

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2010



**Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

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-674-2011
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:

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	Juan José Güemes (Director GEM España) Alicia Coduras (Dir. Téc. GEM España) Rafael Pampillón Cristina Cruz Rachida Justo April Win Gema Molero (Admin. GEM España)	Fundación Instituto de Empresa Dirección General de Política de la PYME, Ministerio de Industria y Fomento
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM Andalucía) José Aurelio Medina José Daniel Lorenzo Antonio Rafael Ramos	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 Instituto Aragonés de Fomento Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio Universidad de Zaragoza
Asturias	Universidad de Oviedo	Enrique Loredó Fernández (Director GEM Asturias) Manuel Porto García	Gobierno del Principado de Asturias
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista (Dir. 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 - Servicio Canario de Empleo Fondo Social Europeo
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Francisco Javier Martínez García (Director GEM Cantabria) Ana Fernández Laviada Francisco M. Somohano Rodríguez José Manuel Fernández Polanco Gemma Hernando Moliner Maria Concepción López Fernández José Manuel López Fernández Ana Maria Serrano Bedia	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía y Hacienda Grupo SODERCAM Fundación UCEIF
Cataluña	Instituto de Estudios Regionales y Metropolitanos Universidad Autónoma de Barcelona	Yancy Vaillant (Dirección GEM Cataluña) Carlos Guallarte (Dirección GEM Cataluña) Esteban Lafuente Claudio Mancilla Marc Figuls	Diputación de Barcelona. Área de Desarrollo Económico Generalitat de Cataluña, Departamento de Empresa y Ocupación
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez (Dir. GEM Ceuta) Mª del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM Ceuta) José Aguado Romero Carlos A. Albacete Sáez Ana M. Bojica Virginia Fernández Pérez Gabriel García-Parada Arias Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	PROCESA-Sociedad de Fomento Universidad de Granada

PROYECTO GEM-ESPAÑA EQUIPOS INVESTIGADORES Y PATROCINADORES			
EQUIPO	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	PATROCINADORES
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández	José M ^a Gómez Gras (Director GEM C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Dirección Técnica GEM C. Valenciana) Jesús Martínez Mateo Antonio J. Verdú 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 GEM Extremadura) 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, 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 Cacereña, UGT de Extremadura, Caja Duero, Cámara de Comercio de Badajoz, Gestiona S.L., Huerta Honda, Infocenter
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia (BIC Galicia) Universidad de Santiago de Compostela	Araceli de Lucas (Dirección GEM Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López María José Garrido Herrera Alejandro Prada Baceiredo Ana Vázquez Eibes Maite Cancelo Márquez Enrique Vila Sánchez Enrique Gómez Fernández Mariela Pérez-Rasilla Bayo Isabel Neira Gómez Sara Fernández López Loreto Fernández Fernández David Rodeiro Pazos María Milagros Vivel Búa Mercedes Teijeiro Álvarez	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) CEEI Galicia (BIC Galicia) Universidad de Santiago de Compostela
Madrid metropolitano	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid Instituto de Empresa	Miguel Ángel Villanueva Iñaki Ortega Cachón Francisco Sainz de Murieta Esther Caurín Arribas Iván Soto San Andrés Juan Romero González Juan José Güemes Alicia Coduras	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emprende" Ayuntamiento de Madrid Caja 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 Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Economía, Empresa e Investigación Fundación Caja Murcia Instituto de Fomento de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder) Crecemos con Europa Plan Emprendemos Universidad de Murcia
Navarra	Servicio Navarro de Empleo Centro Europeo de Empresas e Innovación de Navarra	Miren Sanz (Directora GEM Navarra) Cristina Arcaya Cristina García Fermin Saez María Ibarrola Maria Sanz de Galdeano	Gobierno de Navarra - Servicio Navarro de Empleo
País Vasco	Instituto Vasco de Competitividad Universidad de Deusto Universidad del País Vasco Universidad de Mondragón	Iñaki Peña Legazkúe (Director GEM País Vasco) José Luis González Pernía Aloña Martiarena Juan José Gibaja María Saiz Jon Hoyos Saioa Arando Iosu Lizarralde Aiaitui	Eusko Ikaskuntza SPRI, Gobierno Vasco Diputación Foral de Álava Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Guipúzcoa Fundación Emilio Soldevilla

El trabajo de campo para todo el territorio español ha sido realizado por OPINOMETRE S.L.



Enrique Verdeguer Puig
Conseller de Economía, Industria y Comercio
Generalitat Valenciana

Corren tiempos difíciles para las empresas y para la economía en general. Los problemas de liquidez derivados de la complicada situación del sistema financiero internacional junto a la atonía del mercado interno están lastrando el desarrollo de muchos proyectos empresariales. Pero, a pesar de ello, la crisis también debe ser contemplada como oportunidad, una época en la que se nos abre un mundo de posibilidades para los emprendedores, para los que quieran arriesgar y crear un nuevo negocio que surja de una idea innovadora.

La Generalitat Valenciana es consciente de que hoy más que nunca el respaldo a las políticas del emprendedurismo es un objetivo prioritario e irrenunciable. En la Comunitat Valenciana disponemos de las herramientas necesarias para apoyar a los emprendedores en todo el proceso de creación de su empresa, desde la gestación de la idea hasta su concreción.

Administración, asociaciones empresariales, institutos tecnológicos, viveros empresariales, CEEIs y universidades tenemos que ir juntos de la mano para que cualquier idea innovadora se convierta en una realidad. Este es uno de los objetivos que contemplamos en la Estrategia de Política Industrial 2010-2015 que consensuamos con los distintos agentes económicos y sociales.

Precisamente, este instrumento estratégico que dota a nuestra industria de un horizonte para los próximos años, recoge como una de sus medidas principales un Plan de Emprendedores de la Comunitat Valenciana.

Estamos en un momento de restricción presupuestaria donde cada euro que invirtamos ha de tener la máxima repercusión en nuestra sociedad. El apoyo a los emprendedores es un valor estratégico porque se multiplica revirtiendo en beneficio de todos. Y es que la creación de una nueva empresa, la puesta en marcha de una idea innovadora, conlleva la generación de empleo cualificado y sostenible, objetivo último de las políticas económicas del Consell.

Además, un proyecto innovador aporta mayor valor añadido a nuestra economía porque nos sitúa en nuevos segmentos de mercado, se convierte en una nueva oportunidad para

generar riqueza y empleo, y nos permite competir en un mundo más globalizado donde los factores esenciales para triunfar son la innovación y la internacionalización.

Cuando un emprendedor tiene intención de poner en marcha un nuevo negocio tiene que aportar una idea nueva que le garantice su viabilidad, un producto que no ha de tener fronteras y que requiere de visión global para poder triunfar en España pero también en cualquier rincón del mundo.

Por todo ello, no les quepa la menor duda de que desde el Gobierno de la Generalitat las políticas de apoyo al emprendedurismo innovador y la creación de empresas de base tecnológica van a ser una realidad abarcando de forma integral el ciclo de vida de estas empresas para asegurar su gestación pero también su consolidación, con especial atención a sus necesidades de financiación.

Nuestro tejido empresarial aglutina a una serie de sectores tradicionales, lo que no significa que sean menos innovadores, con un profundo know-how, una abierta vocación exportadora y una apuesta decidida por la calidad y el diseño. Al mismo tiempo, contamos con una serie de sectores emergentes en campos como las energías renovables, las TICs, la calidad de vida o el hábitat que representan una gran oportunidad para nuestros emprendedores y para generar nuevos empleos y riqueza en nuestra Comunitat. Este es un valor añadido del que tenemos que aprovecharnos para que aquel que emprenda pueda apoyarse en el dinámico y completo tejido industrial de nuestra región.

El ejercicio 2010 ha sido complicado, tal y como se refleja en la actividad emprendedora que presenta el informe GEM 2010. Aún así, cada día surgieron en la Comunitat Valenciana una media de 25,6 sociedades mercantiles hasta un total de 9.356 firmas, un 6% más que en 2009 y cuatro puntos por encima de la media nacional. Estos datos nos avalan como una región emprendedora, de gente dinámica capaz de arriesgar para hacer frente a la actual coyuntura económica.

El informe GEM que tienen entre sus manos es una herramienta que nos permite conocer las características del emprendedor de la Comunitat, su composición y sus necesidades, desde las financieras a las de recursos humanos o formación. Una herramienta que sirve a la Administración y a los propios emprendedores.

Por último, felicitar a todos los que han colaborado en este Informe y especialmente a todos los emprendedores. Gracias a su esfuerzo somos una región más innovadora y dinámica que puede mirar el futuro con optimismo.

Enrique Verdeguer Puig
Conseller de Economía, Industria y Comercio
Generalitat Valenciana



Carlos Bertomeu
Consejero Delegado
Air Nostrum

La primera vez que fui invitado a prologar las conclusiones del Informe GEM en la Comunidad Valenciana fue en el año 2005. En aquel momento, el Global Entrepreneurship Monitor, aunque bien conocido fuera de nuestras fronteras, era apenas un debutante en el prolijo mundo de las publicaciones académicas españolas y todavía no se había ganado la merecida reputación de la que ahora goza. Hoy, seis ediciones más tarde, puedo afirmar que el informe ejecutivo que llevan a cabo la Universidad Miguel Hernández y el Instituto de Empresa es la biblia de la actividad emprendedora en nuestra comunidad. Ahora bien, cuando cada año recibo este libro editado con gran despliegue de gráficos y enorme cantidad de datos relevantes siempre me hago las mismas preguntas: ¿Recibe este estudio suficiente atención por parte de las instituciones públicas y los medios de comunicación? ¿Sus conclusiones nos sirven para desarrollar iniciativas que ayuden a los emprendedores? ¿Estamos contribuyendo a crear el marco normativo y de opinión necesario para ayudar a los que se inician en el mundo empresarial?.

Sinceramente creo que no. Todavía no hemos sido capaces de sacarle todo el jugo al informe GEM en nuestra comunidad a pesar de que detrás de él hay muchas horas de trabajo, estudio y dedicación y la mejor “masa gris” de nuestro país en materia de creación empresarial.

Quizá en 2005, en un entorno de bonanza económica y euforia en los mercados, el conocimiento de los indicadores que refleja este estudio podía considerarse un lujo, ahora simplemente es una necesidad.

Tenemos que apoyar a los que empiezan porque sólo ellos nos podrán sacar de la profunda recesión en la que estamos sumidos y para hacerlo necesitamos conocer el perfil de las iniciativas emprendedoras: su evolución, su tipología, sus diferentes motivaciones, su financiación... Necesitamos muchos nuevos empresarios en esta comunidad y les necesitamos ahora para que nos ayuden a renovar la prosperidad perdida.

No quiero que mis palabras sean un prólogo amable al estilo de los que he redactado en ediciones anteriores, quiero que éstas sean una llamada tan contundente como la realidad que nos toca vivir. Por ello, las resumo en dos mensajes: uno a los emprendedores y otro a los agentes e instituciones con capacidad de decisión.

A los emprendedores les animo a seguir adelante con creatividad, tesón y humildad. Detrás de cada crisis se encierran nuevas oportunidades y la ilusión y entusiasmo que ellos aportan a los mercados - como savia nueva que son - estoy seguro que dará sus frutos tarde o temprano.

Y a las instituciones, administraciones públicas y medios de comunicación les invito a que hagan de este informe su libro de cabecera y nos ayuden, desde la responsabilidad, a crear un nuevo caldo de cultivo empresarial en el que crezcan las iniciativas y no mueran las oportunidades.

Carlos Bertomeu
Consejero Delegado
Air Nostrum

Índice General



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR



ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2010

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	35
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	55
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 ..	60
IV. Aproximación al perfil de las iniciativas emprendedoras	63
IV.1 Sectores generales de actividad	65
IV.2 Número de socios	67
IV.3 Dimensión empresarial y empleo	68
IV.4 Visión del emprendedor sobre su iniciativa	70
IV.5 Percepciones del emprendedor naciente ante la crisis	71
V. Financiación de la actividad emprendedora	75
V.1 Necesidades y fuentes de financiación en la puesta en marcha de las iniciativas.....	77
V.2 El perfil de la financiación informal	79
VI. Percepciones de la población: oportunidades, motivaciones y capacidades.....	81
VI.1 Percepción de oportunidades para la creación de empresas.....	83
VI.2 Factores de influencia en la motivación para emprender	85
VI.3 Percepción de capacidades para la creación de empresas	89
VII. Perspectiva de género en la actividad emprendedora.....	93
VII.1 Participación en actividad emprendedora en función del género	95

VII.2 Oportunidad, motivación y capacidad para emprender bajo una perspectiva de género.....	98
VII.3 Entorno sociocultural de la mujer en relación a la actividad emprendedora	103
VIII. Valoración de condiciones de entorno	105
VIII.1 Valoración global de las condiciones de entorno para emprender	109
VIII.2 Análisis comparativo regional de condiciones de entorno	113
VIII.3 Detalle de las valoraciones de las condiciones de entorno.....	119
IX. Reflexiones finales	127
Anexo. Metodología	133
Índice de Figuras y tablas	137

Introducción al Proyecto GEM



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2010

INTRODUCCIÓN AL PROYECTO GEM

“Global Entrepreneurship Monitor” (GEM) 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, acerca de los emprendedores y el proceso emprendedor, con amplia potencialidad de uso 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. En los 12 años de andadura se han analizado en GEM más de 80 países en uno u otro momento, y la edición 2010 cuenta con la participación de 59 de ellos, en los que se han entrevistado en torno a 175.000 personas. Ello supone la más amplia edición hasta la fecha, en participación, muestra estadística y cobertura geográfica y económica, estimándose que está representada el 52% de la población mundial y el 84% del PIB mundial. Tanto por su magnitud como por sus resultados, constituye por tanto, el proyecto de investigación en torno al emprendimiento, de mayor envergadura en la actualidad ¹.

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

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

Particularmente en la Comunidad Valenciana, éste es ya el séptimo año de participación, conteniendo el presente informe, una síntesis de los resultados obtenidos en 2010.

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;
- 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 idénticos, en cuanto a modelo teórico, metodología, homogeneización y tratamiento de datos, 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 conceptual² de trabajo adoptado en GEM, el cual integra diferentes bloques de variables interrelacionadas, configuradoras del marco de oportunidades para emprender, así como influyentes también en el potencial emprendedor de los individuos, y 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.

² Una detallada descripción de este modelo conceptual asumido en GEM se puede consultar en el artículo de Reynolds, P. et al. (2005): "Global Entrepreneurship Monitor: data collection design and implementation 1998-2003". Small Business Economics, vol. 24, pp. 205-231.

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

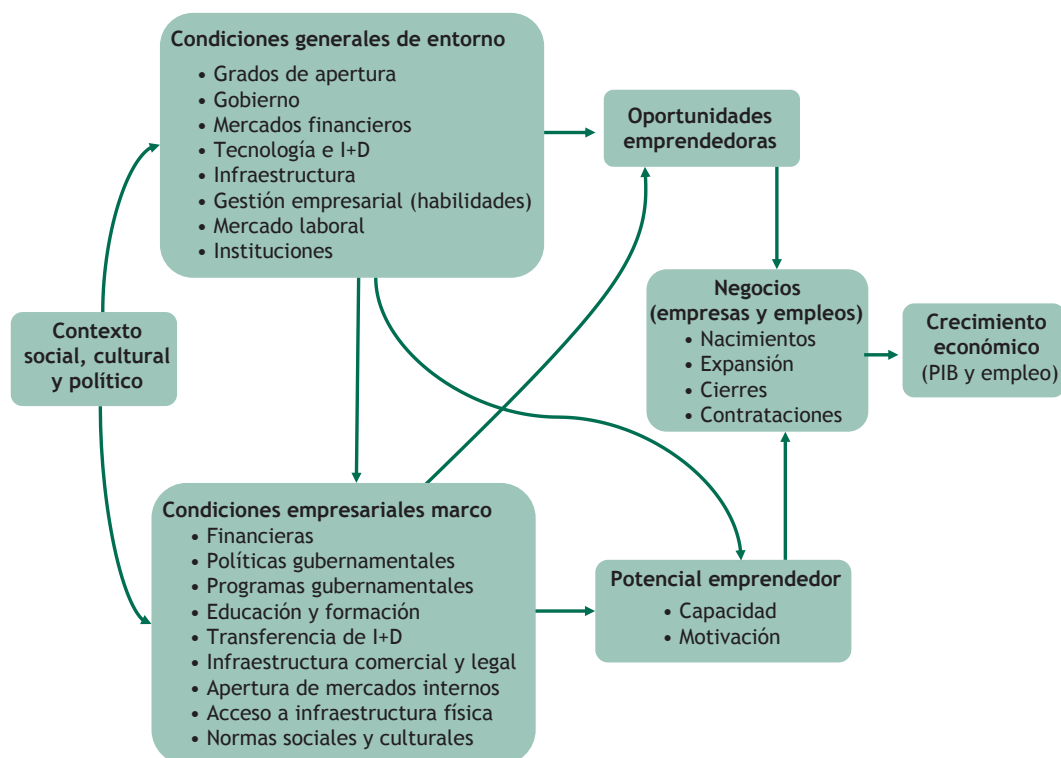


Figura 0-2.- Dinámica empresarial

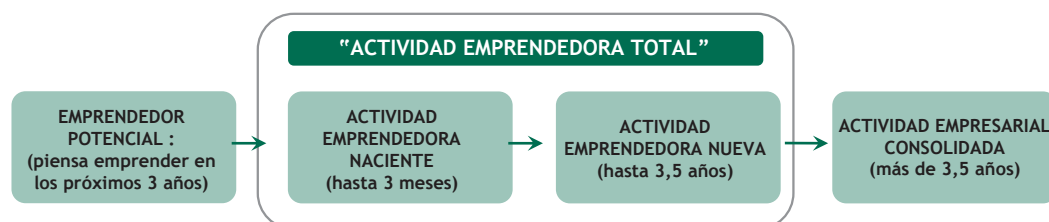


Tabla 0-1. Clasificación de actividades empresariales

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 2010

SUMARIO EJECUTIVO

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Los datos GEM registrados para la Comunidad Valenciana, en 2010, estiman que 124.100 individuos de la región están implicados en actividades emprendedoras incipientes. En términos relativos, esta cifra supone que el 3,7% del total de la población adulta entre 18 y 64 años se encuentra involucrada en negocios de reciente creación, con menos de 42 meses de operatividad. En relación a España, la Comunidad Valenciana aporta el 9,4% del total de los emprendedores incipientes.

En 2010 nos encontramos en un entorno de reducción de tasas de emprendedores en la generalidad de territorios analizados por GEM. La Comunidad Valenciana no ha sido ajena a estas circunstancias. Al igual que ocurre en el resto del territorio nacional, se ha producido una caída de la tasa de emprendedores por tercer año consecutivo, bajando 1,2 puntos en 2010. Sin embargo, se detecta un freno en la tendencia de descenso de las iniciativas nacientes (desciende 2,5 puntos entre 2008 y 2009, y 1,2 entre 2009 y 2010).

Las actividades más consolidadas (por encima de 42 meses en el mercado) se han mantenido en niveles similares a 2009, con una estimación de población implicada del 6,6%.

En cuanto a “emprendedores potenciales”, el 5,6% de individuos de la población adulta de la Comunidad Valenciana afirma estar considerando seriamente la posibilidad de iniciar una actividad empresarial, incluido el autoempleo, a tres años vista. Este dato supone un aumento de 4 décimas con respecto a 2009, y rompe con la tendencia de descenso continuado de los últimos dos años.

TIPOS DE COMPORTAMIENTO

En 2010 se detecta una cierta polarización de los comportamientos emprendedores, diferenciando entre aquellos inducidos por la explotación de una oportunidad de negocio, y por la necesidad como motivación principal de su implicación en la puesta en marcha de una iniciativa empresarial. De hecho, el 54,7% identifican la explotación de una oportunidad como detonante (7,8 puntos más que en 2009), mientras que el 27,2% de emprendedores reconocen su implicación inducidos por las circunstancias o ante la ausencia de otra alternativa laboral (2,7 puntos más que en 2009).

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 7 de cada 10 casos. La edad más frecuente se sitúa en 31 años, y la presencia de extranjeros se reduce a prácticamente la mitad en el último año (6,6% en 2010 frente a 13,4% en 2009).

El perfil del emprendedor “consolidado”, cuya actividad empresarial lleva más de 3,5 años operativa, se corresponde a un individuo varón en aproximadamente el 73% de los casos, con una edad promedio en torno a los 46 años, y mayoritariamente de nacionalidad española (7,8% de extranjeros).

A diferencia de los anteriores, el perfil del “potencial” emprendedor recoge una distribución por género prácticamente equitativa al 50%, y una presencia de extranjeros más alta (21,3%). El 47,4% se encuentran en situación laboral inactiva, bien sea porque están desempleados, o porque están estudiando o dedicados a labores del hogar, y el 32,6% posee estudios universitarios.

La distribución de negocios por sectores de actividad se mantiene relativamente estable. En 2010, la categoría de actividades “orientadas al consumidor” sigue englobando el mayor porcentaje de actividades (52% frente a 47,8% en 2009), seguida por el sector “transformación” (22% frente a 25,6%), “servicios a empresas” (20,2% frente a 19,5%) y el “extractivo” (5,8% frente a 7,1%).

El porcentaje de iniciativas que no cuentan con más empleo que el de su propietario sigue siendo el de mayor peso (67,6%), y las expectativas de crecimiento a cinco años vista no sobrepasan, en la mayoría de los casos, los 5 empleos.

FINANCIACIÓN

Las necesidades financieras medias, estimadas por los emprendedores implicados en iniciativas nacientes, siguen tendiendo a concentrarse en cifras cada vez más bajas, siendo el caso más frecuente los 25.000 € frente a los 30.000 € de los últimos años. Además, las iniciativas más modestas, en cuanto a sus estimaciones de capital de arranque, comienzan con menor capital (hasta 6.000 €, frente a 12.000 y 24.000 en 2009 y 2008 respectivamente).

Las dificultades de financiación ajena hacen que un 55,7% de los emprendedores prevean aportar la totalidad del capital necesario en 2010 (52,7% en 2009 y 34,8% en 2008), y el recurso a financiación informal (familia y amigos) adquiere una mayor presencia de la que venía siendo habitual.

PERCEPCIONES DE LA POBLACIÓN

El 15,8% de la población de la Comunidad Valenciana considera que existen buenas oportunidades de negocio en su entorno. Esto supone un leve incremento respecto a 2009, si bien el porcentaje todavía se encuentra en torno a la mitad del registrado entre 2004 y 2007.

Prácticamente la mitad de la población se siente capacitada para acometer la creación de una empresa (46%), porcentaje que continúa en niveles similares a años anteriores, por lo que no parece que se vea afectado por el entorno de crisis actual.

Otros elementos de influencia, entre los que se encuentran 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, mejoran ligeramente respecto a 2009.

PERSPECTIVA DE GÉNERO

El 30,5% de los emprendedores de la Comunidad Valenciana, que en 2010 estaban implicados en actividades emprendedoras con menos de 42 meses en el mercado, eran mujeres. Este dato supone un descenso acumulado de 18 puntos porcentuales sobre el total de emprendedores en los dos últimos años.

La caída de la tasa de actividad emprendedora ha afectado en mayor medida a mujeres que a hombres. De hecho, desde 2007, año en el que empezaron a reflejarse en los datos GEM los primeros efectos de la crisis, la tasa de actividad femenina ha descendido un 63,5% mientras que la masculina lo hizo en un 50%.

Estos descensos, generalizados en toda España, mantienen a la Comunidad ligeramente por debajo de la media en lo que se refiere a las tasas de participación de la mujer en 2010 (2,3% de la población femenina de la Comunidad Valenciana frente a 3,2% en España).

ENTORNO

Las valoraciones de los expertos consultados, sobre las condiciones del entorno emprendedor de la Comunidad Valenciana, se mantienen relativamente estables respecto a los dos últimos años. De forma similar al promedio nacional, únicamente recogen el calificativo de adecuadas tres de las condiciones: acceso a infraestructura física, comercial y profesional, y los programas públicos de apoyo.

