



INFORME EJECUTIVO 2014

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

José María Gómez Gras - Ignacio Mira Solves
Jesús Martínez Mateo - Marina Estrada de la Cruz



Autores:

José María Gómez Gras (Dir. GEM Comunidad Valenciana)

Ignacio Mira Solves (Dirección Técnica)

Jesús Martínez Mateo

Marina Estrada de la Cruz

Investigadores colaboradores:

M^a José Alarcón García

Lirios Alos Simó

M^aCinta Gisbert López

Antonio J. Verdú Jover

Domingo Galiana Lopera

M^a Isabel Borreguero Guerra

Jesús Ruiz García

ISSN: 1988-4885

Maquetación: Servicio de Innovación y Apoyo Técnico a la Docencia y a la Investigación
siatdi@umh.es

Patrocinadores e instituciones:



Una manera de hacer Europa



DIPUTACIÓN
DE ALICANTE





Asociación
RED GEM España

Global Entrepreneurship Monitor

Informe GEM Comunidad Valenciana 2014





José María Gómez Gras (Novelda, 1960) es Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Censor Jurado de Cuentas, Economista-Auditor y Catedrático de Organización de Empresas de la UMH con una experiencia de 30 cursos.

En 2000 se incorpora al grupo de investigación en “Promoción y Creación de Empresas” de la Universidad Miguel Hernández.

Es autor de más de 100 trabajos científicos e Investigador en más de 50 proyectos nacionales e internacionales sobre la problemática del mundo empresarial y de la Creación y Dirección de Empresas. Desde su creación dirige el grupo de investigación en “Promoción y Creación de Empresas” de la UMH y el Observatorio “Global Entrepreneurship Monitor” en la Comunidad Valenciana, promovido a nivel internacional por Babson College y London Business School.

Participante en más de 90 conferencias, reuniones científicas, y diversos Congresos Nacionales e Internacionales y más de 80 intervenciones entre Masters y Cursos de Especialización Profesional.

También, es Evaluador Acreditado del Modelo de Excelencia de la European Foundation for Quality Management (EFQM 500+), de Revistas de Administración y Dirección de Empresas y de proyectos para la Agencia Nacional de Evaluación y Prospectiva (ANEP). Director de varias Tesis Doctorales y Trabajos de Suficiencia Investigadora.

Miembro de sociedades y asociaciones científicas en el campo de especialización (American Management Association, Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas, Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa).



Ignacio Mira Solves (Alicante, 1967), Ingeniero Industrial por la Universidad Politécnica de Valencia y Doctor por la Universidad Miguel Hernández, es profesor titular del Área de Organización de Empresas, en el Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la Universidad Miguel Hernández.

En el campo profesional, trabajó en el Instituto Tecnológico del Juguete (AIJU) entre 1993 y 2000, como consultor de I+D y como director del departamento de ingeniería. En 2000 se incorpora al grupo de investigación en “Promoción y Creación de Empresas” de la Universidad Miguel Hernández, desde donde viene desarrollando diversas investigaciones y consultoría para diferentes entidades públicas y privadas.

Investigador fundador y director técnico del Observatorio Global Entrepreneurship Monitor en la Comunidad Valenciana desde su creación en 2004, recibe en 2007 el encargo de poner en marcha la Cátedra de Jóvenes Emprendedores de la Universidad, patrocinada por Bancaja, con la misión de impulsar el espíritu emprendedor y la creación de empresas entre los miembros de la comunidad universitaria, dirigiéndola durante sus primeros cinco años. En 2011 es nombrado Director del Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la Universidad Miguel Hernández.

Autor de numerosas publicaciones sobre emprendimiento, en los últimos años ha participado en el desarrollo de diversos proyectos de investigación nacionales y europeos, centrados en el estudio de factores de influencia sobre la creación de empresas y el emprendedor.



Jesús Martínez Mateo (Orihuela, 1971) es Licenciado en Economía por la Universidad de Alicante y Doctor en Dirección y Tributación de la Empresa por la Universidad Miguel Hernández. Desarrolla su actividad docente e investigadora como profesor titular del Área de Organización de Empresas en el Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la Universidad Miguel Hernández.

En 2000 se incorporó al grupo de investigación en “Promoción y Creación de Empresas” de la Universidad Miguel Hernández, desde donde viene realizando investigaciones y estudios para diferentes instituciones y organizaciones públicas y privadas. Además, ha prestado sus servicios como investigador en la Cátedra Banca Jóvenes Emprendedores de esta universidad, cátedra cuya misión es impulsar el espíritu emprendedor y la creación de empresas entre los miembros de la comunidad universitaria, durante sus primeros cinco años de existencia.

Miembro del Observatorio Emprendedor Global Entrepreneurship Monitor, y de su red de investigación en España, forma parte del equipo GEM responsable del seguimiento de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana, desde su creación en 2004.

En el ámbito de la gestión universitaria, en 2008 es nombrado Vicedecano de Gestión Académica de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche, y en la actualidad es Vicedecano responsable del Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos de la Universidad Miguel Hernández.

Investigador especializado en Entrepreneurship y conducta emprendedora, ha publicado numerosos estudios relacionados con el mundo de la creación de empresas y el emprendimiento, y participa en diversos proyectos de investigación en torno al estudio de los factores que inciden y provocan el desarrollo de comportamientos emprendedores, particularmente universitario y ligado al entorno territorial y económico.



Marina Estrada de la Cruz (Alicante, 1973) es Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Alicante, Master en Gestión y Administración de la Empresa Comercial por la Universidad Miguel Hernández y en la actualidad está realizando su doctorado en Marketing y Dirección Estratégica por la UMH. Desarrolla su actividad profesional como Responsable del Área Económico Financiera y de Emprendedores en el Centro Europeo de Empresas Innovadoras de Elche y es profesor asociado en el Área de Organización de Empresas del Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la Universidad Miguel Hernández.

Posee más de diez años de experiencia en el campo del asesoramiento a emprendedores y empresas innovadoras de reciente creación. En la actualidad colabora como asesor para diferentes organizaciones y proyectos como la Universidad Miguel Hernández, la Fundación Universidad Empresa y el Centro Yuzz en Alicante.

En el ámbito del emprendimiento es gestor de la red P+D+i, coordinada por el Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), y tecnólogo de la Asociación Nacional de Centros Europeos. Desde el año 2005 ha estado liderando proyectos relacionados con la creación de empresas de base tecnológica y ha colaborado en la gestión y desarrollo de numerosos proyectos de I+D. Desde el año 2006 es técnico de la Red Circe gestionando el Punto de Asesoramiento y Tramitación para la Creación de Empresas de forma telemática.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RELACIÓN EQUIPOS INTEGRANTES RED GEM ESPAÑA 2014.....	11
PRESENTACIONES	15
Conseller de Economía Sostenible, Industria, Turismo y Empleo	15
Diputado de Fomento y Desarrollo. Diputación de Alicante	17
Presidente Ejecutivo Air Nostrum.....	19
EL PROYECTO GEM	21
BALANCED SCORECARD	25
RESUMEN EJECUTIVO.....	27
CAPÍTULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN	31
1.1 Introducción	31
1.2 Percepción de oportunidades	31
1.3 Disponibilidad de red social emprendedora	32
1.4 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender	33
1.5 El temor al fracaso como obstáculo para emprender	34
1.6 Emprendimiento como opción profesional.....	34
1.7 Emprendimiento de éxito y estatus social y económico.....	35
1.8 Medios de comunicación y emprendimiento	36
1.9 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español	37
CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL	39
2.1 Introducción	39
2.2 Desglose y magnitud de los componentes del proceso emprendedor.....	40
2.3 Evolución de la intención emprendedora	41
2.4 Evolución de la actividad emprendedora.....	42
2.5 Evolución de la actividad consolidada	44
2.6 Evolución de abandonos y cierres	44
2.7 Motivación para emprender: oportunidad y necesidad.....	46
2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español.....	49
CAPÍTULO 3. PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR	51
3.1. Introducción	51
3.2. Género.....	51
3.3. Edad	53
3.4. Formación	54

3.5. Nivel de renta.....	55
3.6. Perfil medio de las personas involucradas en el proceso emprendedor.....	56
CAPÍTULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES	57
4.1. Introducción.....	57
4.2. Sectores generales de actividad	57
4.3. Número de socios	58
4.4. Dimensión y número de empleados.....	59
4.5. Necesidades de financiación iniciales.....	60
4.6. Visión del emprendedor sobre su iniciativa.....	62
CAPÍTULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER	65
5.1. Introducción.....	65
5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender.....	67
5.3. Detalle de las valoraciones.....	71
5.4. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones	79
CAPÍTULO 6. REFLEXIONES FINALES	85
ÍNDICE DE FIGURAS.....	87
ÍNDICE DE TABLAS	89
FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO	91

RELACIÓN EQUIPOS INTEGRANTES RED GEM ESPAÑA 2014

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	UCEIF-Cise Asociación RED GEM España	Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-España) Federico Gutiérrez-Solana (Director de Cise) Iñaki Peña, Maribel Guerrero y José Luis González (Equipo Dirección Técnica GEM- España) Manuel Redondo e Inés Rueda (Administración) Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-Cise Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Junta de Andalucía.
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón. Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información Instituto Tecnológico de Canarias
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández Laviada (Dir. GEM-Cantabria) Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández Marta Pérez Pérez Lidia Sanchez Ruiz Paula San Martín Espina Ana María Serrano Bedia Inés Rueda Sanpedro	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Figuls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Ocupació

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan José Jiménez (Dir. GEM-Castilla La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki	Universidad de Castilla La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Horizonte XXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Dir. GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León Iberdrola Fgulem
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Dir. GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director técnico) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover M ^a José Alarcón García M ^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M ^a Isabel Borreguero Guerra	Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Export Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo, Goldcar Grupo Eulen Grupo Soledad Mustang Experience Panter Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM)
Extremadura	Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Dir. GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) M ^a de la Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Raúl Rodríguez Preciado	Gobierno de Extremadura Universidad de Extremadura Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Fundación Academia Europea de Yuste Hoy Diario de Extremadura El Periódico de Extremadura Philip Morris Spain, S.L. Palicrisa Imedexsa Caja Rural de Extremadura Caja Duero La Caixa Gestyona, S.L. Grupo Ros Multimedia Garrigues Cofex Diputación de Badajoz Diputación de Cáceres Fundación Cáceres Capital Fundación Cívica Fundecyt-Parque Científico y Tecnológico de Extremadura Fundación Universidad Sociedad

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Ana Belén Vázquez Eibes(Directora GEM-Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López Ana García Caeiro	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)
	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)
	Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Isabel Neira Gómez (Directora Equipo USC) Sara Fernández López (Coordinadora equipo USC) Nuria Calvo Babío María Bobillo Varela Maite Cancelo Márquez Loreto Fernández Fernández Rubén Lado Sestayo Marta Portela Maseda Mercedes Teijeiro Álvarez M ^a Milagros Vivel Búa David Rodeiro Pazos Guillermo Andrés Zapata Huamaní	Universidad de Santiago de Compostela (USC)
Comunidad de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda Esperanza Valdés Lías Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andres Lopez Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Consejería de Industria, Turismo, Empresa e Investigación. Instituto de Fomento de la Región de Murcia Banco Mare Nostrum Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra Universitat Autònoma de Barcelona	Ignacio Contín Pilart (Director GEM-Navarra) Martín Larrazza Kintana Raquel Orcos Sanchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra Catedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa-UPNA- La Caixa

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
País Vasco	Deusto Business School	Maribel Guerrero (Directora GEM- País Vasco) Iñaki Peña José L. González-Pernía	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
	Universidad del País Vasco	María Saiz Jon Hoyos	
	Mondragón Unibertsitatea	Nerea González	
	Universitat Autònoma de Barcelona	David Urbano	
Madrid Ciudad	Agencia de Desarrollo Económico "Madrid Emrende"	Iñaki Ortega Cachón (Director GEM- Madrid Ciudad) Iván Soto San Andrés	Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico "Madrid Emrende" Ayuntamiento de Madrid
	Ayuntamiento de Madrid		
	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE)	Isidro de Pablo López (Director Técnico) Begoña Santos Urda Esperanza Valdés Lías	
	Universidad Autónoma de Madrid	Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba	
Trabajo de campo	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Asociación RED GEM España



Conseller de Economía Sostenible, Industria, Turismo y Empleo

Emprender significa según la RAE, acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro, lo que nos lleva a la idea de actividad y de riesgo.

El emprendimiento es, hoy en día, una actividad relevante para muchos ciudadanos, que luchan por poner en marcha una idea de negocio, ya sea por necesidad o por oportunidad.

Sin embargo, no se nos puede olvidar que partimos de unas cifras de emprendimiento insuficientes todavía, en comparación con otros países de nuestro entorno, lo que no hace sino demostrar unas ciertas carencias y debilidades en materia de cultura y formación emprendedora.

Desde la Generalitat, y la Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, somos conscientes de la importancia de apoyar el emprendimiento con todas nuestras posibilidades y coadyuvar al éxito del emprendedor.

En esta línea de apoyo al emprendimiento, la Conselleria va a potenciar los recursos dedicados al fomento de la cultura emprendedora, el espíritu empresarial y el autoempleo, así como la detección del talento emprendedor.

Nuestro apoyo a esta actividad abarca todas formas de organización, y en especial de la economía social y el cooperativismo.

Nos proponemos ofrecer vías de apoyo para la financiación de las empresas y emprendedores, a través de IVACE y del IVF, que cubran las necesidades en todas las etapas del proyecto mediante las líneas de Emprendedores, Business Angels,

Capital, Microcréditos, Aceleración Empresarial, y la participación en fondos y sociedades de capital riesgo.

Al mismo tiempo, estamos apostando por proyectos como el Banco de Patentes, la estrategia MIT REAP, el Día de la Persona Emprendedora, y la potenciación en general de todas las acciones que fortalecen el ecosistema emprendedor.

Asimismo, en materia de formación se desarrolla el programa Campus del Emprendedor Innovador (5UCV), programa conjunto de las cinco universidades públicas valencianas que comparten distintas acciones en formación y difusión del conocimiento.

La apuesta por el emprendimiento se reafirma en el Consejo Valenciano del Emprendedor, recientemente puesto en marcha, órgano de coordinación y consulta de las actuaciones de la Administración de la Generalitat en la materia.

La actual era de la tecnología y de la innovación está exigiendo un liderazgo más colaborativo, un liderazgo compartido, una forma de actuación, en suma, desde el principio de la cooperatividad, que abarque la suma de la competitividad y la cooperación.

Desde la Administración apoyamos de forma decidida el emprendimiento y lo vamos a seguir haciendo. Vamos a poner en marcha una nueva línea de emprendimiento social dirigida a impulsar proyectos que sean sostenibles en el tiempo, y permitan, al mismo tiempo, alcanzar un objetivo social y/o medioambiental.

Para finalizar quisiera agradecer vivamente la iniciativa del proyecto GEM, destinada a conocer, seguir y evaluar la realidad del emprendimiento, y destacar que para que la economía valenciana consolide y aproveche todas las potencialidades de crecimiento y empleo que la crisis ha minorado, el emprendimiento va a resultar fundamental.

RAFAEL CLIMENT GONZÁLEZ

Conseller de Economía Sostenible, Industria, Turismo y Empleo



Presidente de la Diputación de Alicante

Alicante ha sido, tradicionalmente, una provincia de emprendedores cuyas iniciativas, siempre pioneras, han conseguido potenciar nuestro tejido empresarial y productivo. Somos, sin lugar a dudas, un territorio inteligente y lleno de oportunidades en el que la creación de riqueza y la generación de empleo deben constituir la máxima prioridad de las instituciones. Desde el Gobierno Provincial trabajamos para liderar aquellas propuestas que, de la mano del sector, permitan posicionar la provincia a la vanguardia de Europa y la conviertan en puerta de entrada del Mediterráneo. Una de estas iniciativas es la puesta en marcha de una Zona Franca en el Puerto de Alicante, un proyecto pionero en el que queremos configurar un área estratégica que fomente el desarrollo mercantil, económico y turístico de los municipios alicantinos.

La génesis de esta idea nace desde la convicción de que las instituciones públicas sabemos que el emprendimiento es una actividad en la que se acomete una obra que surge de la iniciativa de un emprendedor, cuya figura se personifica en mujeres y hombres con predisposición al esfuerzo, a la creatividad, al empuje y al dinamismo.

La importancia de estas personas en nuestra sociedad se fundamenta en cuatro razones principales: contribuyen a la creación de empleo y al crecimiento; son cruciales para la competitividad; desbloquean el potencial personal y favorecen el desarrollo de la comunidad.

Los expertos sostienen que los emprendedores deben contar con ciertas capacidades para tener éxito: dedicación, esfuerzo, perseverancia, resistencia, flexibilidad, dinamismo, creatividad y empuje. Todos y cada uno de estos valores son necesarios, pues la actividad emprendedora se enfrenta a dificultades y quien la impulsa debe estar en condiciones de adaptarse, constantemente, a una realidad cambiante y, muchas veces, incierta.

Por todo ello, pensamos que el binomio innovación-emprendimiento es la fórmula idónea para mejorar el entorno y generar empleo. Ambas acciones tienen un impacto positivo en el ámbito empresarial. Tanto es así que la mercantil que no innova pasa por grandes dificultades para su sostenibilidad, pues su competitividad se centra en su capacidad para modernizarse.

La Diputación de Alicante apuesta, indiscutiblemente, por potenciar el emprendimiento y la innovación en la provincia como alternativa positiva a la capacidad de las entidades privadas para absorber una creciente mano de obra, a medio o largo plazo. Es importante en este punto recordar que las sociedades, pequeñas y grandes, aquellas que posibilitan la creación de empleo y riqueza, en su día fueron creadas por un emprendedor que tuvo una idea y la puso en marcha. Por eso nos quedamos con la visión de que el emprendimiento es una opción profesional generadora de bienestar, de puestos de trabajo y de desarrollo personal.

Me gustaría, finalmente, agradecer y reconocer el esfuerzo de todos los profesionales que, año tras año, intervienen en la realización del Informe Global Entrepreneurship Monitor GEM, un estudio que pone en valor a la persona y a la actividad emprendedora y que se hace imprescindible para conocer la realidad de este fenómeno en la Comunitat Valenciana y en nuestra provincia.

CÉSAR SÁNCHEZ PÉREZ
Presidente de la Diputación de Alicante



Presidente Ejecutivo Air Nostrum

Corría el año 2005 cuando fui invitado por primera vez a redactar un prólogo para el informe GEM sobre actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana y, durante una década, he acudido puntual a mi compromiso con esta tribuna porque creo sinceramente que crear un caldo de cultivo favorable al emprendimiento es trabajar en pro del futuro de todos.

Les confieso que este año he leído los resultados con un interés especial porque en 2014 di el salto de directivo — con un pequeño porcentaje de acciones — a accionista mayoritario de Air Nostrum, la empresa que fundé y en la que trabajo desde hace más de veinte años. Los que me conocen saben que siempre tuve alma de empresario aunque no ha sido hasta hace unos meses cuando se produjo la combinación de “necesidad y oportunidad” que me permitió dar rienda suelta a mi vocación emprendedora. Por eso, no puedo por menos que esbozar una sonrisa cuando veo que la muestra de población sobre la que se elabora la encuesta del estudio GEM va de los 18 a los 64 años. Y, ¿saben por qué? pues porque he comprobado en mi propia piel que la actividad emprendedora no tiene edad.

En cuanto al contenido del presente informe, el dato más positivo que he encontrado entre sus conclusiones es que el 24,2% de la población aprecia que existen oportunidades de negocio a seis meses vista. Un porcentaje superior en 6,8% puntos al obtenido en la edición anterior. Es una buena noticia, porque un entorno macroeconómico hostil reseca la tierra en la que ha de crecer la semilla del emprendimiento mientras que la confianza empresarial, ese intangible tan crítico como volátil, la abona a la hora de producir prosperidad y riqueza.

Desde mi punto de vista, la salida de una crisis ofrece nuevas oportunidades para los que se adentran en la senda del emprendimiento, un camino ora arriesgado ora reconfortante, que hay que recorrer con humildad, tesón, creatividad, pensamiento a largo plazo, capacidad para aprender de los errores y

flexibilidad. Por eso, la definición de la palabra “empresa” en el diccionario de la RAE permanece inalterada: “acción ardua que valerosamente se comienza”; porque esa condición forma parte de la raíz y esencia de la actividad emprendedora y por ello ha permanecido y permanecerá inmutable ante los envites del tiempo.

