	2,37	2,43	2,47
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	2,69	2,83
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir	3,41	3,14	3,36	3,00	2,96	3,00
Valoración global de la apertura y comportamiento del mercado interno: velocidad de los cambios	2,47	2,50	2,14	2,26	2,69	2,75
Valoración global de la apertura y comportamiento del mercado interno: apertura del mercado interno	2,83	2,63	2,81	2,68	2,68	2,67

Tabla VIII-12. Evaluación del acceso a infraestructura físicas en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
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	3,71	3,69
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aproximadamente una semana	3,48	3,48	3,49	3,32	3,59	3,86
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	3,92	3,67
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	3,79	4,03
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	3,89	4,00
Valoración global del acceso a infraestructura física	3,73	3,78	3,67	3,62	3,79	3,84

Tabla VIII-13. Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana (2004-2009)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito conseguido a través del esfuerzo personal	3,61	3,28	3,46	2,94	3,35	3,36
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal	3,33	2,92	3,14	2,72	3,03	3,00
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial	2,97	2,58	2,89	2,31	2,63	2,44
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación	2,92	2,75	3,09	2,34	2,71	3,09
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	2,79	2,97
Valoración global de las normas sociales y culturales	3,25	2,91	3,09	2,63	2,91	2,97

IX. Reflexiones finales



 Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009



IX. REFLEXIONES FINALES

En los capítulos precedentes de este informe GEM, se recogen los principales indicadores 2009 sobre la situación de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana. Los datos reflejan en su conjunto, que la situación de crisis económica por la que están atravesando las economías de todo el mundo, también deja notar sus efectos en la región.

En particular, en la Comunidad Valenciana, el impacto de la crisis sobre la actividad emprendedora, ha supuesto una notable disminución en el indicador GEM que mide el porcentaje de población implicada en iniciativas empresariales incipientes. Este indicador ha descendido un 33,7% entre Julio de 2008 y Julio de 2009.

Si analizamos la evolución de los principales indicadores GEM que caracterizan la actividad emprendedora, se observa que hace un año, en el informe de 2008, ya se detectaban algunos valores atípicos, en comparación con lo venía sucediendo en el período 2004-2007. Este cambio de tendencia ha continuado en 2009, afectando también a indicadores que habían resistido el primer año de crisis, y que son sensibles a la incertidumbre propia de los períodos de recesión.

De este modo, inicialmente en 2008 se vieron afectadas, en mayor medida, las actividades incipientes de puesta en marcha de negocios, pero en 2009 se ha producido un descenso generalizado en todas las etapas del proceso, tanto en lo relativo a emprendedores incipientes, como también consolidados o potenciales, llegando alguna de estas tasas, a valores del orden de los obtenidos en 2004.

Esta situación es generalizada en toda España, y era en cierto modo esperable. En un primer momento parecía lógico que se vieran más afectadas las tasas de emprendedores implicados en actividades nacientes, por su mayor dificultad para hacer frente a situaciones financieras adversas, pero la persistencia de la crisis también ha acabado por reflejar sus efectos en las tasas de emprendedores con negocios que tienen un mayor grado de consolidación, y por tanto más recursos para hacer frente a la situación.

Sin embargo, en este entorno, la Comunidad Valenciana continúa aportando algo más del 10% de emprendedores al total de los emprendedores incipientes de España, y sigue manteniendo una posición intermedia en el entorno de países de la UE que tradicionalmente participan en el estudio GEM.

Aún así, la situación socioeconómica en la que nos encontramos, propicia tanto la desaparición de iniciativas emprendedoras, como el desarrollo de unas expectativas más prudentes en las empresas que logran continuar, con la consiguiente influencia negativa que esto tiene en las tasas de empleo, por lo que es una necesidad imperiosa actualmente en cualquier economía, profundizar en el desarrollo de medidas que contribuyan a facilitar la regeneración de la demografía empresarial.

En este sentido, algunas de las opiniones de los expertos consultados en nuestra Comunidad, apuntan en la dirección de adaptar las políticas de fomento de nuevas iniciativas al contexto actual. Esto implica priorizar los apoyos financieros y fiscales ligados a la puesta en marcha y a los momentos iniciales de la empresa; facilitar una solución a la problemática del pago del IVA sin que se haya generado el cobro real al cliente; incidir en la agilidad de las tramitaciones, de los pagos a proveedores por parte de la administración, así como de otros aspectos burocráticos, y producir en consecuencia, una discriminación positiva que favorezca el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales.