Respecto al resto de condiciones, destaca especialmente la necesidad de actuar sobre las fuentes de financiación y recursos disponibles, y sobre la educación en sus niveles iniciales y medios, concretamente en lo relativo a conocimientos, actitudes y valores relacionados con la creación y gestión de empresas.

I. Actividad emprendedora y dinámica empresarial



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR



ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2010

I. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

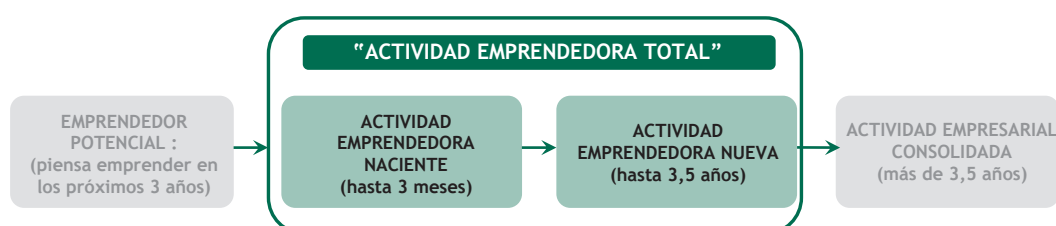
Este primer capítulo recoge información acerca de las principales tasas definidas por GEM. En este primer capítulo se ofrece la información básica sobre tasas de actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana en 2010, diferenciando por etapas del proceso emprendedor, de acuerdo a las definiciones GEM: (1) 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) 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 2010, a una muestra representativa de 2.000 individuos entre 18 y 64 años.

Estas tasas se tratan comparativamente, 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 datos correspondientes a España, a las comunidades autónomas participantes en GEM 2010, y a los países del entorno OCDE.

I.1 Actividad emprendedora registrada

Bajo el concepto de actividad emprendedora registrada (figura I-1), GEM recoge las iniciativas emprendedoras que se encuentran en sus etapas iniciales. En concreto, esta tasa de actividad cuantifica el porcentaje de individuos implicados, tanto en la actividad emprendedora “naciente” (iniciativas de negocio que no alcanzan los 3 meses de actividad) como en la actividad emprendedora “nueva” (iniciativas con una operatividad entre 3 y 42 meses)³.

³ Se trata de una “foto de situación” en el momento de realización del trabajo de campo (julio de 2010).

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


Sobre esta base, los datos procedentes de la Encuesta GEM a la Población Adulta indican que en julio de 2010, en la Comunidad Valenciana, un 3,7% de la población entre 18 y 64 años se encontraba implicada en la puesta en marcha y/o desarrollo de iniciativas empresariales que, como máximo, llevaba operativa 42 meses.

En términos de población (tabla I-1), esta tasa se traduce en una estimación en torno a los 124.000 individuos⁴, de modo que la Comunidad Valenciana aporta aproximadamente, un 9,4% del conjunto de emprendedores estimados para el total de España en 2010 (tasa de actividad emprendedora para España 4,3%, algo más de 1.321.000 emprendedores).

Tabla I-1. Actividad emprendedora registrada - población de la C. Valenciana (2010)

Población adulta (18 a 64 años)	Estimación del total	% sobre población adulta
Emprendedores en actividades “nacientes” (menos de 3 meses)	67.110	2,0%
Emprendedores en actividades “nuevas” (entre 3 y 42 meses)	57.043	1,7%
Actividad emprendedora total (hasta 42 meses)	124.153	3,7%

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 país, y Eurostat-INE, a nivel región. 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 figura I-2 muestra la evolución de la tasa de actividad emprendedora de la Comunidad Valenciana desde 2004, comparándola con la del conjunto de España.

Se aprecia un cierto paralelismo en la evolución de la Comunidad Valenciana y el conjunto del territorio nacional, en el período considerado. Así, ambas presentan una evolución creciente hasta 2007, año que marca una inflexión en el recorrido, y a partir del cual, dentro del contexto de crisis económica globalizada, encontramos tasas de actividad emprendedora progresivamente más reducidas. De este modo, entre el dato de 2009 y el de 2010 se muestra una continuidad de la tendencia anterior.

En términos absolutos, esta situación se traduce, en la Comunidad Valenciana, en un descenso de unos 38.400 individuos en la estimación de implicados en actividades emprendedoras, respecto a 2009 (algo más de 406.000 en España).

Figura I-2.- Evolución de la actividad emprendedora (2004-2010)

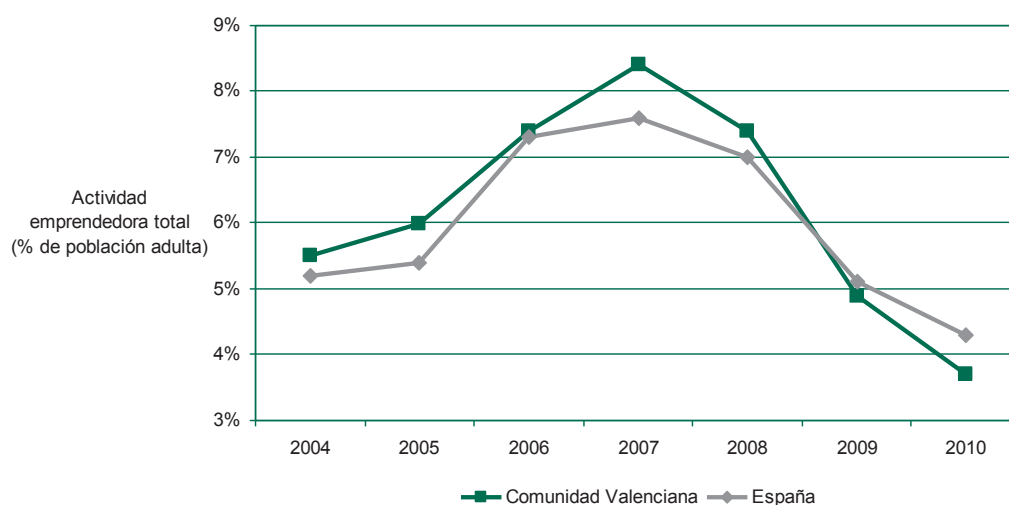


Tabla I-2. Evolución de la actividad emprendedora (2004-2009)

% sobre la población adulta		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Actividad emprendedora total (hasta 42 meses)	C. Valenciana	5,5%	6,0%	7,4%	8,4%	7,4%	4,9%	3,7%
	España	5,2%	5,4%	7,3%	7,6%	7,0%	5,1%	4,3%

El desglose de la tasa de actividad emprendedora en la Comunidad (tabla I-3) permite apreciar detalles de interés en la evolución acaecida en estos últimos años de tendencia decreciente, que están afectando de forma diferente al censo de actividades nacientes (menos de 3 meses) y de nuevas (entre 3 y 42 meses).

Así, los datos de 2008 recogen cómo inicialmente la inflexión del contexto económico hacia un entorno de crisis se notó más intensamente en la tasa de actividades “nacientes” (con menos de 3 meses de operatividad en el mercado), cuyo descenso dicho año fue más acusado.

Los datos de 2009 apuntaban a que los efectos de la crisis acabaron por alcanzar también a las iniciativas “nuevas” (con entre 3 y 42 meses de operatividad).

En 2010, la situación económica continúa reflejando una disminución de la tasa de actividades emprendedoras. Sin embargo, se detecta un freno en la tendencia de descenso en lo que se refiere a iniciativas “nacientes”. Esta circunstancia es un cambio, respecto a lo acontecido en los dos años anteriores, si bien puede ser prematuro interpretarla como un primer síntoma de recuperación y habrá que confirmar su comportamiento en años posteriores.

Tabla I-3. Evolución de la actividad emprendedora desglosada en CV (2004-2010)

Estimación sobre la población adulta		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Actividad Emprendedora naciente (hasta 3 meses)	%	--	--	3,0%	4,0%	3,2%	2,2%	2,0%
	Estim.	--	--	89.627	128.120	100.244	73.010	67.110
Actividad Emprendedora nueva (entre 3 y 42 meses)	%	--	--	4,4%	4,4%	4,2%	2,7%	1,7%
	Estim.	--	--	131.452	140.933	131.570	89.603	57.043
Actividad emprendedora total (hasta 42 meses)	%	5,5%	6,0%	7,4%	8,4%	7,4%	4,9%	3,7%
	Estim.	163.000	176.316	221.709	269.053	231.814	162.613	124.153

I.3 Actividad empresarial consolidada

La panorámica ofrecida por los datos de actividades de puesta en marcha de negocios en sus momentos iniciales (“nacientes” y “nuevas”), se complementa con los datos recogidos respecto de las actividades empresariales en fase consolidada, que ya han superado los 42 meses de operatividad en el mercado. Adicionalmente, la tabla I-4 recoge la evolución de la actividad “consolidada” desde 2004 hasta la actualidad, y su comparación con el promedio nacional.

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

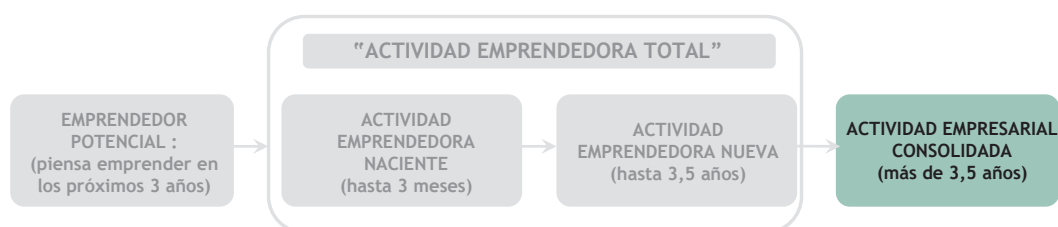
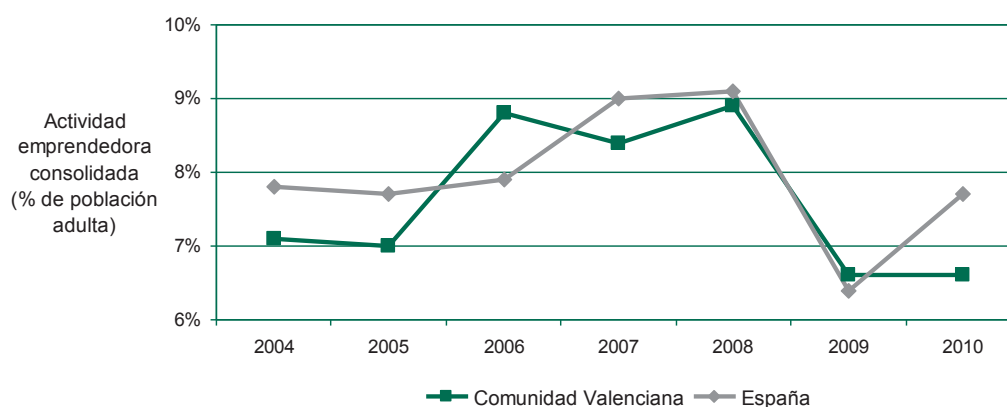


Tabla I-4. Evolución de actividades empresariales consolidadas (2004-2010)

% sobre la población adulta		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Actividad empresarial consolidada (> 42 meses)	C. Valenciana (*)	7,1%	7,0%	8,8%	8,4%	8,9%	6,6%	6,6%
	España	7,8%	7,7%	7,9%	9,0%	9,1%	6,4%	7,7%

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

Figura I-4.- Evolución de actividades empresariales consolidadas (2004-2010)



Los datos permiten observar como, tras un período (2004-2008) que supuso en la Comunidad Valenciana un incremento de cerca de dos puntos y medio en el censo de iniciativas consolidadas, la disminución producida entre 2008 y 2009 regresó la tasa a valores incluso inferiores al de 2004.

Este efecto se produjo también de forma generaliza en el conjunto del territorio nacional, así como en la mayor parte de los países de nuestro entorno, y guarda una clara similitud con lo acontecido con la actividad emprendedora naciente y nueva.

En 2010 se ha mantenido la tasa de actividad consolidada en la Comunidad Valenciana en el 6,6% de la población, la misma que en el año anterior, lo cual parece indicar que la reestructuración de los principales sectores de la economía se ha producido fundamentalmente en 2009, mientras que 2010 ha sido un año de mantenimiento del tejido empresarial consolidado. En este sentido, en los datos agregados obtenidos para España, se aprecia un incremento de la actividad consolidada. Los datos de años sucesivos permitirán confirmar si esta tendencia se mantiene.

I.4 Ceses de actividad registrados

En GEM, el registro de ceses de actividad recoge el porcentaje de población adulta que ha cesado en sus actividades empresariales a lo largo de los doce meses anteriores al momento de la encuesta (julio 2010). De este modo, se obtiene una aproximación a los abandonos de actividades empresariales, independientemente de que se produjera en una actividad naciente, nueva o ya consolidada⁵.

Tabla I-5. Evolución del cese de actividades (2004-2010)

% sobre la población adulta		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Cese de actividad	C. Valenciana	1,2%	1,6%	1,1%	1,4%	1,8%	2,2%	2,2%
	España	1,5%	1,4%	1,2%	1,0%	1,3%	2,0%	1,9%

La tabla I-5 recoge la estimación de dicha tasa para la Comunidad Valenciana. En 2010 los ceses se mantienen en el 2,2% ya registrado en 2009, lo que en términos de población adulta se traduce en una estimación de 73.820 individuos que afirman haber cesado en sus actividades empresariales entre julio de 2009 y julio de 2010.

Esta tasa puede diferenciarse en función de si el negocio realmente ha desaparecido de forma definitiva, o ha continuado en manos de otros. La Encuesta GEM a la Población ha

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.

captado que, del total que afirma haber cesado en sus actividades, cerca de una cuarta parte ha dejado el negocio en manos de otros (23,2%), por lo que la tasa real de cierres, con carácter definitivo, se sitúa en torno al 1,7% (57.387 individuos).

En relación a los motivos de abandono, la tabla I-6 destaca básicamente, aspectos ligados a problemas de rentabilidad, y a las restricciones para cubrir las necesidades financieras.

Tabla I-6. Motivos del abandono de la actividad (C. Valenciana, 2010)

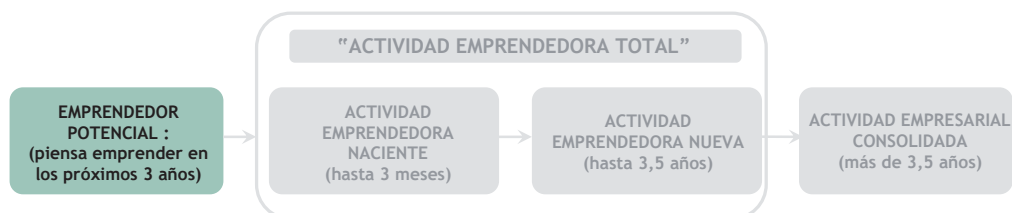
Población adulta (18 a 64 años)	% sobre población adulta
Problemas de rentabilidad	51,8%
Problemas de financiación	25,5%
Motivos personales y otros	15,7%
Oportunidad de venta	3,9%
Jubilación	3,1%

En particular, en relación a los motivos del cese, se ha preguntado también acerca de la influencia que haya podido tener la crisis económica sobre la decisión de abandonar la actividad. Sobre esto, un 74% de los que han cesado su actividad en el último año, achacan la decisión tomada, en exclusiva, a la crisis económica, mientras que un 9% sólo lo hace en parte, y el resto afirma que la crisis no ha ejercido influencia alguna.

I.5 Potenciales emprendedores en la población

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

Adicionalmente, 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.

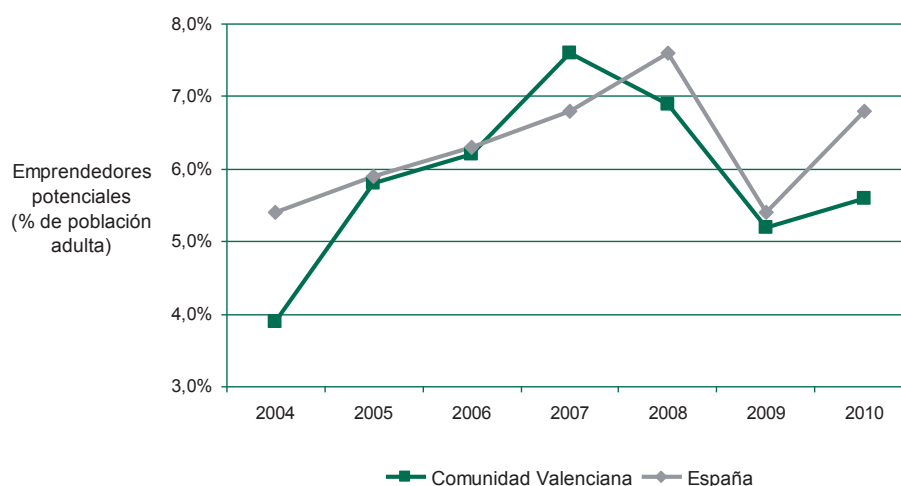
Figura I-5.- Emprendedores potenciales como parte del proceso emprendedor

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 (incluido el autoempleo) a tres años vista (tabla I-7).

Como se observa tanto en la Comunidad Valenciana como en la media nacional, la tasa de emprendedores potenciales muestra un incremento continuado de 2004 a 2007, año a partir del cual se produce una inflexión en su evolución. En 2008 y 2009, la crisis supuso un contexto de incertidumbre que redujo el porcentaje de individuos que declaraba su intención de poner en marcha alguna actividad empresarial. Sin embargo, la tasa de 5,6% obtenida en 2010, muestra un repunte en el porcentaje de los que afirman estar pensando en iniciar actividades empresariales a tres años vista.

Tabla I-7. Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2010)

% sobre la población adulta		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Emprendedores potenciales	C. Valenciana	3,9%	5,8%	6,2%	7,6%	6,9%	5,2%	5,6%
	España	5,4%	5,9%	6,3%	6,8%	7,6%	5,4%	6,8%

Figura I-6. Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2010)

I.6 Diferencias regionales y con países OCDE

Este apartado recoge los análisis gráficos comparativos 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 la 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 en el contexto nacional (% de emprendedores sobre el total de población, 2010)

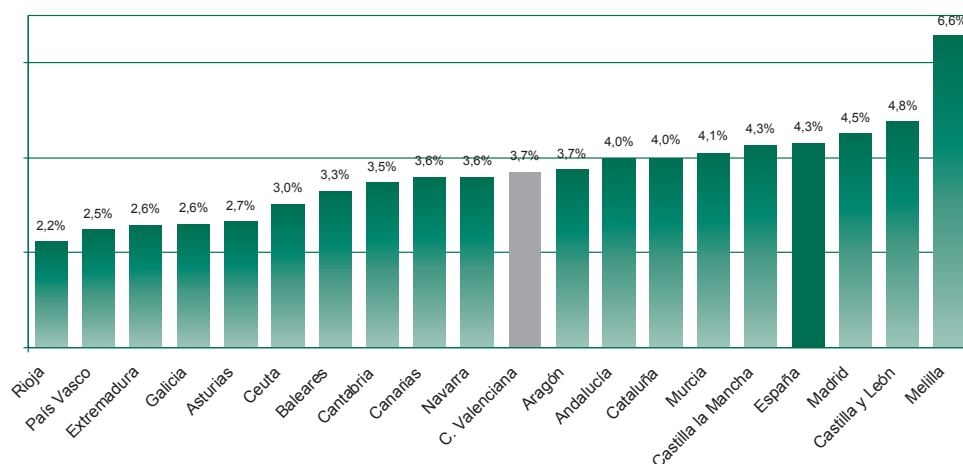


Figura I-8.- Porcentaje de emprendedores incipientes sobre el total de España (GEM 2010)

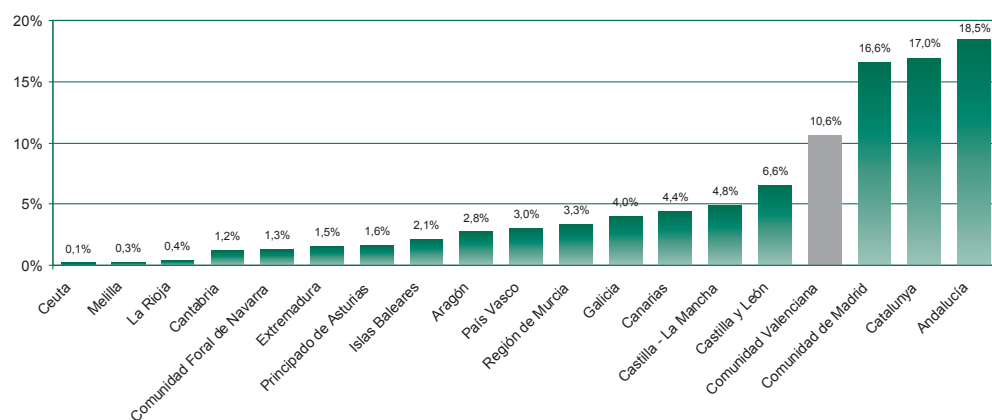


Figura I-9.- Actividad emprendedora en el contexto de países OCDE (GEM 2009)

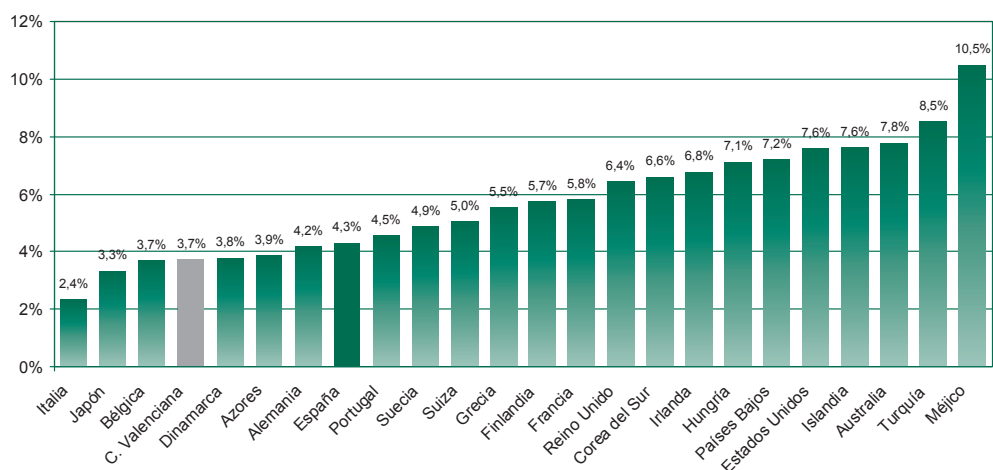


Figura I-10.- Actividad emprendedora consolidada - contexto nacional (GEM 2010)

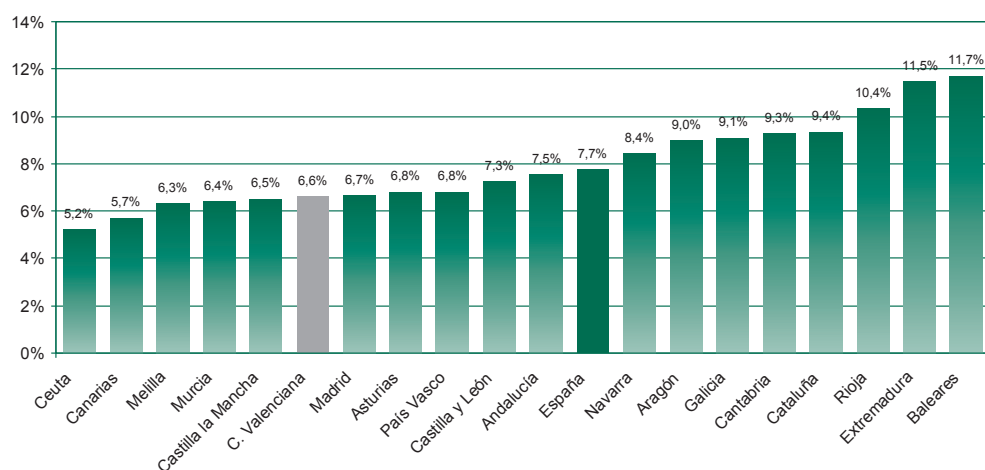


Figura I-11.- Actividad emprendedora consolidada - países OCDE (GEM 2010)