No quiero despedirme sin hacer mención a ese centenar de investigadores que en nuestro país se encuentran en el backstage del estudio GEM y que han logrado que la organización del proyecto en España fuera merecedora en 2012 del galardón al mejor equipo GEM a nivel mundial. Tengo una deuda pendiente con ellos y de forma muy especial con el profesor José María Gómez Gras y con todo su equipo de la Universidad Miguel Hernández, por habernos dado a conocer en profundidad la realidad del emprendimiento en nuestra Comunidad.

El estudio GEM es un excelente ejemplo de como las universidades públicas pueden ayudar a mejorar la competitividad del sector privado a través del conocimiento y de la información. Mis mejores deseos de futuro para el proyecto.

CARLOS BERTOMEU MARTÍNEZ
Presidente Ejecutivo de Air Nostrum

EL PROYECTO GEM

“Global Entrepreneurship Monitor” (GEM) se constituye desde sus inicios como un observatorio investigador del fenómeno emprendedor con vocación internacional. Fue promovida originalmente en 1997 por Babson College y la London Business School, al objeto de plasmar la actividad emprendedora, así como diversos factores del entorno concernientes a la actividad emprendedora.

Desde el año 1999 se está desarrollando su actividad en informes de ámbito global, nacional, regional y local gracias a la participación de investigadores que lo integran.

El número de países incorporados al proyecto ha ido aumentando desde su primera edición. En los 15 años de andadura se han analizado en GEM más de un centenar de países, y esta edición de 2014 cuenta con la participación de 70 de ellos, en los que se han entrevistado alrededor de 198.000 personas.

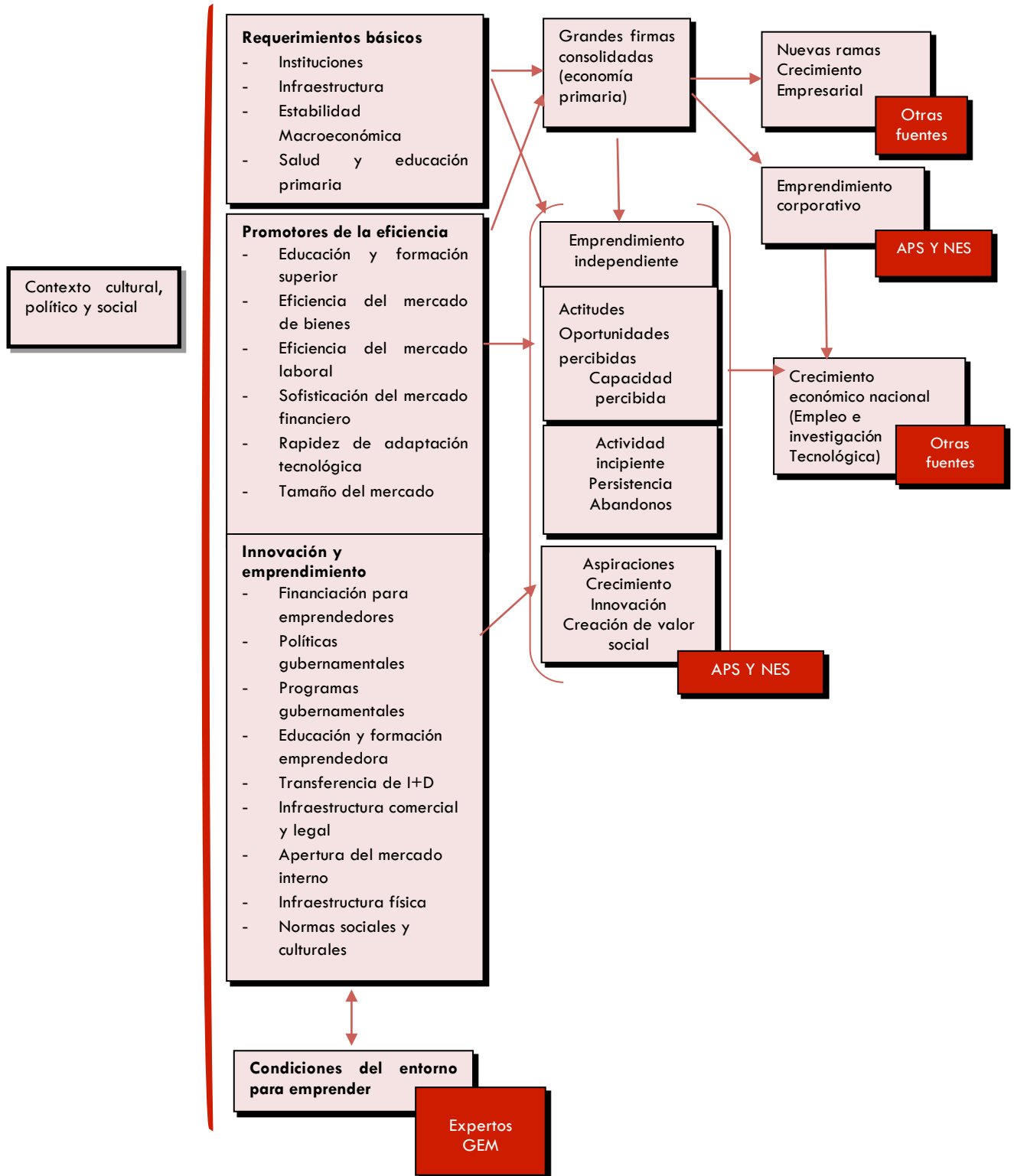
En España, el Proyecto se encuentra desagregado en una “Red de Regiones”, formada por diversos grupos de investigación, que elaboran informes específicos acerca de la actividad emprendedora en su entorno más cercano. Esta organización del Proyecto en España fue merecedora en 2012, del galardón al mejor equipo GEM a nivel mundial. En la presente edición, la red española está conformada por 100 investigadores, 19 universidades, 90 instituciones, el Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE) y Banco Santander.

En concreto, el equipo GEM formado por profesores e investigadores de la Universidad Miguel Hernández, cumple once años desarrollando un informe anual que proporciona una perspectiva de evolución sobre:

1. Valores, percepciones y aptitudes emprendedoras de la población activa.
2. Actividad emprendedora y sus características.
3. Contexto en el que se desarrolla el proceso emprendedor.

Con todo, GEM se configura como una herramienta integral de información en torno al fenómeno emprendedor, basada en un sólido modelo teórico, y que se nutre empíricamente de diversas fuentes de información (ver Figura 1).

Figura 1. Modelo teórico GEM y fuentes de información que lo nutren



Las fuentes de información principales de GEM son la encuesta que realiza a la población de 18-64 años, denominada APS (Adult Population Survey) y la encuesta a expertos colaboradores, denominada NES (National Expert Survey). Ambas series de datos nutren diversas partes del modelo y se complementan con las aportaciones de otras fuentes de información secundaria.

Particularmente, la encuesta a la población proporciona los datos para obtener los indicadores que describen el proceso emprendedor, tal y como se entiende en GEM, y que se describe en la Figura 2.

Figura 2. Descripción del proceso emprendedor según el Proyecto GEM



Siguiendo este esquema, el consorcio investigador GEM entiende la creación o puesta en marcha de una iniciativa empresarial, como un proceso secuencial compuesto por una serie de etapas, que abarcan desde el desarrollo de la intencionalidad de emprender hasta la puesta en marcha, desarrollo y consolidación de la actividad emprendedora.

BALANCED SCORECARD

Este apartado recoge los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM Comunidad Valenciana, en forma de cuadro de mando integral o Balanced Scorecard. La estructura sintética de esta información permite obtener una visión de conjunto del estado del emprendimiento en 2014 y su comparación con 2013.

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población (%)	2013	2014
Percibe buenas oportunidades para emprender	17,4%	24,2%
Dispone de una cierta red social (conocimiento de emprendedores)	30,4%	37,0%
Se autoreconoce habilidades y conocimientos para emprender	47,9%	46,8%
El miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender	52,5%	53,2%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	9,8%	5,4%
Ha abandonado una actividad por cierre, traspaso o jubilación	1,8%	2,1%
Ha actuado como inversor informal	4,0%	2,4%
TEA, iniciativas hasta 42 meses de operatividad sobre población de 18-64 años (%)	2013	2014
TEA Total	5,5%	4,0%
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	4,6%	3,4%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	6,4%	4,6%
Distribución del TEA, tomado como 100%	2013	2014
TEA por necesidad (iniciativas a falta de alternativas de empleo)	31,7%	31,1%
TEA por oportunidad (iniciativas sobre oportunidades detectadas)	64,7%	66,8%
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	3,6%	2,1%
TEA del sector extractivo o primario	2,8%	3,3%
TEA del sector transformador	13,8%	23,5%
TEA del sector de servicios a empresas	27,6%	18,3%
TEA del sector orientado al consumo	55,8%	54,8%
TEA hasta 5 empleados	92,7%	83,0%
TEA de más de 5 empleados	7,3%	17,0%
Valoración media de expertos de condiciones de entorno (escala 1 a 5)	2013	2014
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,75	3,82
Programas públicos de apoyo	2,98	3,00
Educación y formación emprendedora etapa post secundaria	2,76	2,91
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	2,98	2,90
Normas sociales y culturales	2,54	2,84
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,55	2,73
Dinámica del mercado interno	2,81	2,58
Políticas fiscales y burocracia administrativa	2,27	2,57
Barreras de acceso al mercado interno	2,46	2,50
Transferencia de I + D	2,41	2,45
Financiación para emprendedores	1,86	2,26
Educación y formación emprendedora en primaria y secundaria	1,81	2,00

RESUMEN EJECUTIVO

Valores, percepciones y actitudes emprendedoras

El emprendimiento y el proceso de puesta en marcha de iniciativas empresariales están condicionados por numerosas variables, entre las que se encuentran los valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población, que condicionan el comportamiento del individuo desde una perspectiva sociocultural.

Los datos GEM recogen que el 24,2% de la población aprecia que existen oportunidades de negocio a seis meses vista. Este porcentaje supera en 6,8 puntos el obtenido en 2013, y confirma que existe un cierto repunte sobre esta percepción desde 2012; año en el que se obtuvo el porcentaje más bajo registrado desde 2004.

La disposición de red social emprendedora, que se mostraba relativamente estable en los tres años anteriores, en 2014 crece 6,6 puntos, y eleva al 37% el porcentaje de población que cuenta con emprendedores en su círculo social.

En relación al autoreconocimiento de habilidades emprendedoras, los datos indican que, como sucedía en 2013, aproximadamente un 47% de los individuos sienten que cuentan con la destreza necesaria para la puesta en marcha de un proyecto empresarial, cifra que se ha mantenido relativamente estable a lo largo de los años analizados.

Respecto al posible papel del miedo al fracaso, como inhibidor del proceso emprendedor, un 53,2% de la población no lo considera un impedimento crítico para iniciar un proyecto empresarial.

Otras variables socioculturales, como la valoración de la creación de empresa como buena opción profesional, o el estatus social que puede proporcionar el desarrollo de empresa propia, se siguen manteniendo alrededor del 50% aunque con una ligera disminución con respecto a 2013.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En 2014, el 4% de la población adulta de la Comunidad Valenciana estaba involucrada en actividades emprendedoras con menos de 42 meses de funcionamiento, 1,5 puntos menos de lo que se detectó en 2013, lo que lleva a situar esta tasa como la segunda más baja después del dato de 2010.

Además, otro 5,4% de la población se puede clasificar como emprendedor potencial (4,4 puntos menos que 2013), y el colectivo de empresarios consolidados se sitúa en el 5,1% (2,5 inferior a 2013). El porcentaje de población que ha tenido que cerrar su actividad se estima en 1,4%.

Los comportamientos emprendedores inducidos fundamentalmente por la explotación de una oportunidad de negocio (66,8% de los casos) continúan siendo mayoría, mientras que cerca de un 31,1% de emprendedores reconocen la necesidad como motivo principal de su implicación en la puesta en marcha de una iniciativa empresarial. Estos datos suponen un ligero incremento de la actividad emprendedora por oportunidad respecto a 2013.

Perfil socio-económico de los emprendedores incipientes

Atendiendo a las características del perfil medio de las personas involucradas en actividades con menos de 42 meses en el mercado (TEA), los datos de 2014 muestran unas características muy similares a las de 2012 y 2013: varón en un 58,3% de los casos, edad promedio 41 años, estudios universitarios en el 39,6% de los casos y enseñanza obligatoria en el 37,5%.

Aproximadamente dos tercios de los implicados en las primeras tareas de puesta en marcha del negocio (66,7%) disponen de algún tipo de formación específica para emprender, y entre los que tienen la intención de emprender a corto plazo, el 36,5% también poseen ya de alguna formación concreta.

Características de las actividades emprendedoras

Tal y como sucedía en ediciones anteriores, sobre el total de actividad emprendedora incipiente registrada, el 73,1% de las iniciativas se orienta al sector servicios (54,8% al consumo y 18,3 a servicios a empresas), y la distribución de iniciativas emprendedoras por sectores de actividad sigue siendo prácticamente la misma.

En cuanto al número de propietarios de las iniciativas con menos de 42 meses en el mercado, se observa que en la mitad de los casos (49,8%), los emprendedores deciden abordarla de forma individual, y aproximadamente el 20% afirman que la desarrollan entre tres o más socios.

Las necesidades de financiación de las actividades nacientes (menos de 3 meses en el mercado) son muy moderadas, con valores frecuentes de unos 6.000 euros aunque también se declaran algunos casos con necesidades de financiación elevadas. La mayoría tiene proyectado hacer uso de ahorros personales (50%), de la familia (20%) o de amistades y conocidos (7%), reduciéndose el recurso a bancos e instituciones de crédito a un 23% de los casos.

Condiciones de entorno

Adicionalmente a la información obtenida por la encuesta de población adulta, un panel de expertos valora la situación general del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora.

En relación a los diferentes factores analizados, los expertos perciben adecuadas las condiciones de acceso a la infraestructura comercial y profesional, a la infraestructura física y a los programas públicos de apoyo así como en lo relativo a la orientación emprendedora en la educación superior.

Los aspectos con valoración más baja son los relativos a la financiación para nuevas iniciativas empresariales y los referidos a la orientación al emprendimiento de la educación primaria y secundaria en la Comunidad Valenciana.

CAPÍTULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN

1.1 Introducción

La capacidad emprendedora y su desarrollo en un territorio, están condicionadas por numerosas variables, que afectan tanto al emprendedor como a la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales. Entre estos condicionantes, desde una perspectiva sociocultural, se encuentran los valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población, que influyen en el comportamiento emprendedor, y pueden hacer posible o bien entorpecer el inicio y puesta en marcha de nuevas iniciativas.

El compromiso o capacidad de involucración emprendedora en una comunidad, viene establecido en la mayoría de las ocasiones por las percepciones de la población sobre las oportunidades de emprendimiento, así como por los valores de cada zona geográfica. Por ello, en este primer capítulo se incluye el análisis de los valores, las percepciones y las actitudes de la población de la Comunidad Valenciana, en relación al emprendimiento, ya esté involucrada o no en el proceso de creación de empresas.

Las variables analizadas son: la percepción de existencia de buenas oportunidades para emprender a corto plazo, la percepción de la posesión de capacidades para ello, la disponibilidad de una red social emprendedora, la sensación del miedo a fracasar como posible barrera, y otros elementos relativos a las normas socioculturales que de alguna forma pueden afectar al comportamiento emprendedor.

1.2 Percepción de oportunidades

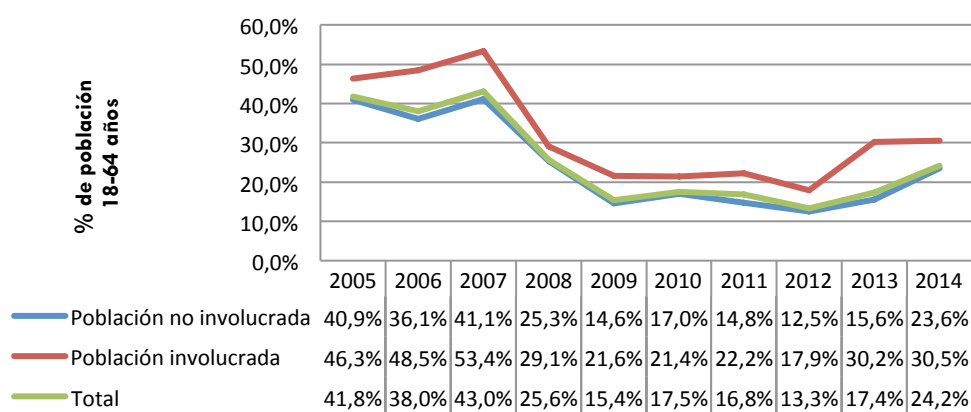
La percepción de posibles oportunidades para emprender se encuentra implícita en el inicio de toda actividad empresarial. Así, la encuesta GEM que se realiza a

la población adulta, sondea a los entrevistados acerca de su opinión sobre la existencia de buenas oportunidades a corto plazo.

Según los datos de 2014, un 24,2% de la población de la Comunidad Valenciana aprecia oportunidades para el emprendimiento a seis meses vista. Este porcentaje supone un ligero incremento respecto al año anterior, mostrando una ligera tendencia de mejora desde que en 2012 se registrase el dato más bajo de todo el periodo.

Desglosando el dato, entre los emprendedores el porcentaje se mantiene en valores de 2013, mientras que en el caso de las personas no involucradas en el proceso emprendedor, la evolución es especialmente considerable (23,6% frente a 15,6% en 2013), de forma que se obtienen porcentajes similares al año 2008.

Figura 3. Evolución de percepción de existencia de oportunidades.

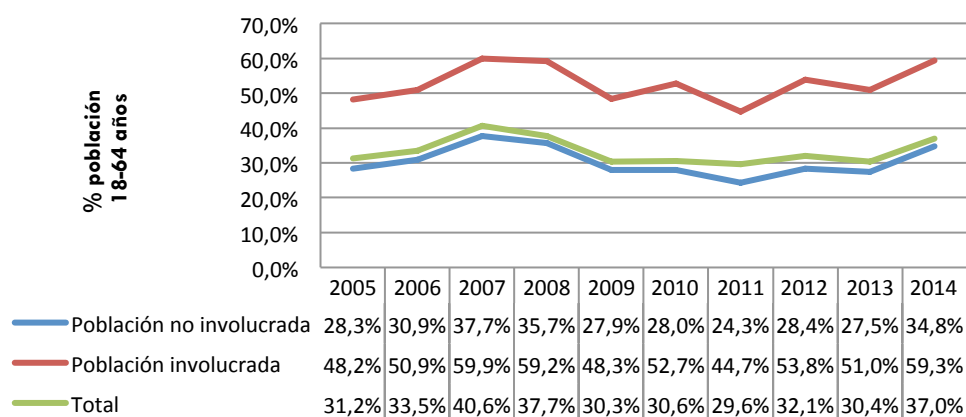


1.3 Disponibilidad de red social emprendedora

El conocimiento de emprendedores, particularmente de aquellos que han puesto en marcha sus iniciativas recientemente (hasta dos años antes de la encuesta), se considera un elemento que favorece el desarrollo de nuevas iniciativas, al proporcionar la posibilidad de interactuar con emprendedores que ya han puesto en marcha su actividad empresarial, además de facilitar un ejemplo al que seguir.

En 2014, el 37% de la población afirma conocer a emprendedores en su círculo social, lo que supone un incremento de casi 7 puntos, aumentando hasta niveles similares a 2007. En cuanto al desglose entre emprendedores y población no involucrada, la evolución mantiene un paralelismo bastante claro.

Figura 4. Evolución de la posesión de red social emprendedora.