El perfil medio del emprendedor en la Comunidad Valenciana no ha cambiado significativamente respecto al año anterior, excepto en el emprendimiento en solitario, que aumenta significativamente; y en la representación relativa de mujeres, que sufre una importante disminución, tras haber resistido bien en 2008.

La disminución de actividad emprendedora afecta en general a todos los sectores económicos, en contra de lo que sucedió el año anterior, en el que se detectó un considerable descenso del sector de transformación respecto del resto.

También la crisis ha afectado a la tipología de actividades emprendedoras desarrolladas; así en 2009 se ha reducido la actividad emprendedora basada en oportunidades y se han incrementado los comportamientos que consideran el autoempleo como salida a una situación adversa en lo laboral y económico.

De hecho, por segundo año consecutivo, se detecta un significativo descenso del porcentaje de población de la Comunidad Valenciana que cree que en el entorno existen oportunidades claras para emprender a corto plazo, al igual que ocurre en el conjunto del territorio nacional. Así mismo, en relación con la situación laboral de aquellos que en 2009 están iniciando su actividad empresarial, los datos GEM detectan un porcentaje anormalmente alto de individuos (algo más del 25%) que están en situación de desempleo, desarrollan tareas domésticas o se encuentran estudiando. Una situación similar a la detectada también entre aquellos que tienen la intención de desarrollar una iniciativa emprendedora, con porcentajes que casi triplican a los de 2008.

En relación con las necesidades financieras para iniciar una actividad empresarial, el estudio GEM ha captado una reducción significativa en los valores medios de 2009. Además, se ha incrementado el porcentaje de los emprendedores que creen que deberán hacer frente a dichas necesidades por sus propios medios, sin recurrir al mercado financiero. Aún así, se detectan algunas iniciativas de mayor tamaño, pero en general, las necesidades de financiación han retrocedido, quizás por un mayor volumen de actividad emprendedora en negocios que requieren una menor financiación inicial, y porque se ha abierto un compás de espera hasta la reactivación del mercado.

Todo ello deja patente las actuales dificultades para acceder a financiación ajena, de hecho el grupo de expertos juzga esta condición particular del entorno como necesitada de mejora urgente, tanto a nivel regional como nacional, pidiendo actuaciones dirigidas a la mejora de la estructura de las fuentes de financiación al alcance del emprendedor.

Finalmente citar, en relación a la formación empresarial y al espíritu emprendedor de la población, que los expertos consultados vienen insistiendo en la necesidad de mejorar los aspectos ligados a la formación en gestión, así como al desarrollo de actitudes y habilidades vinculadas a la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa desde edades tempranas, incorporando estos objetivos a los curriculum formativos de los distintos niveles educativos. Sin duda, se trata de elementos que pueden mejorar el sentimiento de capacidad, influyendo positivamente en la atención a las oportunidades de negocio y en la percepción de viabilidad de la creación de empresa propia.

Conviene tener en cuenta que la perspectiva global ofrecida por el informe GEM 2009 de la Comunidad Valenciana no es muy distinta de la obtenida para el conjunto de España, y aunque supone un freno en la evolución positiva que la actividad emprendedora de la Comunidad venía teniendo en los últimos años, es de esperar que cuando la situación socioeconómica apunte a su recuperación, el espíritu emprendedor propio de nuestra región, y el dinamismo empresarial que tradicionalmente venía detectándose en los informes GEM, faciliten una rápida recuperación de la actividad emprendedora.

Con todo, la actual situación del entorno implica unos elevados niveles de incertidumbre que hacen difícil predecir la evolución a corto plazo de la actividad emprendedora. Por ello, en la coyuntura actual es fundamental disponer de suficiente información sobre ésta, en particular, de la que procede de los propios emprendedores, actores principales del proceso.

Uno de los propósitos de este informe GEM es aportar una serie temporal de datos que contribuyan a obtener información detallada sobre la actividad emprendedora, que pueda ser comparable con años anteriores, con el resto de España y con otros países de nuestro entorno cercano. Adicionalmente, con estas reflexiones finales, el equipo de investigación ha querido sintetizar algunas de las claves de la presente edición, y apuntar elementos de análisis útiles para los agentes e instituciones con capacidad de decisión y acción en el fomento y apoyo a los emprendedores y a sus iniciativas empresariales.