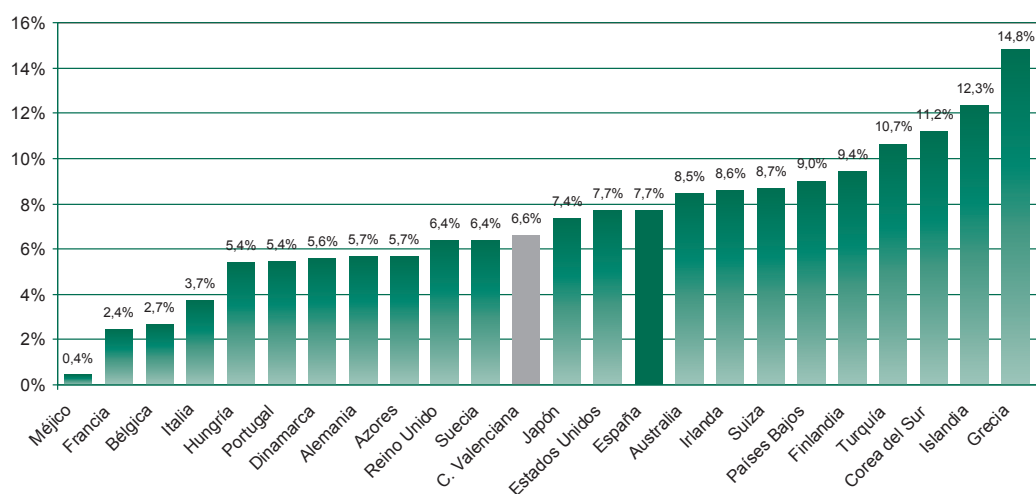


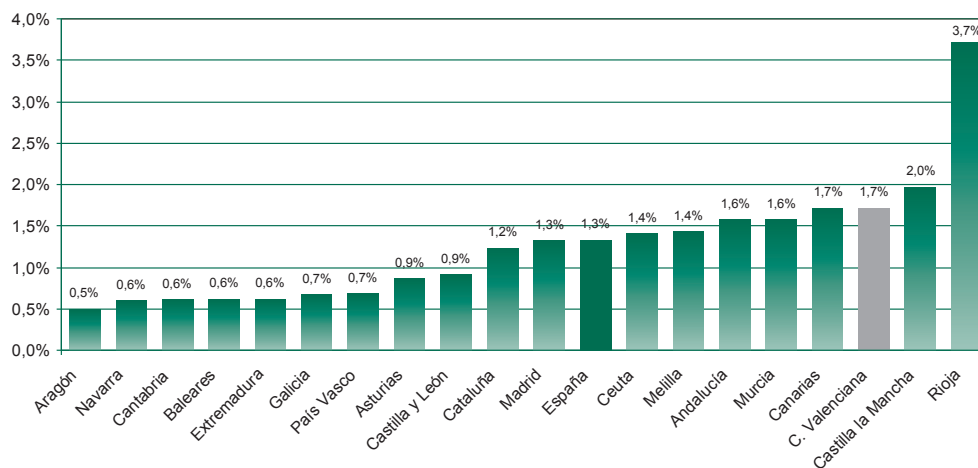
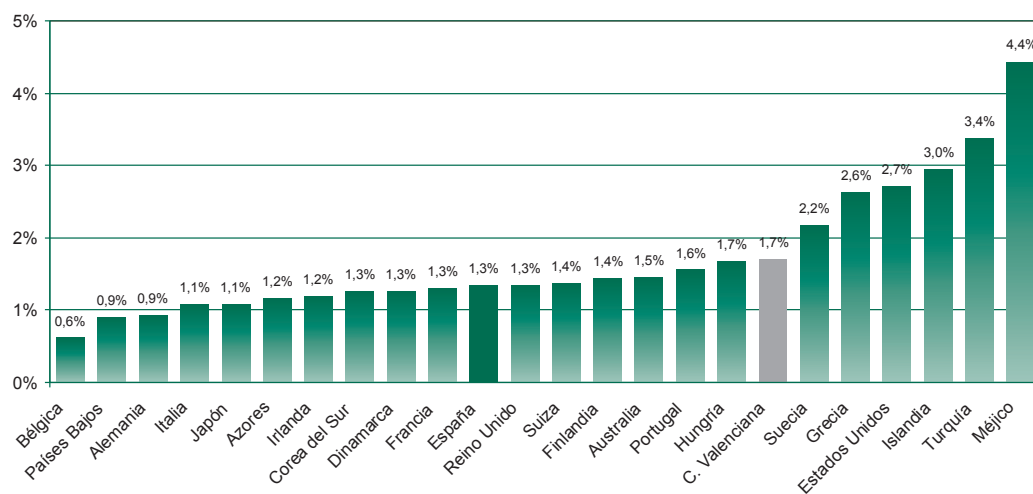
Figura I-12.- Cierre de actividades empresariales contexto nacional (GEM 2010)

Figura I-13.- Cierre de actividades empresariales - países OCDE (GEM 2010)


Figura I-14.- Emprendedores potenciales en el contexto nacional (GEM 2010)

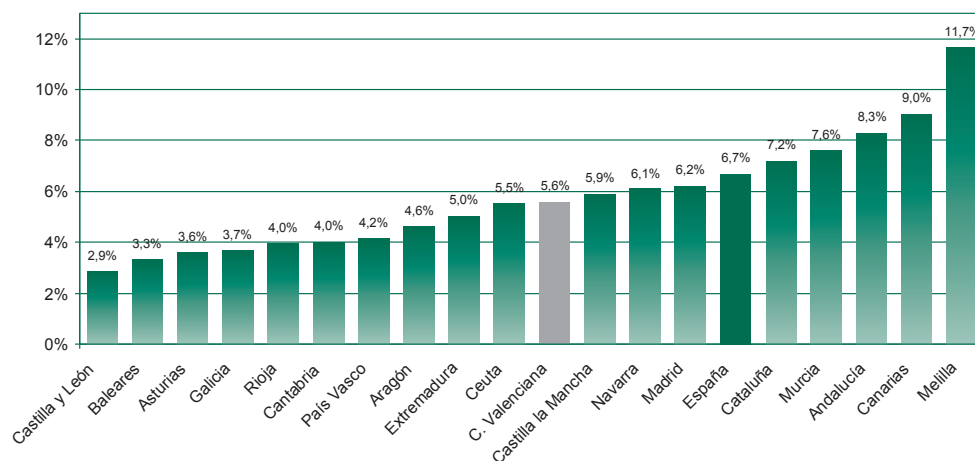
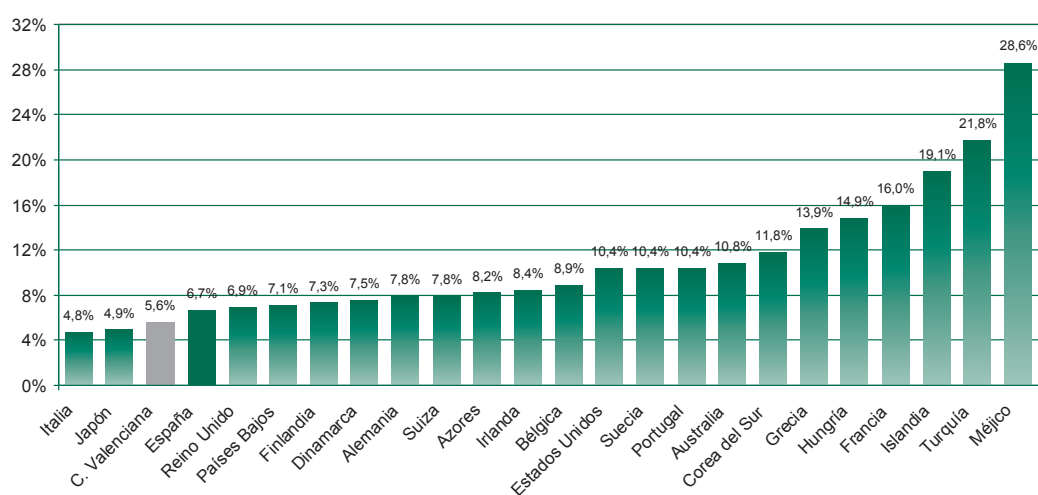


Figura I-15.- Emprendedores potenciales - contexto de países OCDE (GEM 2010)



II. Tipos de comportamiento emprendedor



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2010

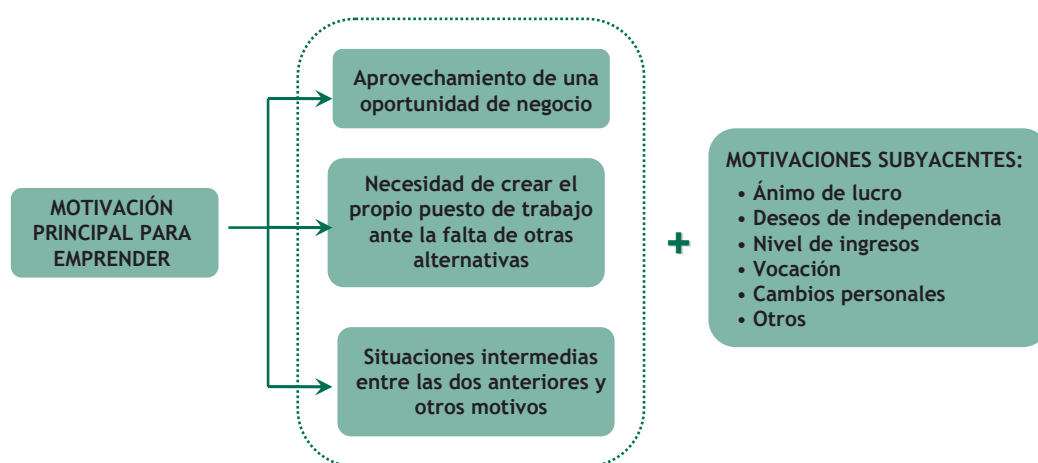
II. TIPOS DE COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

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

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

Esta dicotomía es reconocida en el ámbito del Proyecto GEM, denominándose a las dos motivaciones o impulsos fundamentales, “emprender por oportunidad”, cuando se trata de la explotación de oportunidades previamente buscadas y detectadas por los potenciales emprendedores; y “emprender por necesidad”, cuando la búsqueda de la oportunidad fue inducida por una necesidad personal, debido a circunstancias adversas o a la ausencia de otras alternativas laborales. Estos planteamientos se recogen en la figura 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 opinión registrada en la población de la Comunidad Valenciana, por los emprendedores con iniciativas incipientes (hasta 42 meses de operatividad), acerca de la motivación básica que les ha llevado a la decisión de poner en marcha sus actividades empresariales.

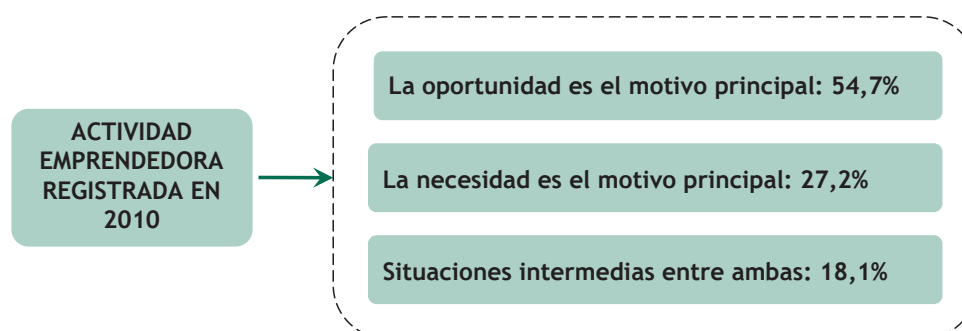
Tabla II-1. Tipos de comportamiento emprendedor (% de población adulta de la Comunidad Valenciana, 2010)

	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%	0,4%	1,0%
Oportunidad	0,9%	1,1%	2,0%
Situaciones intermedias	0,5%	0,2%	0,7%
Total	2,0%	1,7%	3,7%

De acuerdo con los datos, los comportamientos desarrollados exclusivamente por oportunidad alcanzan al 54,7% de las iniciativas registradas, según declaran los propios interesados. Al igual que en años anteriores, esta respuesta sigue siendo la mayoritaria, y su porcentaje se ha incrementado en 8 puntos respecto a 2009, volviendo al nivel de 2008 y años anteriores.

En el otro extremo, los comportamientos guiados exclusivamente por la necesidad, que en 2009 doblaron su porcentaje respecto a años anteriores, alcanzando entonces el 24,5%, siguen en niveles similares, de modo que en 2010, un 27,2% de los emprendedores en iniciativas con menos de 42 meses, reconocen que su motivación principal fue la huida de unas circunstancias adversas en lo económico o la ausencia de alternativas laborales.

Figura II-2.- Distribución de las motivaciones en la actividad emprendedora registrada (% frente al total de emprendedores, 2010)



La tabla II-2 contextualiza los datos anteriores en una perspectiva comparativa temporal y territorial. Tanto en España como en la Comunidad Valenciana, la evolución de la composición oportunidad/necesidad en los últimos años ha sido semejante y favorable siempre a la oportunidad como motivación. No obstante, entre 2008 y 2009 la caída de actividad emprendedora registrada obedeció fundamentalmente a una menor presencia de comportamientos que reconocían la “oportunidad” como motivación principal, y a una mayor presencia relativa de emprendedores empujados por las circunstancias.

Los datos 2010 sugieren que la reducción de actividad emprendedora respecto a 2009 está repartida tanto entre iniciativas originadas por oportunidad como por necesidad. Además, las “situaciones intermedias” reducen su presencia sensiblemente, con lo que los individuos encuestados muestran más claramente el comportamiento origen de su actividad emprendedora.

Tabla II-2. Evolución del comportamiento emprendedor (2005-2010)

% sobre la población adulta		2005	2006	2007	2008	2009	2010
Necesidad	C. Valenciana	1,3%	0,7%	0,9%	0,9%	1,2%	1,0%
	España	0,8%	1,2%	1,1%	1,0%	0,8%	1,1%
Oportunidad	C. Valenciana	2,9%	5,1%	4,1%	4,2%	2,3%	2,0%
	España	3,3%	4,5%	4,1%	3,8%	2,4%	2,1%
Situaciones intermedias	C. Valenciana	1,8%	1,6%	2,6%	1,8%	1,3%	0,7%
	España	1,3%	1,6%	1,7%	1,8%	1,7%	1,0%
No clasificable	C. Valenciana	--	--	0,8%	0,5%	0,1%	--
	España	--	--	0,7%	0,4%	0,2%	0,1%

En el caso de los individuos que afirman haber desarrollado sus iniciativas, exclusivamente por oportunidad, la encuesta a la población indaga acerca de la motivación intrínseca que les lleva a este comportamiento (tabla II-3). Las respuestas recogidas siguen indicando, como en ediciones anteriores, que el comportamiento por oportunidad obedece fundamentalmente al deseo de independencia y al de incrementar los ingresos personales, respuestas que acumulan el 90% del total. La situación comparativa con el caso promedio español ofrece bastantes similitudes en la jerarquización de motivaciones, destacando como de costumbre, el mayor peso de los deseos de independencia en la Comunidad Valenciana.

Tabla II-3. Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades empresariales en la Comunidad Valenciana (% de respuestas obtenidas, 2010)

	España	Comunidad Valenciana
Independencia	43,3%	51,0%
Aumentar ingresos	35,0%	39,5%
Mantener ingresos actuales	16,5%	4,2%
Otros motivos diversos	5,2%	5,2%

II.2 Diferencias regionales y con países OCDE

Las figuras II-3 a II-6 permiten contextualizar los datos correspondientes a actividad emprendedora por “oportunidad” (incluyendo situaciones intermedias) y “necesidad” en el conjunto de 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 (2010)

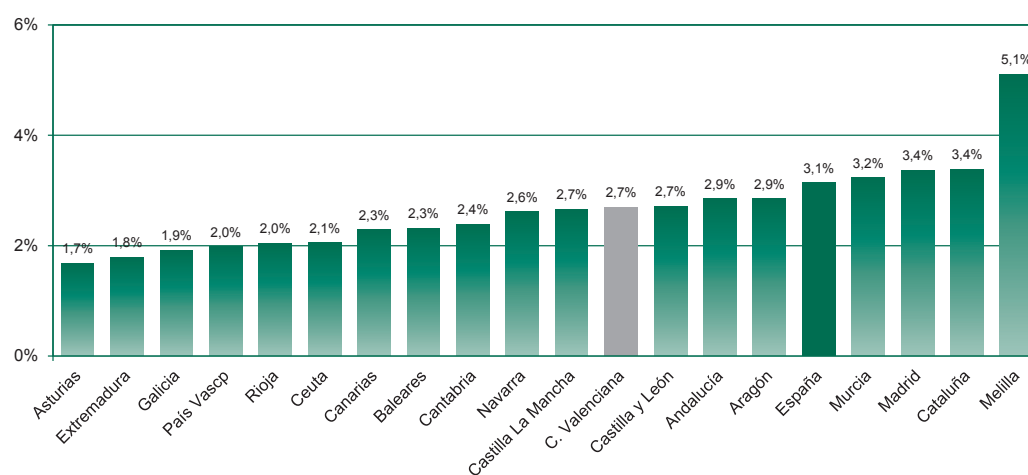


Figura II-4.- Actividad emprendedora por necesidad - contexto nacional (2010)

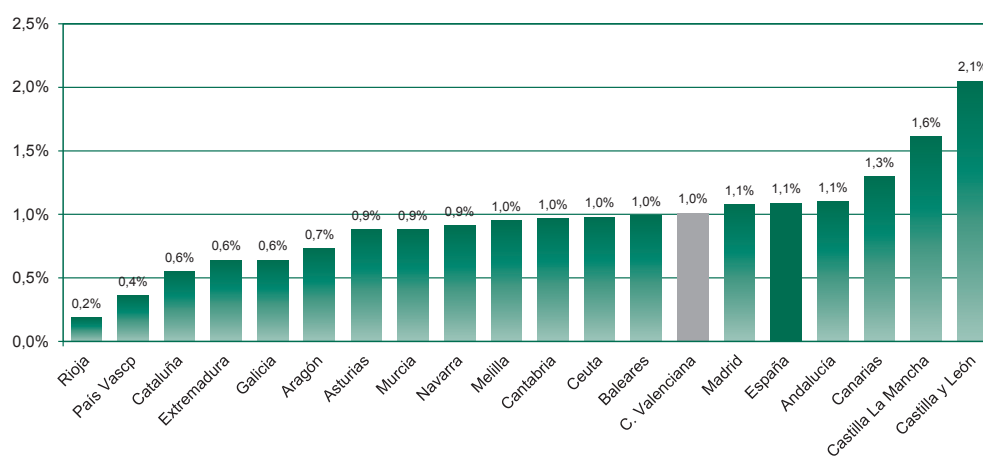
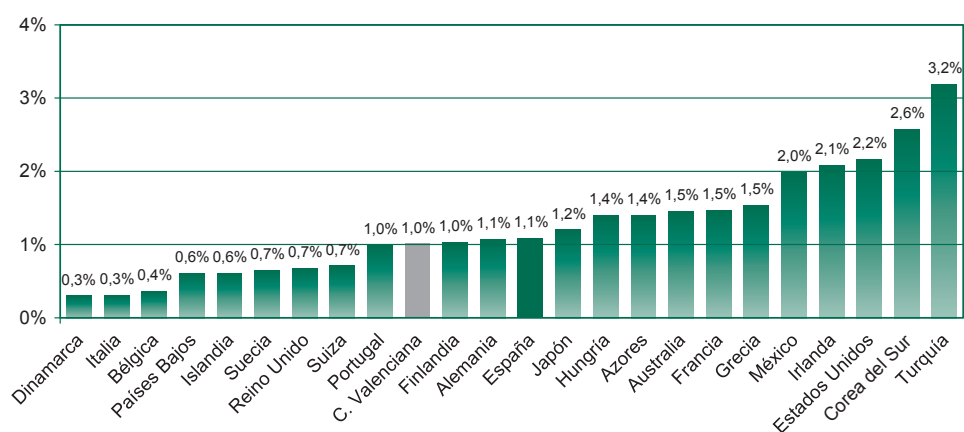
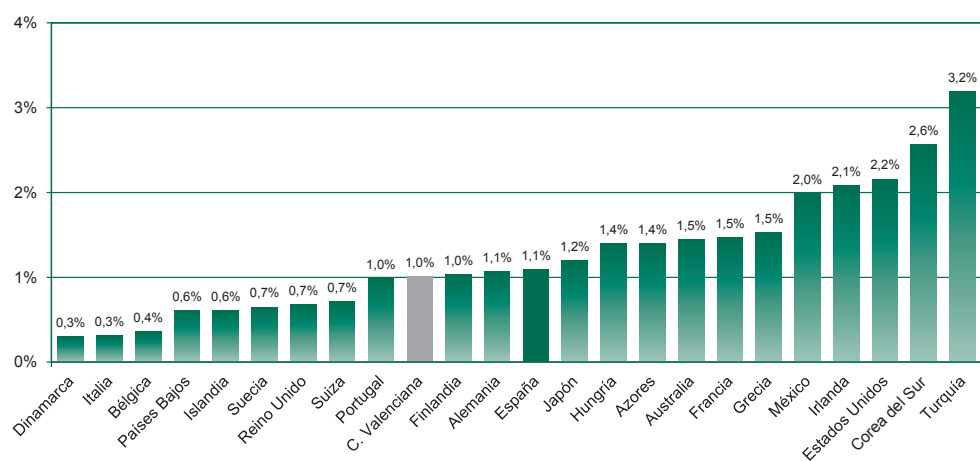


Figura II-5.- Actividad emprendedora por oportunidad - países OCDE (2010)

Figura II-6.- Actividad emprendedora por necesidad - países OCDE (2010)


III. Características Socioeconómicas de los emprendedores



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2010

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 2010, 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 "incipiente"**, 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 7 de cada 10 casos, cuya edad más frecuente se sitúa en torno a los 31 años (en media 38 años), y con una presencia de un 6,6% de emprendedores de origen extranjero. En relación a su dotación de capital humano, destacan los estudios universitarios, seguidos de los de formación profesional y la enseñanza obligatoria a partes iguales; además, cerca de dos tercios (60,7%) 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 73% de los casos, con una edad promedio en torno a los 46 años, y mayoritariamente de nacionalidad española (7,8% de extranjeros). Respecto al grado de formación alcanzado, destaca la disposición de estudios obligatorios (36% de los casos), seguido de los estudios universitarios (28%).

Por último, se describe también el perfil tipo 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 estándar corresponde por igual a mujeres (50,3%) que a hombres (49,7%), con una edad promedio en torno a los 36 años, pero con individuos igualmente en todos los tramos de edad excepto el de mayores de 55 años, y que en un 21,3% se trataría de una persona extranjera. En cuanto a su nivel de estudios, destacan por primera vez los estudios universitarios (32,6% de los casos), seguidos de la educación obligatoria (27,6%). Un 42,5% afirma haber recibido formación específica en creación y gestión de empresas, y en cuanto a sus circunstancias laborales, cerca de la mitad (47,4%) manifiesta no estar desarrollando ningún tipo de actividad, ni por cuenta propia ni ajena.

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.

En relación al **género**, los datos siguen mostrando una preponderancia de la presencia de hombres en el proceso emprendedor, al igual que ocurre si se analizan datos de empleo por cuenta ajena. Sin embargo, la distribución hombres/mujeres es diferente en función de la etapa del proceso a que hagamos referencia, notándose mayor presencia relativa de mujeres en las etapas más tempranas. Así, mientras que entre los emprendedores consolidados, la presencia femenina apenas supera una cuarta parte (26,9%), entre los nacientes y nuevos, asciende a un 30,5%, y entre los emprendedores potenciales, la situación se encuentra equilibrada (50,3%). Este retrato de situación es muy similar al de 2009, si bien en 2010 se ha reducido la presencia de mujeres entre emprendedores con iniciativas ya en marcha, y se ha incrementado notablemente entre los potenciales.