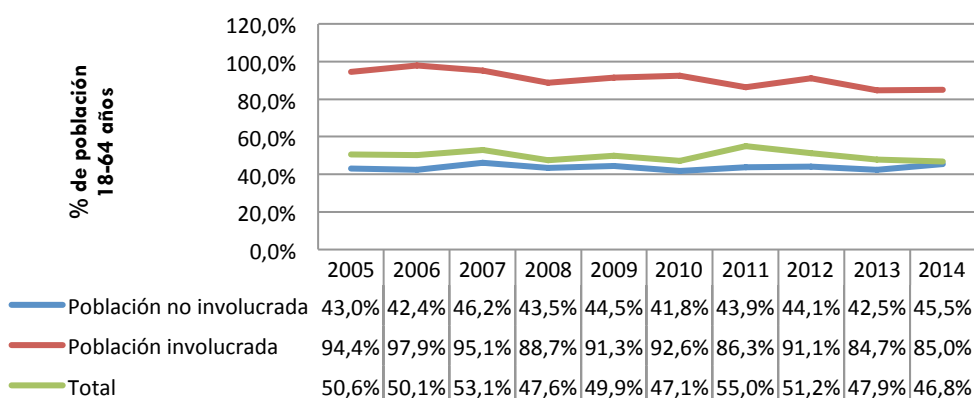


1.4 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

La propia percepción o convencimiento de poseer conocimientos, habilidades y experiencia para emprender es otro elemento de influencia para el desarrollo de comportamientos emprendedores, dado que esta percepción se vincula con el sentimiento de viabilidad del negocio.

En la Comunidad Valenciana, los datos de 2014 muestran que la mitad de la población (46,8%) cree contar con conocimientos y experiencia para la puesta en marcha de un proyecto empresarial, dato similar al de años anteriores.

Figura 5. Evolución del auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender.

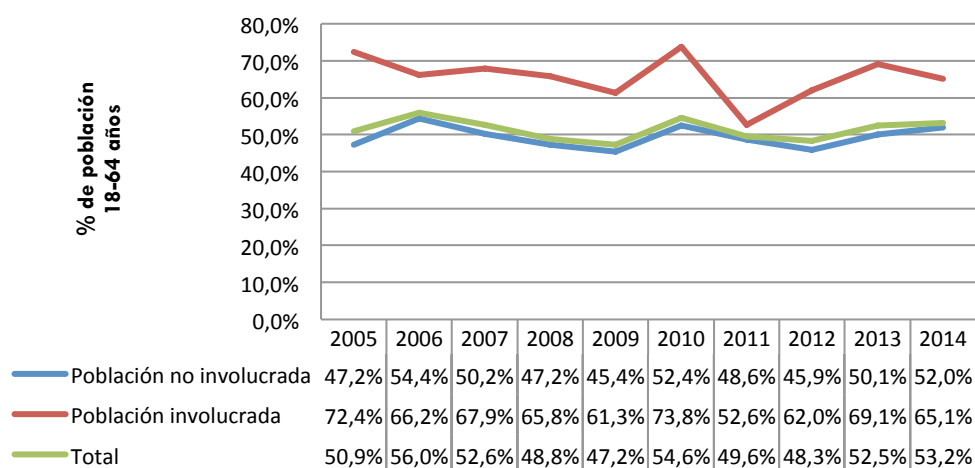


1.5 El temor al fracaso como obstáculo para emprender

La aversión al riesgo de la población como barrera que pueda inhibir comportamientos emprendedores, se recoge en GEM como temor al fracaso. Al respecto, la información obtenida en 2014 evidencia que el 53,2% de la población entrevistada, entre 18 y 64 años, no considera que la posibilidad de fracaso sea un impedimento para emprender, porcentaje que se ha mantenido en niveles similares durante los últimos años.

El desglose del dato muestra que entre la población no involucrada el porcentaje de los que consideran que no es una barrera es del 52%, mientras que entre los emprendedores este porcentaje aumenta hasta el 65%.

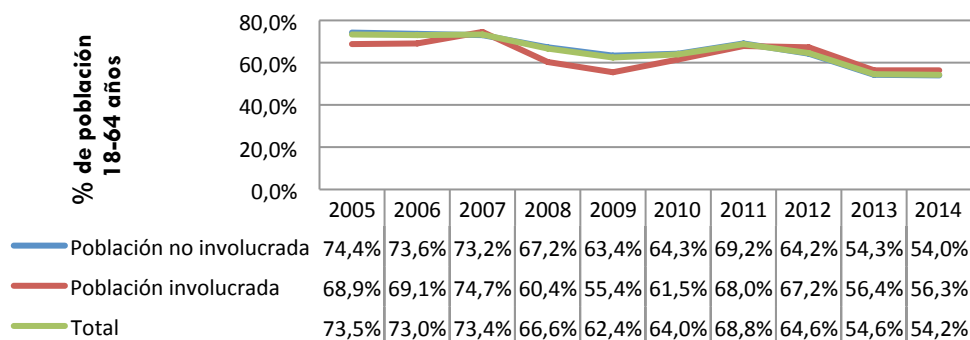
Figura 6. Evolución de la tasa de población que no ve el fracaso como obstáculo emprendedor.



1.6 Emprendimiento como opción profesional

La encuesta GEM recoge la opinión de la sociedad sobre si el emprendimiento es una buena opción profesional. La información obtenida al respecto muestra que algo más de la mitad de la población reconoce la opción emprendedora como una buena salida profesional (54,2%), sin diferencias relevantes de opinión entre el colectivo de emprendedores y el resto. El dato prácticamente replica el de 2013, y aún queda por debajo de los porcentajes máximos recogidos en el periodo analizado en la Comunidad Valenciana.

Figura 7. Evolución de la tasa de personas que piensan que en la Comunidad Valenciana emprender es una buena opción profesional.

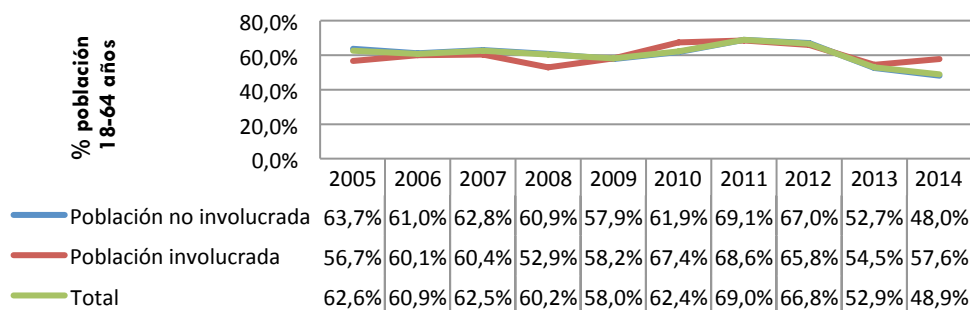


1.7 Emprendimiento de éxito y estatus social y económico

La apreciación que pueda tener la sociedad en cuanto al reconocimiento y estatus otorgado a los emprendedores de éxito (balance riesgo-recompensa), es considerado por la encuesta GEM como otra de las variables socioculturales que condicionan el fenómeno emprendedor.

La información obtenida en 2014 indica que el 48,9% de la población piensa que en la Comunidad Valenciana el emprendimiento de éxito se traduce en una buena posición social y económica, lo que supone el porcentaje más bajo obtenido durante el periodo analizado, tres puntos menos que en 2013, aunque para la población involucrada sube en tres puntos respecto al año anterior.

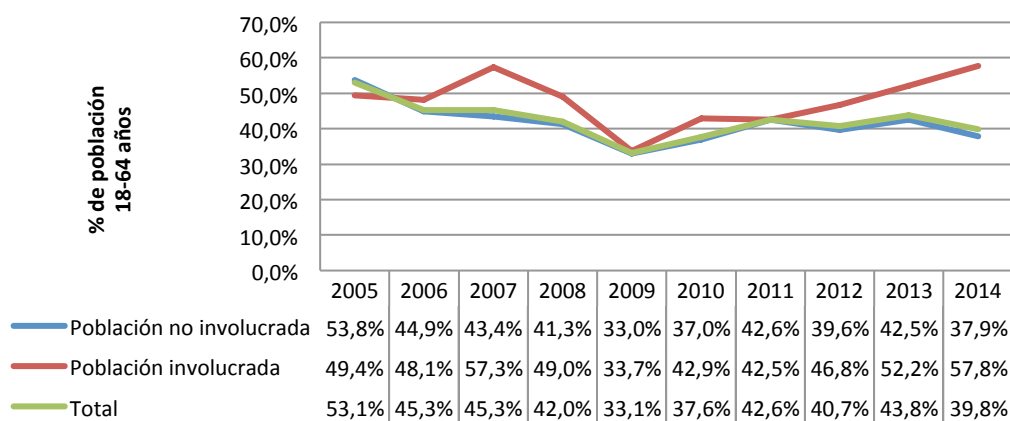
Figura 8. Evolución de la tasa de personas que piensan que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica.



1.8 Medios de comunicación y emprendimiento

La encuesta GEM sobre la población adulta considera también la valoración que hace la sociedad sobre el papel que desarrollan los medios de comunicación en la difusión del emprendimiento, dado que su impacto puede contribuir al fomento de una cultura emprendedora.

Figura 9. Evolución de la tasa de personas que piensan que los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito.



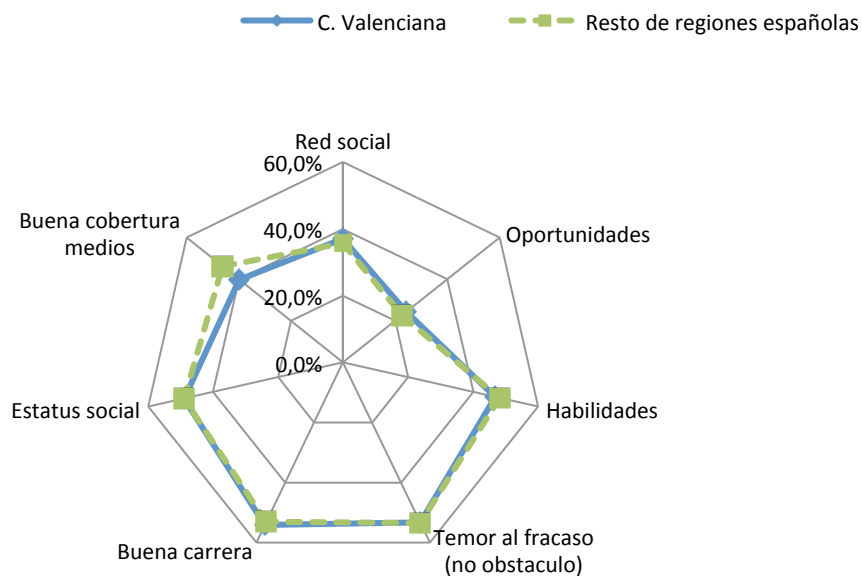
La información relativa a 2014, muestra que el porcentaje de personas que piensan que los medios de comunicación están difundiendo historias y noticias de emprendedores de éxito en la Comunidad Valenciana, es del 39,8%, lo que supone un descenso de cuatro puntos respecto a 2013.

No obstante, cabe mencionar que este descenso es consecuencia de la diferente perspectiva que sobre esto tienen los emprendedores y el resto de la población, dado que los emprendedores reconocen esta labor en un porcentaje cada vez mayor, mientras que el colectivo no implicado lo hace en menor medida. De este modo, la variable parece estar recogiendo una actitud de alerta de los emprendedores y de identificación de casos e información de referencia para los que inician una actividad empresarial.

1.9 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español

En cuanto al posicionamiento de la Comunidad Valenciana respecto a la media del resto de regiones españolas, la figura 10 recoge los ítems analizados en el capítulo, observándose valores muy similares excepto en la percepción de la cobertura en medios que es ligeramente inferior en la Comunidad Valenciana.

Figura 10. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.



CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

2.1 Introducción

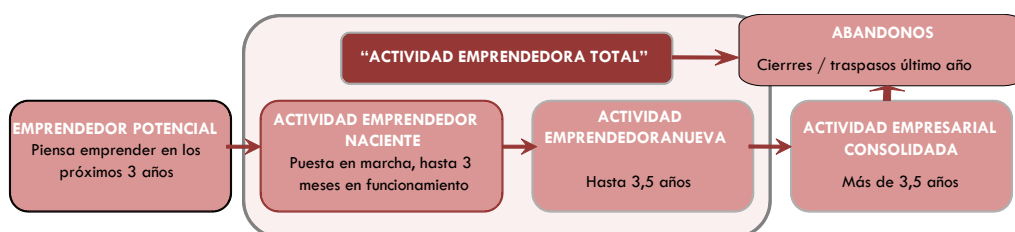
GEM considera que el proceso de puesta en marcha de una actividad emprendedora conlleva el paso por una serie de etapas o fases recogidos esquemáticamente en la figura 11.

Estas etapas se definen operativamente del siguiente modo:

- (1) actividad emprendedora o TEA (porcentaje de individuos de la población adulta implicados en iniciativas¹ cuya operatividad –medida por el pago de salarios de cualquier tipo- no supera los 42 meses); y desglosada a su vez, en actividad naciente (hasta 3 meses) y nueva (entre 3 y 42 meses);
- (2) actividad empresarial consolidada (cuando la actividad supera los 42 meses);
- (3) cierres y ceses, producidos en el período de los doce meses anteriores a la realización de la encuesta, relativos tanto a la fase de TEA como a la consolidada, y
- (4) emprendedores potenciales (individuos con la intención de fundar un negocio a tres años vista, medido como porcentaje sobre la población adulta).

¹Entendiéndose por implicados en iniciativas, tanto a los individuos involucrados en el proceso de creación y desarrollo de empresas que poseen parte del capital, como al autoempleo.

Figura 11. Las etapas del proceso emprendedor en el proyecto GEM.



2.2 Desglose y magnitud de los componentes del proceso emprendedor

Las etapas del proceso emprendedor se inician con la “intención emprendedora”, medida en GEM a través de los considerados como “emprendedores potenciales”, pasando a continuación a una etapa de actividad emprendedora inicial o temprana, relacionada con la puesta en marcha, denominada “actividad naciente”. Seguidamente, el emprendedor pasa por una etapa denominada “actividad nueva” y posteriormente llegaría a la etapa de “actividad consolidada”. GEM aúna las fases de “actividad naciente” y “actividad nueva”, para obtener el indicador TEA, con el que mide la actividad emprendedora de una región.

La figura 12 recoge los porcentajes de población obtenidos en cada fase en la Comunidad Valenciana, en junio de 2014. En todos los casos, la información procede de la encuesta a la población adulta, llevada a cabo a una muestra representativa de 1.200 individuos.

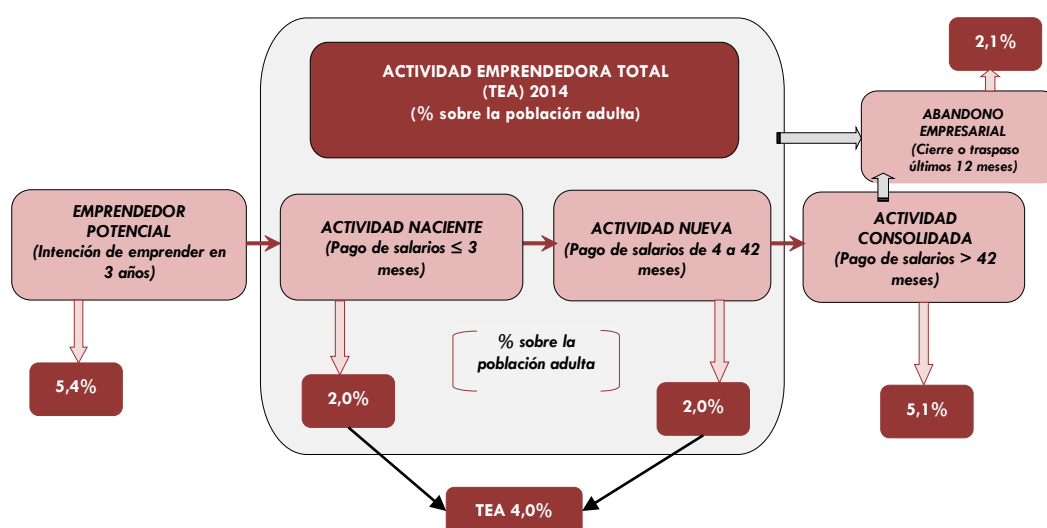
Según estos datos, el indicador TEA alcanzó en 2014 el 4%, lo que significa que 4 de cada 100 personas de la Comunidad Valenciana, entre 18 y 64 años, estaban involucradas en actividades emprendedoras con menos de 42 meses de funcionamiento.

De este 4%, aproximadamente la mitad corresponde a “actividad naciente”, es decir, emprendedores que están tratando de poner en marcha su iniciativa, y la otra mitad a “actividad nueva”, emprendedores que buscan hacerse un hueco en el mercado (llevan entre 3 y 42 meses en funcionamiento).

Además de la actividad emprendedora clasificada como TEA, la encuesta identifica que un 5,4% de la población adulta puede clasificarse como emprendedor potencial, y que el colectivo de empresarios consolidados se sitúa en otro 5,1%, mientras que los abandonos de actividad alcanzaron el 2,1% de la

población adulta, si bien no todos estos abandonos supusieron cierres, como analizaremos posteriormente.

Figura 12. Tasas de involucración de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.



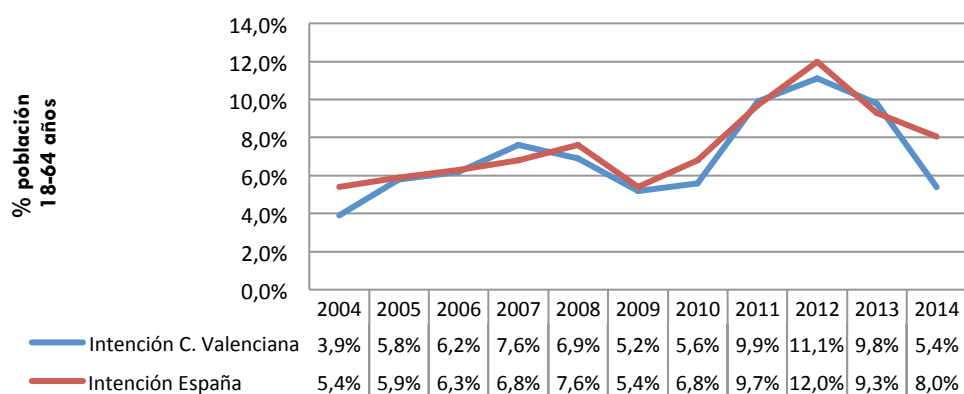
2.3 Evolución de la intención emprendedora

La evolución de este indicador muestra que la tasa de personas que manifiestan su intención de poner en marcha una iniciativa de negocio a tres años vista se incrementa de forma notable a partir de 2010, probablemente relacionado con la situación laboral y económica de la región, y en 2012 se recogió la tasa más alta del histórico de datos.

Desde ese máximo, la tasa ha disminuido en 2013 y 2014, regresando a valores de 2010. Ello supone una disminución de 4,4 puntos en 2014 respecto a 2013 y de 5,7 puntos respecto a 2012.

Cabe apuntar que si bien durante todo el periodo analizado la evolución ha sido relativamente pareja a la del conjunto nacional, en este último año la tasa de la Comunidad Valenciana resulta significativamente inferior a la recogida a nivel nacional.

Figura 13. Evolución de la tasa de intención emprendedora.

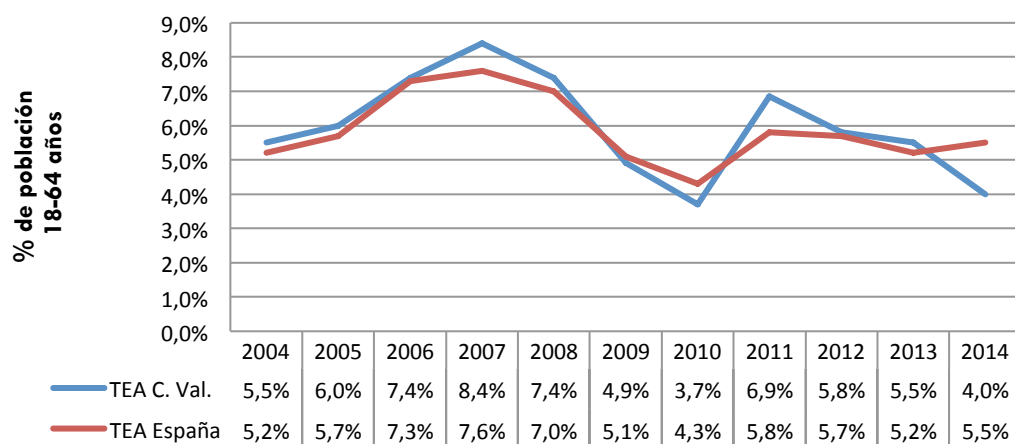


2.4 Evolución de la actividad emprendedora

La serie histórica de datos de la tasa de actividad emprendedora (TEA) de la región (figura 14a), registra su mínimo en 2010, año tras el que se percibe un repunte de actividad en 2011 que no ha perdurado en los tres años posteriores, situándose la tasa de 2014 como la segunda más baja de todo el periodo analizado.