Anexo. Metodología



 Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009



ANEXO. METODOLOGÍA

Los objetivos principales del proyecto GEM se centran en proporcionar información detallada sobre el panorama emprendedor del territorio objeto de estudio. En orden a alcanzar dichos objetivos, la metodología de investigación seguida permite comparaciones entre los distintos territorios participantes, así como facilita la medición de la evolución temporal de las variables analizadas en una misma región.

Las fuentes principales de datos son:

- ❖ **APS (Adult Population Survey)**. Encuesta sobre una muestra representativa de la población comprendida entre 18 y 64 años, realizada en julio de 2009. Las cuestiones formuladas en la misma están encaminadas a establecer indicadores empleados 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.
- ❖ **NES (National Expert Survey)**. 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, al presente informe, fueron realizadas entre mayo y junio de 2009 y permiten obtener una visión amplia y cualificada en relación con las condiciones del entorno de la actividad emprendedora.
- ❖ **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 (2009)

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 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 números de teléfono correspondientes al municipio de forma aleatoria. Finalmente se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años.
Metodología	Encuesta telefónica asistida por sistema CATI.
Error global de la muestra *	± 2,19%
Nivel de confianza	95,5%
Periodo de encuestación	Junio-Julio de 2009
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.	

Índice de figuras y tablas



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009



Índice de figuras

Figura 0-1.	Modelo teórico base del Proyecto GEM	21
Figura 0-2.	Dinámica empresarial	21
Figura I-1.	Actividad emprendedora como parte del proceso emprendedor	32
Figura I-2.	Evolución de la actividad emprendedora (2004-2009)	33
Figura I-3.	Actividad consolidada como parte del proceso emprendedor	35
Figura I-4.	Evolución de actividades empresariales consolidadas (2004-2009)	35
Figura I-5.	Emprendedores potenciales como parte del proceso emprendedor	38
Figura I-6.	Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2009)	39
Figura I-7.	Actividad emprendedora (% de emprendedores sobre el total de población, Contexto nacional GEM 2009)	40
Figura I-8.	Porcentaje de emprendedores incipientes sobre total España (GEM 2009)	40
Figura I-9.	Actividad emprendedora (Contexto de países OCDE-GEM 2009)	41
Figura I-10.	Actividad emprendedora consolidada (Contexto nacional GEM 2009)	41
Figura I-11.	Actividad emprendedora consolidada (Contexto OCDE-GEM 2009)	42
Figura I-12.	Cierre de actividades empresariales (Contexto nacional GEM 2009)	42
Figura I-13.	Cierre de actividades empresariales (Contexto OCDE-GEM 2009)	43
Figura I-14.	Emprendedores potenciales (Contexto nacional GEM 2009)	43
Figura I-15.	Emprendedores potenciales (Contexto de países OCDE-GEM 2009)	44
Figura II-1.	Motivaciones de la puesta en marcha	47
Figura II-2.	Distribución de las motivaciones en la actividad emprendedora registrada (% frente al total de emprendedores, 2009)	48
Figura II-3.	Actividad emprendedora por oportunidad (Contexto nacional 2009)	50
Figura II-4.	Actividad emprendedora por necesidad (Contexto nacional 2009)	51
Figura II-5.	Actividad emprendedora por oportunidad (Contexto OCDE-GEM 2009)	51
Figura II-6.	Actividad emprendedora por necesidad (Contexto OCDE-GEM 2009)	52
Figura IV-1.	Actividad emprendedora con menos de 42 meses, por sector de actividad (C. Valenciana, 2009)	64
Figura IV-2.	Distribución número de socios de las iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses, incluyendo al socio que contesta la encuesta (C. Valenciana, 2009)	65
Figura IV-3.	Dimensión de empleo actual en iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses (C. Valenciana 2009, sin incluir a los socios emprendedores)	66
Figura IV-4.	Expectativas de necesidades de recursos humanos en iniciativas con menos de 42 meses, horizonte temporal de 5 años (C. Valenciana, 2009)	67
Figura IV-5.	Percepción de los emprendedores nacientes sobre la dificultad de creación de empresas en comparación con un año antes (C. Valenciana 2009)	70
Figura IV-6.	Percepción de los emprendedores nacientes en cuanto a sus expectativas de crecimiento comparadas con un año antes (C. Valenciana 2009)	71
Figura IV-7.	Percepción de los emprendedores nacientes sobre el impacto de la crisis en la generación de oportunidades de negocio (C. Valenciana 2009)	71
Figura V-1.	Capital inicial requerido por el emprendedor naciente por cuartiles de emprendedores (C. Valenciana, 2009)	76
Figura VI-1.	Percepción de la existencia de oportunidades empresariales en la población (Contexto nacional GEM 2009)	83

Figura VI-2. Población para la que el miedo al fracaso no sería un obstáculo para la creación de empresas (Contexto nacional GEM 2009)	86
Figura VI-3. Población que percibe que el éxito empresarial proporciona un buen estatus social (Contexto nacional GEM 2009)	86
Figura VI-4. Población que percibe la creación de empresas como una buena opción profesional (Contexto nacional GEM 2009)	87
Figura VI-5. Población con presencia de emprendedores recientes en su círculo cercano (Contexto nacional GEM 2009)	87
Figura VI-6. Percepción de capacidades en la población para la creación de empresas (Contexto nacional GEM 2009)	89
Figura VII-1. Evolución de la actividad emprendedora por género en la población de la Comunidad Valenciana (%sobre el total de población por género, 2004-2009)	95
Figura VII-2. Actividad emprendedora de la mujer (Contexto nacional GEM 2009)	96
Figura VII-3. Actividad emprendedora de la mujer (Contexto OCDE-GEM 2009)	96
Figura VII-4. Evolución existencia de buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2009)	99
Figura VII-5. Evolución de los factores de influencia en la motivación para emprender por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2009)	100
Figura VII-6. Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2009)	101
Figura VIII-1. Valoración media de condiciones de entorno (C. Valenciana 2009)	108
Figura VIII-2. Valoración global apoyo financiero a la creación empresarial (Contexto nacional GEM 2009)	111
Figura VIII-3. Valoración global de políticas públicas (Contexto nacional GEM 2009) ..	112
Figura VIII-4. Valoración global programas públicos (Contexto nacional GEM 2009) ..	113
Figura VIII-5. Valoración global transferencia tecnológica (Contexto nacional 2009) ..	113
Figura VIII-6. Valoración global educación y formación (Contexto nacional 2009)	114
Figura VIII-7. Valoración global acceso infraestructura comercial y profesional (Contexto nacional GEM 2009)	115
Figura VIII-8. Valoración global del acceso a infraestructura física (Contexto nacional GEM 2009)	115
Figura VIII-9. Valoración global del mercado interno (Contexto nacional GEM 2009) ..	116
Figura VIII-10. Valoración global de las normas sociales y culturales (Contexto nacional GEM 2009)	117
Figura X-1. Esquema de la metodología de la investigación	132
Figura X-2. Ficha técnica de la encuesta a la población (2009)	132

Índice de tablas

Tabla 0-1. Clasificación de actividades empresariales.....	22
Tabla I-1. Actividad emprendedora registrada - población de la C. Valenciana (2009) .	32
Tabla I-2. Evolución de la actividad emprendedora (2004-2009).....	33
Tabla I-3. Evolución de la actividad emprendedora desglosada en CV (2004-2009).....	34
Tabla I-4. Evolución de actividades empresariales consolidadas (2004-2009).....	35
Tabla I-5. Evolución del cese de actividades (2004-2009).....	36
Tabla I-6. Motivos del abandono de la actividad (C. Valenciana, 2009).....	37
Tabla I-7. Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2009).....	38
Tabla II-1. Tipos de comportamiento emprendedor (% de población adulta de la Comunidad Valenciana, 2009).....	48
Tabla II-2. Evolución del comportamiento emprendedor (2005-2009)2008.....	49
Tabla II-3. Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades empresariales en la Comunidad Valenciana (% de respuestas obtenidas, 2009).....	50
Tabla III-1. Emprendedores por género (C. Valenciana, 2009).....	57
Tabla III-2. Emprendedores por edad (C. Valenciana, 2009).....	58
Tabla III-3. Emprendedores según procedencia (C. Valenciana, 2009).....	58
Tabla III-4. Emprendedores por estudios reglados (C. Valenciana, 2009).....	59
Tabla III-5. Formación específica para emprender (C. Valenciana, 2009).....	59
Tabla III-6. Emprendedores por renta familiar (C. Valenciana, 2009).....	60
Tabla III-7. Emprendedores por situación laboral (C. Valenciana, 2009).....	60
Tabla IV-1. Clasificación PYME recomendada por Com. Europea (por nº empleados).....	66
Tabla IV-2. Percepción sobre el grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales (C. Valenciana, 2009).....	68
Tabla IV-3. Percepción del emprendedor sobre el nº de competidores que ofrecen el mismo producto / servicio a sus potenciales clientes (C. Valenciana, 2009)	68
Tabla IV-4. Percepción del emprendedor acerca de la proporción de sus clientes potenciales que viven fuera de España (C. Valenciana, 2009).....	69
Tabla V-1. Necesidades financieras estimadas por emprendedores nacientes (C. Valenciana, 2009).....	76
Tabla V-2. Cobertura (capital propio / ajeno) estimada de las necesidades financieras previstas por emprendedores nacientes (C. Valenciana, 2009) ..	77
Tabla V-3. Financiación informal (C. Valenciana, 2009).....	78
Tabla V-4. Perfil de la financiación informal (C. Valenciana, 2009).....	78
Tabla VI-1. Evolución de la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2009).....	82
Tabla VI-2. Aspectos relacionados con la percepción de la existencia de oportunidades empresariales en C. Valenciana (valoración de expertos 2004-2009).....	84
Tabla VI-3. Evolución de factores de influencia en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2009).....	85
Tabla VI-4. Factores que influyen en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2009).....	88
Tabla VI-5. Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2009).....	89

Tabla VI-6.	Valoración de habilidades y conocimientos para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2009)	90
Tabla VII-1.	Evolución de la actividad emprendedora registrada por género en la población de la Comunidad Valenciana y de España (2004-2009)	94
Tabla VII-2.	Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género (Comunidad Valenciana 2009).....	97
Tabla VII-3.	Evolución de oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género (Comunidad Valenciana 2005-2009).....	98
Tabla VII-4.	Aspectos relacionados con el entorno sociocultural de la mujer emprendedora en la C. Valenciana (valoración de los expertos 2004-2009) .	102
Tabla VIII-1.	Condiciones de entorno analizadas por los expertos	106
Tabla VIII-2.	Ámbito de influencia de expertos del estudio (C. Valenciana, 2009)	107
Tabla VIII-3.	Ámbitos de procedencia de los expertos (C. Valenciana, 2009)	107
Tabla VIII-4.	Evaluación de las condiciones de entorno de la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2009)	110
Tabla VIII-5.	Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2009)	118
Tabla VIII-6.	Evaluación de las políticas públicas de apoyo a nuevas empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2009)	118
Tabla VIII-7.	Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2009)	119
Tabla VIII-8.	Evaluación educación y formación en C. Valenciana (2004-2009).....	119
Tabla VIII-9.	Evaluación de transferencia tecnológica en C. Valenciana (2004-2009) ..	120
Tabla VIII-10.	Evaluación del acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana (2004-2009)	120
Tabla VIII-11.	Evaluación apertura mercado interno de la C. Valenciana (2004-2009)...	121
Tabla VIII-12.	Evaluación acceso infraestructura físicas en C. Valenciana (2004-2009)..	121
Tabla VIII-13.	Evaluación normas sociales y culturales en C. Valenciana (2004-2009) ...	122

Los datos utilizados en la confección de este informe provienen del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio compuesto, en la edición de 2009, por equipos investigadores de las siguientes nacionalidades: Alemania, Arabia Saudí, Argelia, Argentina, Bélgica, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Colombia, Corea, Croacia, Chile, China, Dinamarca, Ecuador, Emiratos Árabes Unidos, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Gaza, Grecia, Guatemala, Hong Kong, Hungría, Irán, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Jordania, Letonia, Líbano, Malasia, Marruecos, Noruega, Panamá, Países Bajos, Perú, República Dominicana, Reino Unido, Rumania, Rusia, Serbia, Siria, Sudáfrica, Suiza, Islas Tonga, Túnez, Uganda, Uruguay, Venezuela y Yemen; y en España por: Andalucía, Aragón, Asturias, Canarias, Cantabria, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Comunidad de Madrid, Murcia, Navarra, País Vasco y la Ciudad Autónoma de Ceuta. El listado de los miembros de todos los equipos nacionales y regionales se encuentran publicados en el Informe Global Entrepreneurship Monitor 2009, disponible en www.gemconsortium.org.

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

© Global Entrepreneurship Research Association



GEM Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

Actividad Emprendedora en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2009

PATROCINADORES E INSTITUCIONES

Nacional



Banesto
FUNDACIÓN



Andalucía



Aragón



Asturias



Canarias



Cantabria



Castilla - La Mancha



Castilla y León



Cataluña



Ceuta



Comunidad Valenciana



Extremadura



Galicia



Madrid



Murcia



Navarra



País Vasco