Tabla III-1. Emprendedores por género (C. Valenciana, 2010)

	Nacientes y nuevos (menos de 3,5 años)	Consolidados (más de 3,5 años)	Potenciales (emprender a 3 años vista)
Mujer	30,5%	26,9%	50,3%
Hombre	69,5%	73,1%	49,7%

La **edad** de los emprendedores en general se encuentra también ligada a la etapa del proceso en que se encuentren. Así, la edad promedio se incrementa progresivamente desde la de los emprendedores potenciales (casi 36 años), pasando por la de los nacientes y nuevos (casi 38) hasta la de los consolidados (poco más de 46). De hecho, la misma relación podemos encontrar si observamos la concentración de emprendedores en cada tramo de edad: en los incipientes la mayor concentración se da entre los 35 y 44; en los consolidados entre los 45 y 54 años; y en los potenciales, los porcentajes están prácticamente equidistribuidos, excepto entre los 55 y 64, donde el porcentaje de individuos con un proyecto a 3 años vista es sensiblemente inferior.

Respecto a 2009, la edad promedio se ha incrementado ligeramente en todas las etapas, y se ha modificado sobre todo la distribución por edad de los emprendedores potenciales. Así, mientras que en 2009 y años anteriores, había una mayor concentración entre los 25 y 34 años, que descendía paulatinamente fuera de este rango de edad, ahora encontramos emprendedores potenciales en todas las edades, excepto en el último tramo, circunstancia que quizá pudiera interpretarse como derivada de la actual coyuntura económica e influenciada por la situación económico-laboral a título individual.

Tabla III-2. Emprendedores por edad (C. Valenciana, 2010)

	Nacientes y nuevos (menos de 3,5 años)	Consolidados (más de 3,5 años)	Potenciales (emprender a 3 años vista)
18-24 años	13,4%	--	23,1%
25-34 años	24,4%	13,7%	24,1%
35-44 años	37,9%	28,0%	23,1%
45-54 años	14,9%	34,1%	22,6%
55-64 años	9,5%	24,2%	7,1%
Media (años)	37,9	46,2	35,9
Edad más frecuente	31	40	19

La distribución de los emprendedores, de acuerdo a su **origen**, es también diferente en función de la etapa en que fijemos la atención. De este modo, la presencia de extranjeros entre los emprendedores con iniciativas ya en marcha (nacientes, nuevos y consolidados) oscila alrededor del 6,6-7,8%, mientras que entre los emprendedores potenciales, asciende a algo más del 20%.

Tabla III-3. Emprendedores según procedencia (C. Valenciana, 2010)

	Nacientes y nuevos (menos de 3,5 años)	Consolidados (más de 3,5 años)	Potenciales (emprender a 3 años vista)
Español	93,4%	92,2%	78,7%
Régimen comunitario	1,5%	2,3%	3,6%
Régimen general	5,1%	5,5%	17,7%

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.

Respecto al **nivel educativo** alcanzado por los emprendedores, como viene siendo habitual, destaca sobre todo la presencia de dos grupos: la de los titulados universitarios, y la de personas que han completado, al menos, la educación de carácter obligatorio. Entre los

emprendedores inmersos en las etapas más tempranas (potenciales, nacientes y nuevos), el segmento más destacado es el de los estudios universitarios, mientras que entre los emprendedores con iniciativas de carácter consolidado, el segmento de mayor peso es el de la educación obligatoria.

De este modo, los datos sugieren una mayor preparación de los emprendedores más recientes. En cuanto a individuos sin estudios reglados completados, su presencia desciende respecto a 2009, entre emprendedores con iniciativas ya en funcionamiento, y aumenta entre los que están barajando desarrollar alguna iniciativa en el futuro.

Tabla III-4. Emprendedores por estudios reglados (C. Valenciana, 2010)

	Nacientes y nuevos (menos de 3,5 años)	Consolidados (más de 3,5 años)	Potenciales (emprender a 3 años vista)
Estudios universitarios	35,4%	28,0%	32,6%
F.P.	31,1%	22,1%	22,4%
Secundaria Bachillerato	6,6%	5,6%	13,4%
Enseñanza obligatoria	31,9%	36,0%	27,6%
No tiene	5,0%	8,3%	4,0%

La **formación específica para el emprendimiento** es manifiestamente superior entre los implicados en el proceso emprendedor, en cualquiera de sus etapas, que entre la población no implicada. Cabe comentar una diferencia respecto a 2009, y es que, si entonces se registraba mayor porcentaje de formación entre los potenciales que entre los emprendedores incipientes, y entre éstos y los consolidados, en 2010, el porcentaje de individuos con formación específica entre emprendedores potenciales desciende bruscamente (20 puntos), de modo que ello podría sugerir que se está pensando en proyectos emprendedores a futuro, no planificados sino empujados por las circunstancias.

Tabla III-5. Formación específica para emprender (C. Valenciana, 2010)

¿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	60,7%	41,5%	42,5%	23,0%
No	39,3%	58,5%	57,5%	77,0%

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

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

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.

Agrupados por **nivel de renta familiar**, los mayores porcentajes de emprendedores se concentran en los tramos medios-bajos. Así, entre los emprendedores cuyas iniciativas no superan los 42 meses, las mayores frecuencias se dan entre los 10.001 y 30.000 €. Por su parte, los emprendedores consolidados ofrecen una respuesta algo más repartida: el tramo de mayor frecuencia es el de 20.000 a 30.000 €, pero el resto de tramos, especialmente los de rentas superiores, recogen mayores porcentajes que en el caso de los nacientes y nuevos. Por último, el grupo de emprendedores potenciales, aglutina mayoritariamente sus respuestas en el tramo de 10.000 a 20.000 €, aparentando ingresos promedio más modestos. Ello parece apuntar a una situación relativamente peor en lo económico, que puede estar llevando a barajar un proyecto empresarial como alternativa de futuro, en particular a jóvenes con menores recursos.

Con todo, la cuestión de los propios ingresos es especialmente sensible para los encuestados, y GEM recoge tradicionalmente una alta no-respuesta. Por todo ello, es necesario tratar los datos de renta con cautela.

Tabla III-6. Emprendedores por renta familiar (C. Valenciana, 2010)

	Nacientes y nuevos (menos de 3,5 años)	Consolidados (más de 3,5 años)	Potenciales (emprender a 3 años vista)
≤ 10.000€	5,5%	7,7%	7,6%
10.001-20.000€	28,1%	17,1%	38,6%
20.001-30.000€	29,1%	23,0%	19,7%
30.001-40.000€	11,4%	10,0%	5,7%
40.001-60.000€	7,4%	11,0%	4,8%
60.001-100.000€	1,4%	2,2%	0,5%
>100.000€	--	1,5%	--
NS/NC	17,2%	27,3%	23,0%

En relación a las **circunstancias laborales**, los datos se presentan únicamente para los emprendedores nacientes y los potenciales.

De este modo, entre los individuos que están poniendo en marcha sus iniciativas (emprendedores nacientes), un 15,8% no se encuentra trabajando, ya sea por estar en paro, retirados o desempeñar actividades domésticas. Este porcentaje, residual hasta 2008, ascendió bruscamente en 2009 a un 26,2%, tras lo que se ha reducido 10 puntos. Además, se encuentran trabajando por cuenta ajena, ya sea a tiempo completo o parcial, un 29,1%, frente al 41% que lo hacía en 2009. Todo ello supone que entre los emprendedores nacientes, se consideran autoempleados el 55,1%, porcentaje superior en algo más de 22 puntos al registrado en 2009.

En el caso de los individuos que tienen en mente desarrollar su iniciativa a tres años vista (emprendedores potenciales), el porcentaje de personas que no se encontraban trabajando en julio de 2010 se elevaba al 47,4%, manteniendo la cifra alcanzada en 2009. Esta circunstancia, de que casi la mitad de los individuos que están pensando en crear un negocio en el futuro inmediato, no dispongan de un trabajo, apunta a porcentajes altos de comportamientos clasificados como falta de alternativa laboral.

Tabla III-7. Emprendedores por situación laboral (C. Valenciana, 2010)

	Nacientes (menos de 3 meses)	Potenciales (emprender a 3 años vista)
Autoempleo	55,1%	17,7%
Tiempo completo	19,6%	22,5
Tiempo parcial	9,5%	12,4%
Labores del hogar	2,1%	4,1%
Estudiante	--	14,7%
No trabaja y otras situaciones	13,7%	28,6%

IV. Aproximación al perfil de las iniciativas emprendedoras



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2010

IV. APROXIMACIÓN AL PERFIL DE LAS INICIATIVAS EMPRENDEDORAS

La información recogida acerca de los individuos implicados en el proceso emprendedor, se complementa en este capítulo a través de una descripción de las iniciativas de carácter incipiente, cuya operatividad todavía no ha superado los 42 meses de actividad.

Los datos hacen referencia al número de propietarios, sector en que operan y volumen de empleo generado. Además, se recoge también información acerca de las expectativas y percepciones de los emprendedores sobre sus iniciativas: volumen de crecimiento esperado, expectativas de generación de empleo, grado de innovación del producto o servicio que ofrecen en relación a clientes y competidores, y su potencial exportador.

La última sección recoge además una serie de cuestiones acerca de las percepciones de los emprendedores nacientes, que se encuentran poniendo en marcha sus negocios, relativas a la actual coyuntura económica y a cómo valoran los efectos de ésta en relación a un año antes.

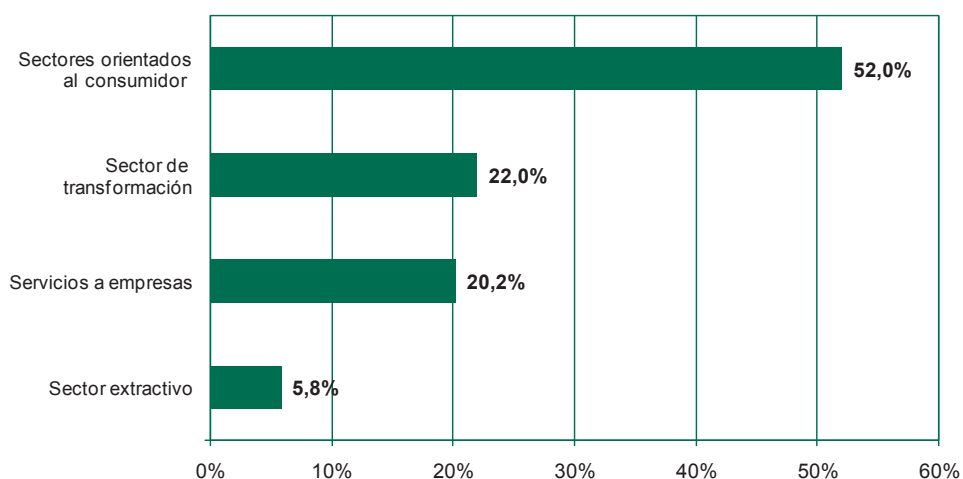
IV.1 Sectores generales de actividad

Los informes GEM emplean una clasificación sectorial de carácter sintético, que divide la actividad en cuatro grandes bloques: sector extractivo, transformador, servicios a empresas, y actividades orientadas al consumidor. La figura IV-1 ilustra, de acuerdo con esta clasificación, la distribución de actividades emprendedoras registradas en julio de 2010 en la Comunidad Valenciana (hasta 42 meses de operatividad).

Dicha distribución mantiene a grandes rasgos, la distribución de 2009, tras el fuerte reajuste captado entre 2007 y 2008, que conllevó un acusado descenso de las actividades emprendedoras en el sector de transformación (incluyendo las relacionadas con la construcción). De este modo, en 2010 los cuatro sectores de actividad se han visto afectados de manera similar, si bien en términos porcentuales descienden en mayor medida la tasa de actividad en el sector extractivo, y en el de transformación, presentando la menor caída los sectores de servicios al consumidor y a las empresas.

Así en 2010, la categoría de actividades “orientadas al consumidor” sigue englobando el mayor porcentaje de actividades (52% frente a 47,8% en 2009), seguida por el sector “transformación” (22% frente a 25,6%), “servicios a empresas” (20,2% frente a 19,5%) y el “extractivo” (5,8% frente a 7,1%).

Figura IV-1.- Actividad emprendedora con menos de 42 meses, por sector de actividad (C. Valenciana, 2010)

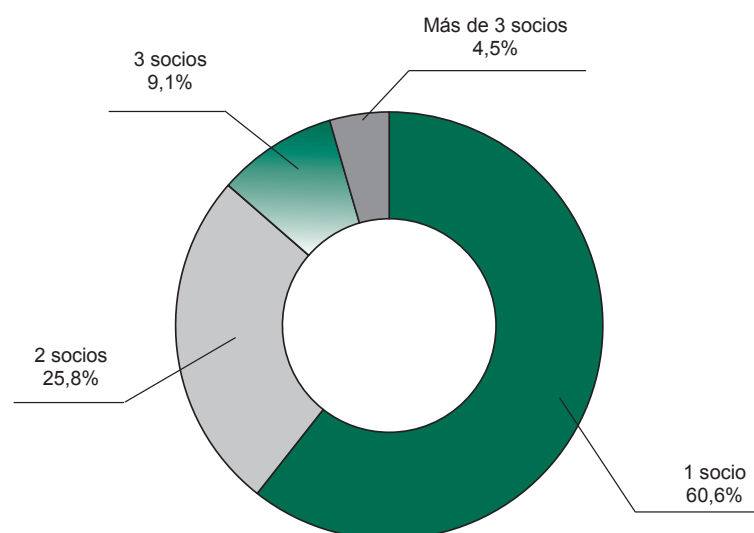


IV.2 Número de socios

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

La figura IV-2 ilustra este aspecto, mostrando el número de propietarios de las iniciativas que, en julio de 2010, no alcanzaban todavía los 42 meses de operatividad. Como puede observarse, un 60,6% de estas iniciativas contaba con un único propietario, y algo más de una cuarta parte funcionaban únicamente con dos socios. Si el abanico de propietarios se abre hasta 3, se alcanza hasta el 95,5% de las iniciativas. Respecto a 2009, el porcentaje captado de iniciativas “en solitario” se ha reducido unos 8 puntos; de este modo, parece volverse a las cifras habituales de 2008 y años anteriores. Aún así, el caso prototipo sigue siendo el del emprendedor individual como propietario del negocio.

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, 2010)



IV.3 Dimensión empresarial y empleo

La definición de la dimensión empresarial de las iniciativas emprendedoras, sigue el 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)

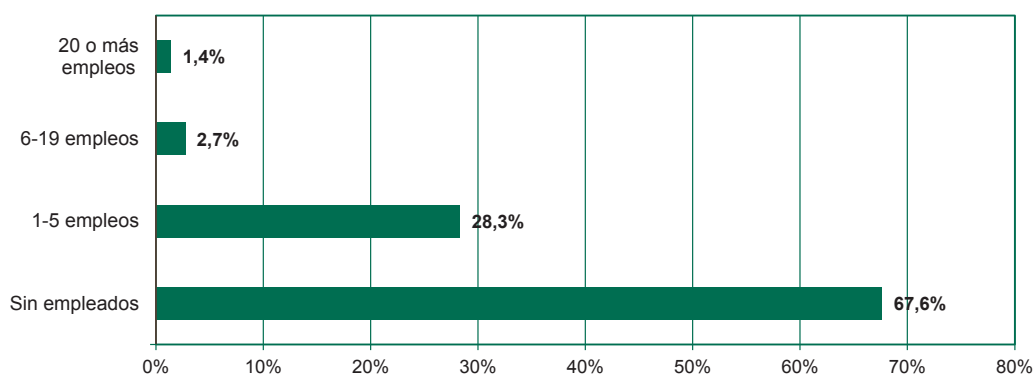
Tipo de empresa	Trabajadores
Microempresa	Menos de 10
Pequeña empresa	Entre 10 y 49
Mediana empresa	Entre 50 y 249

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 obedeciendo al calificativo de microempresa.

Los datos estimados para 2010 continúan, en cuanto a empleo, con la tónica de 2009. Dicho año, el informe GEM de la Comunidad Valenciana captó por primera vez que, el porcentaje de iniciativas sin empleados pasó a ser el de mayor peso, cuando hasta entonces venía siendo el correspondiente a iniciativas con entre 1 y 5 empleos. La situación de 2010 refuerza más todavía esta tendencia, de modo que el porcentaje de iniciativas que no generan más empleo que el de sus propietarios se sitúa en un 67,6%, frente al 55,1% de 2009. Además, en conjunto, el porcentaje de iniciativas que generan no más de 5 puestos de trabajo pasa del 88,2% al 95,9%. En el caso de España, esta situación en 2010, presenta unos porcentajes muy similares a los correspondientes a la Comunidad Valenciana.

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.

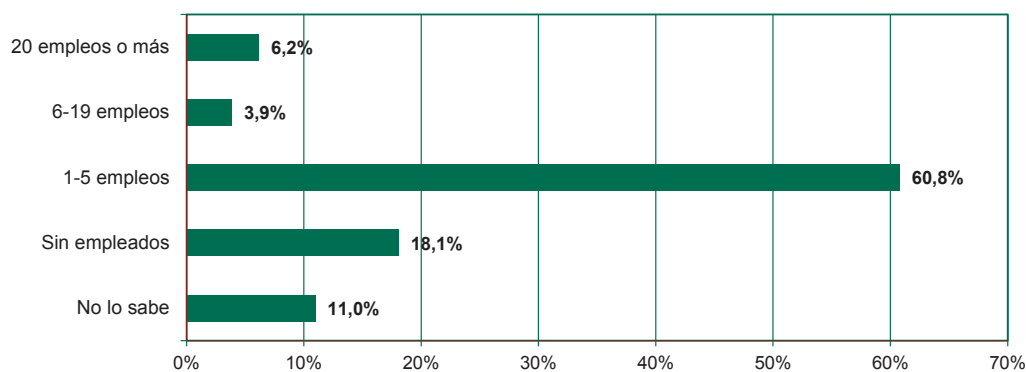
Figura IV-3.- Dimensión de empleo actual en iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses (C. Valenciana 2010, sin incluir a los socios emprendedores)



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).

Las respuestas recogidas sobre esta cuestión son muy similares a 2009, si bien, aunque los emprendedores estiman un cierto crecimiento de sus necesidades de recursos humanos a largo plazo, sobre todo en el intervalo de 1 -5 empleos, la incertidumbre que genera el entorno actual hace que estas expectativas sean muy conservadoras o inciertas, si la comparamos con años atrás. De hecho, un 11% de los encuestados no se pronuncia sobre su previsión de recursos humanos a 5 años vista.

Figura IV-4.- Expectativas de necesidades de recursos humanos en iniciativas con menos de 42 meses, horizonte temporal de 5 años (C. Valenciana, 2010)



IV.4 Visión del emprendedor sobre su iniciativa

La caracterización de las iniciativas ofrecida en los apartados anteriores, se complementa con una serie de preguntas que la encuesta GEM realiza a sus propietarios (tabla IV-2). Estas cuestiones sondan acerca de la percepción del grado de novedad que puede suponer el producto/servicio para los potenciales clientes; la singularidad relativa del producto/servicio, en base a la estimación de la cantidad de competidores que pueden ofrecer algo similar; y 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, 2010)

Tipo de iniciativa	% sobre el total de iniciativas con menos de 42 meses de operatividad
Completamente novedosa y desconocida	6,8%
Algo novedosa	18,2%
Nada novedosa	75,0%
Total	100%

De acuerdo a los datos aportados por los emprendedores, 3 de cada 4 consideran su iniciativa nada novedosa, de acuerdo al grado de diferenciación que su producto o servicio puede suponer para su clientela potencial. En el otro extremo, sólo 1 de cada 4 percibe su negocio como novedoso. Esta respuesta supone un progresivo descenso interanual del grado de novedad de las iniciativas con menos de 42 meses en el mercado. De hecho, este porcentaje pasó de un 43,3% en 2008, a un 59% en 2009, para situarse en el 75% en 2010. Esta progresión sugiere un incremento de negocios “de corte tradicional” como recurso o salida frente al deterioro de la situación económica.

Tabla IV-3. Percepción del emprendedor sobre el nº de competidores que ofrecen el mismo producto / servicio a sus potenciales clientes (C. Valenciana, 2010)

Competencia directa	% sobre el total de iniciativas con menos de 42 meses de operatividad
Mucha competencia	57,2%
Alguna competencia	38,5%
Ninguna competencia	4,3%
Total	100%

Complementariamente, la tabla IV-3 recoge el grado de singularidad o diferenciación, en este caso tomando como referencia a los competidores directos. La respuesta obtenida puede interpretarse en el mismo sentido que la anterior. Así, únicamente un 4,3% de los encuestados manifiestan que su producto o servicio es totalmente diferente del de los competidores (13,4% en 2009), mientras que el porcentaje de los que reconocen ofrecer un producto indiferenciado se mantiene en torno al 57%.

Tabla IV-4. Percepción del emprendedor acerca de la proporción de sus clientes potenciales que viven fuera de España (C. Valenciana, 2010)

Potencial de exportación	% sobre el total de iniciativas con menos de 42 meses de operatividad
Sin expectativa	76,8%
1% - 25% de los clientes potenciales	16,8%
25% - 75% de los clientes potenciales	2,4%
75% - 100% de los clientes potenciales	4,0%
Total	100%

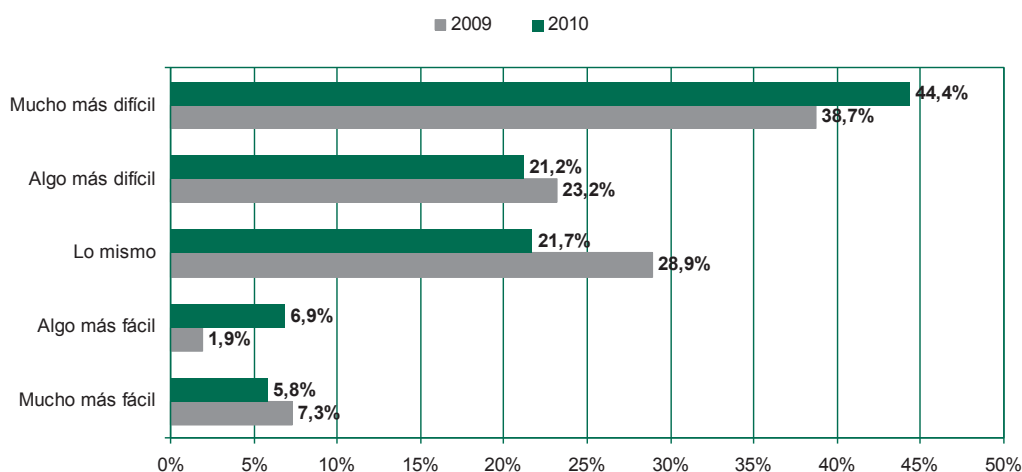
Respecto a la potencialidad exportadora o estimación de posibles clientes en otros países, más de tres cuartas partes de los emprendedores indican no tener expectativas de ventas al exterior (76,8%), manteniéndose el enfoque al mercado doméstico en niveles de 2009.

IV.5 Percepciones del emprendedor naciente ante la crisis

El consorcio GEM incluye desde 2009, algunas preguntas a los emprendedores, al objeto de captar información de primera mano sobre sus valoraciones en relación a la situación presente respecto a la de un año antes, en aspectos como la dificultad percibida para la puesta en marcha de negocios similares al suyo, expectativas de crecimiento, e impacto percibido de la crisis en la generación de oportunidades.