Esta evolución mantiene un cierto paralelismo con el dato equivalente del conjunto de España, si bien en 2014 el diferencial entre ambas tasas aumenta.

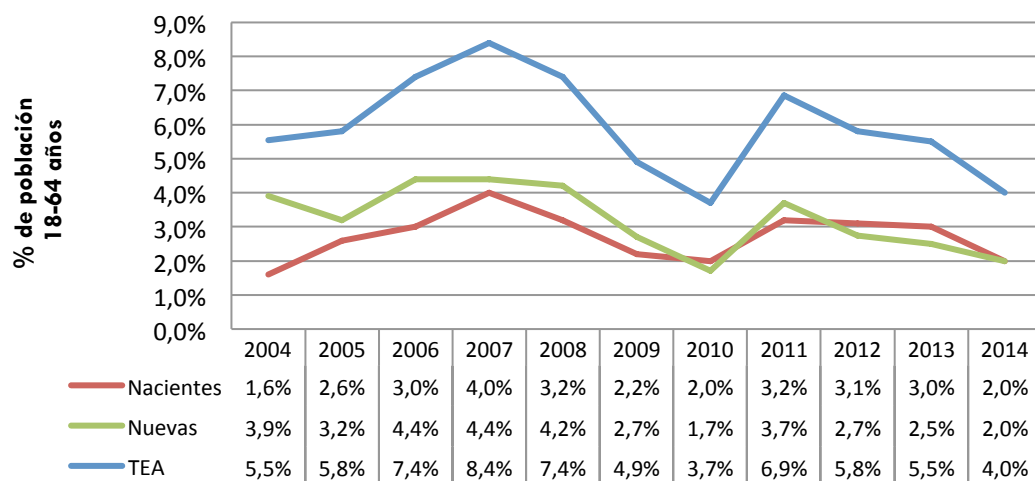
Figura 14a. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora.



Por otro lado, la figura 14b ofrece una evolución de la desagregación de la actividad emprendedora en: (1) “actividades nacientes”, propias de la puesta en marcha inicial; y (2) “actividades nuevas”, entre 3 y 42 meses de actividad.

Se observa que la caída de la actitud emprendedora registrada en 2014 obedece a un descenso de ambas, si bien la disminución es el doble en nacientes que en nuevas, de modo que en este año, las iniciativas emprendedoras en la Comunidad Valenciana se reparten por igual entre actividades nacientes y nuevas.

Figura 14b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana.

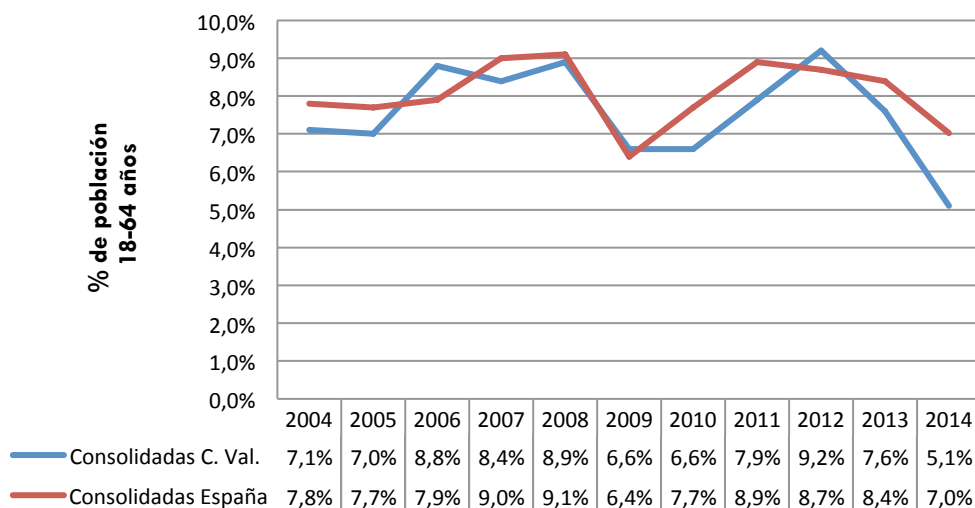


2.5 Evolución de la actividad consolidada

El 5,1% de la población adulta de la Comunidad Valenciana fue identificada como empresario consolidado en 2014, lo que representa una disminución de 2,5 puntos con respecto a 2013, y supone una nueva reducción que se suma a la acontecida entre 2012 y 2013.

No obstante, aunque la persistencia de la crisis económica puede estar teniendo influencia, resulta difícil establecer una tendencia clara de evolución ya que tanto antes como después de la crisis, se observan variaciones de tasa significativas de un año a otro, circunstancia que se da tanto a nivel nacional como en la Comunidad Valenciana.

Figura 15. Evolución de la tasa de actividades consolidadas.



*Datos anteriores a 2008 actualizados según reformulación GEM 2008 para actividades consolidadas.

*Dato 2011 estimado.

2.6 Evolución de abandonos y cierres

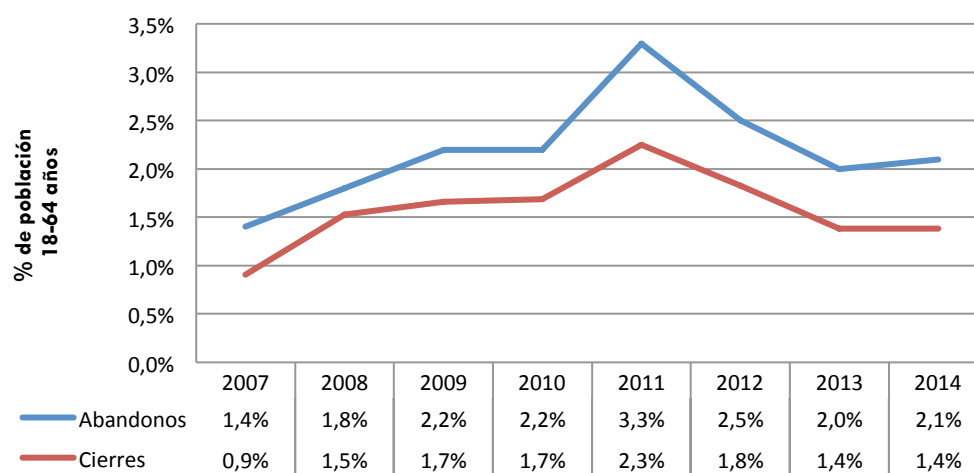
Adicionalmente a las variables analizadas, GEM sondea el porcentaje de abandonos de actividad empresarial durante los doce meses anteriores al momento de la encuesta (junio 2014), incluyendo cierres de actividad e iniciativas que han pasado a manos de otros emprendedores.

En este 2014, la encuesta ha captado que el porcentaje de población adulta de la Comunidad Valenciana, que afirma haber abandonado una actividad en los 12

meses anteriores, alcanza al 2,1% (figura 16). Además, de este total casi dos tercios (67,6%) reconocen que el negocio no ha continuado en manos de otros, por lo que la tasa real de cierres es del 1,4%.

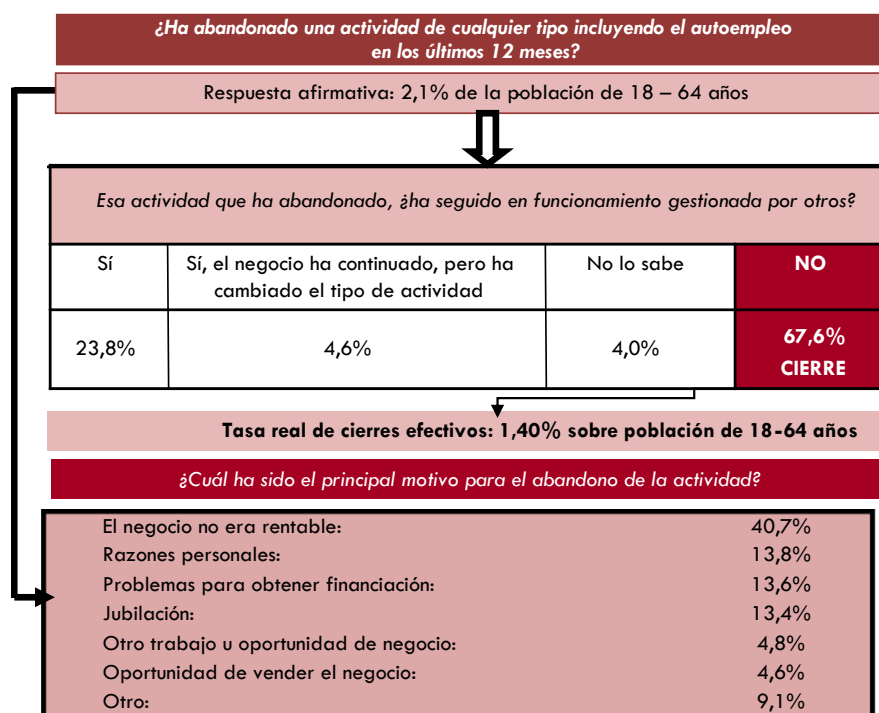
En lo referente a su evolución, tanto la tasa de abandonos como la de cierres, venían incrementándose desde 2007, para alcanzar su máximo en 2011, y descender hasta casi estabilizarse entre 2013 y 2014. Los entrevistados asocian los motivos de abandono, en aproximadamente un 40% de los casos, con aspectos ligados a problemas de rentabilidad (figura 17).

Figura 16. Evolución de la tasa de abandono y cierres².



² La variable cierres efectivos se incorporó al observatorio GEM en 2007, por lo que no se dispone de datos anteriores.

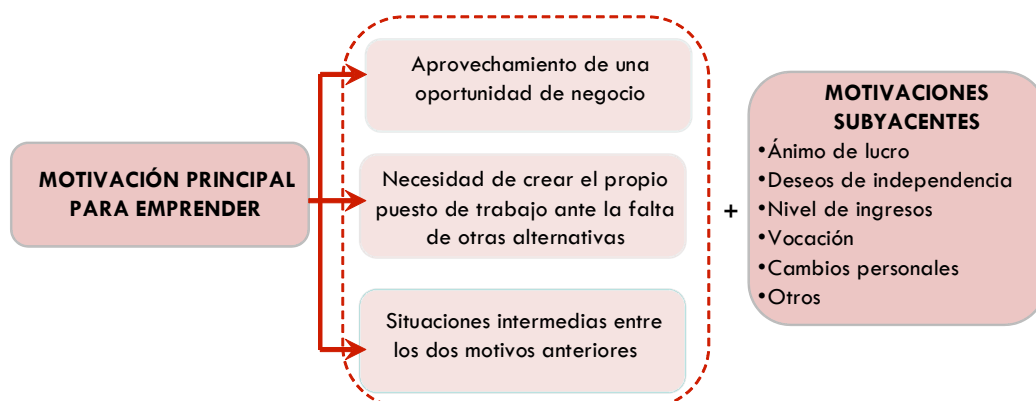
Figura 17. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.



2.7 Motivación para emprender: oportunidad y necesidad.

GEM clasifica la motivación del emprendedor en: “emprendimiento por oportunidad”, cuando se trata de la explotación de oportunidades previamente detectadas por los potenciales emprendedores; “emprendimiento por necesidad”, cuando es fruto de una necesidad personal, por ausencia de otras alternativas laborales o circunstancias adversas; y por último la consideración de “situaciones intermedias”, en las que no se reconoce predominio de ninguna de las anteriores.

Figura 18. Motivaciones de la puesta en marcha.



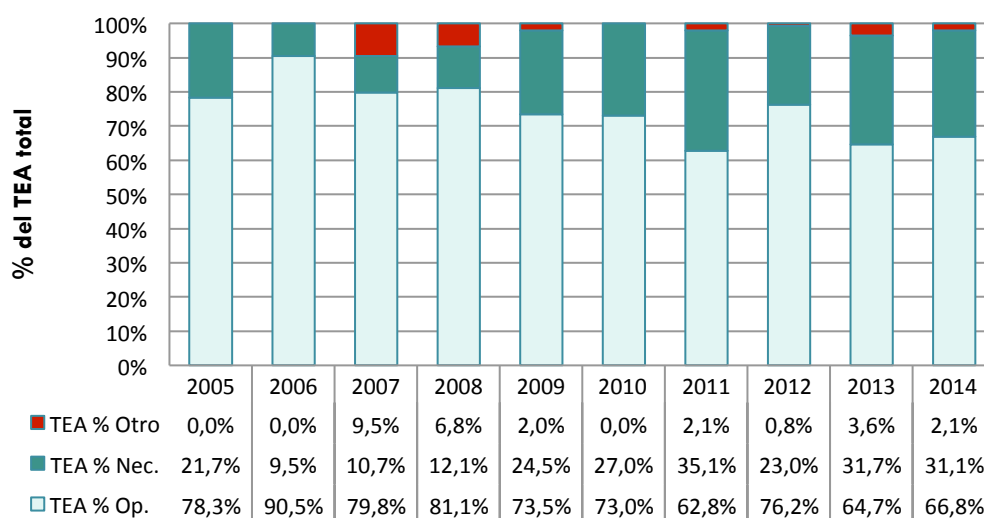
Teniendo en cuenta la distinción apuntada, los datos de 2014 para la Comunidad Valenciana se recogen en la tabla 2, donde también se distingue entre iniciativas en fase naciente o nueva. Si bien la mayor parte de las actividades emprendedoras siguen obedeciendo a oportunidad, se mantiene respecto a 2013, el peso de las iniciativas puestas en marcha por necesidad, que se corresponden básicamente con la componente de actividades nacientes.

Tabla 2. Motivación de inicio de la actividad emprendedora (% sobre población de 18-64 años).

Motivo de su creación	Tipo de iniciativa		
	Naciente	Nueva	TEA
Oportunidad pura	0,4%	1,1%	1,5%
Oportunidad en parte	0,6%	0,6%	1,2%
Necesidad	1,0%	0,2%	1,2%
No clasificable	0,0%	0,1%	0,1%
Total	2,0%	2,0%	4,0%

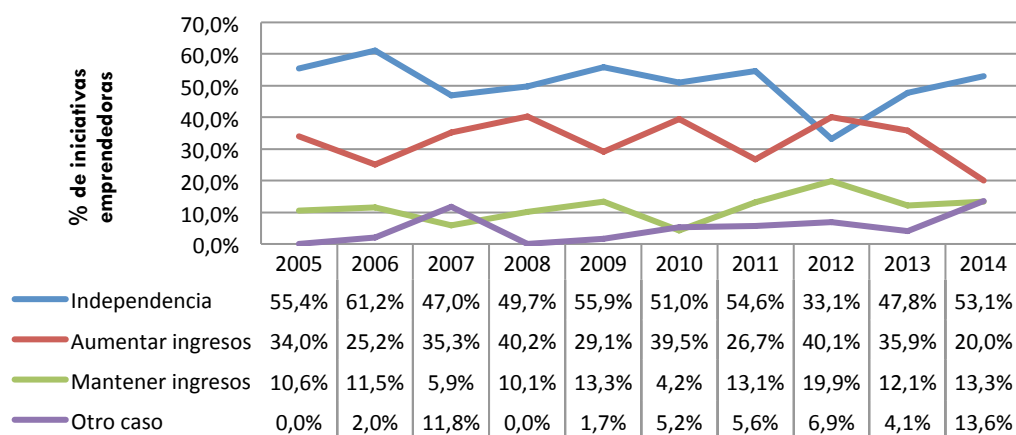
La figura 19 recoge el histórico de evolución de la actividad emprendedora TEA motivada por oportunidad (tanto pura como en parte) y por necesidad. Los resultados recogen un incremento de la tasa de emprendimiento por necesidad a partir de 2009, que remite en 2012, repunta en 2013 y se mantiene en 2014.

Figura 19. Evolución de la tasa total de actividad emprendedora en función de su motivación.



En el caso de la población que afirma haber desarrollado sus iniciativas por factores de oportunidad, la encuesta pregunta también por las motivaciones intrínsecas que subyacen (figura 20), destacando la voluntad de independencia.

Figura 20. Evolución de motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades.



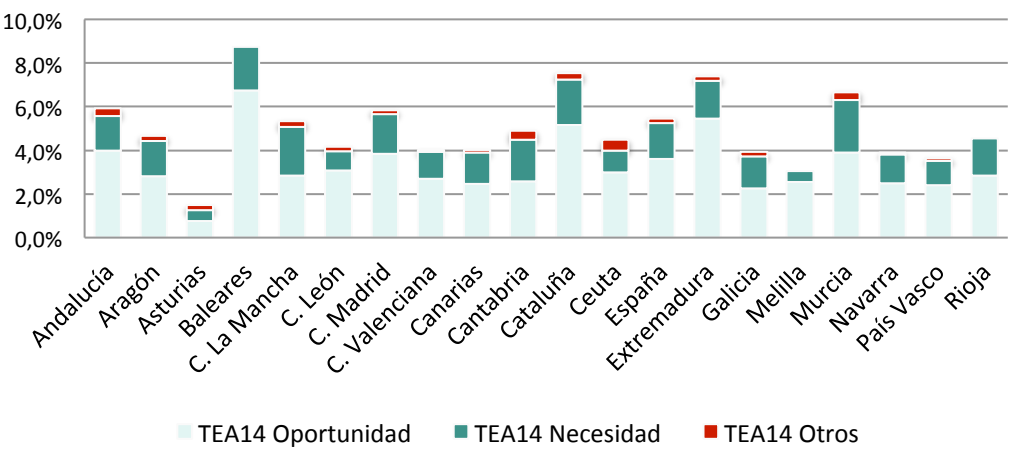
2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español

Para finalizar este capítulo, la tabla 3 recoge los porcentajes de población implicada en cada una de las fases del proceso emprendedor analizado, relativos al contexto regional español, y la figura 21 contextualiza los datos correspondientes a motivaciones de la actividad emprendedora.

Tabla 3. Resultados proceso emprendedor contexto regional español

Resultado del proceso emprendedor en el contexto regional español							
Región	Intención	TEA14	Naciente	Nuevo	Consolidado	Cierre	Traspaso
Andalucía	7,7	5,9	4,1	1,7	5,0	1,6	0,7
Aragón	6,0	4,6	2,6	2,0	7,8	0,9	0,4
Asturias	3,5	1,5	0,5	1,0	4,0	1,7	0,2
Baleares	9,1	8,7	5,2	3,7	8,9	1,7	0,5
Canarias	10,0	4,0	2,6	1,4	4,5	1,1	0,7
Cantabria	7,1	4,8	2,5	2,5	9,7	1,0	0,8
Castilla - La Mancha	10,2	5,3	3,2	2,2	10,4	1,0	0,3
Castilla y León	5,6	4,1	2,3	1,8	4,6	0,9	0,1
Cataluña	9,7	7,5	4,3	3,3	9,6	0,6	0,8
Ceuta	7,8	4,5	2,9	1,5	6,2	0,6	0,4
Comunidad de Madrid	10,1	5,8	3,8	1,9	6,2	1,4	0,7
Comunidad Valenciana	5,4	4,0	2,0	2,0	5,1	1,4	0,7
Extremadura	9,9	7,3	4,3	3,2	12,1	2,0	0,6
Galicia	5,5	3,9	2,1	1,7	8,4	1,2	0,6
La Rioja	4,9	4,5	1,9	2,6	12,3	1,0	0,0
Melilla	4,2	3,0	2,5	0,5	11,1	3,5	1,1
Navarra	4,5	3,9	2,1	1,8	9,3	1,1	1,1
País Vasco	5,4	3,6	1,7	1,8	7,9	1,0	0,4
Región de Murcia	12,0	6,6	4,3	2,8	7,5	1,4	0,7
España	8,0	5,5	3,3	2,2	7,0	1,3	0,6

Figura 21. Actividad emprendedora según motivación, en el contexto regional.



CAPÍTULO 3. PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE LAS PERSONAS INVOLUCRADAS EN EL PROCESO EMPRENDEDOR

3.1. Introducción

Este capítulo analiza el perfil medio de las personas que participan en el proceso emprendedor, a partir de la información obtenida sobre los individuos de la población adulta, residentes en la Comunidad Valenciana en junio de 2014, y que en ese momento estaban involucrados en alguna fase del proceso emprendedor descrito: potencial, naciente, nueva, y consolidada.