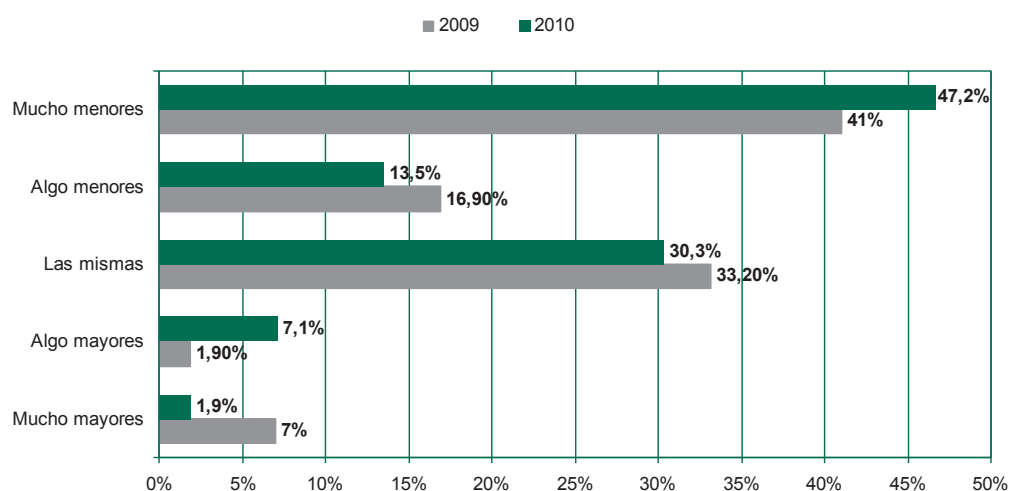
Respecto a la **dificultad percibida para la puesta en marcha de una empresa**, dos terceras partes (65,5%) de los emprendedores nacientes piensan que la dificultad para la creación de un negocio de las características del suyo, reviste mayor complejidad en 2010 que en 2009, mientras que sólo un 12,7% opina que es algo o mucho más sencillo. En este sentido, la distribución de las respuestas replica prácticamente la obtenida en 2009, de modo que se sigue percibiendo la dificultad propia del entorno.

Figura IV-5.- Percepción de los emprendedores nacientes sobre la dificultad de creación de empresas en comparación con el año anterior (C. Valenciana 2010)



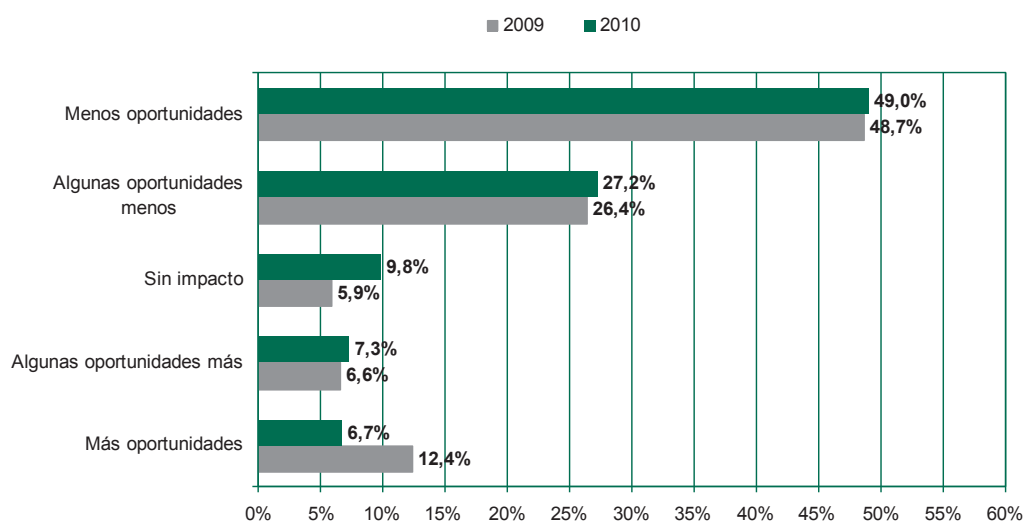
Del mismo modo, las expectativas de crecimiento de los emprendedores inmersos en negocios nacientes, se reducen respecto a las que podían tener un año antes. De hecho, un 60,7% de los encuestados opina que sus expectativas son menores respecto a las que barajaban en 2009, mientras que sólo un 9% ha mejorado de algún modo esta esperanza de expansión futura.

Figura IV-6.- Percepción de emprendedores nacientes sobre expectativas de crecimiento comparadas con las que tenían un año antes (C. Valenciana 2010)



Finalmente, en relación al **impacto de la crisis sobre la generación de oportunidades** de negocio, 3 de cada 4 emprendedores nacientes (76,2%) muestran cierto pesimismo al considerar que aquella está reduciendo las posibilidades. Un 14% opina sin embargo que los desequilibrios que ocasiona la coyuntura económica puede estar abriendo el camino de nuevas oportunidades. Con respecto a las respuestas obtenidas en 2009, parece que la percepción de la existencia de buenas oportunidades disminuye, mientras que se mantiene el porcentaje de aquellos que consideran que hay menos oportunidades que el año anterior.

Figura IV-7.- Percepción de los emprendedores nacientes sobre el impacto de la crisis en la generación de oportunidades de negocio (C. Valenciana 2010)



V. Financiación de la actividad emprenedora



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2010

V. FINANCIACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

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

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

Este apartado aproxima la envergadura de las iniciativas de negocio que se estaban poniendo en marcha en 2010 en la Comunidad Valenciana, a través de la inversión requerida para su desarrollo. Para ello, se recogen los datos correspondientes a las necesidades financieras estimadas por los emprendedores nacientes (menos de 3 meses de operatividad) para la puesta en marcha de sus iniciativas, así como el modo de hacer frente a las mismas, en relación a la relación de recursos propios y ajenos.

La tabla V-1 muestra los datos correspondientes a la estimación de la inversión total requerida. Estos datos han de ser interpretados con prudencia, toda vez que la no-respuesta recogida en 2010 ha sido considerable, y la dispersión de las respuestas amplia. Hecha esta salvedad, el dato estrictamente estadístico, que recoge la respuesta más frecuente, es 25.000 € de necesidades financieras, inferior al de años anteriores. Hay que decir, en todo caso, que en 2009 ya se captó una tendencia a la concentración progresiva de respuestas en cifras bajas, y 2010 continúa en esa dirección.

Tabla V-1. Necesidades financieras estimadas por emprendedores nacientes (C. Valenciana, 2010)

<i>¿En total, cuánto dinero será necesario para iniciar este nuevo negocio?</i>			
	2010	2009	2008
Media	75.229,45 €	120.052,24 €	65.784,37 €
Media recortada al 5% *	55.754,94 €	26.942,57 €	49.237,35 €
Mediana (valor central)	25.000,00 €	23.518,01 €	39.353,53 €
Valor más frecuente (moda)	25.000 €	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)

Esta situación puede ser mejor entendida si ordenamos las necesidades financieras registradas en 2010 por cuartiles, y comparamos con las equivalentes ordenaciones de 2009 y 2008 (tabla V-2). Si nos centramos en los emprendedores con menores necesidades estimadas (cuartil inferior), se aprecia cómo entre 2008 y 2009, la respuesta para el 25% de los emprendedores con menores requerimientos pasa de unas necesidades de “hasta 24.000 €” a la mitad, y que entre 2010 y 2009 vuelve a reducirse nuevamente, para acabar en unos requerimientos de “hasta 6.000 €”.

Tabla V-2. Necesidades inicial requerido por el emprendedor naciente por cuartiles de emprendedores (C. Valenciana, 2008-2010)

<i>¿En total, cuánto dinero será necesario para iniciar este nuevo negocio?</i>			
Emprendedores ordenados por la cuantía contestada	2010	2009	2008
Del 1% al 25% de emprendedores	Hasta 6.000 €	Hasta 12.000 €	Hasta 24.000 €
Del 26% al 50% de emprendedores	6.000 - 25.000 €	12.000 - 24.000 €	24.000 - 45.000 €
Del 51% al 75% de emprendedores	25.000 - 97.800 €	24.000 - 30.000 €	45.000 - 61.500 €
Del 76% al 100% de emprendedores	Más de 97.800 €	Más de 30.0000 €	Más de 61.5000 €

De este modo, una primera conclusión es que los requerimientos de capital de las iniciativas más modestas se han reducido sensiblemente en los tres años de informes con crisis económica. Esto es, las iniciativas emprendedoras de menor envergadura, en cuanto a sus estimaciones de capital de puesta en marcha, arrancan con menor capital de lo que lo hacían en 2009 y 2008.

Por lo que respecta al segundo cuartil (hasta el 50% de emprendedores), los intervalos estimados de necesidades financieras se redujeron a la mitad entre 2008 y 2009, manteniéndose en 2010 en valores similares a 2009. Estos requerimientos de capital se cubren de diversos modos. La tabla V-3 recoge esta información, comparándola con años anteriores. Así, en 2010 más de la mitad de los emprendedores que han respondido a esta cuestión tienen previsto aportar la totalidad del capital necesario, al igual que ocurría en 2009. Esto indica, complementariamente, un reducido uso de fuentes ajenas de financiación, consecuencia tanto de necesidades financieras más modestas, como de mayores dificultades para obtener financiación ajena.

Tabla V-3. Cobertura (capital propio / ajeno) estimada de las necesidades financieras previstas por emprendedores nacientes (C. Valenciana, 2010)

	2010	2009	2008
% de emprendedores que esperan aportar el total del capital	55,7%	52,7%	34,8%
Entre los que aportarán sólo parte del capital, la respuesta más frecuente es aportar un...	50%	25%	50%
Entre los que aportarán sólo una parte, la respuesta más frecuente es un capital total requerido de...	30.000 €	30.000 €	30.000 €

En suma, los datos correspondientes a necesidades financieras indican que 2010 sigue la tónica de 2009. Esto es, las iniciativas tienden a ponerse en marcha con cantidades inferiores a las de años anteriores. En la misma línea, se mantiene por encima de la mitad el porcentaje de emprendedores que deciden hacer frente a sus requerimientos de capital inicial sin recurrir a fuentes ajenas de financiación, lo que puede deberse tanto a la menor envergadura de la cifra necesitada, como a las dificultades para su obtención.

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 2010, 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 3,2% (no se tienen en cuenta las aportaciones al capital a cambio de participación en la empresa), lo que se traduce en una estimación en torno a las 107.000 personas.

Respecto al importe de la aportación ésta es algo inferior, en media, a los 20.000 €, si bien, el caso más frecuente son 3.000 €, y se registran, en más de la mitad de los casos (50,5%), cifras por debajo de los 6.000 €.

La comparativa con los datos estimados en 2009, indica que el porcentaje de población que afirma haber actuado como financiador informal se ha incrementado al doble, y el importe de su aportación se ha reducido en media.

Tabla V-4. Financiación informal (C. Valenciana, 2010)

% de individuos sobre la población adulta	3,2%
Estimación sobre la población	107.375
Inversión media realizada	19.584 €
Caso más frecuente (moda)	3.000 €

Las características que aproximan el perfil del financiador informal se sintetizan en la tabla V-5.

Tabla V-5. Perfil de la financiación informal (C. Valenciana, 2010)

• La edad media se sitúa en torno a los 45 años.
• El 28,7% son mujeres.
• El 35,1% han cursado estudios universitarios.
• El 63,8% está en activo (el 32,2% trabaja por cuenta ajena, y el 30,6% lo hace por cuenta propia).
• El 32,4% 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 52,5% de los casos, y vínculos de amistad o conocimiento en un 22,2%.
• Un 72,7% cree que no existen buenas oportunidades para poner en marcha negocios a corto plazo (6 meses vista).
• Un 76,9% considera poseer suficientes habilidades y capacidades para desarrollar iniciativas de negocio.
• Un 45,5% 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 19,0% declara tener la intención de desarrollar personalmente, alguna iniciativa emprendedora en un futuro cercano (3 años vista) y el 12,5% está involucrado en el desarrollo de alguna iniciativa empresarial.
• El 23,9% 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 2010

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

Los comportamientos que desarrollan los individuos se ven influenciados, con carácter general, por sus percepciones o juicios subjetivos acerca de la realidad. En particular, ciertas percepciones afectan al comportamiento emprendedor, y a la decisión de poner en marcha iniciativas de negocio. Este capítulo se centra en el estudio de dichos aspectos, en la totalidad de la población adulta de la Comunidad Valenciana.

En concreto, son analizadas la percepción de existencia de buenas oportunidades para emprender a corto plazo, el juicio acerca de la posesión de capacidades para ello, la percepción del miedo a fracasar como posible barrera emprendedora, y otros elementos relativos a las normas socio-culturales con influencia sobre los comportamientos individuales.

VI.1 Percepción de oportunidades para la creación de empresas

La puesta en marcha de cualquier iniciativa de negocio supone la explotación de una oportunidad, previamente detectada por el emprendedor o equipo de emprendedores. El estado del entorno contribuye a configurar los condicionantes en los que surgen las fuentes de oportunidades y, en este sentido, la encuesta GEM a la población adulta sondea a los entrevistados, en relación a su opinión acerca de la existencia de buenas oportunidades para emprender a corto plazo.

La tabla VI-1 recoge, para la Comunidad Valenciana, los datos de percepción de existencia de oportunidades en el entorno a seis meses vista. Así, en 2010 únicamente un 15,8% de la

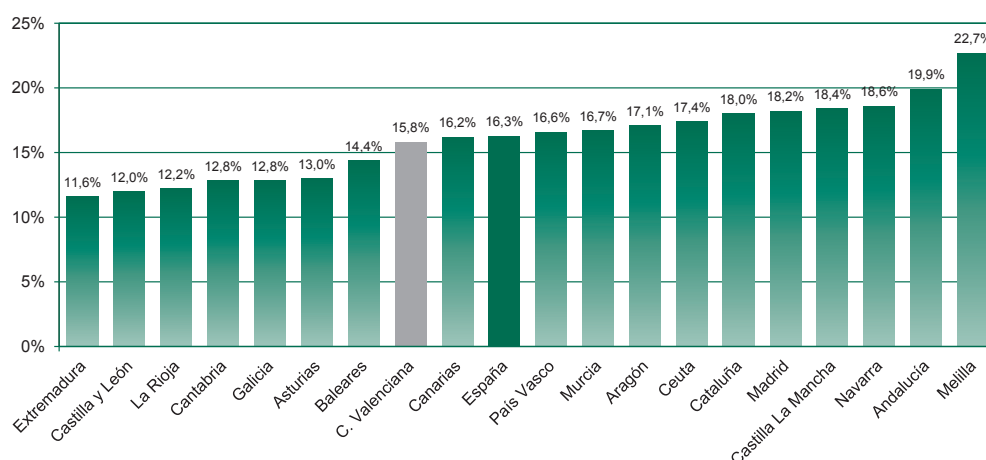
población adulta opina positivamente acerca de esta cuestión. En este sentido, el retrato de situación es continuista respecto a 2009, sin que se detecten diferencias significativas. La evolución temporal recogida en la tabla muestra cómo, tras un período de 2004 a 2007, en el que el porcentaje de población que respondía afirmativamente se mantuvo en torno al 25-30%, en 2008 se registró una disminución de este dato, acentuada significativamente en 2009 y mantenida con ligera mejoría en 2010.

Tabla VI-1. Evolución de la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

¿Hay buenas oportunidades para emprender un negocio en los próximos 6 meses? (% sobre población adulta)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Sí existen	26,5%	30,7%	26,4%	31,6%	20,8%	13,9%	15,8%
No existen	46,5%	42,3%	42,9%	41,9%	57,0%	75,9%	74,7%
No sabe / no contesta	27,0%	27,0%	30,7%	26,5%	22,2%	10,2%	9,5%

El contexto nacional (figura VI-1) también presenta una situación muy similar a la registrada en 2009, tras el descenso significativo recogido entre dicho año y 2008. La Comunidad Valenciana se sitúa en posiciones intermedias.

Figura VI-1.- Percepción de la existencia de oportunidades empresariales en la población (Contexto nacional GEM 2010)



Con carácter complementario a los datos recogidos de la encuesta a la población adulta, un panel de expertos⁷ regionales configurado al efecto, ofrece una visión cualitativa acerca de la existencia de oportunidades para la creación de nuevas empresas en la Comunidad Valenciana (tabla VI-2).⁸

Tabla VI-2. Valoración de aspectos relacionados con la percepción de la existencia de oportunidades empresariales en la C. Valenciana (2004-2010)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
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	3,47
En la Comunidad Valenciana existen más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas	3,11	3,06	3,11	3,33	3,34	3,19	3,44
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	2,88
En la Comunidad Valenciana es fácil dedicarse a explotar oportunidades empresariales.	2,86	2,44	2,83	2,67	2,51	2,14	2,22
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	2,47

VI.2 Factores de influencia en la motivación para emprender

Entre los elementos con influencia en la decisión emprendedora, se encuentran aspectos relacionados con la actitud, que pueden motivar en positivo o negativo hacia la actividad de creación de empresas, a través de la percepción relativa del balance riesgo/recompensa, así como mediante cierto mimetismo provocado por la presencia de emprendedores entre los propios conocidos, o las normas sociales asumidas por el entorno cercano.

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

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).

Los datos registrados por la encuesta a la población sobre estas cuestiones (tabla VI-3), muestran los porcentajes de respuesta desde 2004, detectándose una cierta mejoría, de manera global, con respecto a 2009.

En particular, llama la atención el dato del miedo al fracaso, por cuanto un 53,9% de la población no considera que este factor les pueda disuadir de crear su negocio, llegado el caso. Este porcentaje es significativamente mayor que en años anteriores, posiblemente porque el deterioro de la situación económico-laboral media y la ausencia de alternativas por cuenta ajena, reduzcan el coste de oportunidad de la generación de empleo por cuenta propia.

Por otro lado, la visión de la actividad empresarial como una opción profesional bien valorada socialmente, incrementa ligeramente su porcentaje (59,1%), por encima de los de 2008 y 2009, invirtiendo su progresivo decrecimiento de los últimos años. Además la percepción de reconocimiento social, para aquéllos que triunfan en los negocios, incrementa significativamente su respuesta positiva (59,1%).

Por último, la presencia de emprendedores en el círculo cercano se mantiene, en 2010, sin cambios significativos, tras el brusco descenso recogido en 2009. Así, el porcentaje de individuos que afirma conocer a alguien que haya puesto en marcha una iniciativa empresarial en los dos últimos años es del 30,5%.

Tabla VI-3. Evolución de factores de influencia en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

% sobre población adulta	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	55,5%	49,1%	52,9%	50,6%	48,6%	46,3%	53,9%
La creación de empresa propia es una buena opción profesional	62,5%	64,8%	62,7%	62,4%	58,2%	56,2%	59,1%
El éxito empresarial proporciona un buen estatus social	58,3%	56,4%	52,8%	56,3%	52,7%	51,8%	59,1%
Presencia de emprendedores recientes en el círculo cercano	-	31,6%	33,2%	40,2%	40,0%	30,1%	30,5%

En relación con los factores descritos en este apartado, las figuras VI-2 a VI-5 recogen la posición relativa a 2010, de la Comunidad Valenciana, en el conjunto del territorio nacional, no apreciándose cambios importantes respecto a 2009.

Figura VI-2.- Población para la que el miedo al fracaso no sería un obstáculo para la creación de empresas (Contexto nacional GEM 2010)

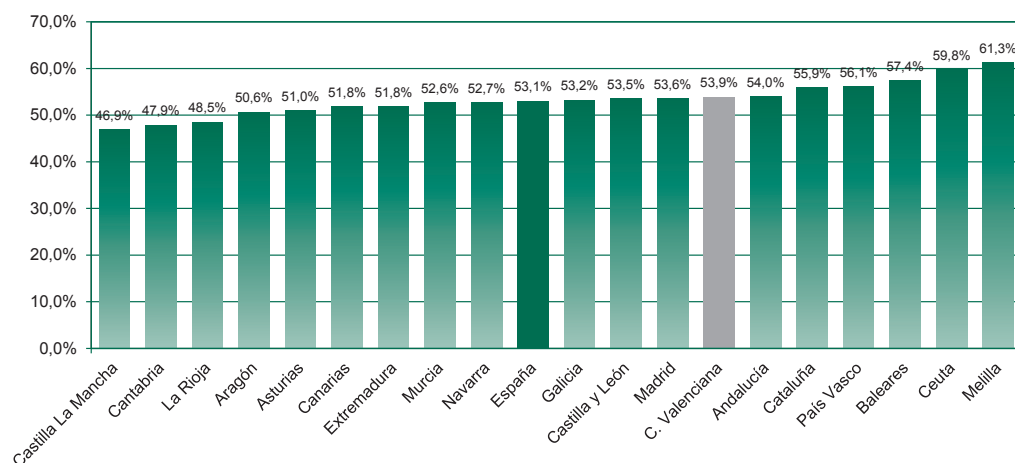


Figura VI-3.- Población que percibe que el éxito empresarial proporciona un buen estatus social (Contexto nacional GEM 2010)

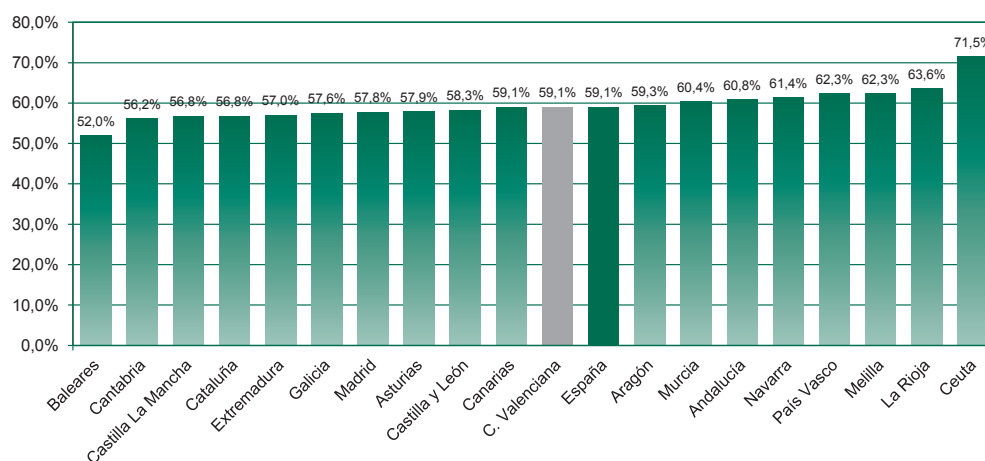


Figura VI-4.- Población que percibe la creación de empresas como una buena opción profesional (Contexto nacional GEM 2010)

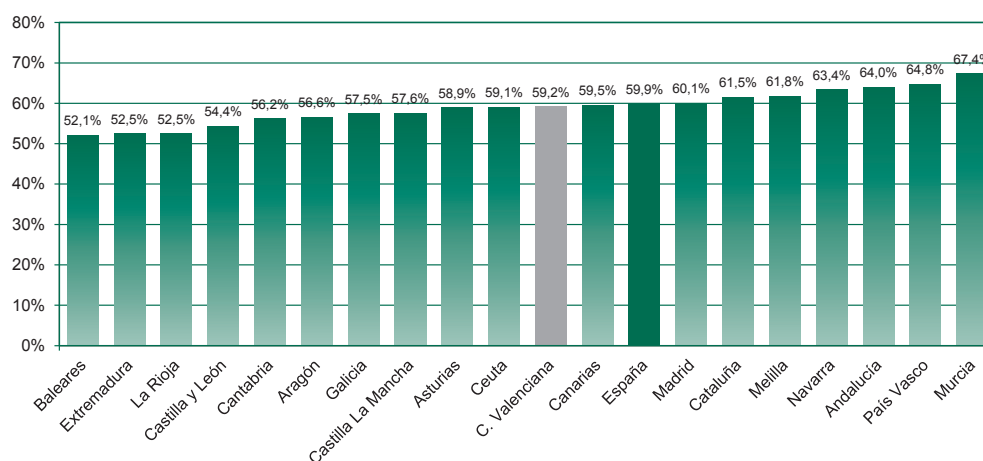
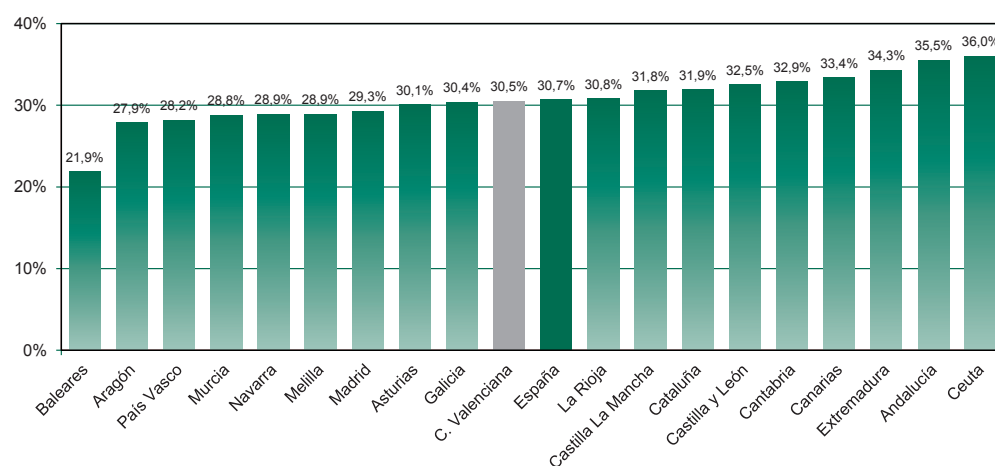


Figura VI-5.- Población con presencia de emprendedores recientes en su círculo cercano (Contexto nacional GEM 2010)



Adicionalmente, el grupo de expertos consultado en este Informe GEM 2010 ha evaluado diversos aspectos correspondientes a la motivación para emprender. La tabla VI-4 recoge la evolución de la respuesta obtenida desde 2004. Sigue destacando particularmente la valoración sobre el reconocimiento de la sociedad valenciana a los emprendedores, y la

cobertura de noticias acerca de emprendedores de éxito, mientras que se juzga como aspecto más necesitado de mejora, el relativo a la deseabilidad social de la opción emprendedora.