La información obtenida facilita al observatorio GEM una mayor aproximación a los datos relacionados con el perfil emprendedor, desde el punto de vista demográfico (género y edad), formativo (nivel de estudios reglados y formación específica emprendedora), y económico-situacional (nivel de renta de la unidad familiar y estatus laboral).

3.2. Género

El análisis de la actividad emprendedora 2014 por género (figura 22), muestra una distribución de emprendedores potenciales bastante equilibrada, mientras que en la etapa de actividad TEA la relación es de 1 mujer por cada 1,4 hombres, y en la actividad consolidada es parecida (1 por cada 1,2).

Por su parte la tabla 4 da cuenta de los porcentajes de población involucrada sobre el total de población de cada género. Únicamente el porcentaje de mujeres es superior en el caso de la tasa de intención, y las diferencias son mínimas en los porcentajes de población implicada en actividad naciente.

Figura 22. Distribución por género en las fases del proceso emprendedor.

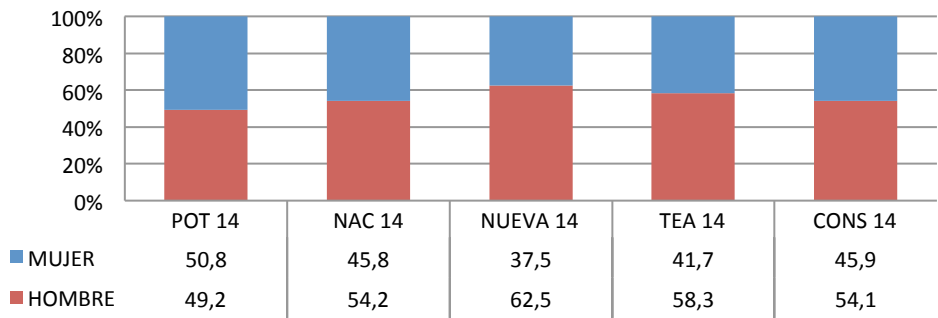
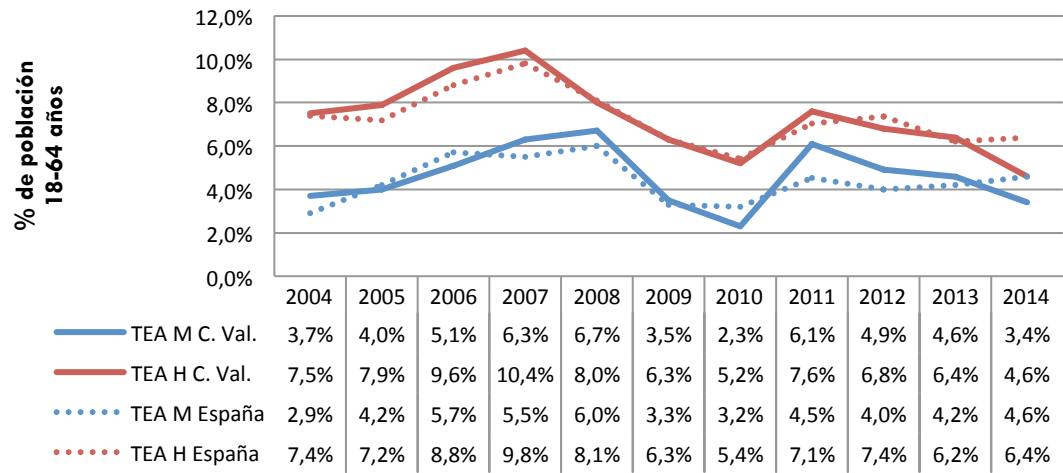


Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por género.

Tasas de involucración	Potencial	Naciente	Nuevo	General	Consolidado
Hombres	5,3%	2,1%	2,5%	4,6%	5,4%
Mujeres	5,5%	1,9%	1,5%	3,4%	4,7%

En relación al conjunto de España, la figura 23 muestra que la evolución guarda un cierto paralelismo entre las tasas de actividad emprendedora (naciente y nueva) por género.

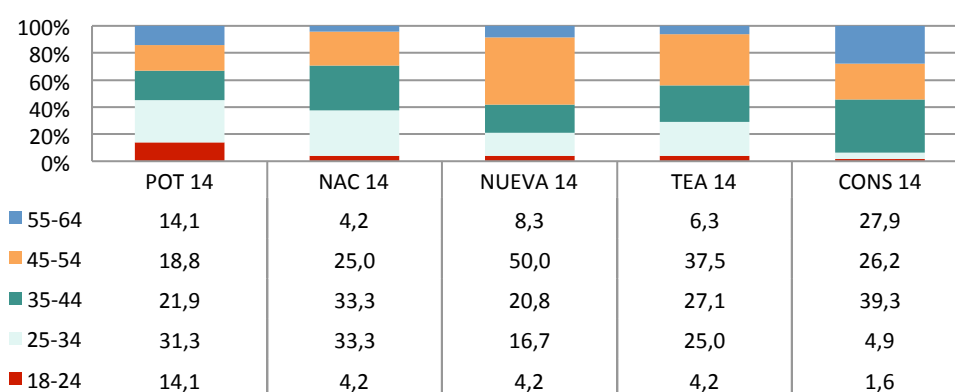
Figura 23. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género (% de población).



3.3. Edad

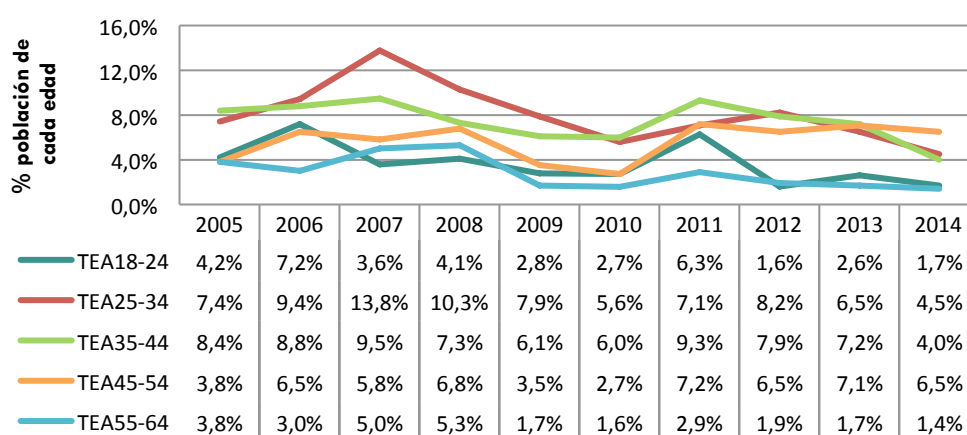
De acuerdo a los datos recogidos en 2014, el colectivo más joven es el de los emprendedores potenciales, con una media de edad inferior a los 38 años. Le siguen los emprendedores incipientes con una media que asciende a los 41 (diferenciando entre los 38,8 de los nacientes y 43,5 de los nuevos), y el grupo de los consolidados con 47 años. De este modo, la edad promedio se incrementa conforme avanza el proceso emprendedor (figura 24).

Figura 24. Distribución por rangos de edad y fases del proceso emprendedor (%emprendedores).



La figura 25 muestra la evolución del índice TEA por rangos de edad. En conjunto, destaca el aumento en los años de crisis del porcentaje de emprendedores en el rango de edad entre 45-54 y la disminución, en el mismo periodo, tanto de los mayores de 55 como del grupo de los más jóvenes (18-24 años).

Figura 25. Evolución de la tasa de actividad emprendedora por rangos de edad.



3.4. Formación

La variable relativa al nivel de estudios del emprendedor recoge información sobre su formación reglada. Los resultados de 2014 (figura 26) mantienen la situación recogida en años anteriores, con dos grupos principales que aglutinan a la mayoría de emprendedores: el de titulados universitarios y el de los que han completado la secundaria, con predominio de los segundos. En el caso de “actividad nueva”, los emprendedores resultan ser universitarios en mayor medida.

Por su parte, la figura 27 muestra la evolución del índice TEA desglosado en tres niveles educativos. Particularmente se observa que el nivel educativo superior aumenta su TEA en 2013 y 2014, mientras que disminuye en los otros niveles.

Figura 26. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.

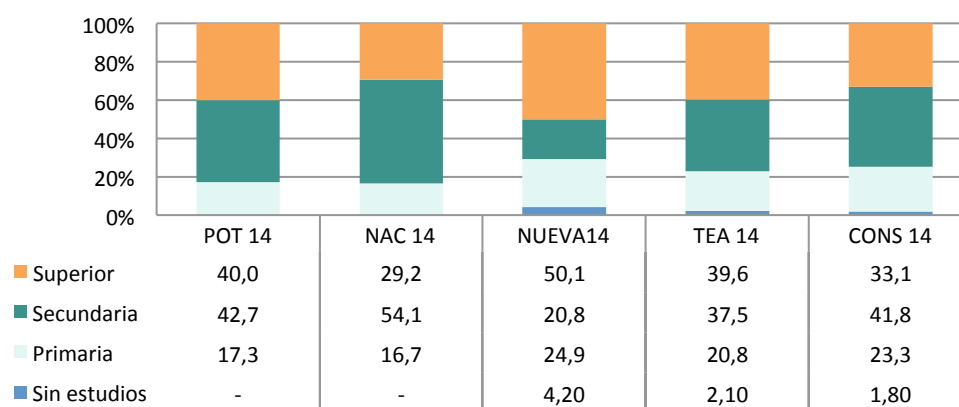
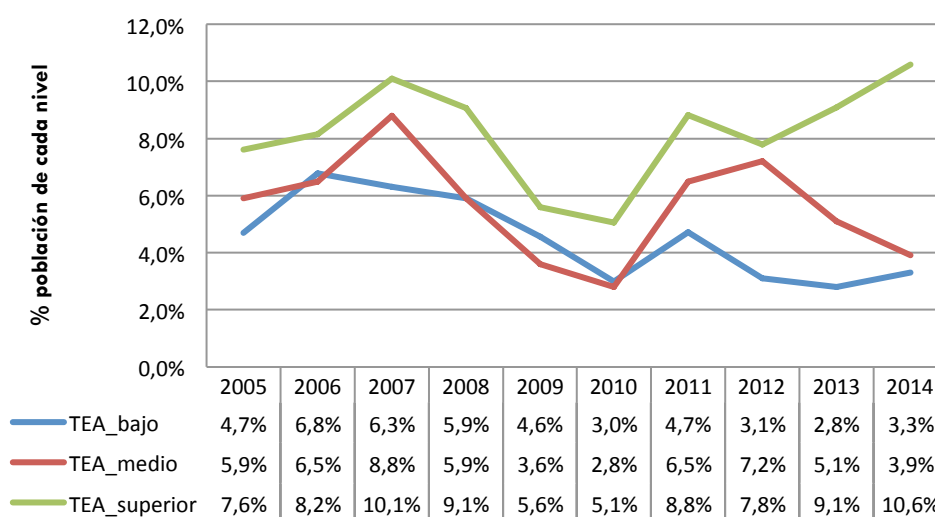


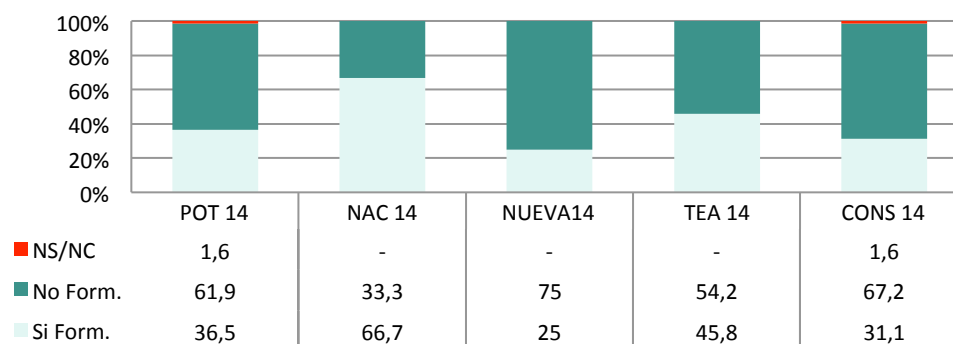
Figura 27. Evolución de la tasa de actividad emprendedora en niveles educativos.



Adicionalmente GEM recoge información sobre si el emprendedor ha recibido formación específica para emprender, es decir, aquella relacionada con la puesta en marcha y gestión del negocio. Las respuestas indican que entre los individuos que declaran su intención de emprender a tres años vista, solo algo más de un tercio (36,5%) disponen de algún tipo de formación específica al respecto, si bien como la intencionalidad es a medio plazo, los individuos pueden todavía estar formándose o tener proyectada esta formación para más adelante.

Por otra parte, entre los implicados en la parte activa del proceso emprendedor, el mayor porcentaje de respuestas afirmativas se recoge entre los emprendedores nacientes (66,7%), esto es, aquellos individuos implicados en las primeras tareas de puesta en marcha del negocio.

Figura 28. Formación específica para emprender por fases del proceso.



3.5. Nivel de renta

La variable nivel de renta muestra la información sobre las distintas etapas del proceso emprendedor agrupadas en tres niveles de renta familiar: hasta 10.000 euros, entre 10.000 y 20.000 euros, y por encima de 20.000 euros (tramos denominados en GEM, inferior, medio y superior respectivamente).

La información desagregada se puede ver en la tabla 5, si bien conviene hacer una lectura prudente de los datos, ya que la respuesta a este tipo de cuestiones presenta tasas de respuesta menores, dada la especial sensibilidad de la información que se solicita. Con todo, de los datos recogidos y con carácter general, se observa que entre los emprendedores, la mayoría se identifica con el tramo superior de renta, si bien los porcentajes están más repartidos entre los emprendedores potenciales que entre el grupo de TEA o consolidados, que en mayor medida se sitúan en dicho tramo.

Tabla 5. Distribución del nivel de renta de las personas involucradas por fases del proceso emprendedor.

Tramo de renta	Potencial	TEA	Consolidado
Tercio inferior	12,5%	16,1%	17,1%
Tercio medio	39,6%	22,6%	19,5%
Tercio superior	47,9%	61,3%	63,4%

3.6. Perfil medio de las personas involucradas en el proceso emprendedor

A continuación, la tabla 6 sintetiza el perfil medio de las personas involucradas en cada fase del proceso emprendedor, y la tabla 7 algunas diferencias significativas en cuanto al perfil medio por género.

Tabla 6. Perfil medio 2014 de involucrados por fase del proceso emprendedor.

Perfil medio	% Género masculino/femenino	Edad	Formación	Nivel de renta
Potencial	49,7/50,8	37,7	Media	Superior
Naciente	54,2/45,8	38,8	Media	Superior
Nuevo	62,5/37,5	43,5	Superior	Superior
TEA14	58,3/41,7	41,1	Media	Superior
Consolidado	54,1/45,9	47,0	Media	Superior

Tabla 7. Perfil medio 2014 por género.

Rasgos del perfil	Emprendedoras	Emprendedores
Edad promedio (años)	40,8	41,30
Nivel educativo superior	45%	35,7%
Formación específica emprendedora	45%	46,4%
% Emprendimiento por oportunidad	60%	71,4%

CAPÍTULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES

4.1. Introducción

Tras analizar la actividad emprendedora y el perfil socio económico de los individuos, en este capítulo se recoge una caracterización general del tipo de iniciativas de carácter incipiente (nacientes y nuevas) y su financiación inicial.

Esta caracterización se complementa con la información acerca de las expectativas y percepciones que los emprendedores tienen sobre sus iniciativas: crecimiento esperado, expectativas de generación de empleo, grado de innovación del producto o servicio en relación a competidores, y su potencial exportador.

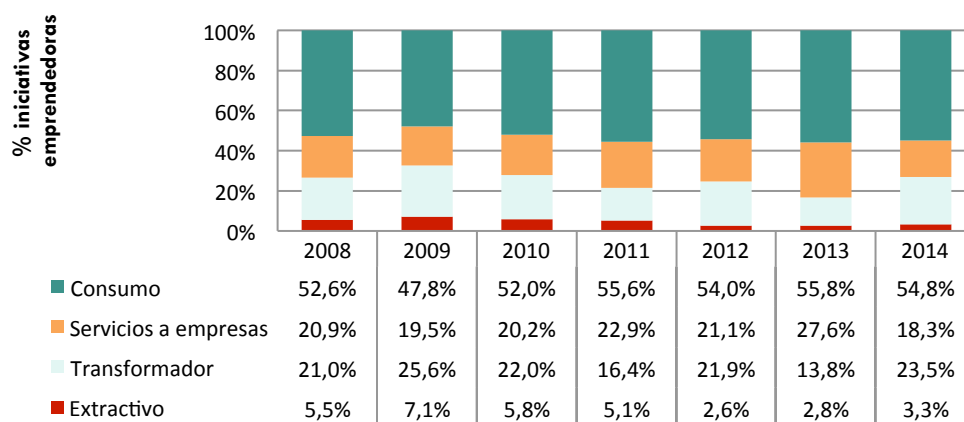
4.2. Sectores generales de actividad

El observatorio GEM utiliza 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.

En la figura 29 se recoge, siguiendo la clasificación citada, la distribución de actividades en fase emprendedora (sin incluir las iniciativas ya consolidadas) en la Comunidad Valenciana desde 2008 hasta 2014.

Conforme lo que se viene detectando en años anteriores, los datos reflejan la tercerización de la economía de la Comunidad Valenciana, ya que en un 73,1% de los casos las iniciativas en fase emprendedora corresponden al sector servicios, mientras que un 23,5% al sector transformador, quedando un pequeño porcentaje (el 3,3%) dedicado al sector extractivo. No obstante, se ha reducido la diferencia respecto a 2013, a favor de estos últimos.

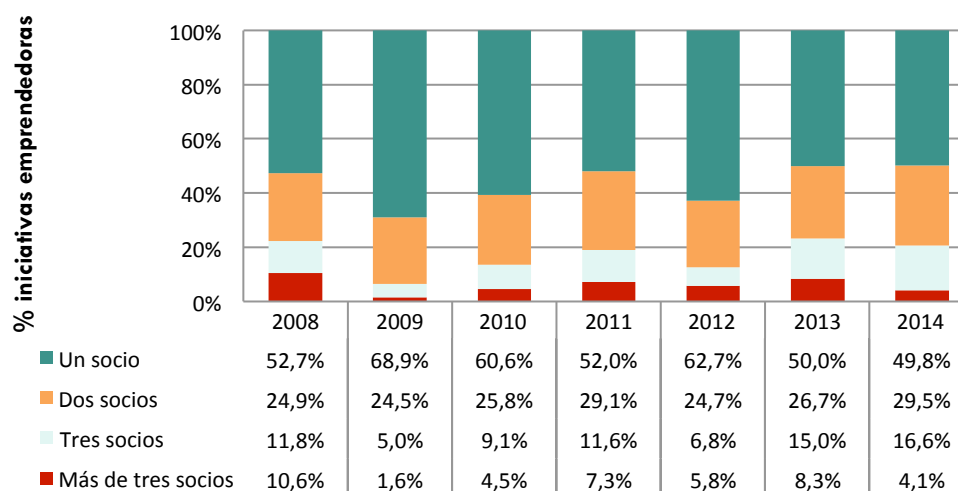
Figura 29. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad.



4.3. Número de socios

En este apartado, se muestra la distribución del número de propietarios de las iniciativas emprendedoras (TEA) desde el año 2008. Como puede observarse en la figura 30, las iniciativas empresariales en la Comunidad Valenciana suelen desarrollarse mayoritariamente en solitario, manteniéndose la situación sin grandes cambios a lo largo del histórico de datos.

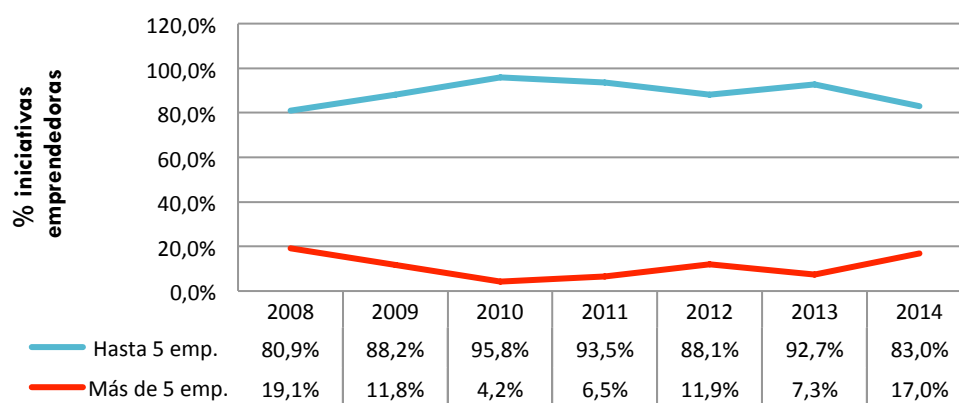
Figura 30. Distribución del número de propietarios de las iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses, incluyendo al socio que contesta la encuesta.



4.4. Dimensión y número de empleados

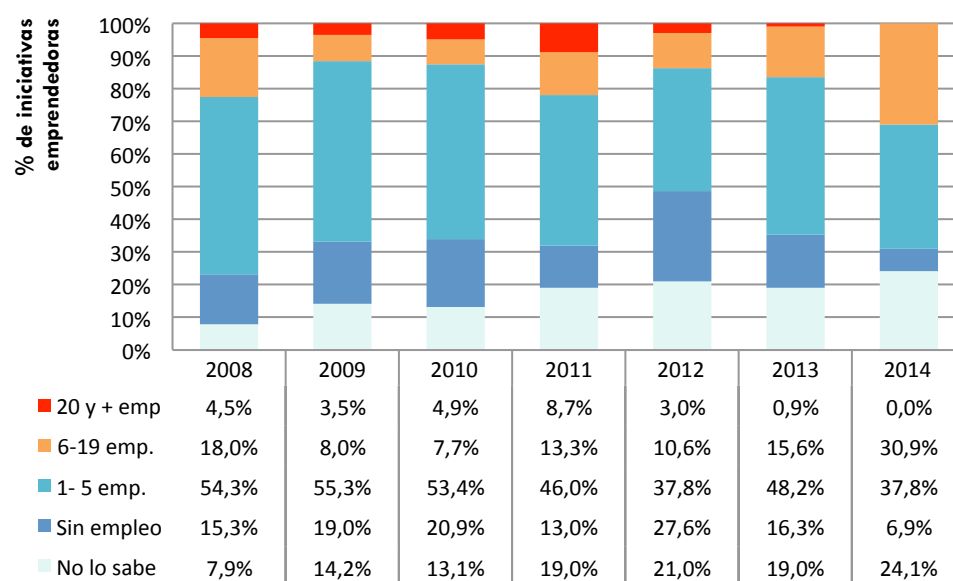
La figura 31 muestra la evolución de la dimensión empresarial de las iniciativas en fase naciente y nueva, entre 2008 y 2014, en base a la perspectiva del número de empleados. En 2014 se observa una ligera disminución de la presencia de iniciativas con menos de seis empleados, incluyendo el autoempleo (83%).

Figura 31. Empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal.



La información anterior se amplía con las expectativas de creación de empleo a cinco años vista (figura 32).

Figura 32. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista.



4.5. Necesidades de financiación iniciales.

La información de este apartado proviene de los individuos involucrados únicamente en actividades en fase naciente (menos de 3 meses en el mercado), para captar mejor las necesidades iniciales de financiación.

La tabla 8 recoge los valores estimados de dichas necesidades financieras y su agrupación en cuartiles de igual número de emprendedores por orden creciente de necesidades declaradas.

Tabla 8. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.

VALORES REPRESENTATIVOS	2010	2011	2012	2013	2014
Moda (valor más frecuente)	6.000€ (17,5%)	0€ (11,6%)	0€ (18,8%)	3.000€ (15,6%)	6.000€ (13,5%)
Segundo valor más frecuente	25.000€ (12,6%)	30.000€ (9,7%)	15.000€ (11,5%)	20.000€ (12,7%)	15.000€ (13%)
NECESIDADES ORDENADAS POR CUARTILES DE EMPRENDEDORES	2010	2011	2012	2013	2014
1% al 25% de emprendedores	Hasta 6.000€	Hasta 5.092€	Hasta 2.262€	Hasta 3.930€	Hasta 4.813,70
26% al 50% de emprendedores	6.000€ - 20.342€	5.092€ - 20.000€	2.262€ - 10.665€	3.930€ - 20.000€	4.813,70 - 9.916,70
51% al 75% de emprendedores	20.342€ - 93.428€	20.000€ - 79.124€	10.000€ - 77.393€	20.000€ - 45.013€	9.916,70 - 25.127,67
76% al 100% de emprendedores	Más de 93.428€	Más de 79.124€	Más de 77.393€	Más de 45.013€	Más de 48.023,40

La información obtenida ha de ser tomada con mucha cautela dado que se trata de una variable ciertamente sensible y también debido a la dispersión de respuestas, que presenta algunos casos aislados, no representativos, con elevadas necesidades de capital, que afecta a los valores medios, por lo que es más apropiado hablar de valores frecuentes y grupos.

Hechas las salvedades anteriores, y en base a las respuestas más frecuentes, se puede seguir hablando de unas necesidades de financiación muy moderadas, con valores frecuentes de unos 6.000 euros aunque también se declaran algunas necesidades de financiación muy elevadas en algunos casos puntuales.

Adicionalmente, en este año se ha preguntado a los emprendedores, cuál piensan que será la procedencia mayoritaria del capital requerido para la puesta en marcha de su actividad naciente. En las respuestas recogidas destaca el no recurso a las instituciones financieras, en tanto que la mayoría de los que han respondido afirman tener proyectado hacer uso de ahorros personales (50%), de la familia (20%) o de amistades y conocidos (7%), reduciéndose el recurso a bancos e instituciones de crédito a un 23%.

En relación con esto, el 2,4% de la población de la Comunidad Valenciana afirma estar financiando o haber financiado en los últimos tres años, la puesta en marcha de negocios de terceros mediante aportaciones propias (sin tener en cuenta las aportaciones al capital a cambio de participación en la empresa), principalmente por vínculos familiares o de amistad. En la tabla 9 se recoge una aproximación al perfil de este inversor informal.

Tabla 9. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana.

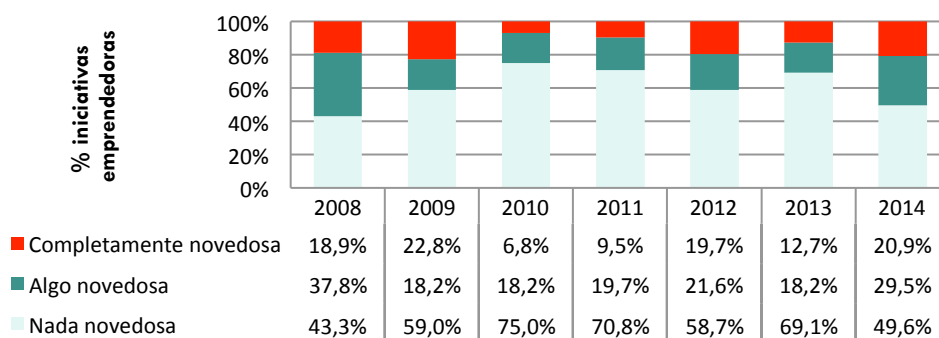
	2010	2011	2012	2013	2014
% población inversor informal	3,1%	3,1%	4,1%	4,0%	2,4%
Aportación más frecuente	3.000 €	3.000 €	2.000 €	3.000 €	3.000 €
Relación con beneficiario (%)	Familia 52,5% Amigo 34,4%	Familia 65,3% Amigo 20,0%	Familia 64,8% Amigo 20,1%	Familia 64,3% Amigo 29%	Familia 73,8% Amigo 18,6%
Edad media	45,3 años.	43,1 años.	43,7 años.	43,2 años.	43,18
Perciben oportunidades (%)	24,5%	15,8%	17,1%	21,0%	26,2%
Posee formación para emprender (%)	45,5%	42,8%	43,3%	32%	34,7%
Intención de emprender (%)	19,0%	28,2%	21,7%	20,4%	18,8%
Involucrado en TEA (%)	11,9%	14,3%	9,3%	7,5%	3,5%

4.6. Visión del emprendedor sobre su iniciativa

Con la intención de obtener información sobre cómo perciben el desarrollo de su propia iniciativa empresarial, el observatorio GEM pregunta a los emprendedores que han participado en la encuesta, sobre una serie de cuestiones que complementan la información analizada en apartados anteriores.

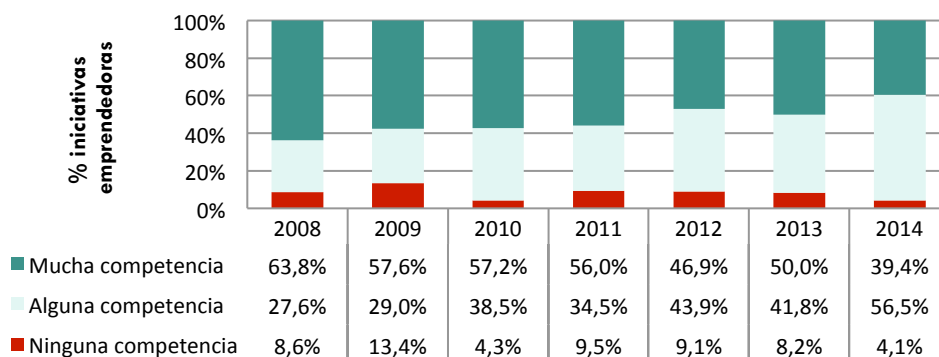
Así, la figura 33 recoge la percepción sobre el grado de novedad que supone la iniciativa para su mercado potencial, y aproximadamente el 50% afirman percibir su iniciativa como novedosa, al menos parcialmente, de acuerdo al grado de diferenciación que su producto o servicio puede suponer para su clientela.

Figura 33. Percepción del grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales.



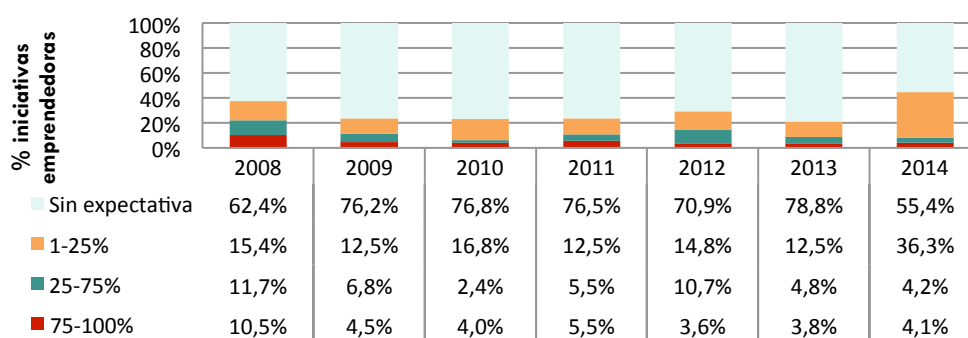
La figura 34 muestra información sobre la diferenciación que consideran pueden tener sus productos y servicios, tomando como referencia lo ofrecido por los competidores directos. En este caso, destaca como aproximadamente, un 4% de encuestados afirma que no tiene competencia.

Figura 34. Percepción del número de competidores que ofrecen el mismo producto o servicio.



La figura 35 muestra la información relativa a los clientes potenciales en el extranjero, registrándose un 44,6% de emprendedores que estiman que una parte de sus ventas puede proceder del exterior, y un 55,4% de emprendedores sin expectativas de ventas exteriores, lo que supone una disminución respecto a años anteriores.

Figura 35. Percepción de la proporción de sus clientes potenciales fuera de España.



CAPÍTULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER

5.1. Introducción

Esta sección ofrece una valoración del estado del entorno en que se desarrolla la actividad emprendedora, a través de una serie de factores con capacidad para condicionar y afectar a las oportunidades de negocio, al potencial emprendedor de la población y al propio proceso de nacimiento y evolución de iniciativas empresariales. Se trata del contexto específico para emprender, y no del contexto socio-económico general o de competitividad de un país o región.

Para su modelización, GEM incorpora nueve condiciones de entorno (tabla 10), las cuales son analizadas por expertos procedentes de diversos ámbitos y relacionados con la actividad emprendedora, lo que ofrece un punto de vista complementario al de la población, acerca del contexto en el que ésta decide implicarse o no en la dinámica emprendedora y empresarial.

En el caso específico de la Comunidad Valenciana, en 2004 y con ocasión del primer informe GEM de la región, se formó un grupo de 36 empresarios y profesionales, el cual valora anualmente la situación de las condiciones de entorno. El grupo mantiene al menos un 75% de sus miembros de año a año, al objeto de garantizar una cierta continuidad en los criterios empleados para valorar las condiciones establecidas.

La procedencia y ámbito de influencia de estos 36 expertos se recoge en las tablas 11 y 12. Se ha contado con la participación de expertos relacionados con todas las condiciones de entorno analizadas y con procedencia del mundo empresarial (empresarios, representantes de asociaciones empresariales, etc.), y del ámbito de la Administración (organismos regionales, provinciales y locales que ofrecen servicios y desarrollan programas específicos para emprendedores).

Tabla 10. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por los expertos.

Condición	Descripción
APOYO FINANCIERO	Disponibilidad de recursos financieros para la creación, puesta en marcha y crecimiento de nuevas empresas, incluyendo subvenciones y subsidios.
POLÍTICAS PÚBLICAS	Apoyo de las políticas de las administraciones públicas a empresas nuevas o en crecimiento, principalmente impuestos o regulaciones.
PROGRAMAS PÚBLICOS	Existencia de iniciativas o programas de apoyo directo para asistir a empresas nuevas y en crecimiento.
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.
TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA	Contribución de los sistemas de investigación y desarrollo a la creación de nuevas oportunidades de negocio relacionadas con I+D.
INFRAESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL	Disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales, y otras instituciones que facilitan servicios para creación o desarrollo de negocios.
APERTURA DEL MERCADO INTERNO	Facilidad de las empresas nuevas y en crecimiento para introducirse en el mercado y competir.
ACCESO A INFRAESTRUCTURA FÍSICA	Facilidad de acceso a los recursos físicos existentes a un coste que no discrimine a las empresas nuevas o en crecimiento.
NORMAS SOCIALES Y CULTURALES	Medida en la que las normas culturales y sociales del territorio, favorecen o inhiben la puesta en marcha de nuevas empresas.

Tabla 11. Ámbito de influencia de los expertos del Informe GEM Comunidad Valenciana 2014.

Ámbito de influencia	Número 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 12. Ámbitos de procedencia de los expertos participantes en el Informe GEM Comunidad Valenciana 2014.

Ámbito de procedencia	Número de expertos
Empresarios	12
Profesionales	24
Expertos de cámaras de comercio y asociaciones empresariales	4
Expertos de entidades regionales de apoyo	4
Expertos de entidades locales de apoyo	4
Expertos de innovación y desarrollo empresarial	4

5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender

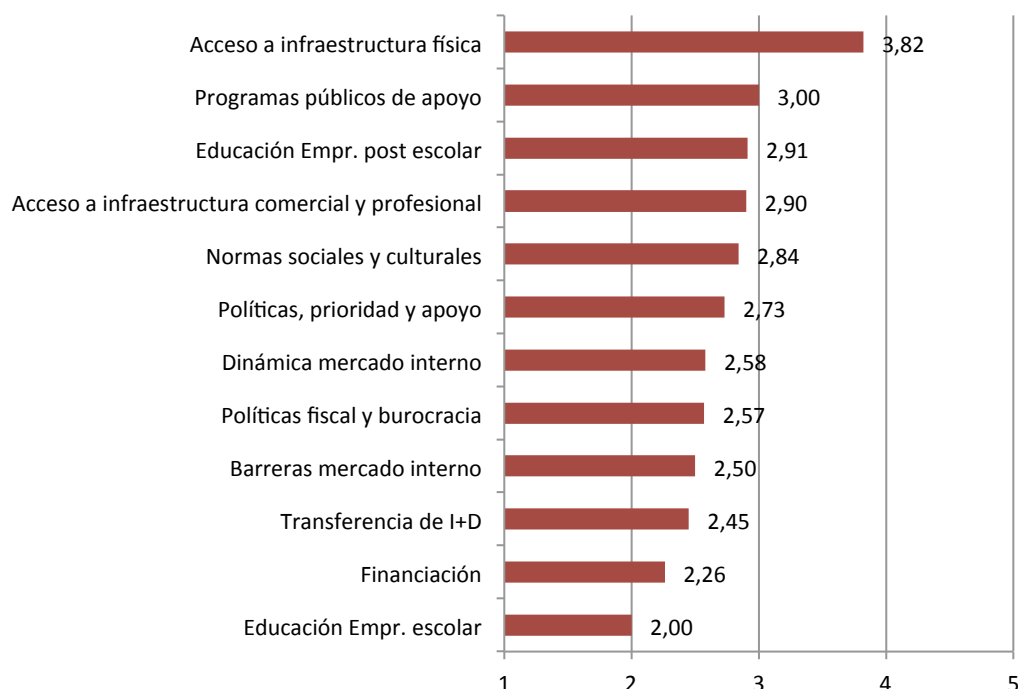
Las valoraciones realizadas por los expertos acerca del estado de las condiciones del entorno emprendedor en la Comunidad Valenciana en 2014³ se muestran en la figura 36. Las nueve condiciones citadas aparecen en doce ítems, en tanto que políticas de apoyo, así como educación y apertura de mercado, se desagregan a su vez en otras dos, según se aprecia en la figura.

Los expertos expresan su grado de acuerdo o desacuerdo en relación a una batería de cuestiones representativas de cada una de las condiciones de entorno en base a una escala Likert de 1 a 5⁴, siendo las valoraciones mostradas en la figura el resumen global para cada una de dichas condiciones. El detalle de las cuestiones se puede consultar en la sección 5.3 de este informe.

³ Los expertos realizan estas valoraciones en el segundo trimestre del año.

⁴ Las valoraciones globales que superan la media de 3 puntos se pueden considerar favorables, mientras que las que no la superan se consideran desfavorables.

Figura 36. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2014 en la Comunidad Valenciana.



Es habitual en los informes GEM que en la escala utilizada (1 a 5), prácticamente ninguna de las condiciones supere el 4. Éste es un resultado corriente, dado que un 5 supondría una percepción de perfección en dichas condiciones por parte de los expertos.

En síntesis, la figura 36 ofrece una imagen de situación que los expertos consultados continúan considerando como poco favorable al emprendimiento, a pesar de que se recoge una leve mejoría en la mayor parte de las valoraciones, al igual que en el conjunto de España.

Sólo una de las condiciones evaluadas supera el 3: la relativa a las condiciones de acceso a infraestructura física, como es habitual en la región, en España y en los países de su entorno. Ateniéndonos a la valoración media, también se pueden considerar como adecuadas otras cuatro: la evaluación efectuada acerca de los programas públicos de apoyo al emprendimiento, que obtiene un 3, la percepción sobre el estado de las condiciones de acceso a infraestructura comercial y profesional, el juicio sobre la orientación emprendedora de la educación superior, y las normas socio-culturales de la región en relación con el emprendimiento, estas últimas con una valoración próxima a la media (3).

En el extremo opuesto, y como viene siendo habitual, los aspectos peor valorados y con mayor necesidad de mejora son el soporte y apoyo financiero a las iniciativas emprendedoras y empresariales, y la orientación al emprendimiento de la educación primaria y secundaria, si bien en 2014 logran alcanzar y superar la valoración media de 2. Entre las condiciones resaltadas se haya el resto de ítems valorados.

La tabla 13 ofrece una ampliación de la perspectiva desde un punto de vista dinámico, recogiendo la evolución de las valoraciones efectuadas desde el año 2006. En este sentido, de las doce condiciones en que se desagregan las nueve originales, diez de ellas mejoran en mayor o menor medida, recogándose caídas en las valoraciones únicamente en dos: el estado de las condiciones de acceso a infraestructura comercial y profesional, aunque con un cambio apenas significativo, que la hace seguir siendo de las condiciones mejor valoradas, y la dinámica del mercado interno en cuanto a la velocidad de sus cambios.