Tabla VI-4. Factores que influyen en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
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	2,64
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	3,63
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	2,83
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	3,33
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	3,11

VI.3 Percepción de capacidades para la creación de empresas

La percepción de capacidades para la creación de empresas, también denominada autoeficacia percibida, hace referencia al juicio propio acerca de la posesión de habilidades y conocimientos adecuados para desarrollar una iniciativa de negocio.

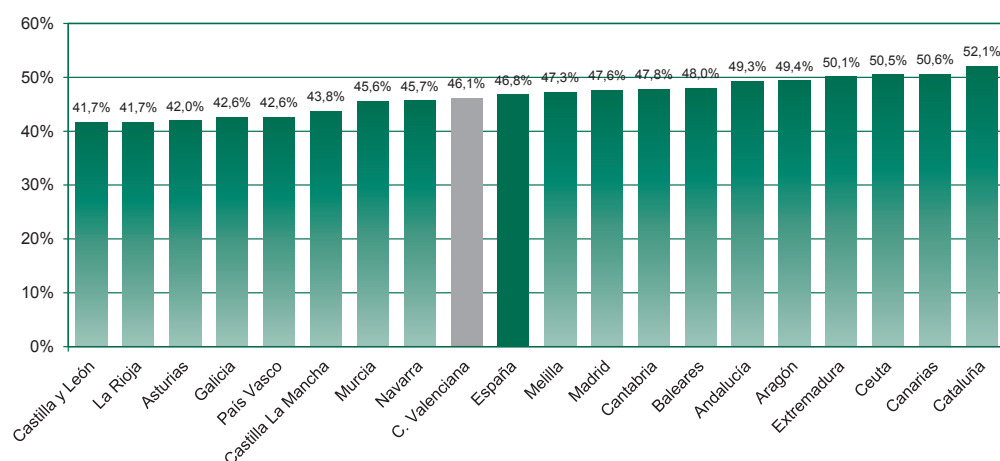
En el ámbito investigador es reconocido como un componente fundamental para el desarrollo de comportamientos emprendedores, dado que está vinculado al sentimiento de viabilidad de éste. Así, los individuos necesitan, no sólo detectar una oportunidad y contar con una actitud positiva hacia el emprendimiento, de modo que en el balance ventajas/inconvenientes pesen más las primeras, sino también sentir que cuentan con las capacidades necesarias, dado que en caso contrario, el desarrollo de un proyecto empresarial podría no llegar a nacer al percibirse como no factible.

Los datos de la encuesta a la población adulta 2010 (tabla VI-5) indican que, en la Comunidad Valenciana, cerca de la mitad de los individuos (46%) sienten que cuentan con el bagaje de capacidades necesario para la puesta en marcha de proyectos de negocio. El dato es levemente inferior al de 2009, pero las diferencias no son significativas. En cualquier caso, se mantiene dentro del intervalo de oscilación interanual de este ítem desde que se está elaborando el informe, y muestra un buen comportamiento ante el actual entorno. En relación al contexto nacional (figura VI-6), la Comunidad Valenciana se sitúa en nivel intermedio respecto al resto de regiones participantes en GEM.

Tabla VI-5. Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

% sobre población adulta	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Percepción de capacidades (habilidades/conocimientos)	44,5%	47,9%	47,2%	50,2%	49,5%	48,6%	46,1%

Figura VI-6.- Percepción de capacidades en la población para la creación de empresas (Contexto nacional GEM 2010)



La valoración de los expertos acerca de diversos aspectos relacionados con la disposición de habilidades y conocimientos por parte de la población, desciende ligeramente, con respecto a años anteriores. Esta disminución guarda relación con la mayor dificultad existente para el inicio de actividades emprendedoras en un período de crisis como el actual, y con los efectos de la mayor incertidumbre y volatilidad de los elementos del entorno.

Tabla VI-6. Valoración de habilidades y conocimientos para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
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	2,22
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	2,08
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	2,36
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	1,97
En la Comunidad Valenciana la mayoría de la gente sabe cómo crear una nueva empresa o un negocio de rápido crecimiento	2,58	2,31	2,29	2,19	2,06	1,75	1,81

VII. Perspectiva de género en la actividad emprendedora



Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2010

VII. PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Este capítulo se centra en el análisis de la actividad emprendedora desde una perspectiva de género. La información tratada procede, tanto de la encuesta a la población adulta, como del grupo de expertos consultado para el presente informe.

En primer lugar, se recoge la tasa de actividad emprendedora para hombres y mujeres, su evolución comparada, y su contextualización en el entorno de regiones y países participantes en esta edición de GEM. Además, se analiza un importante aspecto para la decisión emprendedora como es el de las percepciones, pasando revista a la percepción de oportunidades para emprender, a los elementos influyentes en la actitud, como el miedo al fracaso o la valoración social percibida del emprendimiento, y a la percepción de que se cuenta con las habilidades y capacidades necesarias para iniciar una actividad empresarial. Por último, el capítulo ofrece el juicio del grupo de expertos acerca del entorno sociocultural de la “mujer emprendedora”, pronunciándose acerca del mayor o menor apoyo que éste puede estar prestando a la puesta en marcha de actividades empresariales de las mujeres en la Comunidad Valenciana.

VII.1 Participación en actividad emprendedora en función del género

La cuestión del género ha sido introducida en el capítulo III, correspondiente a las características de los emprendedores, observándose la distribución de la población implicada en actividades emprendedoras en base a esta característica. En concreto, el dato indica que en julio de 2010, la participación de la mujer de la Comunidad Valenciana

en actividades emprendedoras que todavía no habían superado los 42 meses de actividad, era del 30,5% sobre el conjunto total de emprendedores, lo que supone un descenso de 4 puntos porcentuales respecto a 2009, y de 14 sobre 2008.

Este dato hay que situarlo en el contexto de descenso de actividad captado en los últimos años. Así, la caída de la tasa de actividades emprendedoras registrada se reparte entre hombres y mujeres, sin embargo, ha afectado en mayor medida a estas últimas. En este sentido, la tabla VII-1 ofrece las respectivas tasas de actividad emprendedora por género registradas en 2010, y su evolución temporal comparada con el conjunto de España. Los datos muestran que el grado de implicación de las mujeres en la región, ha descendido un 34% entre 2009 y 2010, para situarse en 2,3 de cada 100 mujeres de la población adulta, mientras que el correspondiente a hombres lo ha hecho aproximadamente un 17%, para situarse en 5,2 de cada 100 hombres. En relación al conjunto de España, el descenso en hombres ha sido similar, mientras que en el caso de las mujeres, ha sido más pronunciado en la Comunidad Valenciana.

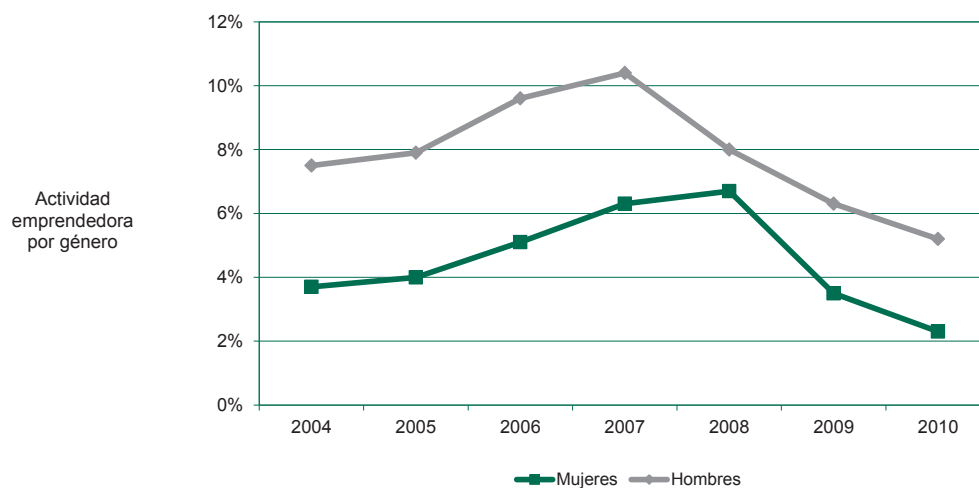
La figura VII-1 recoge la evolución comparada por género del grado de implicación emprendedora en la región desde 2004. Como se ve, en todo el período analizado se ha mantenido una cierta brecha entre la implicación emprendedora de hombres y mujeres, que parecía reducirse en 2008. Sin embargo si observamos el periodo 2007-2010, los porcentajes de caída de la tasa femenina están siendo algo más pronunciados que el de los hombres (un 63,5% en mujeres frente a un 50% en el caso de los hombres).

Tabla VII-1. Evolución de la actividad emprendedora registrada por género en la población de la Comunidad Valenciana y de España (2004-2010)

Actividad emprendedora (hasta 42 meses) % sobre población por género		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Comunidad Valenciana	Mujeres	3,7%	4,0%	5,1%	6,3%	6,7%	3,5%	2,3%
	Hombres	7,5%	7,9%	9,6%	10,4%	8,0%	6,3%	5,2%
España	Mujeres	2,9%	4,2%	5,7%	5,5%	6,0%	3,3%	3,2%
	Hombres	7,4%	7,2%	8,8%	9,8%	8,1%	6,3%	5,4%

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 actividad emprendedora por género en la C. Valenciana (% de emprendedores sobre el total de población por género, 2004-2010)



Por último, las figuras VII-2 y VII-3 proporcionan una visión comparativa ampliada, de la tasa de actividad emprendedora 2010 por género, en la Comunidad Valenciana, en el contexto regional español, y en el de países OCDE participantes en GEM.

Figura VII-2.- Actividad emprendedora de la mujer en contexto nacional GEM, 2010)

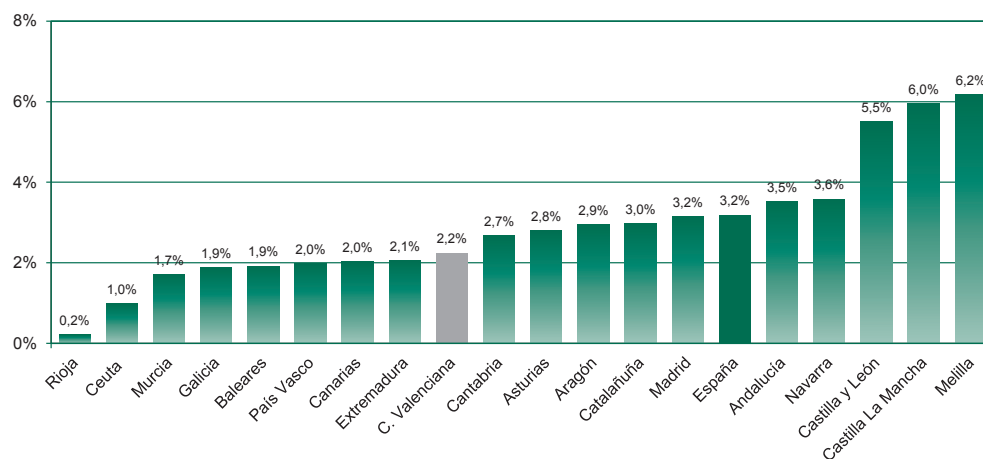
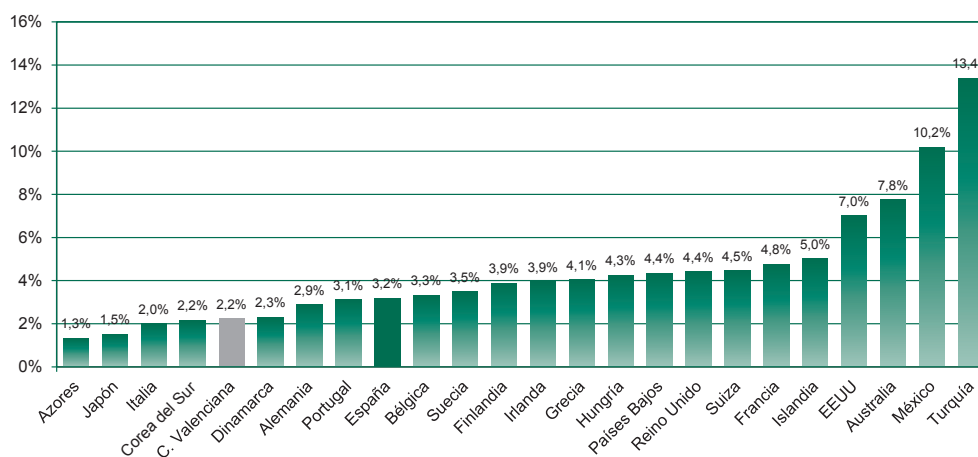


Figura VII-3.- Actividad emprendedora de la mujer - contexto de países OCDE (GEM 2010)



VII.2 Oportunidad, motivación y capacidad para emprender bajo una perspectiva de género

Este apartado analiza, en función del género, diversos aspectos de carácter perceptual, reconocidos en la investigación por su vinculados con la decisión emprendedora, y que han sido analizados con carácter general en el capítulo VI.

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 2010)

Existencia de buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista (% sobre población adulta por género)	Hombre	Mujer
Sí existen	17,7%	13,9%
Factores de influencia en la motivación para emprender (% sobre población adulta por género)	Hombre	Mujer
La creación de empresa propia es una buena opción profesional	62,0%	56,3%
El éxito empresarial proporciona un buen estatus social	62,1%	56,1%
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	56,5%	51,47%
Presencia de emprendedores recientes en el círculo cercano	32,6%	28,5%
Percepción de capacidades para la creación de empresas (% sobre población adulta por género)	Hombre	Mujer
Percepción de capacidades (habilidades y conocimientos)	51,6%	40,5%

Tabla VII-3. Evolución de oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género (Comunidad Valenciana 2005-2010)

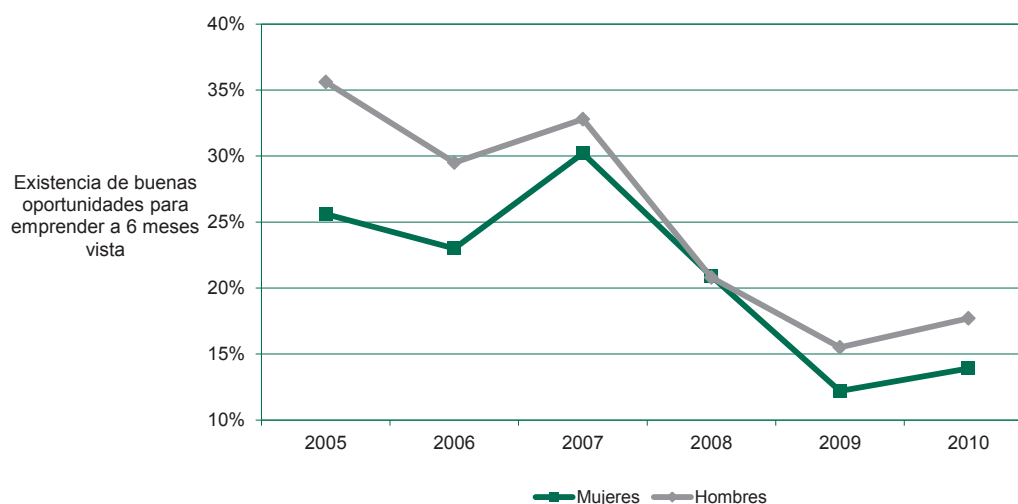
	Mujeres					
Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Existencia de buenas oportunidades para emprender a 6 meses vista (% sobre población adulta por género)</i>						
Sí existen	25,6%	23,0%	30,2%	20,9%	12,2%	13,9%
<i>Factores de influencia en motivación para emprender (% sobre población adulta por género)</i>						
La creación de empresa propia es una buena opción profesional	64,1%	63,4%	62,0%	56,5%	57,1%	56,3%
El éxito empresarial proporciona un buen estatus social	56,4%	51,5%	56,2%	53,6%	49,6%	56,1%
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	43,5%	48,0%	48,2%	49,5%	43,7	51,4%
<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%	40,5%

Hombres						
Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<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%	17,7%
<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%	62,0%
El éxito empresarial proporciona un buen estatus social	56,4%	54,2%	56,5%	52,0%	53,9%	62,1%
El miedo al fracaso no sería un obstáculo para emprender	54,4%	57,7%	52,9%	47,8%	48,8%	56,5%
<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%	51,6%

Oportunidades para emprender en el entorno

La lectura del entorno en términos de oportunidades ofrece, en 2010, una ligera recuperación respecto al dato de 2009, común tanto a hombres como a mujeres, pero los datos siguen todavía muy lejos de los registrados hasta 2007 (tablas VII-2 y VII-3). En cualquier caso, el porcentaje de hombres que consideran que existen buenas oportunidades en el entorno sigue siendo algo más elevado que el de mujeres.

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)



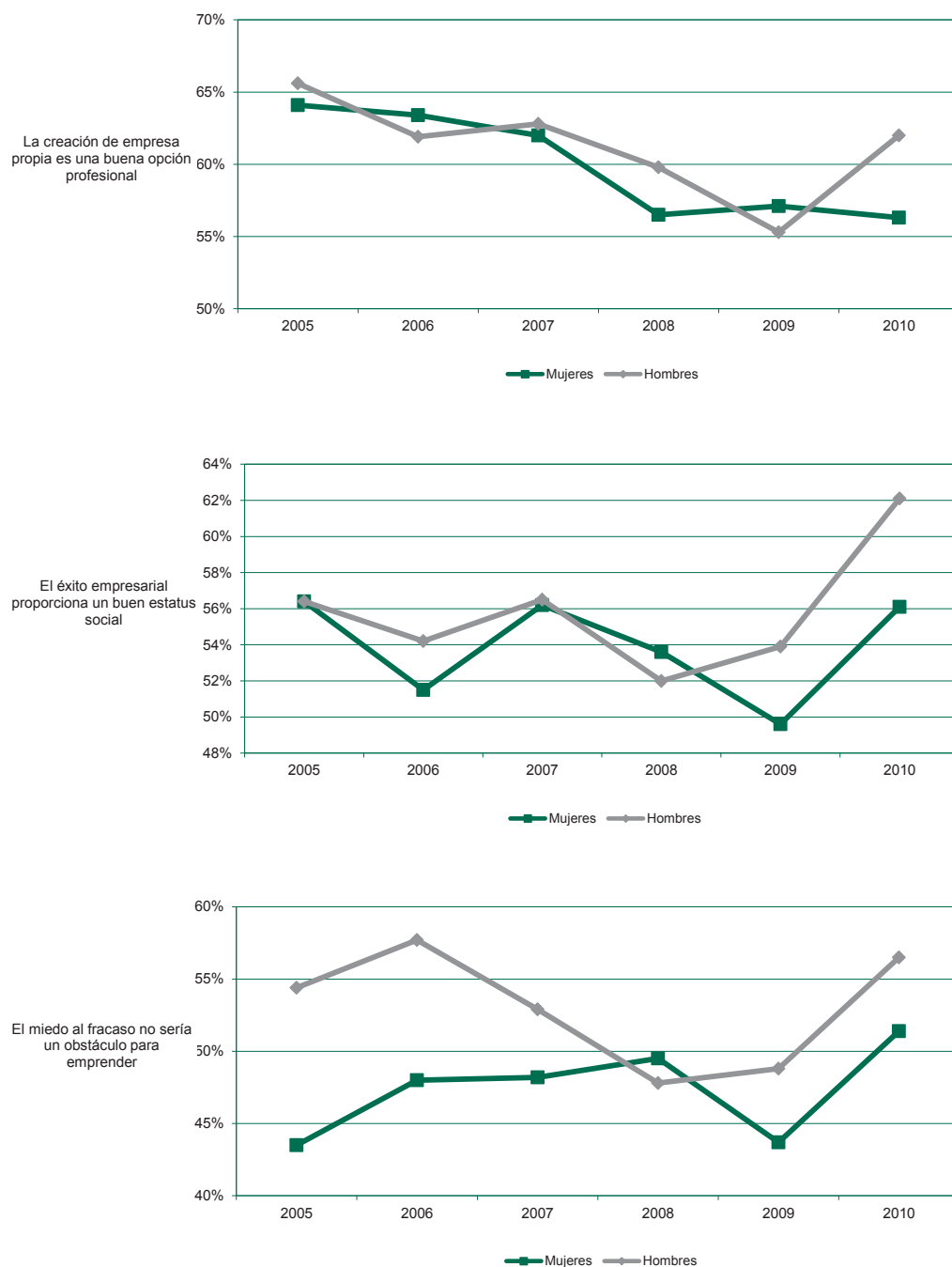
Elementos con influencia en la motivación

Los factores con influencia en la motivación emprendedora analizados, se muestran favorables en todos los casos al colectivo masculino (tabla VII-2).

Así, en el caso de los hombres, el reconocimiento de las recompensas sociales que puede traer el éxito en los negocios y la disminución de barreras derivadas del miedo al fracaso, siguen aumentando por segundo año consecutivo, y la valoración del emprendimiento como buena opción profesional empieza a crecer de nuevo tras dos años consecutivos de caídas.

Mientras, en el caso de las mujeres, la percepción de recompensas sociales de la actividad emprendedora, así como la disminución del miedo al fracaso como barrera, registran incrementos en sus porcentajes; mientras que la valoración positiva de emprender, como opción profesional, se mantiene sin cambios significativos por segundo año consecutivo.

Figura VII-5. - Evolución de los factores de influencia en la motivación para emprender por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2010)

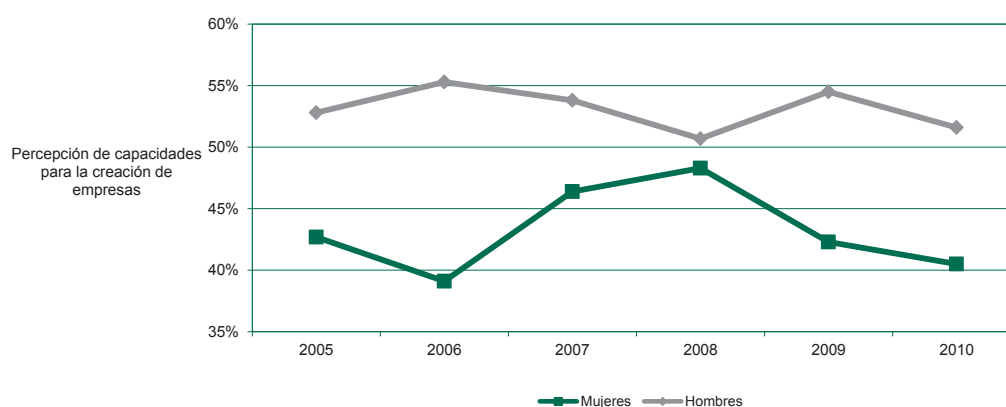


Capacidades para la creación de empresas

La percepción de que se dispone de habilidades y conocimientos adecuados para el desarrollo y puesta en marcha de una actividad empresarial es, de los elementos analizados en este capítulo, la que mayores diferencias por género presenta (tabla VII-2). De hecho, la diferencia es de 11 puntos, lo que es muy relevante, dada la importancia contrastada de este elemento para la decisión de la implicación emprendedora.

La evolución comparada de este ítem (figura VII-6) deja ver cómo, tras un progresivo acercamiento en los porcentajes por género, a partir de 2008 reaparecen las diferencias.

Figura VII-6.- Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2010)



VII.3 Entorno sociocultural de la mujer en relación a la actividad emprendedora

La valoración del entorno sociocultural se ha realizado a través de la participación de un grupo de expertos⁹, los cuales valoran su acuerdo en relación con una batería de afirmaciones, ofreciendo una visión complementaria a la procedente de la población.

⁹ La composición del panel de expertos y la metodología de trabajo asociada se detalla en el Capítulo 8. Valoración de condiciones de entorno.

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	2010
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	4,29
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	3,17
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	3,53
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	3,11
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	2,44

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.

VIII. Valoración de condiciones de entorno



**Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2010

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 actividades.

El consorcio GEM identifica nueve condiciones de entorno principales que conforman el marco de la actividad emprendedora (tabla VIII-1), y que 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 relación al contexto en el que se desarrollan las actividades emprendedoras.

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, 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 2010 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-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.

Tabla VIII-2. Ámbito de influencia de los expertos participantes en el estudio (C. Valenciana, 2010)

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 provenientes del ámbito de:	24 (66,6%)
Cámaras de comercio y asociaciones empresariales	4
Entidades regionales de apoyo	4
Entidades locales de apoyo	4
Innovación y desarrollo empresarial	4
Financiación	4
Educación y formación	4
TOTAL	36

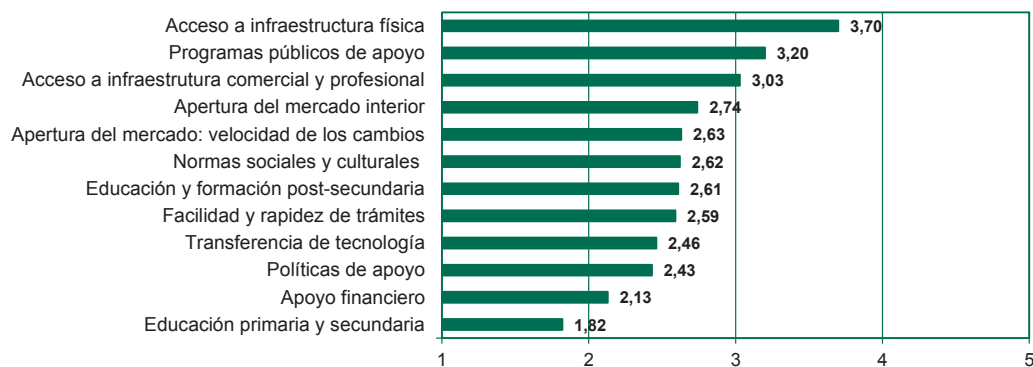
A continuación se recoge en primer lugar, una panorámica global de la valoración de las condiciones de entorno, seguida de una perspectiva comparativa a través de la visión de la situación de la Comunidad Valenciana en relación al conjunto del territorio nacional y del resto de regiones de España, y 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 ofrece una síntesis de la valoración 2010¹⁰ de las condiciones de entorno consideradas en la Comunidad Valenciana. Cada una de estas valoraciones representa el grado de acuerdo expresado por los expertos sobre una batería de cuestiones representativas de dichas condiciones, y que éstos evalúan según una escala Likert de 1 a 5. El detalle de estas cuestiones se puede consultar en el último apartado de este capítulo.

¹⁰ En concreto, los expertos realizan estas valoraciones entre los meses de mayo y junio.

Figura VIII-1.- Valoración media de condiciones de entorno (C. Valenciana 2010)

Adicionalmente, la tabla VIII-4 ofrece la evolución de las valoraciones de las condiciones de entorno emprendedor en la Comunidad Valenciana, desde que se está realizando el informe GEM para la misma.

En la escala utilizada (1 a 5), ninguna de las condiciones llega a alcanzar el valor 4. Esto es un resultado habitual en los informes GEM, dado que valores superiores supondría la consideración de que la condición de entorno es óptima y difícilmente mejorable.

En síntesis, la figura VIII-1 ofrece una perspectiva de situación adecuada en lo relativo a las condiciones de acceso a infraestructura física, programas públicos de apoyo e infraestructura comercial y profesional. En el otro extremo, destacan como aspectos más necesitados de mejora, los relativos a la orientación al emprendimiento de la educación primaria y secundaria, y los que representan apoyo financiero a las iniciativas emprendedoras. Entre estos extremos se sitúan las valoraciones del resto de condiciones.

Los aspectos relacionados con el acceso a **infraestructura física** (comunicaciones, servicios básicos de agua, electricidad, etc., carreteras,...) son los mejor valorados, como viene siendo habitual en los informes GEM llevados a cabo en territorios desarrollados, destacando sobre el resto.

Tabla VIII-4. Evaluación de las condiciones de entorno de la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

Aspectos valorados por expertos ¹¹ Valoraciones globales ¹² (mínimo = 1 , máximo = 5)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Acceso a infraestructura física	3,73	3,78	3,67	3,62	3,79	3,84	3,70
Programas públicos de apoyo	3,13	2,98	3,08	2,93	3,22	3,18	3,20
Acceso a infraestructura comercial y profesional	3,29	3,01	3,22	3,41	3,20	3,17	3,03
Normas sociales y culturales	3,25	2,91	3,09	2,63	2,91	2,97	2,62
Educación y formación post-secundaria	2,82	2,75	2,68	2,65	2,82	2,84	2,61
Mercado interno: velocidad de los cambios	2,47	2,50	2,14	2,26	2,69	2,75	2,63
Mercado interno: apertura	2,83	2,63	2,81	2,68	2,68	2,67	2,74
Políticas públicas: políticas de apoyo	2,73	2,89	2,79	2,78	2,80	2,57	2,43
Transferencia de tecnología	2,49	2,29	2,48	2,32	2,64	2,50	2,46
Políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	2,79	2,83	2,75	2,47	2,81	2,48	2,59
Apoyo financiero	2,15	2,41	2,43	2,39	2,37	2,33	2,13
Educación primaria y secundaria	2,01	1,70	1,89	1,72	1,82	1,75	1,82

Los **programas públicos de apoyo** se sitúan en segundo lugar, manteniendo una valoración media similar a la obtenida en ediciones anteriores. Incluso en el detalle de las cuestiones que representan esta condición, las respuestas de los expertos se han mantenido estables. Así, el papel jugado por parques científicos e incubadoras en el apoyo a la creación y desarrollo de empresas, y la profesionalidad de los técnicos de las entidades de apoyo, siguen siendo los elementos mejor considerados en este ámbito, recogiendo una elevada valoración. Además, se considera que existe una adecuada cantidad de programas orientados al emprendimiento y al crecimiento de empresas, si bien se sigue remarcando la necesidad de adecuarlos a las necesidades específicas de los demandantes de apoyo.

¹¹ 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.

¹² 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.

Tras ello se encuentra la valoración recibida por las condiciones de **acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales**, que también son percibidas globalmente por los expertos como adecuadas, si bien su valoración es ligeramente inferior a la de años anteriores (tabla VIII-4). En este sentido, los expertos interpretan que existe suficiente infraestructura comercial-profesional, si bien sitúan la dificultad principal en su coste. Particularmente destaca, por tercer año consecutivo, la caída de la valoración realizada sobre la facilidad de acceso a servicios bancarios y financieros.

Las **normas sociales y culturales**, en cuanto a su relación con valores vinculados al emprendimiento, también se encuentran en este segmento de valoraciones intermedias. Los expertos consultados consideran que estas normas no estimulan la asunción de riesgos empresariales, y además descienden su valoración en lo que atañe a aspectos como la autonomía e iniciativa personal, y el fomento de la creatividad y la innovación, de modo que todo ello supone un campo de actuación importante, ligado a la educación, particularmente desde edades tempranas.

Precisamente en cuanto a la educación, los **niveles educativos posteriores a la secundaria** son los que se encuentran relativamente mejor valorados. Sin embargo, esta valoración de los expertos desciende respecto a años anteriores.

Las **políticas de apoyo** a la creación de nuevas empresas que desarrollan las distintas administraciones públicas, se sitúan en el segmento medio-bajo del conjunto de condiciones valoradas. Al igual que ya se detectaba en 2009, 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,...).

El entorno tecnológico y las posibilidades de **transferencia de tecnología**, también obtienen una valoración media-baja, muy similar a la recogida en 2008. El aspecto más destacado por los expertos es la potencialidad de la ciencia y la tecnología para la creación de empresas competitivas. Sin embargo, la dificultad con que cuentan las empresas nuevas para poder costearse el acceso a las últimas tecnologías, sigue siendo reconocida como limitación fundamental. Otros dos aspectos a mejorar son la participación de científicos e investigadores en la explotación de sus resultados de investigación, a través de la creación de nuevas empresas, y relacionado con ello, la mejora de los canales de transferencia de tecnología desde las universidades y centros de investigación, a las empresas nuevas y en crecimiento.

Como en años anteriores, y al igual que en el caso promedio nacional, las dos condiciones que obtienen las valoraciones más bajas son las relativas a soporte financiero y a la educación en sus niveles correspondientes a primaria y secundaria, siendo estos elementos continuadamente calificados como deficitarios en relación a su aportación al emprendimiento, tanto en la Comunidad Valenciana como en el resto de España. En el caso del **apoyo financiero**, reduce su valoración respecto a años anteriores, reflejando de este modo la situación de crisis económico-financiera que se arrastra desde 2008. En detalle, la

opinión de los expertos apunta a una menor presencia de fuentes financieras para apoyar a empresas nuevas, y a una presencia que sigue siendo testimonial, de capital riesgo. En cuanto al estado de la **educación primaria y secundaria** en relación al emprendimiento, sigue siendo la única de las condiciones evaluadas que no llega a alcanzar siquiera la puntuación de 2. Así, la atención al fomento del espíritu emprendedor, a la mejora de conocimientos económico-empresariales y al estímulo de habilidades relacionadas, como la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa desde edades tempranas, son elementos que nuevamente son señalados como más necesarios de mejora.

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.

No obstante la salvedad indicada, la mera visión de los gráficos permite observar que la valoración de los expertos de la Comunidad Valenciana en cada una de las condiciones juzgadas, no revela diferencias extremas en relación a los paneles formados en el resto de regiones participantes en esta edición GEM, ni en el conjunto de España.

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

Figura VIII-2.- Valoración global apoyo financiero a la creación empresarial - contexto nacional (GEM 2010)

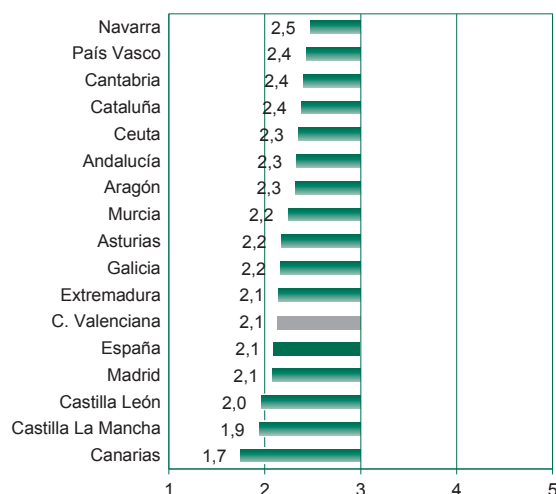
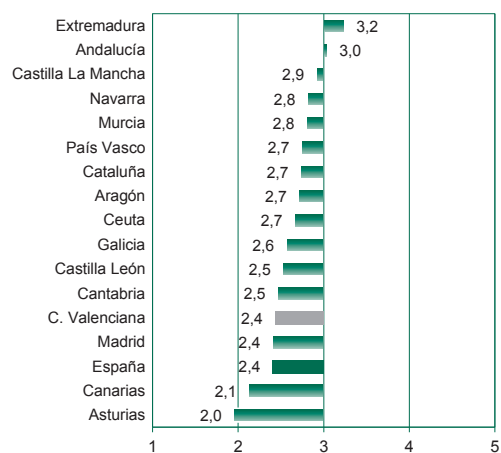


Figura VIII-3.- Valoración global de las políticas públicas - contexto nacional (GEM 2010)

Políticas de apoyo



Facilidad y rapidez de trámites

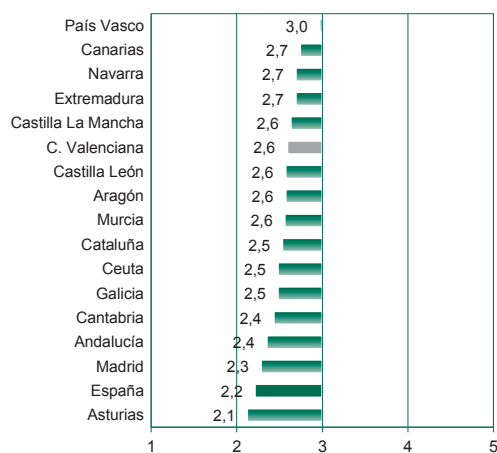


Figura VIII-4.- Valoración global de programas públicos - contexto nacional (GEM 2010)

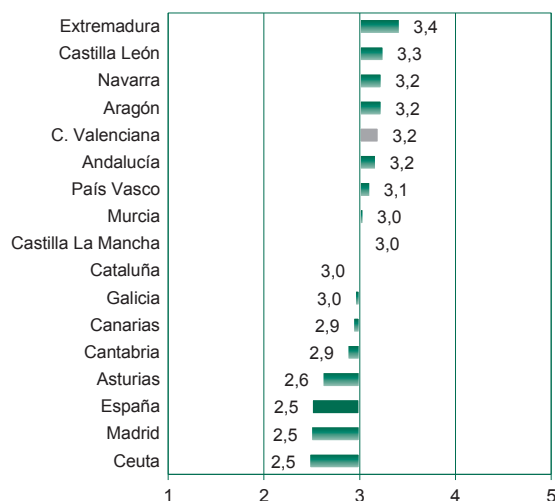
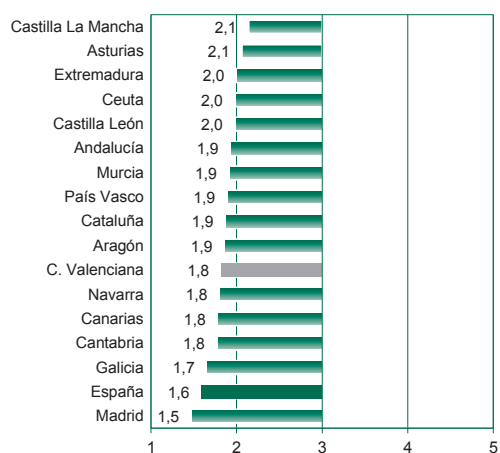


Figura VIII-5.- Valoración global de educación y formación - contexto nacional (GEM 2010)

Educación primaria y secundaria



Niveles post-secundaria

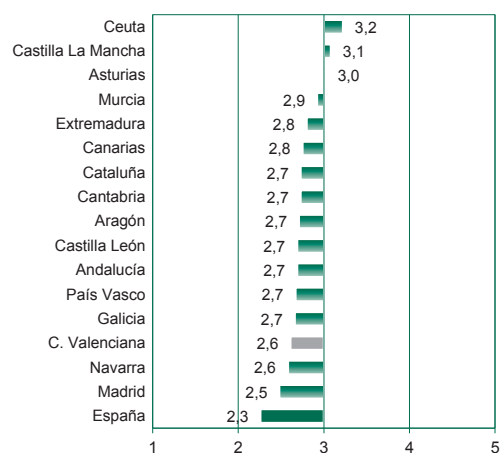


Figura VIII-6.- Valoración global de transferencia tecnológica en el contexto nacional (GEM 2010)

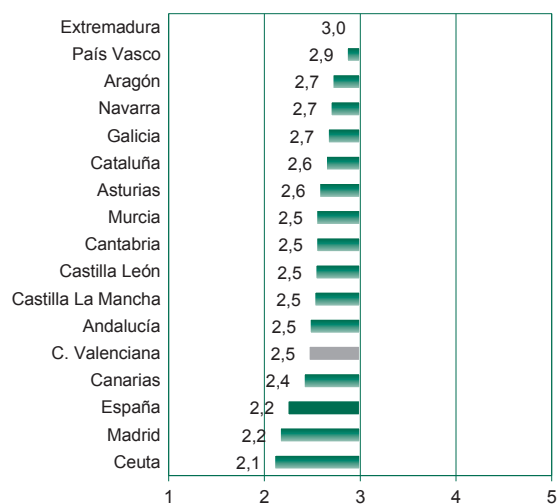


Figura VIII-7.- Valoración global del acceso a infraestructura comercial y profesional en el contexto nacional (GEM 2010)

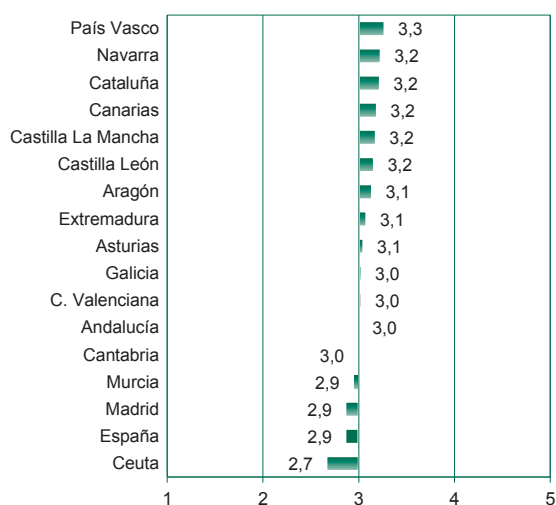


Figura VIII-8.- Valoración global del mercado interno en el contexto nacional (GEM 2010)

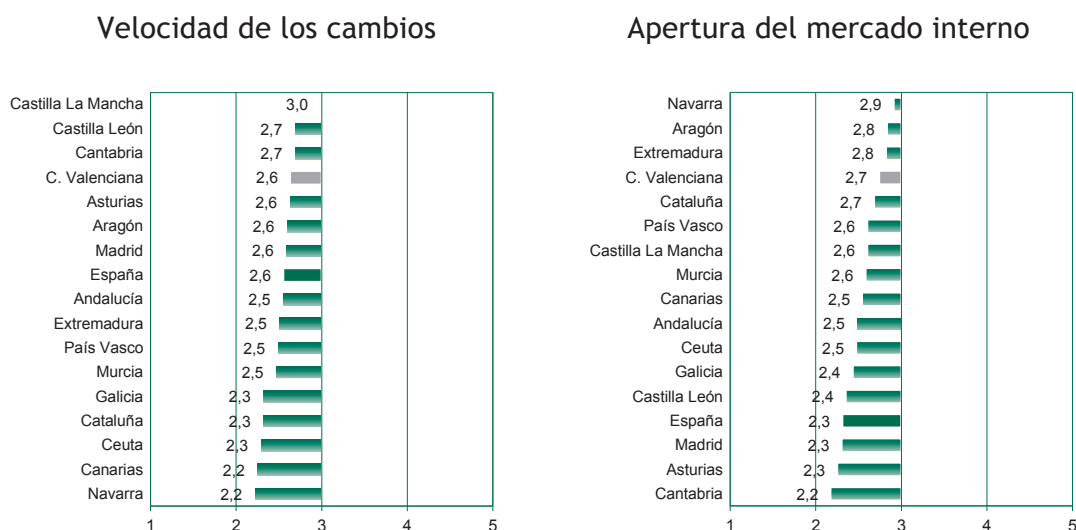


Figura VIII-9.- Valoración global del acceso a infraestructura física en el contexto nacional (GEM 2010)

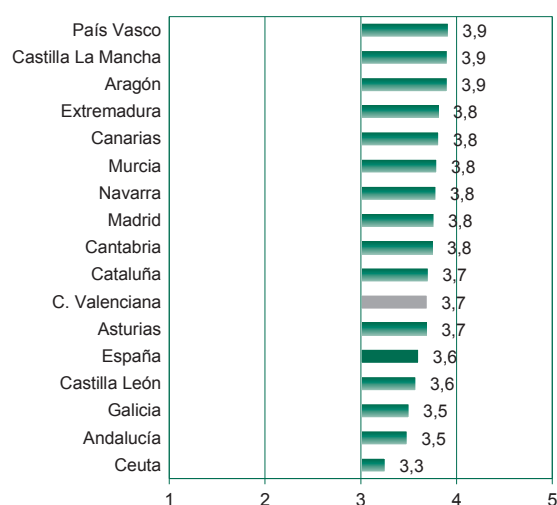
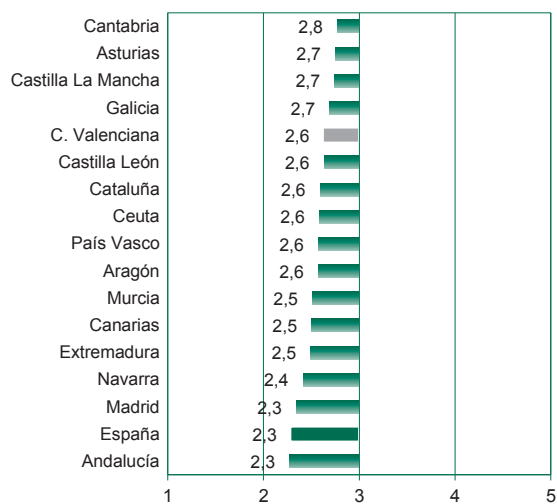


Figura VIII-10.- Valoración global de las normas sociales y culturales en el contexto nacional (GEM 2010)



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

Como se ha anticipado anteriormente, las valoraciones globales de las condiciones de entorno se obtienen a partir de una batería de cuestiones ligadas a cada una de las mismas. Este último apartado recoge el detalle de dichas cuestiones, ofreciendo la valoración que los expertos les han otorgado en la Comunidad Valenciana en 2010 y desde la primera edición del estudio GEM en la región ¹³.

Tabla VIII-5. Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Existen suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento	2,42	2,54	2,65	2,63	2,67	2,42	2,19
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	2,14
Existen suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento	2,53	2,66	2,65	2,56	2,81	2,72	2,42
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	2,31
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	2,35
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	1,77
Valoración global del apoyo financiero ¹⁴	2,15	2,41	2,43	2,39	2,37	2,33	2,13

¹³ 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.

¹⁴ Esta valoración global, y las sucesivas del resto de condiciones de entorno analizadas, se obtiene mediante un análisis de componentes principales que sintetiza las cuestiones valoradas.

Tabla VIII-6. Evaluación de las políticas públicas de apoyo a nuevas empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Las políticas públicas favorecen claramente a las empresas de nueva creación	2,22	2,54	2,39	2,31	2,22	2,14	2,06
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	2,44
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en las políticas de la administración autonómica	2,94	3,17	3,06	3,03	3,11	3,03	2,75
Llevar a cabo los trámites burocráticos y la obtención de licencias para el desarrollo de la actividad empresarial no representa una especial dificultad ¹⁵	--	--	2,79	2,39	2,46	2,39	2,56
Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana	2,59	2,29	2,29	1,97	2,19	1,94	2,22
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	2,72
Impuestos, tasas y otras regulaciones públicas sobre la creación de nuevas empresas, y el crecimiento de las establecidas, son aplicados de una manera predecible y coherente	2,97	3,21	3,38	2,79	3,28	2,77	2,81
Valoración global de políticas públicas: políticas de apoyo	2,73	2,89	2,79	2,78	2,80	2,57	2,43
Valoración global políticas públicas: facilidad y rapidez trámites	2,79	2,83	2,75	2,47	2,81	2,48	2,59

¹⁵ Este aspecto se incorpora nuevo en 2006 por lo que no fue valorado en las anteriores ediciones.

Tabla VIII-7. Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
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	3,03	3,03
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	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	3,58
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	2,92
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	2,89
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	3,71
Valoración global de los programas públicos de apoyo	3,13	2,98	3,08	2,93	3,22	3,18	3,20

Tabla VIII-8. Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
En la enseñanza primaria y secundaria se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	1,94	1,72	2,03	1,76	1,80	1,89	1,80
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	1,91
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	1,74
La formación en administración, dirección y gestión de empresas, proporciona una preparación adecuada y de calidad para la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas	3,03	2,43	2,90	2,72	3,21	3,14	2,94
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	2,56
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	2,33
Valoración global de educación y formación: primaria y secundaria	2,01	1,70	1,89	1,72	1,82	1,75	1,82
Valoración global educación y formación: post-secundaria	2,82	2,75	2,68	2,65	2,82	2,84	2,61

Tabla VIII-9. Evaluación de la transferencia tecnológica en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
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	2,35
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	2,68
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías	2,14	1,67	2,00	1,86	2,08	1,97	2,03
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	2,26
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	3,06
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	2,49
Valoración global de la transferencia tecnológica	2,49	2,29	2,48	2,32	2,64	2,50	2,46

Tabla VIII-10. Evaluación del acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
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	3,75
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	2,44
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	3,03
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	3,42
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	2,34
Valoración global de la infraestructura comercial y profesional	3,29	3,01	3,22	3,41	3,20	3,17	3,03

Tabla VIII-11. Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana (2004-2010)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
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	2,69
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	2,57
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados	2,61	2,32	2,68	2,60	2,60	2,58	2,39
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	2,56
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	2,92
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir	3,41	3,14	3,36	3,00	2,96	3,00	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	2,63
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	2,74

Tabla VIII-12. Evaluación del acceso a infraestructura físicas en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
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	3,65
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	3,65
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	3,76
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	3,50
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	4,00
Valoración global del acceso a infraestructura física	3,73	3,78	3,67	3,62	3,79	3,84	3,70

Tabla VIII-13. Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana (2004-2010)

Aspectos valorados por los expertos (1 = falso, 3 = neutro, 5 = cierto)	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
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	3,11
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	2,56
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial	2,97	2,58	2,89	2,31	2,63	2,44	2,31
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación	2,92	2,75	3,09	2,34	2,71	3,09	2,58
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	2,56
Valoración global de las normas sociales y culturales	3,25	2,91	3,09	2,63	2,91	2,97	2,62

IX. Reflexiones finales



**Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2010

IX. REFLEXIONES FINALES

Los datos recogidos en este informe GEM muestran la situación de los principales indicadores de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, actualizados a 2010, junto con su perspectiva temporal y territorial.

La situación relativa a 2010 supone la continuación del período de crisis que viene manifestándose desde 2008, y los datos obtenidos en GEM para la Comunidad Valenciana, con sus singularidades propias, no constituyen una excepción a la panorámica general de España y del contexto internacional analizado.

La crisis económico-financiera cuyos efectos se vienen captando desde 2008, afecta a las condiciones marco en que se desenvuelve la actividad económica en general, y la actividad empresarial y emprendedora en particular, lo cual acaba por repercutir en la estructura de oportunidades para emprender de los territorios, y en el potencial emprendedor de sus poblaciones, entendido éste como el conjunto de las capacidades y motivaciones de las personas para implicarse en nuevas actividad empresariales.

En conjunto, los datos 2010 son consistentes con la situación económica y las dificultades laborales y empresariales existentes. Así, el porcentaje de población implicada en actividades emprendedoras incipientes sigue a la baja, por tercer año consecutivo (el 3,7% de 2010 supone menos de la mitad de población emprendedora que en 2007). Además las iniciativas que se desarrollan tienen un menor tamaño, a juzgar tanto por sus necesidades financieras, menores que en años anteriores, como por sus requerimientos de recursos humanos actuales y a futuro, que siguen siendo muy contenidos, reforzándose el número de actividades sin más empleados que el propio emprendedor.

La financiación de estas actividades pasa en la mayoría de ocasiones (55,7%), por la aportación del 100% del capital necesario con fondos propios, ya que son iniciativas con necesidades reducidas. También, dadas las dificultades de acceder a préstamos y créditos bancarios, cobra importancia la denominada financiación informal, familia en mayor medida y también amigos y conocidos, que duplican en 2010 su porcentaje. En concreto, al 50% de los inversores informales les unen lazos familiares con el emprendedor, y además el 70% cree que la existencia de buenas oportunidades es escasa, por lo que en muchos casos la aportación económica se ve como una ayuda personal.

Desde una perspectiva temporal, en 2010 aparecen algunos datos esperanzadores que consideramos importante destacar. En concreto, la tasa de población implicada en actividades consolidadas se mantiene estable con respecto a 2009, después del importante descenso detectado entre 2008 y 2009, y además la actividad naciente, la que lleva menos de 3 meses en el mercado, frena su tendencia de descenso, de hecho, de los dos puntos porcentuales que desciende entre 2007 y 2010, sólo dos décimas corresponden a la evolución entre 2009 y 2010.

También el dato de potenciales emprendedores modifica su tendencia. Si esta tasa había caído prácticamente dos puntos y medio entre 2007 y 2009, ahora aumenta cuatro décimas. No sorprende que el 47,4% de los emprendedores potenciales estén en situación laboral inactiva, bien sea porque están desempleados, dedicados a labores del hogar, o porque están estudiando, ya que este porcentaje es un reflejo de las dificultades laborales actuales y de la búsqueda de alternativas a futuro.

Sin embargo un dato sobre el que conviene prestar atención, por parte de los agentes e instituciones que asesoran a emprendedores noveles, es el de la preparación de aquellos que están barajando desarrollar alguna iniciativa empresarial, ya que se detecta una disminución de su formación reglada y también de la específica para crear y gestionar una empresa, lo que podría implicar una cierta limitación de estos proyectos empresariales a futuro.

Si analizamos la situación de las tasas de emprendimiento por colectivos, los datos por género y por rangos de edad muestran que las mujeres y los jóvenes han perdido peso específico con respecto a años anteriores, posiblemente porque la coyuntura actual contribuya a acentuar las diferencias que tradicionalmente vienen detectándose en estos colectivos.

En particular, se ha reducido la presencia de mujeres entre los emprendedores con iniciativas ya en marcha. En cambio, se ha incrementado entre los potenciales, con intención de emprender a tres años vista, en parte consecuencia de una mayor necesidad de búsqueda de alternativas laborales.

La edad promedio se ha incrementado en todas las etapas del proceso emprendedor, y entre los emprendedores potenciales ahora encontramos una distribución con menor peso específico de los jóvenes, ya que aumenta la intencionalidad de emprender a tres años vista en todos los rangos de edad. Esta circunstancia podría indicar la consideración del emprendimiento como una alternativa que cobra fuerza en colectivos con cierta experiencia, ante la falta de otras alternativas laborales, lo cual resulta lógico en el contexto actual.

La situación descrita muestra la relevancia de las medidas de apoyo para facilitar el emprendimiento por parte de estos colectivos. En particular, en lo que se refiere a potenciar sus capacidades emprendedoras y sus percepciones personales y sobre el entorno, que pueden estar actuando como limitantes de sus posibilidades, en mayor medida que en otros colectivos.

Un dato que no sorprende, pero que no deja de ser relevante, es que el 75% de los emprendedores reconocen que su iniciativa no es nada novedosa. Este porcentaje era del 59% en 2009 y del 43% en 2008, lo que confirma que el emprendimiento puede estar actuando como alternativa laboral por imitación en muchos casos. Este emprendimiento tradicional no es malo, al contrario, genera oportunidades y tenemos buenos ejemplos de empresas a nuestro alrededor que comenzaron como una búsqueda de alternativa laboral para sus socios fundadores, pero conviene también prestar atención a ese otro 25% que aporta novedad y cuyo crecimiento y generación de empleo posiblemente tenga más recorrido.

En este sentido, son importantes las iniciativas dirigidas a favorecer el emprendimiento en determinados sectores de valor añadido, con mayor capacidad de crecimiento y generación de empleo de calidad, como puede ser las iniciativas que surjan del ámbito investigador (doctores, investigadores y universitarios, etc.), o de empresas de base tecnológica en general, que pueden contribuir a largo plazo, a la consolidación de un tejido empresarial complementario al tradicional.

Otras medidas que pueden tener un efecto positivo, son las dirigidas al establecimiento de sinergias y complementariedades entre emprendedores, ya que en los últimos años, se ha visto incrementada la tasa de emprendimiento en solitario. Algunas actuaciones relacionadas pueden ser las actividades de networking, de las que tenemos buenos ejemplos de desarrollo por parte de asociaciones empresariales y también promovidas por diversas instituciones públicas y privadas.

Adicionalmente, desde el ámbito educativo, sería positivo que se potencien actividades relacionadas con trabajar y emprender en equipo en los distintos niveles formativos, y otras actividades específicas como las competiciones de simulaciones de gestión de empresas por equipos, de las que tenemos algunos ejemplos en nuestra Comunidad.

Otro aspecto importante que apunta hacia una mejora, es el relativo a las percepciones de la población, que evoluciona en positivo en 2010. De hecho, después de haber perdido casi dieciocho puntos porcentuales entre 2007 y 2009, la percepción de la existencia de oportunidades aumenta prácticamente dos puntos, aunque sigue siendo la mitad de lo que era antes de empezar la crisis (2007). También la creación de empresa propia como buena opción profesional, el miedo al fracaso como obstáculo y la valoración del éxito empresarial, mejoran su situación con respecto al año anterior. Además, el porcentaje de población que cree que sería capaz de poner en marcha una iniciativa empresarial continúa en porcentajes razonables. Estas percepciones de la población son claves, ya que en conjunto podemos entenderlas como una medida de la confianza en sus propias posibilidades ante el entorno percibido.

También la importancia de estas percepciones es reconocida por el panel de expertos que valora las condiciones de entorno del emprendimiento año tras año, los cuales siguen insistiendo en la importancia de mejorar las percepciones de la población, en cuanto a valores vinculados al emprendimiento, como la autonomía, la iniciativa personal, la creatividad, etc.

Estas percepciones se encuentran condicionadas en parte, por el sistema educativo, precisamente otro de los aspectos que los expertos consideran necesario mejorar. De hecho, una de sus valoraciones más bajas sobre las condiciones de entorno del emprendimiento, es la relativa a la relación entre la educación primaria y secundaria y el fomento del espíritu emprendedor.

Así mismo, la oferta de financiación disponible para las empresas de reciente creación, ve rebajada la valoración de los expertos con respecto al año anterior. Sin embargo, éstos reconocen el esfuerzo que se realiza desde los diferentes programas públicos de apoyo al emprendimiento, en particular en los últimos años.

Las dificultades de acceso a fuentes de financiación ajena, y la incorporación a la educación, de conocimientos, actitudes y valores relacionados con el emprendimiento, son aspectos en los que venimos insistiendo en los últimos informes GEM y que siguen siendo una necesidad prioritaria, tanto a nivel región como a nivel país.

Con todo, la perspectiva del emprendimiento en 2010, recogida por GEM en la Comunidad Valenciana, se enmarca en un contexto no muy distinto para el conjunto de España. Tanto a nivel regional como nacional, comienza a detectarse la mejoría de algunos indicadores, que habrá que confirmar en años sucesivos.

Estos datos positivos suponen unos primeros síntomas de mejoría importantes, en tanto que pueden constituir el inicio de un punto de inflexión respecto a la situación de los dos últimos años. Para reforzar este cambio de tendencia, consideramos importante potenciar medidas específicas de apoyo a actividades empresariales de reciente creación. Medidas diferenciadas de las relativas a las empresas consolidadas, adaptadas a las particularidades del emprendimiento detectadas en este informe, y que contribuyan a facilitar el éxito y la consolidación de las nuevas trayectorias empresariales surgidas en nuestra Comunidad.

Anexo. Metodología



**Global
ENTREPRENEURSHIP
MONITOR**

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA
en la Comunidad Valenciana

Informe ejecutivo 2010

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 2010. 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 2010 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 (2010)

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 2010
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 2010

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 (2004-2010).....	33
Figura I-3.-	Actividad consolidada como parte del proceso emprendedor	35
Figura I-4.-	Evolución de actividades empresariales consolidadas (2004-2010).....	35
Figura I-5.-	Emprendedores potenciales como parte del proceso emprendedor.....	38
Figura I-6.-	Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2010).....	38
Figura I-7.-	Actividad emprendedora en el contexto nacional (% de emprendedores sobre el total de población, 2010).....	39
Figura I-8.-	Porcentaje de emprendedores incipientes sobre el total de España (GEM 2010)	40
Figura I-9.-	Actividad emprendedora en el contexto de países OCDE (GEM 2009).....	40
Figura I-10.-	Actividad emprendedora consolidada - contexto nacional (GEM 2010)	41
Figura I-11.-	Actividad emprendedora consolidada - países OCDE (GEM 2010)	41
Figura I-12.-	Cierre de actividades empresariales contexto nacional (GEM 2010)	42
Figura I-13.-	Cierre de actividades empresariales - países OCDE (GEM 2010)	42
Figura I-14.-	Emprendedores potenciales en el contexto nacional (GEM 2010)	42
Figura I-15.-	Emprendedores potenciales - contexto de países OCDE (GEM 2010)	43
Figura II-1.-	Motivaciones de la puesta en marcha	48
Figura II-2.-	Distribución de las motivaciones en la actividad emprendedora registrada (% frente al total de emprendedores, 2010)	49
Figura II-3.-	Actividad emprendedora por oportunidad - contexto nacional (2010).....	51
Figura II-4.-	Actividad emprendedora por necesidad - contexto nacional (2010)	51
Figura II-5.-	Actividad emprendedora por oportunidad - países OCDE (2010).....	52
Figura II-6.-	Actividad emprendedora por necesidad - países OCDE (2010)	52
Figura IV-1.-	Actividad emprendedora con menos de 42 meses, por sector de actividad (C. Valenciana, 2010)	66
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, 2010)	67
Figura IV-3.-	Dimensión de empleo actual en iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses (C. V. 2010, sin incluir a los socios emprendedores)	69
Figura IV-4.-	Expectativas de necesidades de recursos humanos en iniciativas con menos de 42 meses, horizonte temporal de 5 años (C. V. 2010)	69
Figura IV-5.-	Percepción de los emprendedores nacientes sobre la dificultad de creación de empresas en comparación con el año anterior (C. V. 2010) ...	72
Figura IV-6.-	Percepción de emprendedores nacientes sobre expectativas de crecimiento comparadas con las que tenían un año antes (C. V. 2010).....	72
Figura IV-7.-	Percepción de los emprendedores nacientes sobre el impacto de la crisis en la generación de oportunidades de negocio (C. V. 2010)	73
Figura VI-1.-	Percepción de la existencia de oportunidades empresariales en la población (Contexto nacional GEM 2010).....	84
Figura VI-2.-	Población para la que el miedo al fracaso no sería un obstáculo para la creación de empresas (Contexto nacional GEM 2010)	87

Figura VI-3.-	Población que percibe que el éxito empresarial proporciona un buen estatus social (Contexto nacional GEM 2010).....	87
Figura VI-4.-	Población que percibe la creación de empresas como una buena opción profesional (Contexto nacional GEM 2010).....	88
Figura VI-5.-	Población con presencia de emprendedores recientes en su círculo cercano (Contexto nacional GEM 2010).....	88
Figura VI-6.-	Percepción de capacidades en la población para la creación de empresas (Contexto nacional GEM 2010).....	90
Figura VII-1.-	Evolución actividad emprendedora por género en la C. Valenciana (% de emprendedores sobre el total de población por género, 2004-2010).....	97
Figura VII-2.-	Actividad emprendedora de la mujer en contexto nacional GEM, 2010)...	97
Figura VII-3.-	Actividad emprendedora de la mujer - contexto de países OCDE (GEM 2010)	98
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).....	101
Figura VII-5.-	Evolución de los factores de influencia en la motivación para emprender por género en la población de la Comunidad Valenciana (2005-2010).....	102
Figura VII-6.-	Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas por género en la población de la C. Valenciana (2005-2010) ...	103
Figura VIII-1.-	Valoración media de condiciones de entorno (C. Valenciana 2010).....	110
Figura VIII-2.-	Valoración global apoyo financiero a la creación empresarial-contexto nacional (GEM 2010)	114
Figura VIII-3.-	Valoración global de las políticas públicas - contexto nacional (GEM 2010)	114
Figura VIII-4.-	Valoración global de programas públicos - contexto nacional (GEM 2010)	115
Figura VIII-5.-	Valoración global de educación y formación - contexto nacional (GEM 2010)	115
Figura VIII-6.-	Valoración global de transferencia tecnológica en el contexto nacional (GEM 2010)	116
Figura VIII-7.-	Valoración global del acceso a infraestructura comercial y profesional en el contexto nacional (GEM 2010)	116
Figura VIII-8.-	Valoración global del mercado interno en el contexto nacional (GEM 2010)	117
Figura VIII-9.-	Valoración global del acceso a infraestructura física en el contexto nacional (GEM 2010)	117
Figura VIII-10.-	Valoración global de las normas sociales y culturales en el contexto nacional (GEM 2010).....	118
Figura X-1.-	Esquema de la metodología de la investigación	136
Figura X-2.-	Ficha técnica de la encuesta a la población (2009).....	136

Índice de tablas

Tabla 0-1.	Clasificación de actividades empresariales	22
Tabla I-1.	Actividad emprendedora registrada - población de la C. Valenciana (2010)	32
Tabla I-2.	Evolución de la actividad emprendedora (2004-2009)	33
Tabla I-3.	Evolución de la actividad emprendedora desglosada en CV (2004-2010)	34
Tabla I-4.	Evolución de actividades empresariales consolidadas (2004-2010)	35
Tabla I-5.	Evolución del cese de actividades (2004-2010).....	36
Tabla I-6.	Motivos del abandono de la actividad (C. Valenciana, 2009).....	37
Tabla I-7.	Evolución de la intencionalidad de emprender (2004-2010)	38
Tabla II-1.	Tipos de comportamiento emprendedor (% de población adulta de la Comunidad Valenciana, 2010)	48
Tabla II-2.	Evolución del comportamiento emprendedor (2005-2010)2008	50
Tabla II-3.	Motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades empresariales en la Comunidad Valenciana (% de respuestas obtenidas, 2010).....	50
Tabla III-1.	Emprendedores por género (C. Valenciana, 2010)	57
Tabla III-2.	Emprendedores por edad (C. Valenciana, 2010)	58
Tabla III-3.	Emprendedores según procedencia (C. Valenciana, 2010)	58
Tabla III-4.	Emprendedores por estudios reglados (C. Valenciana, 2010)	59
Tabla III-5.	Formación específica para emprender (C. Valenciana, 2010).....	59
Tabla III-6.	Emprendedores por renta familiar (C. Valenciana, 2010)	60
Tabla III-7.	Emprendedores por situación laboral (C. Valenciana, 2010)	61
Tabla IV-1.	Clasificación de PYME recomendada por la Comisión Europea (según numero de empleados)	68
Tabla IV-2.	Percepción sobre el grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales (C. Valenciana, 2010)	70
Tabla IV-3.	Percepción del emprendedor sobre el nº de competidores que ofrecen el mismo producto / servicio a sus potenciales clientes (C. Valenciana, 2010)	70
Tabla IV-4.	Percepción del emprendedor acerca de la proporción de sus clientes potenciales que viven fuera de España (C. Valenciana, 2010).....	71
Tabla V-1.	Necesidades financieras estimadas por emprendedores nacientes (C. Valenciana, 2010)	78
Tabla V-2.	Necesidades inicial requerido por el emprendedor naciente por cuartiles de emprendedores (C. Valenciana, 2008-2010)	78
Tabla V-3.	Cobertura (capital propio/ajeno) estimada de las necesidades financieras previstas por emprendedores nacientes (C. V., 2010).....	79
Tabla V-4.	Financiación informal (C. Valenciana, 2010).....	80
Tabla V-5.	Perfil de la financiación informal (C. Valenciana, 2010)	80
Tabla VI-1.	Evolución de la percepción de oportunidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2010)	84
Tabla VI-2.	Valoración de aspectos relacionados con la percepción de la existencia de oportunidades empresariales en la C. Valenciana (2004-2010)	85
Tabla VI-3.	Evolución de factores de influencia en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2010)	86

Tabla VI-4.	Factores que influyen en la motivación para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2010)	89
Tabla VI-5.	Evolución de la percepción de capacidades para la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2010)	90
Tabla VI-6.	Valoración de habilidades y conocimientos para emprender en la Comunidad Valenciana (2004-2010)	91
Tabla VII-1.	Evolución de la actividad emprendedora registrada por género en la población de la Comunidad Valenciana y de España (2004-2010)	96
Tabla VII-2.	Oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género (Comunidad Valenciana 2010).....	99
Tabla VII-3.	Evolución de oportunidades, motivaciones y capacidades para emprender bajo una perspectiva de género (C. Valen. 2005-2010).....	99
Tabla VII-4.	Aspectos relacionados con el entorno sociocultural de la mujer emprendedora en la Comunidad Valenciana (valoración de los expertos 2004-2009)	104
Tabla VIII-1.	Condiciones de entorno analizadas por los expertos	108
Tabla VIII-2.	Ámbito de influencia de los expertos participantes en el estudio (C. Valenciana, 2010)	108
Tabla VIII-3.	Ámbitos de procedencia de los expertos (C. Valenciana, 2009)	109
Tabla VIII-4.	Evaluación de las condiciones de entorno de la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2010)	111
Tabla VIII-5.	Evaluación del apoyo financiero a la creación empresarial en la Comunidad Valenciana (2004-2010)	119
Tabla VIII-6.	Evaluación de las políticas públicas de apoyo a nuevas empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2010)	120
Tabla VIII-7.	Evaluación de los programas públicos de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana (2004-2010)	121
Tabla VIII-8.	Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana (2004-2010).....	122
Tabla VIII-9.	Evaluación de la transferencia tecnológica en la Comunidad Valenciana (2004-2010).....	123
Tabla VIII-10.	Evaluación del acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana (2004-2010)	123
Tabla VIII-11.	Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana (2004-2010).....	124
Tabla VIII-12.	Evaluación del acceso a infraestructura físicas en la Comunidad Valenciana (2004-2010).....	124
Tabla VIII-13.	Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana (2004-2010).....	125

Los datos utilizados en la confección de este informe provienen del Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), consorcio compuesto, en la edición de 2010, por equipos investigadores de las siguientes nacionalidades: Angola, Alemania, Arabia Saudí, Argentina, Australia, Bélgica, Bolivia, Bosnia y Herzegovina, Brasil, Chile, China, Cisjordania y Franja de Gaza, Colombia, Corea, Costa Rica, Croacia, Dinamarca, Ecuador, Egipto, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Gaza, Ghana, Grecia, Guatemala, Hungría, Irán, Irlanda, Islandia, Israel, Italia, Jamaica, Japón, Letonia, Macedonia, Malasia, México, Montenegro, Noruega, Países Bajos, Pakistán, Perú, Portugal (incluida Azores), Reino Unido, Rumanía, Rusia, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Taiwán, Trinidad y Tobago, Turquía, Túnez, Uganda, Uruguay, Vanuatu, y Zambia; y en España por: Andalucía, Aragón, Asturias, Canarias, Cantabria, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Murcia, Navarra, País Vasco y la Ciudad Autónoma de Ceuta, además del equipo nacional. El listado de los miembros de todos los equipos nacionales y regionales se encuentran publicados en el Informe Global Entrepreneurship Monitor 2010, 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 2010

PATROCINADORES E INSTITUCIONES

Nacional



Andalucía



Aragón



Asturias



Canarias



Cantabria



Cataluña



Ceuta



Comunidad Valenciana



Extremadura



Galicia



Madrid



Murcia



Navarra



País Vasco