De otro lado, la figura 37 sitúa las valoraciones en el contexto comparativo de las otorgadas al conjunto de España. Como se puede apreciar, hay gran similitud entre las valoraciones recogidas por cada una de las condiciones, así como en la jerarquía entre las mismas, si bien se muestra con carácter general una ligera mejor valoración en las percepciones de los expertos de la Comunidad Valenciana, con la excepción de las relativas a dinámica del mercado interno y a acceso a infraestructura comercial y profesional, que son precisamente las dos condiciones que han reducido su valoración en la región.

Tabla 13. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana. Evolución temporal.

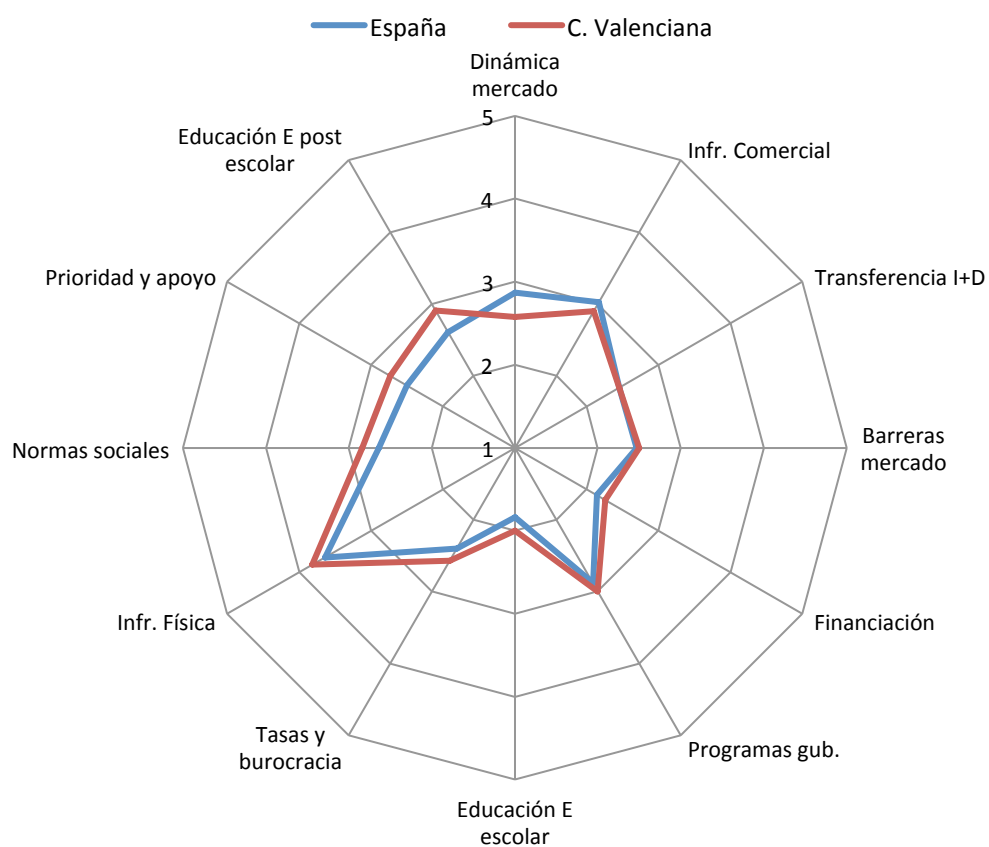
Valoración global (mín.=1; máx.=5)	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Acceso a infraestructura física	3,67	3,62	3,79	3,84	3,7	3,65	3,47	3,75	3,82
Programas públicos de apoyo	3,08	2,93	3,22	3,18	3,2	3,08	3,08	2,98	3,00
Educación y formación post-secundaria	2,68	2,65	2,82	2,84	2,61	3,03	3,04	2,76	2,91
Acceso a infraestructura comercial y profesional	3,22	3,41	3,2	3,17	3,03	3,06	3,08	2,98	2,90
Normas sociales y culturales	3,09	2,63	2,91	2,97	2,62	2,88	2,81	2,54	2,84
Políticas públicas: políticas de apoyo	2,79	2,78	2,8	2,57	2,43	2,41	2,65	2,55	2,73

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR COMUNIDAD VALENCIANA

Mercado interno: velocidad de los cambios	2,14	2,26	2,69	2,75	2,63	2,59	3,02	2,81	2,58
Políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	2,75	2,47	2,81	2,48	2,59	2,67	2,6	2,27	2,57
Mercado interno: apertura	2,81	2,68	2,68	2,67	2,74	2,42	2,65	2,46	2,50
Transferencia de tecnología	2,48	2,32	2,64	2,5	2,46	2,5	2,66	2,41	2,45
Apoyo financiero	2,43	2,39	2,37	2,33	2,13	2,11	1,91	1,86	2,26
Educación primaria y secundaria	1,89	1,72	1,82	1,75	1,82	2,02	2,1	1,81	2,00

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. 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.

Figura 37. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2014 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.



5.3. Detalle de las valoraciones

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 apartado recoge el detalle de dichas cuestiones, de acuerdo con los expertos en 2014.

Los aspectos relacionados con el **acceso a infraestructura física** suelen ser, en los informes GEM, los más destacados del entorno emprendedor, por los expertos en los diferentes territorios analizados, y la Comunidad Valenciana no es una excepción, siendo en 2014 nuevamente la condición mejor valorada. Como se aprecia en la tabla 14, todos los aspectos consultados son puntuados positivamente, destacando la mejora recogida en los ítems relativos a los costes de acceso, que mejoran la puntuación recibida, reflejando la apreciación de los expertos de una mejora en el coste de acceso a estos servicios.

Tabla 14. Evaluación acceso a infraestructura física en la Comunidad Valenciana.

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, etc.) proporcionan un buen apoyo para las empresas nuevas y en crecimiento	3,53	3,47	3,89	4,00	4,00	3,77	3,83	3,92	3,96
No es excesivamente caro, para una empresa nueva o en crecimiento, acceder a teléfono, Internet, etc.	3,64	3,72	3,71	3,69	3,65	3,63	3,5	3,5	4,00
Una empresa nueva o en crecimiento puede proveerse de servicios de telecomunicaciones en aprox. una semana	3,49	3,32	3,59	3,86	3,65	3,54	3,5	4,14	4,00
Una empresa nueva o en crecimiento puede afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.)	3,86	3,83	3,92	3,67	3,76	3,69	3,25	3,44	3,89
Una empresa nueva o en crecimiento puede tener acceso a los servicios básicos (gas, agua, electricidad, etc.) en aproximadamente un mes	3,79	3,77	3,79	4,03	3,5	3,7	3,47	3,91	4,03
Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)									

La valoración de los **programas públicos de apoyo** (tabla 15) mantiene a esta condición de entorno en segundo lugar, como en años anteriores, con una puntuación global prácticamente idéntica, que en 2014 se sitúa en el promedio 3. Los aspectos mejor valorados son la percepción de apoyo a la creación y desarrollo de empresas por parques científicos e incubadoras, y la profesionalidad percibida en el trabajo que realizan los técnicos de las entidades apoyo. Por otro lado, se considera adecuado la cantidad existente de programas de fomento a la creación de empresas y su crecimiento, pero se sigue percibiendo como susceptible de mejora la posibilidad de adecuar éstos a necesidades específicas de los emprendedores, así como la posibilidad de obtener información adecuada sobre la amplia gama de las distintas ayudas existentes en materia de emprendimiento, contactando con un único organismo.

Tabla 15. Evaluación programas públicos de apoyo a la creación de empresas en C. Valenciana.

En la Com.Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Puede obtenerse información sobre una amplia gama de ayudas públicas a la creación y crecimiento de nuevas empresas, contactando con un solo organismo público	3,25	3,29	3,09	3,03	3,03	3,34	3,17	2,83	2,76
Los parques científicos e incubadoras aportan apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y a su desarrollo	3,5	3,26	3,76	3,71	3,71	3,46	3,69	3,31	3,55
Existe un número adecuado de programas que fomentan la creación y el crecimiento de nuevas empresas	2,97	3,00	3,22	3,06	3,06	3,09	2,61	2,94	3,03
Los profesionales que trabajan en las entidades públicas de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces	3,36	2,97	3,71	3,51	3,58	3,43	3,72	3,29	3,25
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	2,71	2,43	2,81	2,89	2,92	2,81	2,58	3,28	2,76
Los programas públicos que apoyan a empresas nuevas y en crecimiento son efectivos	2,81	2,6	2,94	2,81	2,89	2,67	2,74	2,88	2,78
Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)									

Las **condiciones de acceso a infraestructura de servicios comerciales y profesionales** (tabla 16) siguen siendo percibidas como relativamente adecuadas, si bien su puntuación global es, en 2014, la más baja del histórico (2,91). Únicamente dos de los elementos considerados en esta condición superan la nota promedio 3: la suficiente oferta de proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a empresas nuevas y en crecimiento, siempre el aspecto más destacado; y la facilidad de acceso a buenos servicios de asesoramiento empresarial. El resto de elementos juzgados se encuentran por debajo de 3, siendo los peor valorados, y que además han sufrido el más brusco descenso en cuanto a su valoración, el relativo a la facilidad de las empresas para acceder a esa -bien juzgada- oferta de buenos proveedores, consultores y subcontratistas, y especialmente el coste que ello les supondría.

Tabla 16. Evaluación del acceso a servicios comerciales y profesionales en la Comunidad Valenciana.

En la Com. Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Existen suficientes proveedores, consultores y subcontratistas para dar soporte a empresas nuevas y en crecimiento	3,59	3,51	3,75	3,82	3,75	3,75	3,62	3,86	3,60
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el coste de subcontratistas, proveedores y consultores	2,65	2,53	2,37	2,41	2,44	2,31	2,42	2,46	2,00
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos proveedores, consultores y subcontratistas	3,03	3,2	3,11	3,26	3,03	3,03	2,94	3,11	2,69
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a un buen asesoramiento legal, laboral, contable y fiscal	3,56	3,53	3,54	3,51	3,42	3,5	3,53	3,19	3,32
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios	3,47	3,71	3,31	2,69	2,34	2,68	2,71	2,14	2,80
<i>Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)</i>									

La tabla 17 recoge las cuestiones relativas al **mercado interno** de la región, en sus dos consideraciones: **volatilidad y apertura**. Respecto a la primera, la valoración de los expertos desciende nuevamente en 2014, tras el incremento recogido en la valoración 2012, para situarse en valores próximos a los de 2007, tanto en lo relativo al mercado destinado al consumidor final como al mercado de

bienes y servicios para empresas. En relación al **grado de apertura** de los mercados y las oportunidades que ello conlleva, los expertos siguen reconociendo la dificultad que supone el acceso a los mismos para las empresas nuevas y en crecimiento, en cuanto a la presencia de diversas barreras de entrada, en mayor medida si cabe que en años anteriores.

Tabla 17. Evaluación de la apertura del mercado interno de la Comunidad Valenciana.

En la Com.Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Los mercados de consumo cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,12	2,23	2,65	2,78	2,69	2,63	3,06	2,91	2,30
Los mercados de bienes y servicios para empresas cambian drásticamente de un ejercicio a otro	2,23	2,29	2,74	2,72	2,57	2,54	2,97	2,71	2,37
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar fácilmente en nuevos mercados	2,68	2,6	2,6	2,58	2,39	2,47	2,8	2,36	2,23
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir los costes de entrada al mercado	2,56	2,37	2,43	2,47	2,56	2,44	2,39	2,22	2,03
Las empresas nuevas y en crecimiento pueden entrar en nuevos mercados sin ser bloqueadas de forma desleal por las empresas establecidas	2,67	2,94	2,69	2,83	2,92	2,56	2,59	2,68	2,50
La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir	3,36	3,00	2,96	3,00	3,00	2,32	2,64	2,48	2,58
Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)									

La tabla 18 recoge las cuestiones relativas a la condición de entorno acerca de la **orientación emprendedora de la educación y formación** en la Comunidad Valenciana. Se puede apreciar la diferente valoración otorgada por los expertos a este aspecto según se trate de la educación escolar, destacada en 2014 como la peor de las condiciones de entorno (2) o post-escolar, que en 2014 es la tercera condición mejor valorada (2,91). En cualquier caso, tanto una como la otra mejoran su puntuación respecto a 2013, si bien todavía no alcanzan, en la percepción de los expertos, las valoraciones de años anteriores, dejando todavía amplio margen para el avance, especialmente en aspectos como la atención al estímulo de la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa desde edades tempranas, la mejora de conocimientos sobre economía y el fomento del espíritu emprendedor en la etapa escolar, o la necesidad de mejorar la preparación recibida al respecto en las Universidades.

Tabla 18. Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana.

En la Com. Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
En la enseñanza primaria y secundaria se estimula la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal.	2,03	1,76	1,8	1,89	1,8	2,11	2,22	1,89	2,08
En la enseñanza primaria y secundaria se aportan conocimientos suficientes y adecuados sobre los principios de la economía de mercado	2,00	1,85	1,91	1,74	1,91	2,09	2,13	1,82	2,00
En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu empresarial y a la creación de empresas	1,68	1,56	1,75	1,71	1,74	1,92	1,94	1,76	1,87
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	2,36	2,47	2,51	2,72	2,33	2,69	2,78	2,66	2,42
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	2,90	2,72	3,21	3,14	2,94	3,36	3,26	2,82	3,25
Los sistemas de formación profesional y continua proporcionan preparación adecuada y de calidad para la creación de empresas	2,84	2,67	2,73	2,70	2,56	3,00	2,91	2,75	2,92
Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)									

La valoración de las **políticas de apoyo** a la creación de empresas, desarrolladas desde las distintas administraciones públicas (tabla 19), se desagrega en cuestiones relativas a su orientación y prioridad por un lado, y a la facilidad y rapidez de los trámites que conllevan, por otro. En relación al primer aspecto mejoran las tres cuestiones correspondientes, destacando especialmente (por encima de la nota media 3) el juicio de los expertos sobre el apoyo a empresas nuevas y en crecimiento como prioridad de las políticas del gobierno estatal y las administraciones autonómicas. Peor valoración obtienen en conjunto las cuestiones relativas a la facilidad de los trámites administrativos y legales, que son además las únicas que descienden su puntuación, siendo todavía por tanto un ámbito

especialmente necesitado de acción, pese a los esfuerzos puestos en ello por la administración. Respecto a la coherencia del conjunto de tasas y regulaciones que afectan al emprendimiento, se reconoce por los expertos que todavía existe un amplio margen de mejora, considerándose que puede llegar a actuar incluso como barrera de entrada para nuevos emprendedores y para el crecimiento, si bien su valoración experimenta cierta mejora respecto a la anterior edición.

Tabla 19. Evaluación de las políticas públicas de apoyo a la creación de empresas en la Comunidad Valenciana.

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Las políticas públicas favorecen claramente a las empresas de nueva creación	2,39	2,31	2,22	2,14	2,06	2,20	2,44	1,97	2,05
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en las políticas del gobierno estatal	2,74	2,91	2,89	2,53	2,44	2,36	2,75	2,81	3,08
El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en las políticas autonómicas	3,06	3,03	3,11	3,03	2,75	2,66	2,69	2,78	3,07
Las nuevas empresas pueden realizar los trámites administrativos y legales (licencias y permisos) en aprox. 1 semana	2,29	1,97	2,19	1,94	2,22	2,31	2,78	2,21	2,12
Impuestos y tasas no constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de empresas	3,11	2,74	3,28	2,39	2,72	2,66	2,61	2,17	2,35
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	3,38	2,79	3,28	2,77	2,81	2,91	2,62	2,34	3,03
Llevar a cabo los trámites burocráticos y la obtención de licencias para el desarrollo de la actividad empresarial no representa una especial dificultad	2,79	2,39	2,46	2,39	2,56	2,66	2,56	2,25	2,17
Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)									

En el caso de las **normas sociales y culturales** (tabla 20) y su relación con valores vinculados al emprendimiento, esta condición se sitúa globalmente por debajo de la nota promedio 3, si bien ha experimentado cierta mejora respecto a 2013. De este modo, los expertos ponen de manifiesto que es fundamental seguir haciendo esfuerzos en mejorar este ámbito, especialmente en la estimulación de la asunción de riesgos empresariales, cuya valoración es la más baja.

Tabla 20 Evaluación de las normas sociales y culturales en la Comunidad Valenciana.

En la Com. Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito conseguido a través del esfuerzo personal	3,46	2,94	3,35	3,36	3,11	3,22	3,17	2,81	3,08
Las normas sociales y culturales enfatizan la autosuficiencia, la autonomía y la iniciativa personal	3,14	2,72	3,03	3,00	2,56	2,97	3,00	2,53	2,91
Las normas sociales y culturales estimulan la asunción del riesgo empresarial	2,89	2,31	2,63	2,44	2,31	2,61	2,44	2,17	2,32
Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación	3,09	2,34	2,71	3,09	2,58	2,69	2,72	2,50	2,53
Las normas sociales y culturales enfatizan que ha de ser el individuo (más que la comunidad) el responsable de gestionar su propia vida	3,72	2,72	2,79	2,97	2,56	2,86	2,75	2,75	3,01
Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)									

El estado del entorno tecnológico de la Comunidad Valenciana, en relación a las posibilidades de **transferencia de tecnología** (tabla 21), sigue recogiendo una baja valoración de acuerdo al juicio de los expertos. La única afirmación que recoge una valoración positiva por éstos, y que además experimenta un incremento respecto a años anteriores, sigue siendo la capacidad y potencialidad de la ciencia y la tecnología para la creación de empresas competitivas a nivel global. Sin embargo, como en anteriores ediciones, se sigue percibiendo una importante limitación para que las empresas nuevas puedan costearse el acceso a las últimas tecnologías, así como en relación a la existencia y adecuación de ayudas para acceder a las mismas. Además, el juicio de los expertos deja patente que es necesario mejorar la eficiencia de la transferencia desde las universidades y los centros públicos de investigación, así como potenciar el apoyo a los científicos para la explotación de sus ideas a través de la creación de nuevas empresas.

Tabla 21. Evaluación de la transferencia tecnológica en la Comunidad Valenciana.

En la Comunidad Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y centros de investigación públicos a las empresas nuevas y en crecimiento	2,45	2,40	2,41	2,44	2,35	2,67	2,97	2,57	2,17
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas	2,66	2,71	2,89	2,65	2,68	2,84	2,91	2,94	2,25
Las empresas nuevas y en crecimiento se pueden costear las últimas tecnologías	2,00	1,86	2,08	1,97	2,03	2,15	2,21	1,92	2,03
Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento, para adquirir nuevas tecnologías, son suficientes y adecuadas	2,38	2,30	2,58	2,62	2,26	2,15	2,18	1,88	2,03
La ciencia y la tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global	2,73	2,80	3,40	2,18	3,06	3,35	3,16	3,21	3,48
Existe el apoyo suficiente para que los científicos puedan explotar sus ideas a través de la creación de nuevas empresas	2,38	2,39	2,74	2,32	2,49	2,32	2,30	2,06	2,14
Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)									

La valoración global del **apoyo financiero** (tabla 22) experimenta por primera vez un repunte en 2014, tras su progresiva reducción de los últimos años, edición tras edición. En cualquier caso, sigue siendo, junto al estado de la orientación emprendedora en los niveles básicos educativos, la condición peor valorada, evidenciando la situación de crisis y sus repercusiones sobre la liquidez y el crédito a las empresas. La práctica totalidad de las afirmaciones que conforman el juicio sobre esta condición han experimentado mejoras respecto a 2013 en su valoración, destacando especialmente las relativas a la existencia de subvenciones públicas y a medios de financiación ajena, si bien no se llegan a alcanzar los valores de años previos. En cualquier caso, pese a la mejora puntual

experimentada, los expertos, como se comenta en la siguiente sección, siguen destacando el acceso a la financiación como el obstáculo fundamental al emprendimiento en la Comunidad Valenciana en 2014.

Tabla 22. Evaluación del apoyo financiero a la creación de empresas en la C. Valenciana.

En la Com. Valenciana:	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Existen suficientes fuentes de financiación propia para financiar las empresas nuevas y en crecimiento	2,65	2,63	2,67	2,42	2,19	2,14	1,89	1,81	2,14
Existen suficientes medios de financiación ajena para las empresas nuevas y en crecimiento	2,84	2,78	2,69	2,50	2,14	1,97	1,86	1,67	2,16
Existen suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento	2,65	2,56	2,81	2,72	2,42	2,31	1,77	1,72	2,57
Existe suficiente financiación de inversores privados distintos de los fundadores para empresas nuevas y en crecimiento	2,18	2,34	2,21	2,32	2,31	2,20	2,06	2,08	2,14
Existe una oferta suficiente de capital riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento	1,96	2,24	2,27	2,23	2,35	2,21	1,97	2,26	2,34
Existe suficiente financiación ajena disponible, a través de la salida a bolsa, para las empresas nuevas y en crecimiento	2,00	1,66	1,47	1,76	1,77	1,94	1,93	1,74	1,71
Las puntuaciones son el promedio de las valoraciones sobre los aspectos indicados (1=falso; 3=neutro; 5=cierto)									

5.4. Análisis de los obstáculos, apoyos y recomendaciones

El análisis del entorno específico en el que se desarrolla la actividad emprendedora de la Comunidad Valenciana, se amplía a través de las opiniones del grupo de expertos sobre el papel que determinadas condiciones pueden estar jugando, como frenos o impulsores del emprendimiento.

Para ello, el observatorio GEM solicita a cada uno de los expertos, que indique un máximo de: (a) tres aspectos fundamentales que, según su criterio, pueden estar actuando como frenos, obstaculizando la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana; (b) tres importantes apoyos que la estén favoreciendo; y (c) recomendaciones o medidas para mejorar la actividad emprendedora en la región.

A partir del conjunto de respuestas obtenidas, y su clasificación en los ámbitos definidos por la metodología GEM, las tablas 23, 24 y 25 muestran una síntesis conjunta de los resultados.

En este sentido, y de acuerdo con la opinión global expresada por los expertos regionales, entre los aspectos que suponen los principales **obstáculos** a la actividad emprendedora (tabla 23) destaca como viene siendo habitual, en primer lugar, las posibilidades de acceso a la financiación (83,3%). Los expertos mencionan como segundo y tercer aspecto, la capacidad emprendedora percibida en la población (30,6%) y la crisis económica (27,8%).

Respecto a las dificultades de financiación, se mantiene continuamente como uno de los obstáculos más importantes edición tras edición de este estudio, y evidentemente ligado al elemento anterior, destaca también la crisis económica y sus efectos, citada en tercer lugar, al igual que en 2013.

Entre el resto de obstáculos destacan, en menor medida, la necesidad de mejora del soporte efectivo de las políticas de apoyo; la insuficiencia de una cultura emprendedora sólida y su manifestación en un conjunto de normas socio-culturales que favorezcan la iniciativa empresarial, la asunción de riesgos; y el estado actual de la orientación emprendedora en el sistema educativo y de formación.

Tabla 23. Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora.

Ámbitos del entorno que generan obstáculos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (gravedad)
Apoyo financiero	83,3%
Capacidad emprendedora	30,6%
Crisis económica	27,8%
Políticas de apoyo	25,0%
Normas sociales y culturales	25,0%
Educación y formación	25,0%
Apertura del mercado interno	13,9%
Contexto político, institucional y social	8,3%

Tabla multirespuesta donde cada experto menciona hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)

Respecto a los apoyos del entorno a la actividad emprendedora (tabla 24), los expertos entrevistados en la Comunidad Valenciana apuntan como factores principales: los programas gubernamentales (46,9%), la situación del mercado laboral (40,6%), las políticas públicas de apoyo (31,3%) y la capacidad emprendedora percibida en la población de la región (21,9%).

Los programas de apoyo se alzan en 2014 al primer lugar del conjunto de elementos impulsores de la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana que citan los expertos. La perduración de la crisis, y la toma de conciencia por parte de las administraciones en relación al fomento de la actividad emprendedora como salida para colectivos desfavorecidos, puede tener mucho que ver en esta mejora de la posición de informes anteriores. En este sentido se siguen destacando elementos como el esfuerzo y la labor jugada por los agentes de desarrollo en el ámbito local y su cercanía a los emprendedores potenciales e incipientes; el importante rol de incubadoras y aceleradoras; y nuevamente la proliferación de los espacios de *coworking*, así como los diversos encuentros, actividades de promoción, información y formación, iniciativas como el “Día de la Persona Emprendedora” o las convocatorias de diversos premios.

Al igual que en la edición 2013, gran parte de los expertos ha considerado que la situación del mercado laboral, en relación al alto nivel de desempleo, está actuando como impulso a la actividad emprendedora, de modo que está forzando a parte de la población a generar su propio puesto de trabajo mediante la creación de empresas, tratándose por tanto de iniciativas empresariales surgidas por necesidad. En este sentido, tal y como sucedía en las ediciones correspondientes a los años 2012 y 2013, a juicio de los expertos, el clima económico generado por la crisis y sus consecuencias está modificando las características de la dinámica emprendedora en la región, jugando un doble papel, tanto como fuente de obstáculos, en el sentido en que restringe el acceso a ciertos recursos, y en particular a la financiación, y por otro lado como inductora del autoempleo y el emprendimiento, si bien por necesidad más que por oportunidad.

En sentido similar a la percepción acerca de los programas de apoyo como impulsores de la actividad emprendedora, también las políticas gubernamentales recogen un amplio consenso por parte de los expertos en cuanto a su papel como favorecedor del emprendimiento. En este sentido, en una época de crisis económica como la actual, los expertos destacan el protagonismo de las políticas de fomento e impulso en este ámbito pese a las restricciones presupuestarias, el compromiso institucional a diversos niveles, o la introducción de cambios legales y adaptaciones normativas favorecedoras, así como las mejoras en diversos aspectos burocráticos, situando el ámbito de las políticas en tercer lugar entre los elementos citados (31,3%).

Los expertos han citado también como impulso del emprendimiento (21,9%) la propia capacidad emprendedora de la población de la Comunidad Valenciana,

la cual se cita igualmente entre los obstáculos, indicando que pese a que es un elemento a mejorar por la vía del impulso a la educación y formación en cultura y valores relacionados, no obstante se reconoce cierto carácter emprendedor ligado a la historia y a la tradición levantina, que impulsa a ciertas personas a llevar a cabo iniciativas empresariales.

Otros factores destacados en este sentido (18,8%) han sido aquellos relacionados con el grado de apertura del mercado, dado que la globalización de los mercados puede favorecer nuevas oportunidades de negocio y nuevos mercados por explotar.

Tabla 24. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora.

Ámbitos del entorno que suponen apoyos a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (importancia)
Programas gubernamentales	46,9%
Situación del mercado laboral	40,6%
Políticas de apoyo	31,3%
Capacidad emprendedora	21,9%
Apertura del Mercado interno	18,8%
Apoyo financiero	18,8%
Educación y formación	15,6%
Infraestructura comercial y profesional	12,5%

Tabla multi-respuesta donde cada experto menciona hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)

Las principales **recomendaciones** (tabla 25) propuestas por los expertos reiteran algunas de las recogidas en años ediciones. De esta forma, la mejora de las políticas de apoyo al emprendimiento (57,1%), un mayor apoyo financiero (45,7%), el impulso a los programas de apoyo (34,3), la educación y formación y su orientación emprendedora (31,4%), y la mejora de las normas socio-culturales (20%) son las más destacadas.

Tal y como sucedía en el informe GEM 2013 de la Comunidad Valenciana, y acabamos de ver en éste, los factores relativos a políticas y programas de fomento son muy destacados por los expertos, tanto entre los apoyos como entre los obstáculos, lo que supone un reconocimiento al papel que están jugando, pero también que es necesario mejorarlos. En este sentido, los expertos citan literalmente, elementos como: la mejora del apoyo a la internacionalización de las iniciativas, la mayor dotación de espacios de coworking y plataformas colaborativas transversales de emprendimiento, viveros y centros de negocio, seguir impulsando y fomentando en mayor medida vías para el intercambio de

experiencias entre emprendedores, agilizar en mayor medida los trámites burocráticos, responder con mayor rapidez en la tramitación y pago de las ayudas económicas concedidas a empresas, centralizar y mejorar la coordinación de la información de asesoramiento a emprendedores, etc.

Respecto a la financiación, las opiniones son muy similares a las ya expuestas en la edición 2013, lo que no hace sino reiterar su relevancia. Promover una mayor facilidad de acceso, poner de manifiesto la necesidad de que el sector financiero vuelva a hacer circular el crédito, o fomentar el desarrollo de nuevos productos de financiación más acordes a las necesidades actuales, destacan entre las más citadas. Además, se indica la necesidad de fomentar fuentes de financiación no suficientemente aprovechadas, como la creación de fondos de capital riesgo, programas de business angel, o impulsar plataformas de crowdfunding. Adicionalmente, también se cita la necesidad de ordenar y mejorar las subvenciones y la financiación destinada a la creación de nuevas empresas.

Por último, cabe citar las recomendaciones relacionadas con la educación y su orientación al emprendimiento, que ocupan un lugar significativo tras los tres grupos de recomendaciones antes citados. Para los expertos entrevistados, la base de los emprendedores de éxito parte de una adecuada formación en este ámbito, con lo que se propone acercar los empresarios de éxito a las aulas como ejemplo de éxito, dar más peso a la formación práctica y potenciar este tipo de formación desde edades tempranas. Relacionado con este ámbito, se encuentran las recomendaciones ligadas a la mejora de los aspectos socio-culturales y que pasan, más allá de la formación en aspectos técnicos, por actuaciones que fomenten una cultura emprendedora desde la escuela, trabajando aspectos transversales como la iniciativa propia y la autonomía, así como acercando, reconociendo y dignificando la figura del emprendedor, y las enseñanzas que se pueden esconder tras un fracaso en cualquier ámbito, y en particular en el empresarial.

Tabla 25. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones.

Ámbito del entorno al que pertenecen las recomendaciones para favorecer la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana.	Porcentaje de expertos que cita cada ámbito (importancia)
Políticas de apoyo	57,1%
Apoyo financiero	45,7%
Programas de apoyo	34,3%
Educación y formación	31,4%
Normas sociales y culturales	20,0%
Capacidad para emprender	20,0%

Tabla multi-respuesta donde cada experto menciona hasta 3 temas (% sobre total de respuestas)

CAPÍTULO 6. REFLEXIONES FINALES

Año tras año, los datos obtenidos por el Observatorio GEM de la Comunidad Valenciana, recogen una actualización de los rasgos más representativos del emprendimiento y del contexto en el que se desarrolla esta actividad, con una perspectiva temporal y territorial.

Desde 2004, año en el que comienza el Observatorio GEM en nuestra Comunidad, la tasa emprendedora TEA que mide el emprendimiento en la región, ha evolucionado desde un entorno inicial de bonanza económica y pujanza del consumo, con valores que llegaron a alcanzar en torno al 8%, a un entorno posterior de crisis, en el que la tasa TEA descendió paulatinamente hasta alcanzar su mínimo en 2010. Se pasó de un emprendimiento por oportunidad, reforzado por un crecimiento del mercado y en el que el trabajo por cuenta propia ofrecía atractivas ventajas económicas, a un entorno en el que el emprendimiento por necesidad cobraba más fuerza, ante la falta de otras alternativas laborales.

A partir de 2010, las conductas emprendedoras siguen condicionadas por tasas de paro elevadas, y la ratio TEA comienza un comportamiento inestable, con oscilaciones en positivo y negativo que nos llevan al 4% de implicación en actividades emprendedoras incipientes en este 2014, el segundo valor más bajo de toda la serie histórica.

Cabe esperar que en lo sucesivo, la evolución del entorno socioeconómico y el descenso de las tasas de paro, se traduzca en un crecimiento y mayor estabilidad en la evolución de las tasas de emprendimiento.

En cualquier caso, el índice TEA hay que matizarlo con algunos datos que apuntan en buena dirección de cara al futuro. En este sentido cabe citar, por ejemplo, que en 2014 aumenta en 7 puntos la percepción de la población sobre la existencia de buenas oportunidades, apreciación que suele anticipar comportamientos en años sucesivos, y además más de la mitad cree que sería capaz de desarrollar un proyecto empresarial.

En cuanto al perfil del emprendedor y su evolución a medio plazo, consideramos que sería positivo para la calidad del emprendimiento de nuestra Comunidad,

establecer medidas dirigidas a aprovechar el entorno académico para incrementar el porcentaje de emprendedores con estudios universitarios, así como favorecer la puesta en marcha y consolidación de actividades emprendedoras que puedan propiciar la generación de empleo más allá que el del propio emprendedor.

Estas medidas pasan necesariamente por mejorar los mecanismos de financiación, haciéndolos más ágiles y adaptados a los requerimientos de los emprendedores, pero también por facilitar formación, información y otras capacidades y recursos, no necesariamente económicos, para el inicio de la actividad y para su posterior desarrollo y consolidación.

Una reflexión particular merece un fenómeno que se ha venido detectando en los últimos años: se trata del potencial emprendimiento en el grupo de edad superior a los 45 años, personas en ocasiones con formación universitaria y amplia experiencia, y que debido a la crisis se encuentran con la necesidad de iniciar una nueva actividad por cuenta propia. Este colectivo tiene un bagaje y unas capacidades suficientes como para abordar, en muchas ocasiones, proyectos empresariales que les facilite su salida profesional y que además, genere empleo de calidad.

Como proponen algunos de los expertos que han colaborado en el estudio, la situación actual del emprendimiento en la Comunidad requiere de una redefinición estratégica de las políticas y medidas de apoyo al emprendimiento, estableciendo planes de acción que prioricen la creación de iniciativas innovadoras, con capacidad para perdurar a largo plazo, que favorezcan su crecimiento e internacionalización, que fomenten la formación del equipo emprendedor con un nivel competencial adecuado, y que apoyen la puesta en valor de la repercusión social y económica de estas empresas.

Con todo, las Administraciones Públicas y asociaciones y entidades que trabajan en el ámbito del emprendimiento, tienen por delante una importante labor para continuar facilitando el desarrollo de un ecosistema emprendedor diversificado y competitivo, que contribuya a fortalecer el desarrollo de nuestra Comunidad.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo teórico GEM y fuentes de información que lo nutren.....	22
Figura 2. Descripción del proceso emprendedor según el Proyecto GEM.....	23
Figura 3. Evolución de percepción de existencia de oportunidades.....	32
Figura 4. Evolución de la posesión de red social emprendedora.....	33
Figura 5. Evolución del auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades.	33
Figura 6. Evolución de la tasa de población que no ve el fracaso como obstáculo. ...	34
Figura 7. Evolución de la tasa de personas que piensan que en la Comunidad Valenciana emprender es una buena opción profesional.....	35
Figura 8. Evolución de la tasa de personas que piensan que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica.	35
Figura 9. Evolución de la tasa de personas que piensan que los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito.	36
Figura 10. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.	37
Figura 11. Las etapas del proceso emprendedor en el proyecto GEM.....	40
Figura 12. Tasas de involucración de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.....	41
Figura 13. Evolución de la tasa de intención emprendedora.....	42
Figura 14a. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora.....	43
Figura 14b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana.....	43
Figura 15. Evolución de la tasa de actividades consolidadas.	44
Figura 16. Evolución de la tasa de abandono y cierres.....	45
Figura 17. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.....	46
Figura 18. Motivaciones de la puesta en marcha.....	47
Figura 19. Evolución tasa total actividad emprendedora por su motivación.	48
Figura 20. Evolución motivaciones intrínsecas para aprovechamiento oportunidades. 48	
Figura 21. Actividad emprendedora según motivación, en el contexto regional.....	50
Figura 22. Distribución por género en las fases del proceso emprendedor.	52
Figura 23. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género.....	52
Figura 24. Distribución por rangos de edad y fases del proceso emprendedor.	53
Figura 25. Evolución de la tasa de actividad emprendedora por rangos de edad. ...	53
Figura 26. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.	54
Figura 27. Evolución de la tasa de actividad emprendedora en niveles educativos. ..	54
Figura 28. Formación específica para emprender por fases del proceso.....	55
Figura 29. Distribución iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad. ...	58
Figura 30. Distribución del número de propietarios de las iniciativas emprendedoras con menos de 42 meses, incluyendo al socio que contesta la encuesta.	58

Figura 31. Empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal.....	59
Figura 32. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a 5 años vista..	59
Figura 33. Percepción del grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales.	62
Figura 34. Percepción del número de competidores que ofrecen el mismo producto.	62
Figura 35. Percepción de la proporción de sus clientes potenciales fuera de España.	63
Figura 36. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2014 en la Comunidad Valenciana.	68
Figura 37. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2014 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.....	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Balance Scorecard.....	25
Tabla 2. Motivación de inicio de la actividad emprendedora (% sobre población de 18-64 años).	47
Tabla 3. Resultados proceso emprendedor contexto regional español.	49
Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por género...52	
Tabla 5. Distribución del nivel de renta de las personas involucradas por fases del proceso emprendedor.....	56
Tabla 6. Perfil medio 2014 de involucrados por fase del proceso emprendedor.....56	
Tabla 7. Perfil medio 2014 por género.56	
Tabla 8. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.....	60
Tabla 9. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana.61	
Tabla 10. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por los expertos.66	
Tabla 11. Ámbito de influencia de los expertos del Informe GEM Comunidad Valenciana 2014.....	66
Tabla 12. Ámbitos de procedencia de los expertos participantes en el Informe GEM Comunidad Valenciana 2014.	67
Tabla 13. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana. Evolución temporal.	71
Tabla 14. Evaluación acceso a infraestructura física en la Comunidad Valenciana.....72	
Tabla 15. Evaluación programas públicos de apoyo a la creación de empresas.....72	
Tabla 16. Evaluación del acceso a servicios comerciales y profesionales.....73	
Tabla 17. Evaluación de la apertura del mercado interno de la C. Valenciana.....74	
Tabla 18. Evaluación de la educación y formación en la Comunidad Valenciana.....75	
Tabla 19. Evaluación de las políticas públicas de apoyo a la creación de empresas.76	
Tabla 20 Evaluación de las normas sociales y culturales en la C. Valenciana.77	
Tabla 21. Evaluación de la transferencia tecnológica en la Comunidad Valenciana..78	
Tabla 22. Evaluación del apoyo financiero a la creación de empresas.....79	
Tabla 23. Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora.....80	
Tabla 24. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora.82	
Tabla 25. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones..83	

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

Universo: Población residente en la Comunidad Valenciana de 18 a 64 años.

Población objetivo: 3.241.973 individuos.

Muestra: 1.200 individuos.

Margen de confianza: 95,0%.

Error muestral $\pm 2,83\%$ para el conjunto de la muestra.

Varianza: máxima indeterminación ($p=q=50\%$).

Período realización de encuestas: Junio-Julio de 2014.

Trabajo de campo: Instituto Opinómetro

Grabación y creación bases de datos: Instituto Opinómetro.

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que es un Consorcio compuesto, en la edición 2014, por equipos investigadores de las siguientes naciones: Alemania, Angola, Argentina, Australia, Austria, Barbados, Bélgica, Bolivia, Bosnia y Herzegovina, Botsuana, Brasil, Burkina Faso, Camerún, Canadá, Chile, China, Colombia, Costa Rica, Croacia, Dinamarca, Ecuador, El Salvador, Eslovaquia, Eslovenia, EE.UU., España, Estonia, Filipinas, Finlandia, Francia, Georgia, Grecia, Guatemala, Holanda, Hungría, India, Indonesia, Irán, Irlanda, Italia, Jamaica, Japón, Kazakstán, Lituania, Luxemburgo, Malasia, México, Noruega, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Puerto Rico, Qatar, Reino Unido, Rumania, Rusia, Singapur, Sudáfrica, Suecia, Suiza, Surinam, Tailandia, Taiwán, Trinidad y Tobago, Uganda, Uruguay, y Vietnam.

Los nombres de los miembros de todos los equipos españoles están publicados en la introducción de este Informe. Asimismo, existe el Informe Global Entrepreneurship Monitor y los Informes del resto de naciones participantes que pueden obtenerse en: www.gemconsortium.org.

© Global Entrepreneurship Research Association
Global Entrepreneurship Monitor
<http://www.gem-spain.com/>

ISSN 1988-4885

EQUIPO GEM ESPAÑA 2014

GEM España



GEM Andalucía



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO



GEM Aragón



Universidad Zaragoza



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



Àrea de Desenvolupament Econòmic Local



Departament d'Empresa i Ocupació

GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM Com. de Madrid



GEM Ciudad de Madrid



GEM Murcia



GEM Navarra



Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa
UPNA/Caixa Bank (CLEE)

GEM País Vasco



Patrocinadores e instituciones:

