



Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo 2016



Actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana

José M^a. Gómez Gras - Ignacio Mira Solves
Jesús Martínez Mateo - Marina Estrada de la Cruz





Actividad Emprendedora en la Comunidad Valenciana. Informe GEM 2016

Autores/as:

José María Gómez Gras (Dir. GEM Comunidad Valenciana)
Ignacio Mira Solves (Dirección Técnica)
Jesús Martínez Mateo
Marina Estrada de la Cruz

Investigadores/as colaboradores/as:

Andrés García Marín
M^a José M^a José Alarcón García
Lirios Alos Simó
M^aCinta Gisbert López
Antonio J. Verdú Jover
Domingo Galiana Lopera
M^a Isabel Borreguero Guerra
Lucía Egea Ronda

ISSN:

1988-4885

Fecha de edición:

24-10-2017

Editorial:

Universidad Miguel Hernández de Elche

Maquetación:

Servicio de Innovación y Apoyo Técnico a la
Docencia y a la Investigación UMH

Nota de la editorial:

Los textos de esta publicación y su revisión ortográfica
son responsabilidad de los/as autores/as



Asociación
RED GEM España

Global Entrepreneurship Monitor

Informe GEM Comunidad Valenciana 2016

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^a CINTA GISBERT LÓPEZ, ANTONIO J. VERDÚ JOVER,
DOMINGO GALIANA LAPERA, M^a ISABEL BORREGUERO GUERRA, LUCÍA EGEA RONDA





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 34 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 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 UMH.

En 2000 se incorporó al grupo de investigación en “Promoción y Creación de Empresas” de la UMH, 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, entre 2008 y 2015 ha sido Vicedecano de Gestión Académica de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche, y 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 Experta Universitaria en Innovación Tecnológica en Educación. En la actualidad esta realizando su doctorado en Marketing y Dirección Estratégica de Empresas dentro de la línea de investigación enfocada a Creación de Empresas, Emprendedores y Entorno. Recientemente desarrolla su actividad profesional como Ayudante en el Área de Organización de Empresas en el Departamento de Estudios Económicos y Financieros de la Universidad Miguel Hernández. Asimismo, colabora activamente desde el año 2014 en el desarrollo del Informe GEM de la Comunidad Valenciana.

En el campo profesional trabajó en el Centro Europeo de Empresas Innovadoras de Elche, como responsable del Área Económico Financiera y de Asesoramiento a Emprendedores y Empresas de reciente creación donde posee más de diez años de experiencia. Ha colaborado como asesor para diferentes organizaciones y proyectos como, la Fundación Universidad Empresa, el Centro Yuzz en Alicante y entidades de fomento del emprendimiento a nivel local.

En el ámbito del emprendimiento ha sido gestor de la red P+D+i, gestionada 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

<i>RELACIÓN EQUIPOS RED GEM ESPAÑA 2016.....</i>	<i>11</i>
<i>PRESENTACIONES.....</i>	<i>15</i>
Conseller de Economía, Sectores, Comercio y Trabajo.....	15
Presidente de la Diputación de Alicante.....	17
Presidente Ejecutivo Air Nostrum.....	19
<i>EL PROYECTO GEM.....</i>	<i>21</i>
<i>BALANCED SCORECARD.....</i>	<i>25</i>
<i>RESUMEN EJECUTIVO.....</i>	<i>27</i>
<i>CAPÍTULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN.....</i>	<i>31</i>
1.1 Introducción	31
1.2 Percepción de oportunidades.....	32
1.3 Disponibilidad de red social emprendedora	33
1.4 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender.....	34
1.5 El temor al fracaso como obstáculo para emprender	35
1.6 Emprendimiento como opción profesional	36
1.7 Emprendimiento de éxito y estatus social y económico.....	37
1.8 Medios de comunicación y emprendimiento.....	37
1.9 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español..	38
<i>CAPÍTULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL.....</i>	<i>41</i>
2.1 Introducción	41
2.2 Desglose y magnitud de los componentes del proceso emprendedor	42
2.3 Evolución de la intención emprendedora.....	43
2.4 Evolución de la actividad emprendedora	44
2.5 Evolución de la actividad consolidada	46
2.6 Evolución de abandonos y cierres	46
2.7 Motivación para emprender: oportunidad y necesidad.....	48
2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español.....	51

<i>CAPITULO 3. PERFIL SOCIO-ECONÓMICO DE PERSONAS INVOLUCRADAS EN PROCESO EMPRENDEDOR...</i>	<i>53</i>
3.1. Introducción.....	53
3.2. Género	53
3.3. Edad	55
3.4. Formación.....	56
3.5. Perfil medio	58
<i>CAPITULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES</i>	<i>61</i>
4.1. Introducción.....	61
4.2. Sectores generales de actividad	61
4.3. Número de socios.....	62
4.4. Dimensión y número de empleados	63
4.5. Financiación de las iniciativas.....	65
4.6. Visión del emprendedor sobre su iniciativa.....	65
<i>CAPITULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER</i>	<i>69</i>
5.1. Introducción.....	69
5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender	72
5.3. Obstáculos, apoyos y recomendaciones	76
<i>CAPITULO 6. REFLEXIONES FINALES.....</i>	<i>81</i>
<i>ÍNDICE DE FIGURAS.....</i>	<i>83</i>
<i>ÍNDICE DE TABLAS.....</i>	<i>85</i>
<i>FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO.....</i>	<i>87</i>

RELACIÓN EQUIPOS RED GEM ESPAÑA 2016

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
Nacional	UCEIF-Cise Asociación RED GEM España	Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE y Presidente GEM España) Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-España) Iñaki Peña (Director Técnico GEM-España) Inés Rueda (Secretaría GEM España) Maribel Guerrero y José L. González (Equipo Dirección Técnica GEM España) Manuel Redondo 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 y Conocimiento. 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 Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón.
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, Industria, Comercio y conocimiento
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández Laviada (Dir. GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Coordinadora) Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Pérez Lidia Sánchez Ruiz	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
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
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 Adrián Rabadán Guerra	Universidad de Castilla La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
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 Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM Ceuta). María del Carmen Haro Domínguez María Jose González López Sara Terrón Ibáñez Virginia Fernández Pérez Dainelis Cabezas Pulles María del Carmen Pérez López Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Ariza María Elena Gómez Miranda Antonia Ruiz Moreno María Teresa Ortega Egea	Universidad de Granada Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada. Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid Deusto Business School Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda (Coordinadora) Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías Iñaki Ortega Cachón Ivan Soto San Andrés	Universidad Autónoma de Madrid Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
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	Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Diputación Provincial Alicante Air Nostrum CatralExport Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Goldcar Grupo Eulen Grupo Soledad Mustang Panter Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández
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	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Avante Extremadura Sodiex CC. NN. Almaraz-Trillo Fundación Academia Europea de Yuste Philip Morris Spain, S.L. Imedexsa Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Fundación Universidad Sociedad Iberdoex Tambo Caja Rural de Extremadura Tany Nature
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela (USC) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM Galicia) Sara Fernández López (Coordinadora equipo GEM USC) María Bobillo Varela Nuria Calvo Babío Jacobó Feás Vázquez Marta Portela Maseda Lucía Rey Ares David Rodeiro Pazos M ^a Milagros Vível Búa Guillermo Andrés Zapata Huamaní Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández Carmen José López Rodríguez	Universidad de Santiago de Compostela (USC) Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) Secretaría Xeral de Universidades

UNIDAD	INSTITUCIÓN	MIEMBROS	COLABORADORES
La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Universidad de la Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM La Rioja) Rubén Fernández Ortiz Mónica Clavel San Emeterio Jorge Pelegrín Borondo	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja EmprendeRioja Iberaval Sociedad de Garantía Recíproca Ricari Desarrollo de Inversiones
Madrid Ciudad	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda (Coordinadora) Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías	Ayuntamiento de Madrid
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Juan Antonio Marmolejo Martín Carlos Antonio Albacete Sáez Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Ciudad Autónoma de Melilla Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López 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 UM
Navarra	Universidad Pública de Navarra - INARBE King's College London (UK) CEIN	Ignacio Contín Pilart (Director GEM-Navarra) Martín Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano	Universidad Pública de Navarra Gobierno de Navarra
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea Newcastle Business School Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Universitat Autònoma de Barcelona	María Sanz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Nerea González Maribel Guerrero Jon Hoyos Iñaki Peña David Urbano	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
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, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo

La Comunidad Valenciana se ha caracterizado tradicionalmente por su espíritu emprendedor y también por contar con sectores productivos vinculados a la exportación. Numerosos estudios han demostrado la relación directa de la actividad emprendedora con el crecimiento económico, ya que el emprendedor es capaz de transformar conocimiento en conocimiento con valor económico.

Desde hace 13 años, un equipo de profesores e investigadores de la Universidad Miguel Hernández de Elche, en el marco del Observatorio Internacional dedicado al fenómeno emprendedor, elabora el informe anual “Global Entrepreneurship Monitor” específico de nuestra Comunidad.

El informe GEM se ha convertido para las administraciones en una herramienta muy útil, ya que nos aporta datos muy valiosos para conocer el estado y evolución del emprendimiento, así como las múltiples variables que influyen en él. Esta gran recopilación de datos y de información de alta calidad nos sirve de ayuda y de guía para orientar en la buena dirección nuestras acciones y políticas de fomento del emprendimiento

En este sentido, desde el Gobierno Valenciano estamos trabajando para transformar el modelo económico de nuestro territorio en un modelo que tenga como uno de los pilares fundamentales el conocimiento. Y, por tanto, en esta transformación, adquiere una vital importancia el fortalecimiento del Sistema Valenciano de Emprendimiento, para que sea cada vez más sostenible, innovador y con mayor vocación internacional.

En 2016 hemos elaborado un Mapa del Ecosistema Emprendedor de la Comunidad Valenciana, que ha sido presentado en el Consejo Valenciano del Emprendimiento.

Este Mapa establece una nueva estrategia para optimizar el ecosistema emprendedor valenciano basada en la coordinación entre los agentes públicos y privados, y en la colaboración institucional y transversal de todas las administraciones, con el objetivo de ampliar el fomento del emprendimiento también hacia sectores tradicionales, potenciar el emprendimiento social, modernizar los sectores productivos y conseguir financiación.

También desde la Generalitat organizamos Focus Pyme y Emprendimiento, que se ha consolidado como el evento de referencia para los emprendedores. Se trata una jornada con ponencias de expertos y actividades, que busca cubrir las necesidades de PYMEs, emprendedores y autónomos, como pieza clave en el engranaje del tejido empresarial de la Comunitat.

En la edición de 2016 nos hemos centrado en difundir el apoyo al emprendimiento innovador y la financiación europea a las PYME en el marco de la estrategia de reindustrialización asumida por el Gobierno Valenciano.

En definitiva, aunque emprender no es fácil, ya que es una carrera repleta de obstáculos, desde todas las Administraciones debemos trabajar para generar confianza y para que la percepción de existencia de oportunidades para emprender continúe creciendo. Porque sin los emprendedores no hay futuro.

Para ello es importante medir y analizar los aspectos relacionados con el emprendimiento, con informes como el que realiza GEM, apoyar las iniciativas de nuestros emprendedores y autónomos, y contribuir a la formación, orientación y motivación de nuestros futuros empresarios.

RAFAEL CLIMENT GONZÁLEZ

Conseller de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo



Presidente de la Diputación de Alicante

En el mundo globalizado en el que nos movemos, las personas que deciden emprender una actividad merecen no solo el reconocimiento de la sociedad, sino todo el apoyo institucional para que las diferentes iniciativas que surjan tengan facilidades en su inicio y, además, prosperen y se consoliden en el tiempo.

La provincia de Alicante es un territorio dinámico por naturaleza en el que constantemente se engendran y desarrollan pioneros proyectos detrás de los cuales siempre se encuentran personas cualificadas, profesionales y generadoras de ideas. El Gobierno Provincial es consciente de este potencial y apuesta de manera firme por impulsar la actividad emprendedora. Para ello, desde la Diputación destinamos parte de nuestro presupuesto a crear entornos propicios en los municipios que favorezcan su crecimiento, atraigan nuevas empresas autóctonas o foráneas y generen riqueza y empleo.

Las pequeñas y medianas empresas, los jóvenes activos, los productores tradicionales, los sectores estratégicos y los nuevos que se van afianzando componen un segmento fundamental en el entramado empresarial alicantino, que arroja unas favorables perspectivas de futuro. Ante este escenario, las administraciones tenemos que planificar tácticas conjuntas, de la mano del sector empresarial, que redunden en un mayor crecimiento, progreso y calidad de vida.

Desde la institución provincial tenemos clara nuestra hoja de ruta, entendemos la importancia de apostar por las nuevas tecnologías, la innovación, el desarrollo y la investigación, fomentar la implementación de métodos y acciones que refuercen nuestro estratégico posicionamiento en el conjunto de España y de Europa, así como buscar y combinar la financiación público-privada para que las expectativas de éxito se materialicen. También los créditos y ayudas procedentes de la Unión Europea constituyen una contribución complementaria

que permite implantar nuevos proyectos en campos como el medio ambiente, la formación, el desarrollo de las ciudades o el empleo juvenil, entre otros.

Una publicación tan exhaustiva como la que ahora tenemos en nuestras manos, elaborada por profesores, académicos y expertos universitarios en el mundo del emprendimiento, nos permite tasar y evaluar el panorama actual. De sus conclusiones podemos extraer los pasos que debemos seguir para consolidar una red social emprendedora estable y dinámica. Nuestra provincia, puerta de entrada del Mediterráneo, es un enclave trascendental, privilegiado y único con una capacidad de proyección inigualable. Somos punteros en muchos sectores, avanzados en cuanto a estrategias, logística y organización competencial y capaces de superar nuestros propios límites gracias al impulso e iniciativa de las personas emprendedoras.

Porque para lograr grandes objetivos y llegar lejos siempre debemos partir de pequeños retos, firmes e ilusionantes desafíos en los que todos juntos, administraciones, sociedad y empresarios, debemos unificar esfuerzos para crear nuevas coyunturas favorables que nos lleven a un futuro próspero capaz de potenciar la igualdad de oportunidades para todos los ciudadanos. Vamos por el buen camino y con unidad, diálogo y constancia posicionaremos Alicante en el mapa mundial como un territorio vanguardista que contribuye a engrandecer la España de todos.

CÉSAR SÁNCHEZ PÉREZ

Presidente de la Diputación de Alicante



Presidente Ejecutivo de Air Nostrum

“La palabra es el hombre mismo”. Hace ya muchos años que se me quedó grabada esta frase de Octavio Paz que reivindica al hombre como “un ser de palabras”. Y si hay algo que me atrae del lenguaje es que es un organismo tan vivo como la comunidad que lo utiliza y por ello siempre está en constante evolución, como el mundo empresarial.

¿Por qué les digo esto? Pues porque en esta mi modesta contribución al estudio GEM en la Comunitat Valenciana, que tan amablemente me invita a prologar año tras año el Profesor Gómez Gras de la UMH, les quiero hablar de las palabras que definen el espíritu emprendedor; ellas son los contenedores simbólicos de las ideas y conceptos que impulsan uno de los fenómenos que más riqueza y valor aporta a las sociedades humanas: el emprendimiento.

Hasta que la acepción emprendedurismo cuente con el espaldarazo del diccionario de la RAE, la Real Academia de la Lengua define la palabra emprendimiento de la siguiente forma: “1. Acción y efecto de emprender (acometer una obra). Cualidad de emprendedor. 2. Esta persona destaca por su emprendimiento y capacidad”

Si hay un sustantivo que casa a la perfección con el emprendedor ese es “acción”. La inacción es un concepto opuesto al mundo empresarial en el que, por definición, la empresa que se para, sucumbe aplastada por el rodillo de una realidad permanentemente cambiante.

De la misma forma, en el diccionario de la RAE, el verbo “acometer” significa “embestir con ímpetu y ardimiento”. Yo he conocido muchos emprendedores a lo largo de mi vida y creo que el denominador común a todos ellos ha sido el entusiasmo que depositaron en sus proyectos –fallidos o no– y su resistencia al fracaso. Sin entrar en el debate de si el emprendedor nace o se hace, sí que

conuerdo con la definición antes citada de que éste es una persona que “destaca por su emprendimiento y capacidad”. Capacidad de análisis, capacidad de trabajo, capacidad de decisión, capacidad de liderazgo...capacidad para resurgir de sus cenizas.

No es casualidad que el tiempo haya unido un sustantivo y dos adjetivos en una frase hecha que leemos en los medios de comunicación con frecuencia: “se trata de una empresa ardua y difícil”. Y digo que no es casualidad porque en el universo del emprendimiento no hay empresa fácil y bien lo saben ese 1,4% de personas que en 2016 tuvieron que cerrar su actividad como nos relata el informe GEM que hoy tienen entre sus manos. La buena noticia es que ese porcentaje no se ha incrementado respecto a los años anteriores y que la tasa de intención emprendedora – los emprendedores potenciales - aumentó un 1,6% respecto al año anterior, alcanzando un 6,7% de la población en 2016, lo que nos permite albergar esperanzas respecto al futuro del emprendimiento en nuestro país que es, en gran parte, el futuro de la riqueza de nuestros hijos.

Al emprendedor, como a los militares el valor “se le supone” y ese atributo creo que se encuentra englobado en la definición del diccionario de la RAE bajo la palabra “capacidad”. Sin embargo, como emprendedor que he sido y sigo siendo - y perdonen mi atrevimiento - yo ampliaría la entrada referida a la “cualidad de emprendedor”: “Esta persona destaca por su emprendimiento, capacidad, creatividad y flexibilidad” Y, si me apuran “por su visión a largo plazo”.

No dejen de leer este informe, les aseguro que encontrarán muchas claves.

CARLOS BERTOMEU

Presidente Ejecutivo de Air Nostrum

EL PROYECTO GEM

“Global Entrepreneurship Monitor” (GEM) se crea como un observatorio internacional dedicado al análisis del fenómeno emprendedor, a través de estudios que se desarrollan con periodicidad anual.

Su actividad da comienzo en el año 1999 de la mano de London Business School y Babson College, y se materializa en informes de ámbito internacional, nacional, regional y local gracias al consorcio de los investigadores que lo integran.

Desde que comenzase su primera edición, el número de países incorporados al proyecto ha ido aumentando, se han analizado más de un centenar de países, y en concreto, esta edición de 2016 cuenta con la participación de 65 países, en los que se han entrevistado alrededor de 198.000 personas, participando en el mismo más de 400 investigadores de todo el mundo. La magnitud de la investigación supone una representación y cobertura del 69,2% de la población mundial y un 84,9% del PIB mundial.

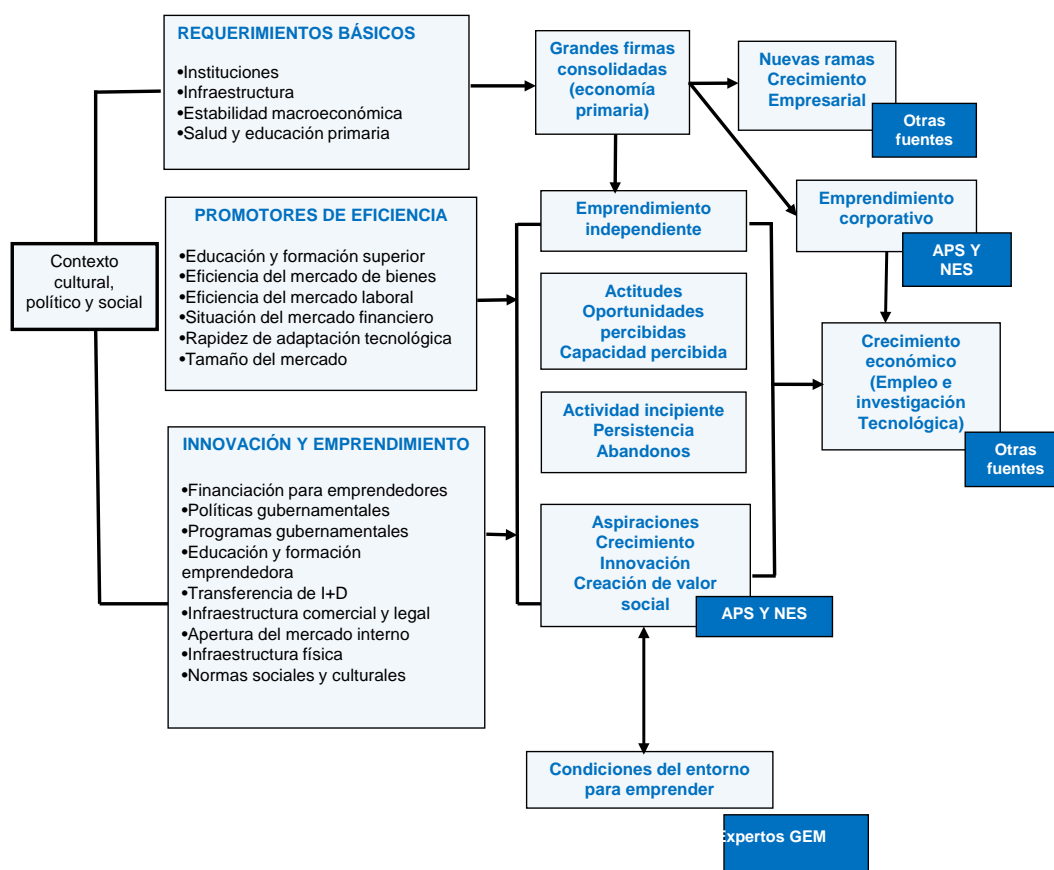
En España, GEM se encuentra desagregado en una “Red de Regiones”, formada por diversos grupos de investigación, que elaboran informes específicos acerca de la actividad emprendedora en su entorno más cercano. Esta organización del Proyecto en España fue merecedora ya en 2012, del galardón al mejor equipo GEM a nivel mundial. En la presente edición, la red española está conformada por 100 investigadores, 20 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 13 años desarrollando los informes anuales específicos de la Comunidad Valenciana, los cuales proporcionan una perspectiva de evolución sobre:

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

De esta forma, 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 se basan en la encuesta que se realiza a la población de 18-64 años, denominada APS (Adult Population Survey), y en 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.

En concreto, 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 algunos de los indicadores más relevantes que ofrece el Informe GEM Comunidad Valenciana, en forma de cuadro de mando integral o Balanced Scorecard, facilitando una visión de conjunto del estado del emprendimiento en 2016 y su comparación con 2015.

Valores, actitudes y aspiraciones emprendedoras en la población (%)	2015	2016
Percibe buenas oportunidades para emprender	28,7%	24,0%
Dispone de una cierta red social (conocimiento de emprendedores)	28,9%	34,0%
Se autoreconoce habilidades y conocimientos para emprender	41,4%	45,5%
El miedo al fracaso no es un obstáculo para emprender	57,6%	54,7%
Tiene intención de emprender en los próximos tres años	5,3%	6,7%
Ha abandonado una actividad por cierre, traspaso o jubilación	1,9%	1,4%
Ha actuado como inversor informal	2,2%	2,6%
TEA, iniciativas hasta 42 meses de operatividad (% s.población 18-64 años)	2015	2016
TEA Total	3,7%	3,8%
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	2,6%	3,3%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	4,8%	4,3%
Distribución del TEA, tomado como 100%	2015	2016
TEA por necesidad (iniciativas a falta de alternativas de empleo)	27,0%	36,4%
TEA por oportunidad (iniciativas sobre oportunidades detectadas)	67,6%	47,8%
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	5,5%	15,8%
TEA del sector extractivo o primario	2,7%	4,8%
TEA del sector transformador	10,9%	15,2%
TEA del sector de servicios a empresas	38,0%	22,2%
TEA del sector orientado al consumo	48,4%	57,8%
TEA hasta 5 empleados	88,2%	85,6%
TEA de más de 5 empleados	11,8%	14,4%
Valoración media de expertos de condiciones de entorno (escala 1 a 5)	2015	2016
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,98	4,11
Programas públicos de apoyo	3,04	3,01
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	2,74	3,18
Educación y formación emprendedora etapa post secundaria	2,84	2,95
Normas sociales y culturales	2,96	2,90
Barreras de acceso al mercado interno	2,39	2,73
Transferencia de I + D	2,34	2,52
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	2,51	2,33
Dinámica del mercado interno	2,27	2,33
Políticas fiscales y burocracia administrativa	2,05	2,27
Financiación para emprendedores	2,12	2,22
Educación y formación emprendedora en primaria y secundaria	1,71	1,82

RESUMEN EJECUTIVO

Valores, percepciones y actitudes emprendedoras

La actividad emprendedora se encuentra condicionada por una serie de variables socio-culturales, relacionadas con valores, percepciones y actitudes de la población, las cuales afectan al comportamiento emprendedor, y facilitan o entorpecen el desarrollo de nuevas iniciativas.

Los datos GEM recogen en 2016, que un 24% de la población de la Comunidad Valenciana, considera que existen oportunidades de negocio a seis meses vista. Este porcentaje reduce en 4,7 puntos el obtenido en 2015, regresando al nivel de 2014. En conjunto, la evolución de los datos de estos tres últimos años, confirma que se han superado los bajos niveles de percepciones que se obtuvieron en el periodo 2009-2013.

La disposición de red social emprendedora aumenta en 2016, así el porcentaje de población que cuenta con emprendedores en su círculo social, alcanza en 2016, al 34%, cinco puntos más que en 2015.

En relación al auto-reconocimiento de habilidades emprendedoras, los datos indican que un 45,5% de la población siente que cuenta con la destreza necesaria para la puesta en marcha de un proyecto empresarial. Este dato supone un aumento de cuatro puntos con respecto a 2015.

Respecto al miedo al fracaso como inhibidor del proceso emprendedor, un 54,7% de la población no considera que esto sea un impedimento crítico para iniciar un proyecto empresarial. Este dato supone un leve descenso con respecto a 2015, si bien sigue siendo muy positivo, ya que el porcentaje de población que no ve el riesgo al fracaso como impedimento es uno de los más altos registrado en la última década.

Otras variables socioculturales, como la valoración de la creación de empresa como buena opción profesional (50,8%) o el estatus social que puede proporcionar el desarrollo de empresa propia (51,7%), mantienen o mejoran los valores obtenidos en 2015.

Actividad emprendedora y dinámica empresarial

En relación a las tasas de involucración de la población adulta de la Comunidad Valenciana en actividades hasta 42 meses de funcionamiento, los datos GEM recogen que un 3,8% formaba parte de este colectivo, 0,1 punto más que lo detectado en 2015, lo que mantiene el nivel de actividad en valores de mínimos registrados, por segundo año consecutivo.

Sin embargo, la tasa de intención de emprendedora, los denominados emprendedores potenciales, aumenta en 1,6 puntos, alcanzado un porcentaje del 6,7% de la población en este 2016.

La consolidación de los que emprendieron en años anteriores alcanza al 4,8% de la población, dato que supone una disminución de 1,1 puntos con respecto a 2015, y cuya tendencia habrá que confirmar en años sucesivos.

En cuanto a la población que ha tenido que cerrar su actividad, se estima en un 1,4%, prácticamente el mismo porcentaje que en años anteriores.

Los comportamientos emprendedores inducidos fundamentalmente por la explotación de una oportunidad de negocio (47,8% de los casos) continúan siendo mayoritarios, mientras que cerca de un 36,4% de emprendedores reconocen la necesidad como motivo principal de su implicación en la puesta en marcha de una iniciativa empresarial.

Perfil socio-económico de los emprendedores incipientes

El perfil medio de las personas que intervienen en el proceso emprendedor en la Comunidad Valenciana en 2016 se mantiene similar al que ha venido registrándose en años anteriores, si bien cabe decir que la representación por género se encuentra algo más equilibrada y que la edad media aumenta ligeramente. Con todo, el perfil se corresponde con un varón en el 53,1% de los casos, con edad promedio en torno a los 40 años, y con estudios universitarios en el 52,7%.

En relación a las personas implicadas en las primeras tareas de la puesta en marcha de una iniciativa empresarial, un 52,6% disponen de formación específica para emprender, y entre los que tienen la intención de emprender a corto plazo, el 56,3% también posee formación en este sentido.

Características de las actividades emprendedoras

En 2016 se mantiene el porcentaje de negocios incipientes orientados al sector servicios en un 80% sobre el total de actividad emprendedora con menos de 42 meses (57,8% servicios al consumo y 22,2% a empresas).

En lo referente al número de propietarios de las iniciativas, en 2016 aumenta el porcentaje de emprendedores que inician su actividad acompañados de un socio, en detrimento de los que lo hacen en solitario. Así, el 35,7% de las iniciativas con menos de 42 meses de actividad han sido desarrolladas entre dos socios, y el 42,6% en solitario, frente al 11,2% y 55,8% de 2015.

El apartado relativo a financiación, refleja una mínima mejora de la situación, en términos generales. El 19,4% de los emprendedores nacientes estiman unas necesidades que no van más allá de los 5.000 euros, dato que se aproxima al obtenido en 2014.

Condiciones de entorno

El panel de expertos colaboradores de GEM en la Comunidad Valenciana, aporta adicionalmente un diagnóstico sobre la situación de las principales condiciones del entorno que afectan a la actividad emprendedora.

En concreto, los expertos perciben adecuadas las condiciones de acceso a la infraestructura física, comercial y profesional y a los programas públicos de apoyo.

Por otro lado, las condiciones con valoración más baja en 2016 son las relativas a la financiación para nuevas iniciativas empresariales, los referidos a la política fiscal y burocracia para la constitución de la empresa, y particularmente la orientación al emprendimiento en la educación primaria y secundaria. Aspectos, estos tres, que son recurrentes en los valores del panel en los últimos años.

CAPITULO 1. VALORES, PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LA POBLACIÓN

1.1 Introducción

Las tasas de actividad emprendedora y su evolución en una determinada región o territorio, son el resultado de diversas variables, que condicionan en cierta manera al emprendedor y la creación de nuevas empresas. Entre estas variables, desde una perspectiva sociocultural, se encuentran los valores, percepciones y actitudes emprendedoras de la población, que median sobre el comportamiento emprendedor y pueden favorecer o bien dificultar el inicio y desarrollo de nuevas iniciativas.

En consecuencia, la involucración emprendedora en un territorio depende, en gran medida, de las percepciones de la población sobre las oportunidades de negocio, así como de los valores culturales de cada comunidad.

Considerando lo anterior, este primer capítulo engloba el análisis de los valores, las percepciones y las actitudes de la población de la Comunidad Valenciana, tanto si está involucrada en una nueva iniciativa empresarial como si no.

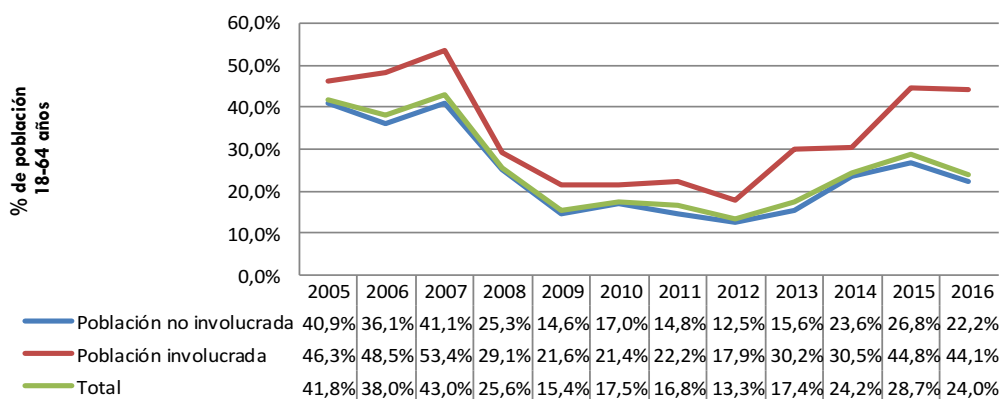
Concretamente, son analizadas la percepción de existencia de buenas oportunidades para emprender a corto plazo, la percepción de la posesión de capacidades para ello, la disponibilidad de una red social emprendedora, el miedo a fracasar como posible barrera, y otros aspectos relacionados con las normas socioculturales, con influencia considerable sobre los comportamientos individuales.

1.2 Percepción de oportunidades

Los datos de 2016 indican que un 24% de la población de la Comunidad Valenciana considera que existen oportunidades para el emprendimiento a seis meses vista. Este porcentaje supone un leve descenso respecto a 2015, volviendo a cifras similares a las de 2014, pero encontrándose en cualquier caso por encima de los datos registrados en el período más negativo de la crisis económica, entre 2009 y 2013.

Este descenso en el porcentaje de población que percibe oportunidades se produce principalmente entre la población no involucrada en el proceso emprendedor. Por su parte, y en lo que se refiere a las personas sí involucradas en el mismo, el dato prácticamente mantiene el porcentaje alcanzado el año anterior, muy por encima de las cifras de 2014 y años anteriores.

Figura 3. Evolución de percepción de existencia de oportunidades (% de población entre 18-64 años).

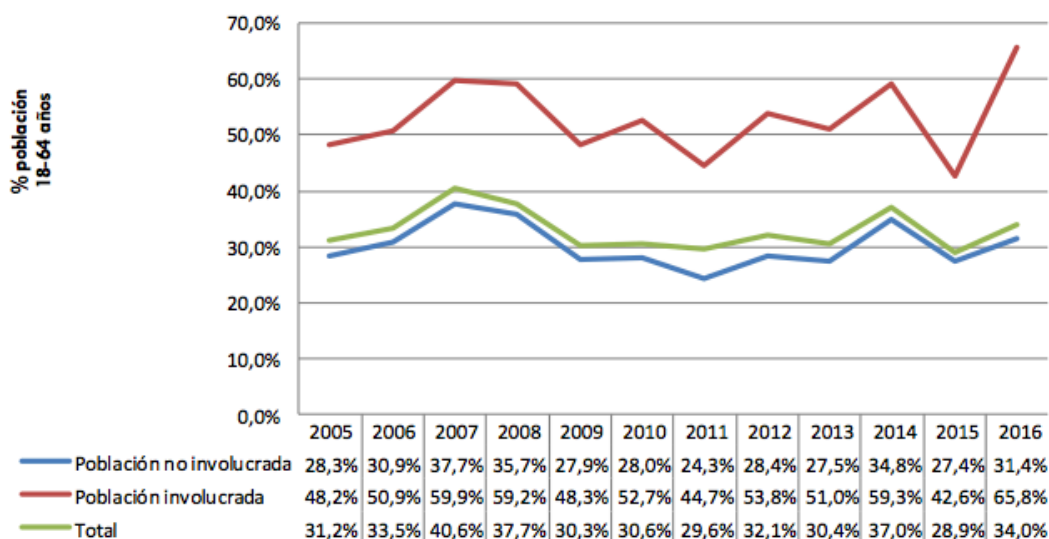


1.3 Disponibilidad de red social emprendedora

La disposición de una red social emprendedora, entendida ésta como el conocimiento cercano de otros emprendedores que hayan puesto en marcha sus iniciativas recientemente (hasta dos años antes del momento de la encuesta), constituye un valioso elemento cultural, dado que facilita ejemplos de personas que han puesto en marcha su actividad empresarial y ofrece la posibilidad de interactuar con ellas.

Los datos obtenidos muestran que el 34% de la población considera que dispone de conocidos que pueden constituir esa red social, lo que supone un incremento con respecto a 2015 de aproximadamente 5 puntos. Este aumento proviene tanto de la respuesta de la población no involucrada en el proceso emprendedor, como de los emprendedores incipientes, los cuales responde positivamente a este concepto en un 65,8% de los casos, constituyendo así el mayor porcentaje registrado desde 2005, respecto al conocimiento de emprendedores en su entorno cercano.

Figura 4. Evolución de la posesión de red social emprendedora (% de población entre 18-64 años).



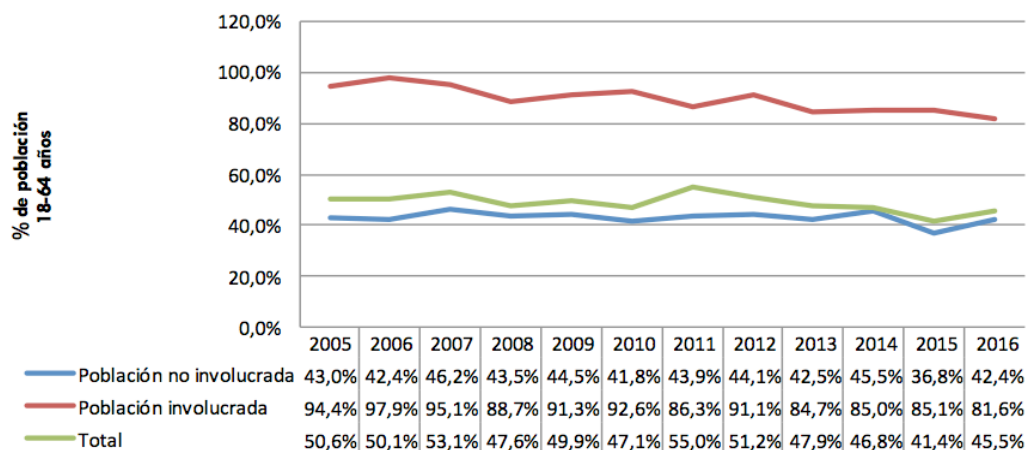
1.4 Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender

En el ámbito investigador, la percepción de las propias capacidades para la creación de empresas es reconocida como un componente fundamental para el desarrollo de la involucración emprendedora, dado que esta percepción está relacionada con el sentimiento de viabilidad del negocio.

Para el año 2016, los datos de la población indican que, en la Comunidad Valenciana, un 45,5% de los individuos considera que cuenta con las habilidades y capacidades necesarias para la puesta en marcha de una nueva iniciativa.

Este dato supone un incremento de aproximadamente 4 puntos respecto al año anterior, debido al incremento de esta percepción entre la población no involucrada empresarialmente. Sin embargo los porcentajes siguen siendo menores que los de años atrás, y además entre los sí involucrados se recoge un descenso en el autoreconocimiento de capacidad de 3,5 puntos.

Figura 5. Evolución del auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender (% de población entre 18-64 años).



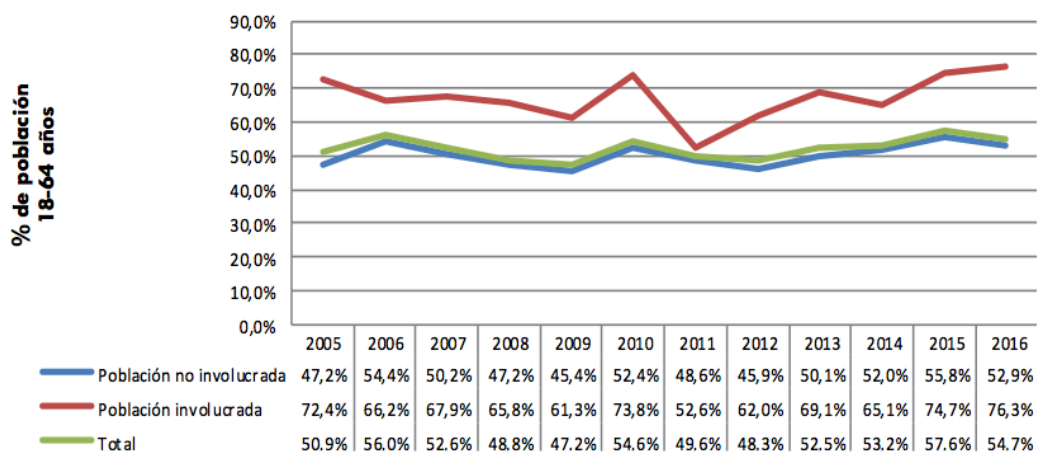
1.5 El temor al fracaso como obstáculo para emprender

La encuesta GEM recoge también el papel que juega el temor al fracaso como obstáculo o barrera para iniciar una actividad, ya que se trata de uno de los factores que puede influenciar en gran medida esta decisión.

La información obtenida en 2016 muestra que el 54,7% de la población entrevistada no considera que la posibilidad de fracasar sea un obstáculo para emprender, porcentaje que supone un descenso de 2,9 puntos respecto a 2015.

Desglosando esta información entre población no involucrada e involucrada, el porcentaje en los primeros alcanza a un 52,9% (dato responsable del descenso global), mientras que entre los emprendedores este porcentaje sigue su ascenso sostenido hasta llegar a un 76,3%, lo que supone el mejor dato de todo el período analizado para este colectivo en particular.

Figura 6. Evolución de la tasa de población que no ve el fracaso como obstáculo emprendedor (% de población entre 18-64 años).

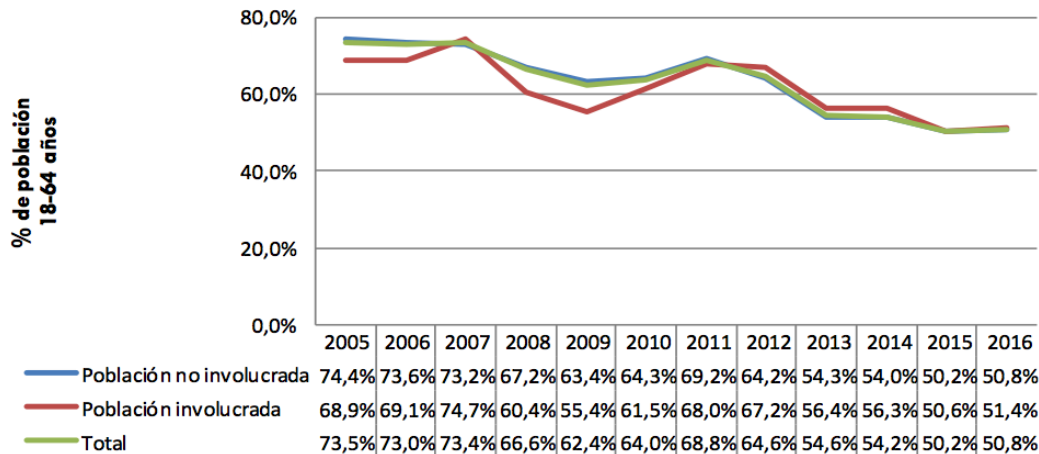


1.6 Emprendimiento como opción profesional

Las normas socioculturales de una comunidad recogen, en relación con el emprendimiento, el sentimiento general de la población respecto a la actividad de puesta en marcha de negocios y a la figura de los emprendedores. En este sentido, su importancia radica en la influencia que ejercen estas normas socioculturales sobre el desarrollo de intenciones y conductas. De este modo, GEM pulsa la opinión de la sociedad sobre la bondad del emprendimiento como opción profesional atractiva.

Al respecto, la información obtenida muestra que un 50,8% de la población reconoce que la opción emprendedora es una buena salida profesional. Así mismo, aunque la tasa de respuesta positiva es levemente superior entre el colectivo emprendedor respecto al no involucrado, no se encuentran diferencias relevantes de opinión entre ambos. Si bien este porcentaje ha experimentado una tendencia suave al descenso desde 2011.

Figura 7. Evolución de la tasa de personas que piensan que en la Comunidad Valenciana emprender es una buena opción profesional (% de población entre 18-64 años).

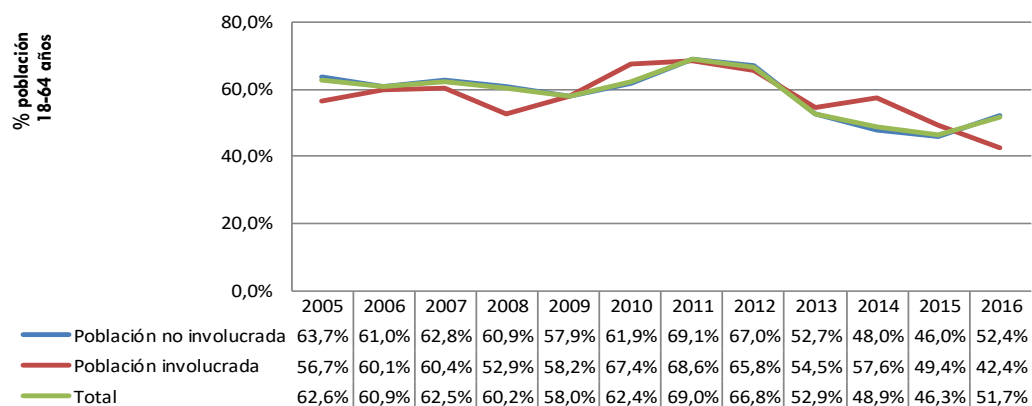


1.7 Emprendimiento de éxito y estatus social y económico

El Observatorio GEM considera que otro elemento socio-cultural con influencia en las intenciones y conductas del individuo es la opinión que posee la sociedad en cuanto a reconocimiento y estatus que se otorga a los emprendedores de éxito.

En este sentido se observa que en 2016, el 51,7% de la población de la Comunidad Valenciana opina que el emprendimiento de éxito se traduce en una buena posición social y económica. Este dato se incrementa, al igual que en el caso de la valoración de la opción profesional, respecto al valor más bajo, recogido en el histórico en 2015, tras una tendencia de descenso continuado. Cabe señalar que este incremento se debe al aumento de esta percepción entre la población no involucrada, dado que entre el colectivo de emprendedores, el 42,4% registrado supone el valor más bajo de todo el periodo analizado.

Figura 8. Evolución de la tasa de personas que piensan que el emprendimiento exitoso se traduce en una buena posición social y económica (% de población entre 18-64 años).

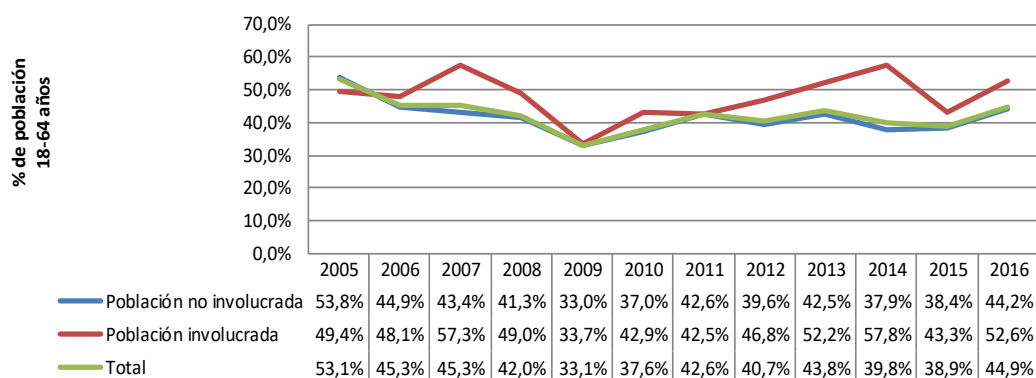


1.8 Medios de comunicación y emprendimiento

Otra de las variables que la encuesta GEM considera interesante analizar, es la valoración que hace la sociedad sobre el papel que desarrollan los medios de comunicación en la difusión del emprendimiento como opción profesional, dado que su impacto puede contribuir a mantener el impulso de la cultura emprendedora.

En conjunto, el porcentaje de personas que piensan que los medios de comunicación están realizando esta labor en la Comunidad Valenciana alcanza a un 44,9%, lo que supone un notable incremento respecto a los años inmediatos anteriores. Este incremento proviene tanto de la población no involucrada en el proceso emprendedor como de los propios emprendedores.

Figura 9. Evolución de la tasa de personas que piensan que los medios de comunicación difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito (% de población entre 18-64 años).

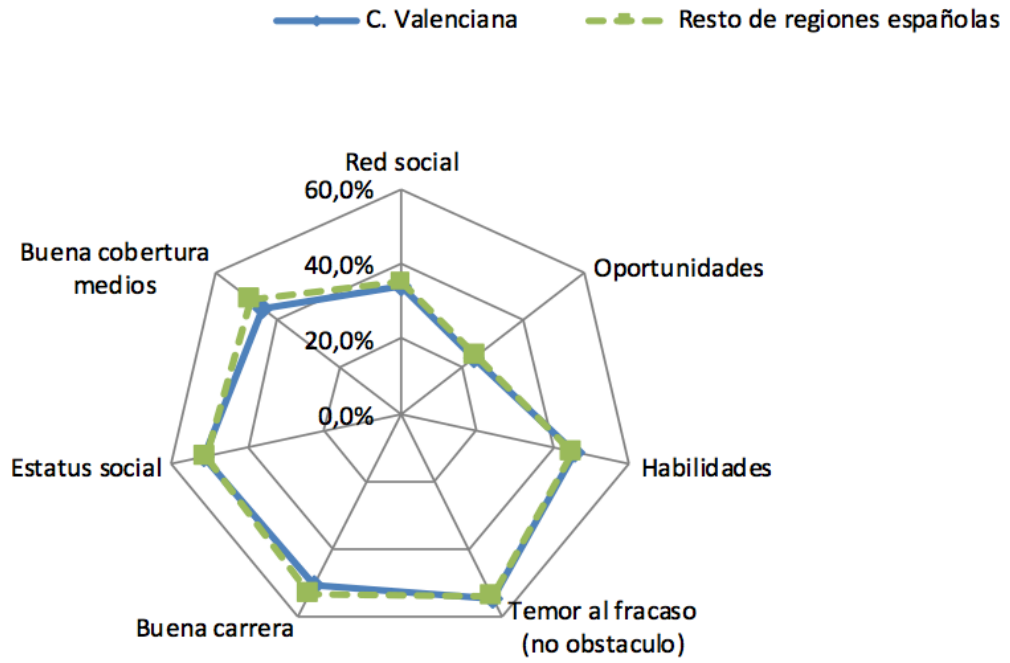


1.9 Posicionamiento de la Comunidad Valenciana en el contexto regional español

La figura 10 recoge a modo de síntesis comparativa, el posicionamiento de la Comunidad Valenciana en los ítems analizados, en relación a la media observada en el resto de regiones españolas.

Los valores que se recogen son muy similares, registrándose a nivel nacional una mayor importancia en relación a la buena cobertura en medios, a la consideración del emprendimiento como buena opción de carrera y a la red social emprendedora.

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



CAPITULO 2. ACTIVIDAD EMPRENDEDORA Y DINÁMICA EMPRESARIAL

2.1 Introducción

El proceso para poner en marcha una idea de negocio está conformado por un conjunto de fases o etapas en que las personas se involucran en el proceso de identificar, evaluar y explotar nuevas oportunidades de negocio en el mercado.

En GEM, 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); 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 relativos tanto a la fase de TEA como a la consolidada y producidos en el período de los 12 meses anteriores a la realización de la encuesta.
- (4) Emprendedores potenciales (individuos con la intención de fundar un negocio a tres años vista, medido como porcentaje sobre la población adulta).

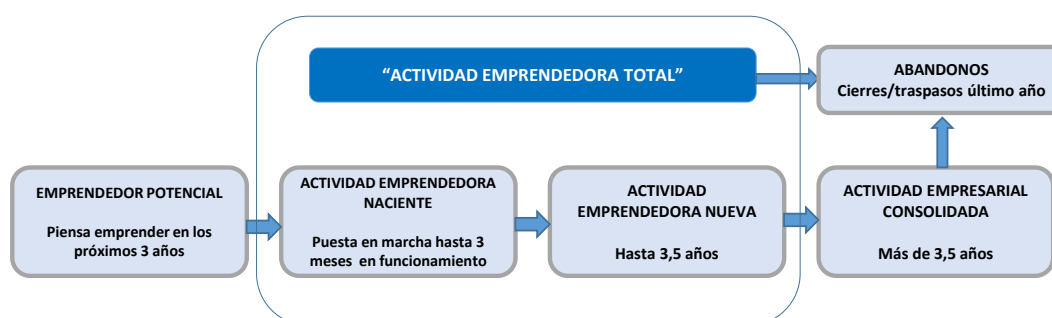
¹Entendiéndose por implicados en iniciativas, tanto a los individuos involucrados en el proceso de creación y desarrollo de empresas que poseen parte del capital, como al autoempleo.

2.2 Desglose y magnitud de los componentes del proceso emprendedor

Desde un enfoque global (figura 11), el proceso emprendedor comienza con la “intención emprendedora”, analizada dentro del Observatorio GEM mediante los considerados “emprendedores potenciales”, y continúa con la etapa de actividad emprendedora inicial, denominada “actividad naciente”.

A continuación, el emprendedor avanza hacia la consolidación, a través de la etapa denominada “actividad nueva”, hasta alcanzar la etapa de “actividad consolidada”. GEM aúna las fases de “actividad naciente” y “actividad nueva” para obtener el indicador TEA (Actividad Emprendedora Total), con el que mide la actividad emprendedora de una región.

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



La figura 12 incorpora los porcentajes de población obtenidos en cada una de estas etapas en la Comunidad Valenciana, recogidos entre junio y julio de 2016. En todos los casos, la información procede de la encuesta a la población adulta, llevada a cabo con una muestra representativa de individuos.

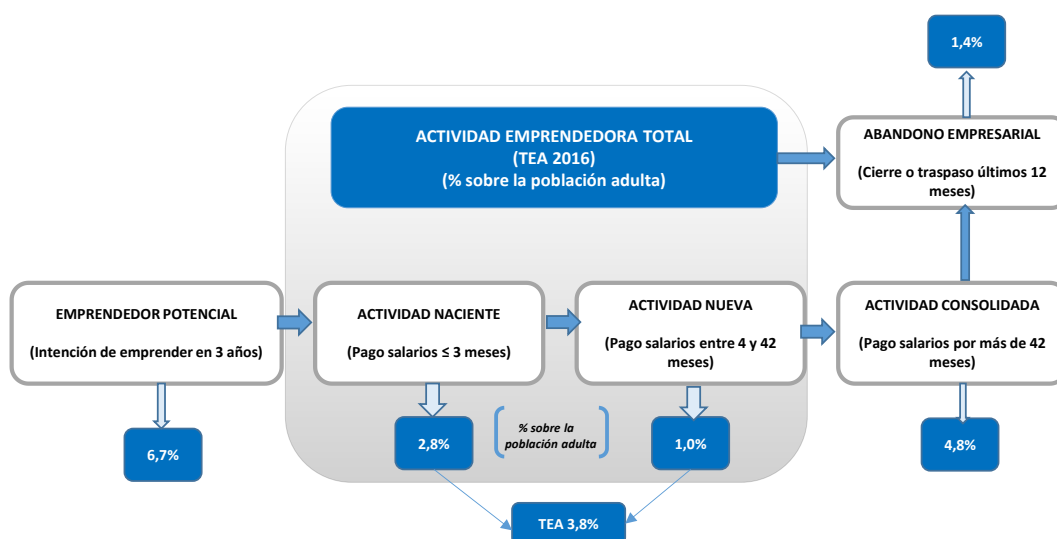
Considerando en primer lugar el índice TEA, éste recoge que en el año 2016, el 3,8% de la población adulta entre 18 y 64 años, estaba involucrada en actividades emprendedoras de menos de 42 meses. De este conjunto, aproximadamente tres cuartas partes corresponden a emprendedores nacientes que tratan de poner en marcha el negocio (2,8% de la población adulta), mientras que el resto está compuesto por emprendedores nuevos,

cuya actividad tiene ya una antigüedad entre 3 y 42 meses en el mercado (1,0% de la población adulta).

El observatorio GEM identifica además, que un 6,7% de la población adulta puede clasificarse como emprendedor potencial, y que el conjunto de empresarios consolidados se ha estimado en un 4,8%.

En el caso del colectivo relativo a abandonos, éstos alcanzaron al 1,4% de la población adulta.

Figura 12. Tasas de involucración 2016 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.

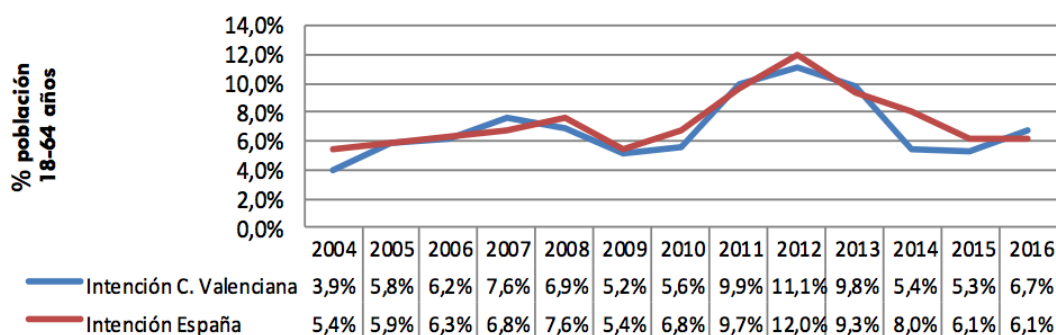


2.3 Evolución de la intención emprendedora

La tasa de intención emprendedora en la Comunidad Valenciana muestra una evolución en la que, tras encadenar una serie de descensos consecutivos entre 2008 y 2010, crece entre 2011 y 2012, en parte por considerar la alternativa emprendedora como salida a una situación adversa en lo laboral.

Sin embargo, la tendencia vuelve a invertirse desde 2013, recogándose desde entonces una disminución continuada hasta llegar a 2016, año en el que se registra un incremento que sitúa el dato por encima de los alcanzados en los dos años inmediatos anteriores. Esta evolución muestra cierto paralelismo con la del conjunto de España, si bien en este caso, el dato 2016 no varía respecto a 2015.

Figura 13. Evolución de la tasa de intención emprendedora (% de población entre 18-64 años).

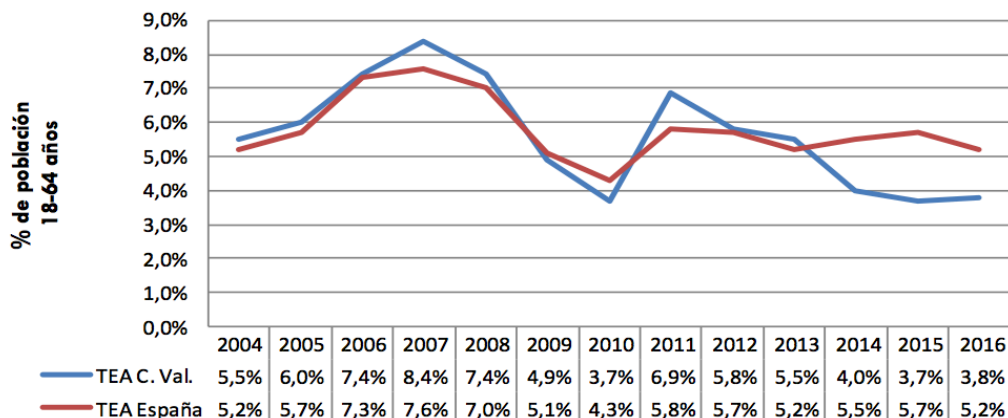


2.4 Evolución de la actividad emprendedora

Los datos de la tasa de actividad emprendedora (TEA) de la Comunidad Valenciana (figura 14a) muestran que en 2007 se alcanzó un máximo, tras varios años de crecimiento, y 2008 marcó un cambio de tendencia que llevó la tasa a valores mínimos en 2010. Al igual que la intencionalidad, antes analizada, 2011 supuso un año de crecimiento, tras el cual se han encadenado cuatro años de descenso continuado hasta que en 2015 la actividad emprendedora incipiente volvió al 3,7%. En 2016 se detecta un freno en esta tendencia a la baja de los últimos años, situándose la actividad emprendedora en el 3,8%.

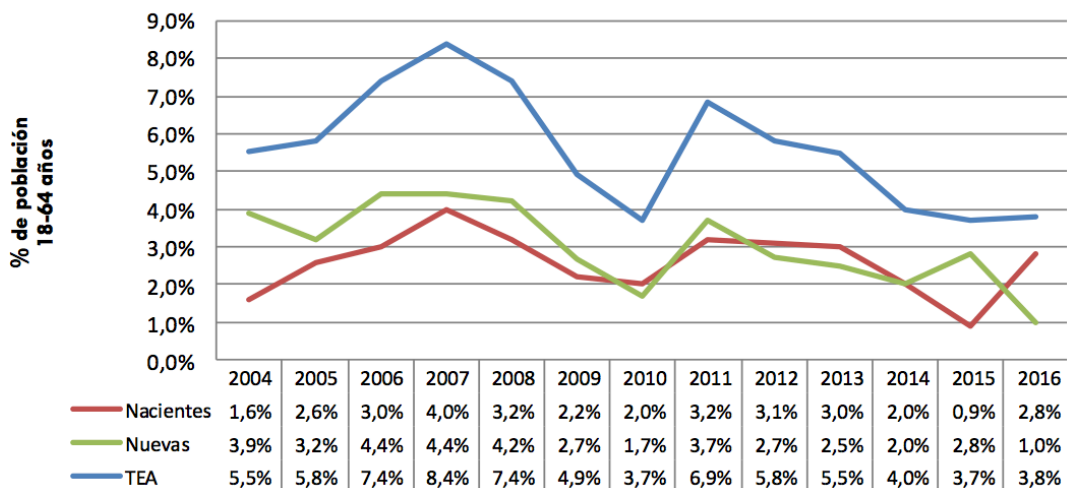
Esta evolución de la actividad emprendedora mostraba un cierto paralelismo con el conjunto de España, hasta que en 2014 se produjo un incremento de las diferencias, que llegaron a los dos puntos en 2015. En 2016, el dato de España desciende respecto a 2015 y supone una disminución de las diferencias.

Figura 14a. Evolución TEA de actividad emprendedora (% de población 18-64 años).



Por su parte, la figura 14b proporciona una evolución de la actividad emprendedora desglosada en: “actividades nacientes”, de puesta en marcha inicial; y “actividades nuevas”, con entre 3 y 42 meses de actividad.

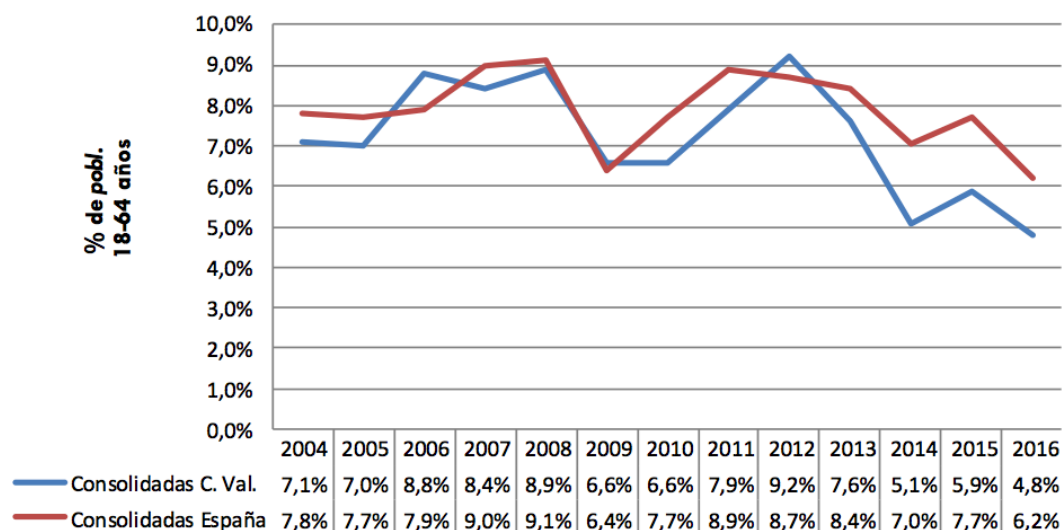
Figura 14b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana (% de población 18-64 años).



2.5 Evolución de la actividad consolidada

Los datos de evolución de la actividad consolidada de la Comunidad Valenciana (figura 15) muestran que el 4,8% de la población fue identificada como empresario consolidado en 2016. Esta tasa sufre un descenso respecto a 2015, tanto a nivel de la Comunidad Valenciana, como a nivel nacional, para situarse en el menor registro del histórico disponible.

Figura 15. Evolución de la tasa de actividades consolidadas (% de población entre 18-64 años).



*Dato 2016 estimado.

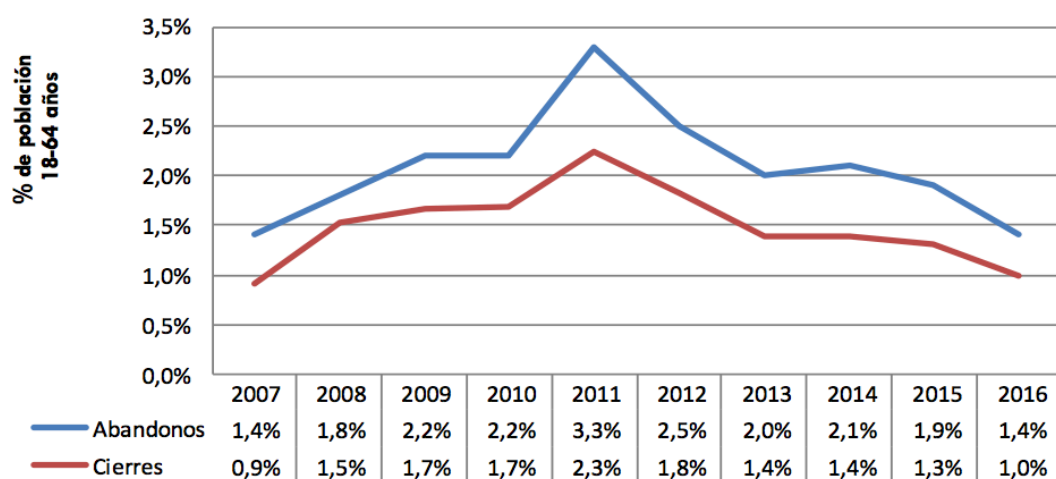
2.6 Evolución de abandonos y cierres

La encuesta GEM recoge adicionalmente, el porcentaje de población adulta que ha cesado en sus actividades durante los doce meses anteriores al momento de la encuesta (entre junio y julio de 2016). De esta forma, se obtiene una aproximación al indicador de abandonos empresariales producidos en cualquier etapa del proceso emprendedor (actividad naciente, nueva y consolidada).

Considerando la tasa de abandonos, el observatorio GEM diferencia en función de si éstos han traído como consecuencia el cierre de la actividad o si ésta ha pasado a manos de otros.

En 2016, los datos muestran que el porcentaje de población adulta de la Comunidad Valenciana que afirma haber abandonado una actividad, en los 12 meses anteriores al momento de la encuesta, asciende a un 1,4% (figura 16) y encadena cinco años seguidos de descenso, desde el valor máximo que se obtuvo en 2011.

Figura 16. Evolución de la tasa de abandono y cierres (% de población entre 18-64 años).



De este total que afirma haber cesado en sus actividades, casi un 70% indica que el negocio no ha continuado en manos de otros, por lo que la tasa real de cierres es del 1% de la población. Ambos valores, tanto el de abandonos como el de cierres, suponen volver a los valores mínimos registrados en 2007, con anterioridad al inicio de la crisis.

En cuanto a los motivos de cese, los encuestados los asocian como principal causa (un 44% de los casos) a aspectos ligados a la falta de rentabilidad que lo hiciera sostenible, siendo la segunda motivación aludida las razones personales y/o familiares (28,4% de los casos) (figura 17).

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

¿Ha abandonado una actividad de cualquier tipo incluyendo el autoempleo en los últimos 12 meses?	
Respuesta afirmativa: 1,4% de la población de 18 a 64 años	
Esa actividad que ha abandonado, ¿ha seguido en funcionamiento gestionada por otros?	
SÍ	NO (cierres efectivos)
30,3%	69,7%
Tasa real de cierres efectivos: 1,0% sobre la población de 18 a 64 años	
<i>¿Cuál ha sido el principal motivo para el abandono de la actividad?</i>	
El negocio no era rentable	44,0%
Razones personales o familiares	28,4%
La oportunidad de venderlo	14,7%
Problemas para obtener financiación	12,9%

2.7 Motivación para emprender: oportunidad y necesidad.

El observatorio GEM considera tres tipos de aspectos relacionados con la motivación del emprendedor, como son: “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 claro de ninguna de las anteriores.

Considerando la clasificación anterior, los datos de 2016 para la Comunidad Valenciana recogen (tabla 2) el indicador sobre la motivación de inicio de la actividad emprendedora, distinguiendo a su vez entre iniciativas en fase naciente o nueva.

Cerca de la mitad de las iniciativas emprendedoras (47,7%) recogidas por la TEA obedecen a motivaciones de oportunidad. El reconocimiento de la necesidad como razón principal se registra en algo más de la tercera parte

(36,4%). El resto de iniciativas no son directamente clasificables en una u otra opción. Por su parte, en la actividad naciente, las iniciativas recogidas parecen deberse por mitades a una u otra opción, sin que predomine claramente una sobre la otra, en cambio sí se observa diferencia entre las iniciativas nuevas registradas, para las que la motivación de oportunidad es predominante.

Figura 18. Motivaciones de la puesta en marcha.

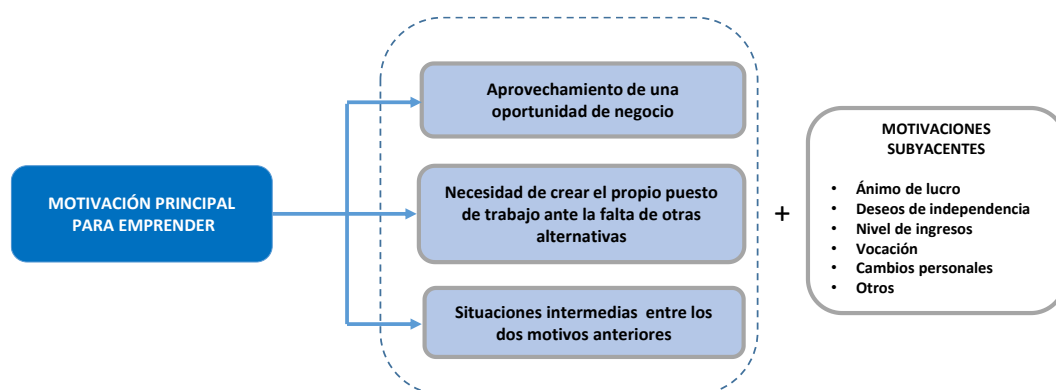
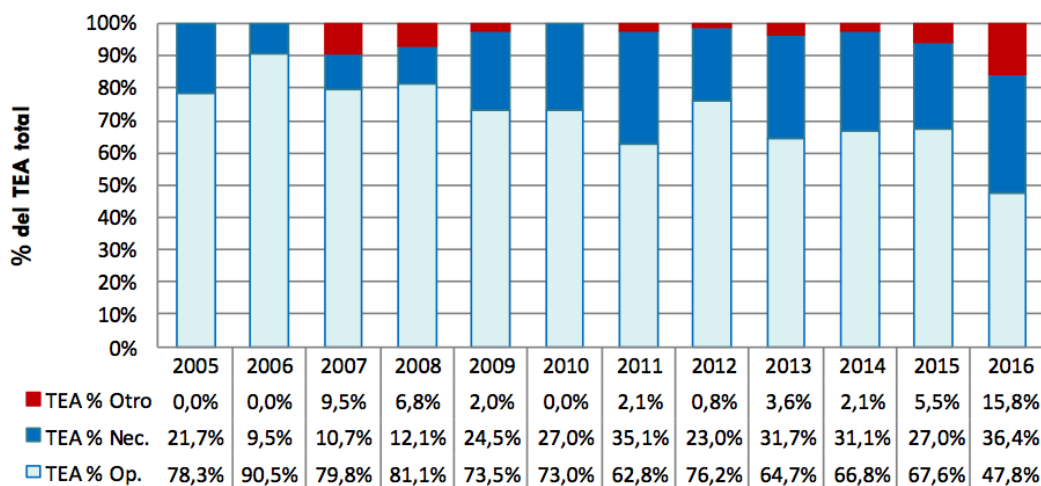


Tabla 2. Motivación de inicio de la actividad emprendedora (% sobre población de 18-64 años).

Motivo de su creación	Tipo de iniciativa		
	Naciente	Nueva	TEA
Oportunidad	1,2%	0,6%	1,8%
Necesidad	1,2%	0,2%	1,4%
No clasificable	0,4%	0,2%	0,6%
Total	2,8%	1,0%	3,8%

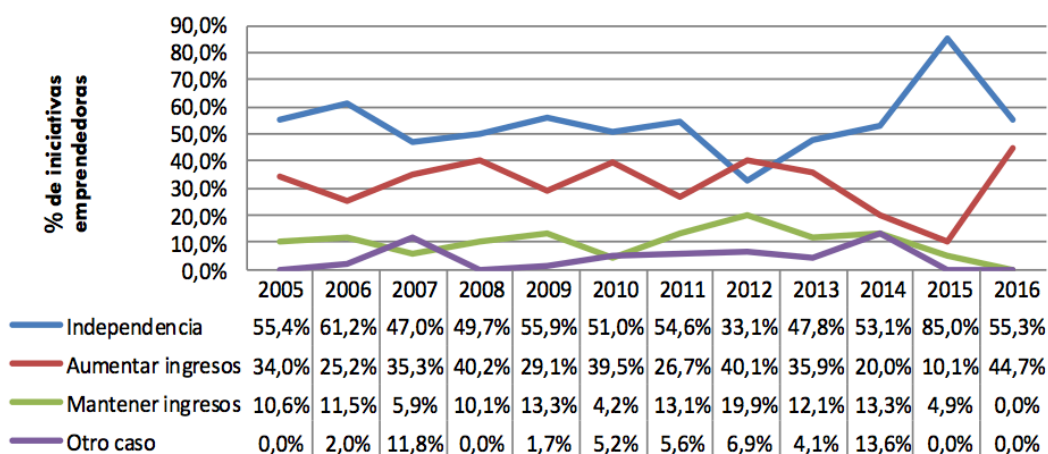
El histórico de evolución de motivación en la actividad emprendedora TEA, queda recogido en la figura 19. Los datos 2016 suponen, respecto a años anteriores, el menor porcentaje recogido por motivaciones de oportunidad pura en el emprendimiento registrado en la Comunidad Valenciana, si bien hay que hacer notar que la opción “no clasificable” aumenta considerablemente con respecto a 2015, lo que podría apuntar a que las dudas en la respuesta, o una mezcla de motivaciones podría haber mermado la respuesta considerada “oportunidad pura”.

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, el observatorio GEM analiza cuáles han sido las motivaciones intrínsecas que subyacen (figura 20). La voluntad de independencia y el incremento de los ingresos siguen siendo los dos principales motivos aludidos.

Figura 20. Evolución de motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades (% de iniciativas emprendedoras).



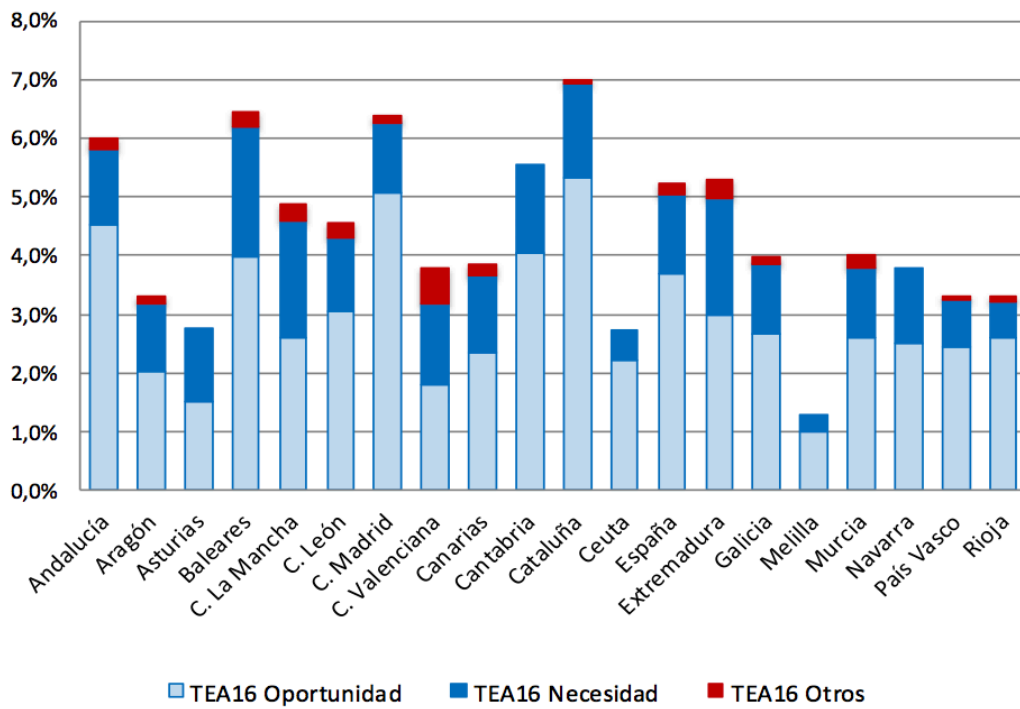
2.8 El proceso emprendedor en el contexto regional español

Desde una perspectiva comparativa, la tabla 3 recoge los porcentajes de población implicada en cada una de las fases del proceso emprendedor, en el contexto regional español, y la figura 21 contextualiza los datos correspondientes a motivaciones de la actividad emprendedora.

Tabla 3. Resultados del proceso emprendedor en el contexto regional español.

Región	Intención	TEA 16	Naciente	Nuevo	Consolidado	Cierre	Traspaso
España	6,07	5,23	2,34	2,92	6,21	1,19	0,40
Andalucía	7,14	6,01	2,88	3,13	3,10	1,21	0,38
Aragón	4,97	3,31	2,12	1,24	5,09	1,06	0,83
Asturias	5,79	2,76	0,99	1,77	4,00	1,95	0,00
Baleares	4,26	6,45	2,49	3,96	7,74	1,25	1,00
Canarias	7,93	3,86	2,10	1,76	2,78	0,85	0,65
Cantabria	4,94	5,55	2,05	3,50	10,44	0,95	0,30
Castilla - La Mancha	5,42	4,89	0,89	4,01	11,09	0,99	0,39
Castilla y León	4,93	4,56	2,86	1,70	8,91	2,26	0,00
Cataluña	6,24	6,99	2,35	4,64	10,62	1,40	0,35
Ceuta	7,31	2,72	1,49	1,24	2,04	1,76	0,00
Comunidad de Madrid	5,95	6,39	2,59	3,93	4,51	1,00	0,39
Comunidad Valenciana	6,72	3,79	2,80	0,99	4,80	0,97	0,42
Extremadura	6,65	5,29	2,30	2,99	9,09	0,90	0,50
Galicia	4,65	3,99	1,70	2,29	10,17	1,35	0,45
La Rioja	5,73	3,32	2,01	1,31	4,78	0,50	0,50
Melilla	4,43	1,27	0,76	0,50	5,75	1,00	0,25
Navarra	5,68	3,80	1,90	1,90	6,38	0,70	0,20
País Vasco	4,30	3,30	1,65	1,70	4,91	0,45	0,40
Región de Murcia	5,47	4,00	1,70	2,30	4,00	1,61	0,40

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



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

3.1. Introducción

El perfil medio de las personas que forman parte del proceso emprendedor es analizado en este capítulo, a partir de la información obtenida sobre los individuos de la población adulta, residentes en la Comunidad Valenciana en junio de 2016, y que en ese momento estaban involucrados en alguna fase del proceso emprendedor: potencial, naciente, nueva, y consolidada.

Estos rasgos facilitan una aproximación al perfil emprendedor desde el punto de vista demográfico, considerando el género y la edad; y desde el punto de vista formativo (nivel de estudios reglados y formación específica emprendedora).

3.2. Género

En el estudio de la distribución de género, podemos comprobar que ésta no es homogénea en las distintas etapas del proceso emprendedor, sino que depende de aquella a la que hagamos referencia. De esta forma, mientras que en la etapa de intencionalidad, se detecta una mayor representación de

mujeres frente a hombres (46,9%), esta presencia desciende al observar las iniciativas empresariales activas. Así, en la etapa de Actividad Emprendedora (TEA) el porcentaje de mujeres es de un 42,1%, mientras que entre el grupo de emprendedores consolidados desciende hasta un 35%. De este modo en la figura 22, se recoge una situación en la que la presencia de mujeres es relativamente menor conforme avanzan las etapas del proceso, si bien el porcentaje de hombres involucrados en cualquiera de las etapas del proceso sigue siendo mayoritario, con las matizaciones citadas.

Por otro lado, la tabla 4 recoge información sobre los porcentajes de población involucrada en relación al total de población de cada género. Donde mayor cercanía se aprecia entre las diferentes tasas registradas es en las correspondientes a la intencionalidad emprendedora (6,4% en mujeres frente a 7,0% en hombres), mientras que en el resto se recoge una mayor distancia, en consonancia con lo comentado en el párrafo anterior, toda vez que la población se encuentra representada en la muestra prácticamente al 50%.

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

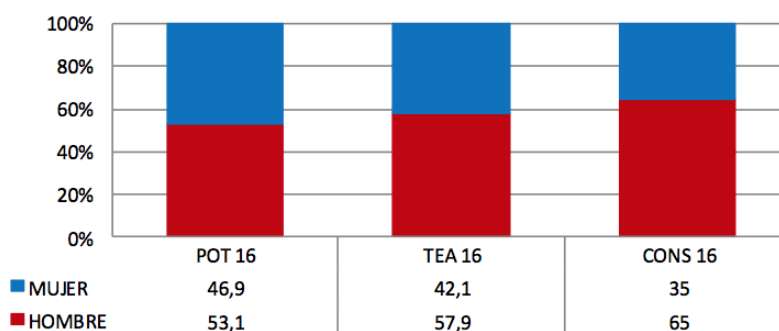
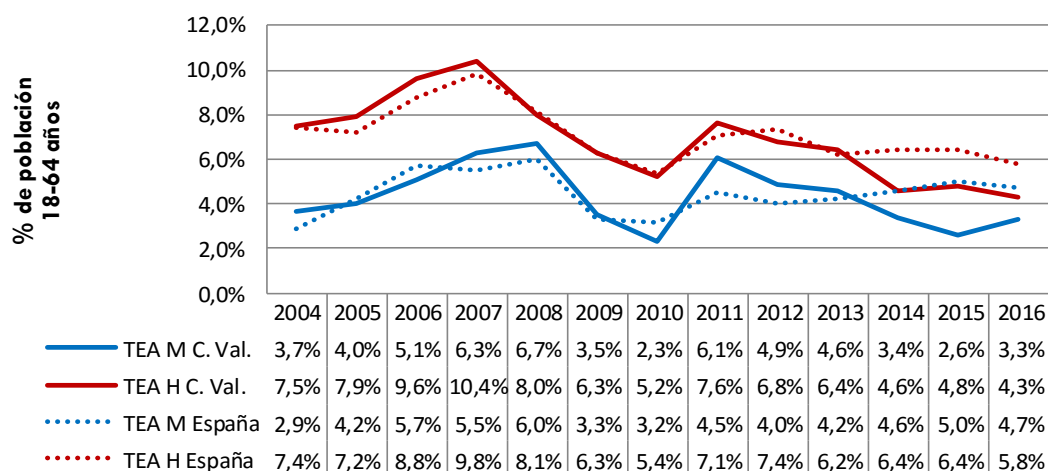


Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por género.

Tasas de involucración	Potencial	General	Consolidado
Hombres	7,0%	4,4%	5,1%
Mujeres	6,4%	3,2%	2,8%

La figura 23 muestra la evolución por género de la tasa de actividad emprendedora y su comparación con el conjunto de España. Se observa cierto paralelismo general, hasta 2014 y 2015, años en los que los datos de la Comunidad valenciana se distancian del nacional, si bien en 2016, las diferencias se han reducido tanto en el caso de hombres como de mujeres.

Figura 23. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género (% de población entre 18-64 años).

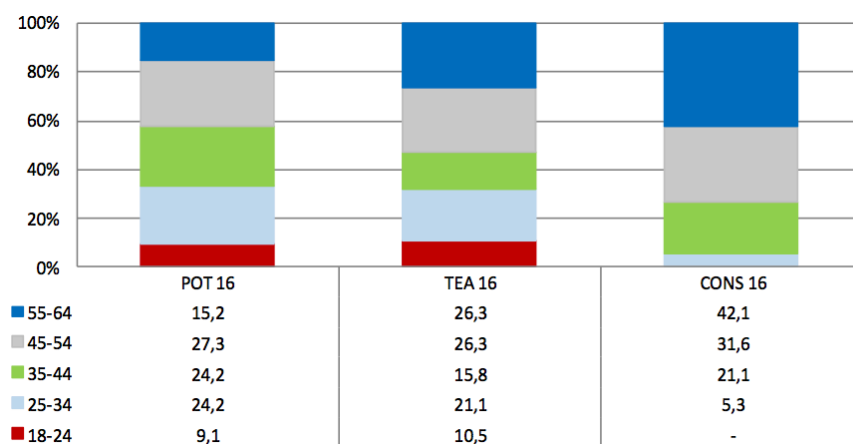


3.3. Edad

La edad es una variable sociodemográfica representativa del perfil de los emprendedores que se encuentra relacionada con la etapa del proceso a la que hagamos referencia. Así, la edad promedio es similar en la etapa de intención y en la etapa de actividad emprendedora TEA (40,4 y 42,9 años respectivamente). Sin embargo, una vez se alcanza el grupo de consolidados, la edad promedio se sitúa en un tramo superior (49,9 años).

La figura 24 recoge la distribución por rangos de edad en las etapas del proceso emprendedor. Se observa, de acuerdo a lo indicado también por los datos promedio, cómo los mayores porcentajes de aglutinación de personas involucradas en las distintas etapas incrementan dichos rangos de edad a medida que se profundiza en las etapas del proceso.

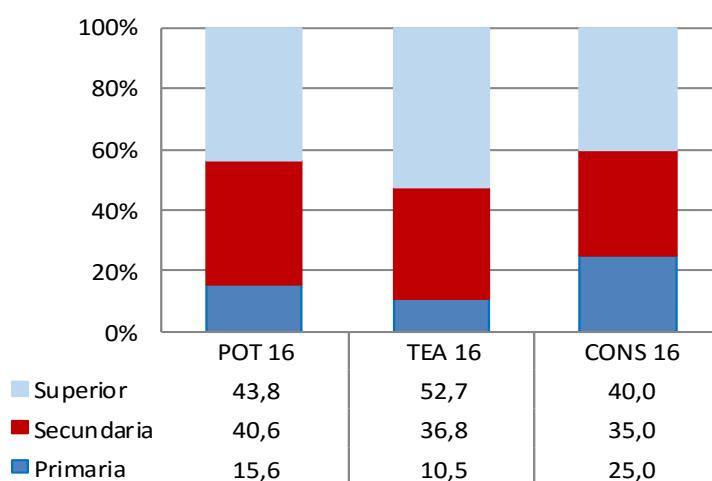
Figura 24. Distribución por rangos de edad y fases del proceso (% emprendedores).



3.4. Formación

En relación al nivel educativo reglado alcanzado por los diferentes colectivos involucrados en el proceso emprendedor, destaca la titulación universitaria sobre el resto de niveles educativos (figura 25), seguido de los que han completado educación secundaria.

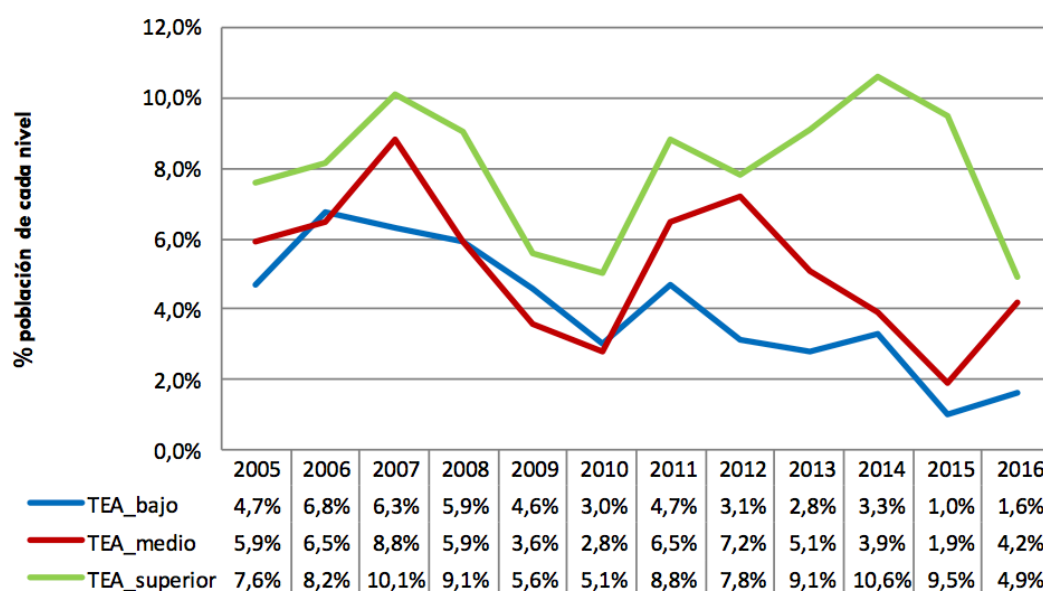
Figura 25. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.



Este predominio de la formación superior es especialmente patente en el caso de los emprendedores cuyas iniciativas llevan en el mercado hasta 36 meses, entre los que más de la mitad declaran estar en posesión de formación universitaria (52,7%). Respecto a los emprendedores potenciales este porcentaje supone el 43,8%, y en el caso de empresarios consolidados el 40%.

La figura 26 muestra la evolución de la tasa de actividad emprendedora de la población de la Comunidad Valenciana, en función de su nivel de estudios. Cabe destacar en 2016 la reducción de las diferencias entre el colectivo de estudios superiores y el resto y el incremento registrado entre los otros dos colectivos.

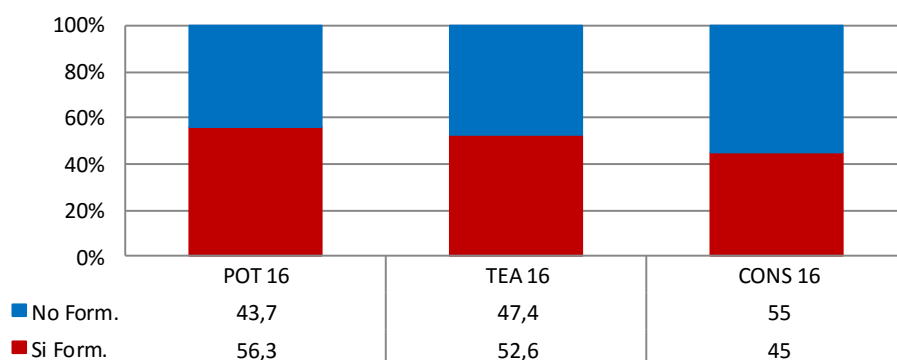
Figura 26. Evolución de la tasa de actividad emprendedora en niveles educativos (% de población de cada nivel).



En cuanto a la formación específica para emprender, la proporción de personas que declaran haber recibido formación relativa a aspectos propios de la puesta en marcha de una nueva actividad empresarial, varía en función del colectivo al que hacemos referencia, siendo mayor entre los implicados en etapas del proceso emprendedor más tempranas. De esta forma, podemos apreciar que entre los individuos que declaran su intención de emprender a tres años vista, aproximadamente un 56% disponen de formación específica

al respecto. Este porcentaje se reduce a un 52,6% entre los emprendedores incipientes, siendo de un 45% entre el colectivo de empresarios consolidados.

Figura 27. Formación específica para emprender por fases del proceso.



3.5. Perfil medio

La tabla 5 sintetiza el perfil medio de las personas involucradas en cada fase del proceso emprendedor, y la tabla 6 diferencias significativas en cuanto al perfil medio por género.

Tabla 5. Perfil medio 2016 de involucrados por fase del proceso emprendedor

Perfil medio	% Género masculino/femenino	Edad	Formación	Formación específica emprendedora
Potencial	53,1/46,9	40,4	Superior	56,3
TEA16	57,9/42,1	42,9	Superior	52,6
Consolidado	65,0/35,0	49,9	Superior	45,0

Tabla 6. Perfil medio 2016 por género.

Rasgos del perfil	Emprendedoras	Emprendedores
Edad promedio (años)	41,6	43,8
Nivel educativo superior	50,0%	54,6%
Formación específica emprendedora	50,0%	54,5%
% Emprendimiento por oportunidad	37,8%	55,1%

CAPITULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES

4.1. Introducción

En este capítulo el Observatorio GEM analiza el perfil de las actividades emprendedoras (nacientes y nuevas) y cuál ha sido su forma de financiación inicial en el caso de las nacientes.

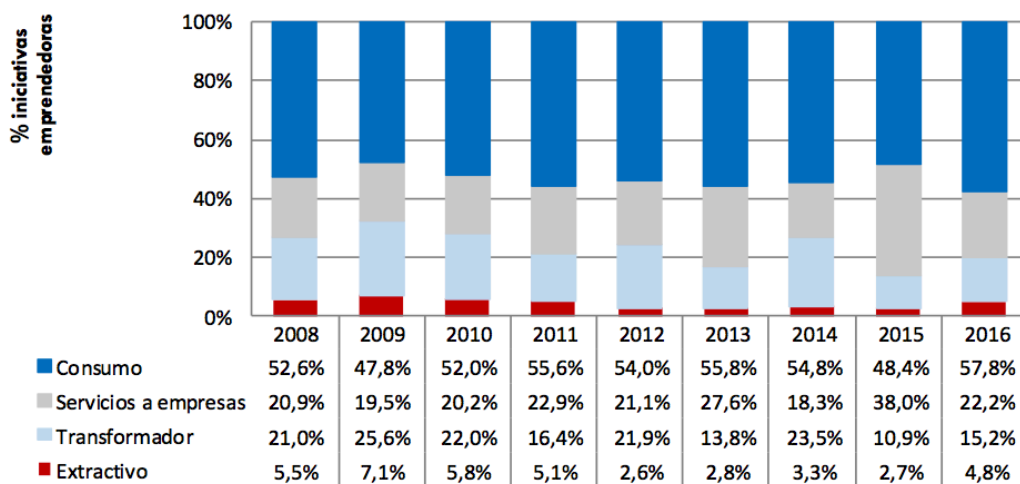
Además, se recoge también información acerca de las expectativas y percepciones de los emprendedores sobre sus iniciativas: crecimiento esperado, expectativas de generación de empleo, así como grado de innovación de su producto o servicio en relación a clientes y competidores.

4.2. Sectores generales de actividad

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. La figura 28 ilustra, según esta clasificación, la distribución de las actividades en fase emprendedora en la Comunidad Valenciana para el periodo comprendido entre 2008 y 2016.

Los datos obtenidos muestran la tercerización de la economía en la Comunidad Valenciana. En concreto, en 2016, este sector aglutina un 80% de las iniciativas captadas en fase emprendedora, mientras que el sector transformador absorbe un 15,2% de las mismas, y el extractivo continúa ostentando un pequeño porcentaje, que asciende al 4,8%.

Figura 28. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras).

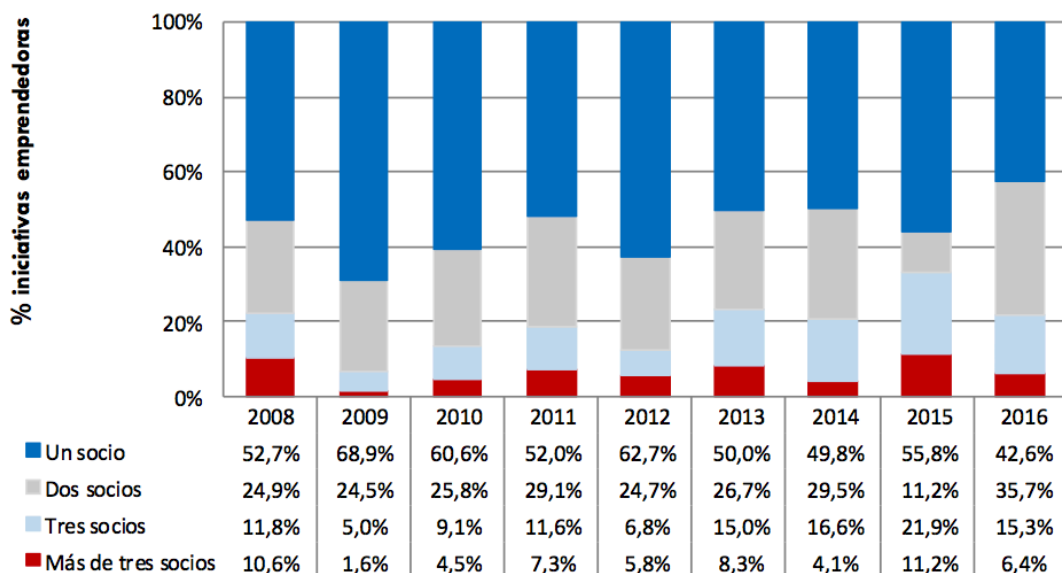


4.3. Número de socios

La figura 29 aproxima la distribución del número de propietarios de las iniciativas emprendedoras (TEA) para el periodo analizado.

Si bien la mayoría de las iniciativas emprendedoras en la Comunidad Valenciana suelen desarrollarse en solitario, entre las actividades registradas en fase emprendedora en 2016, se observa una reducción de éstas frente a las que se acometen por dos socios, ascendiendo el conjunto de ambas al 78,3% del total. Por su parte, las iniciativas con tres socios representan un 15,3%.

Figura 29. Distribución del número de propietarios de las iniciativas en fase emprendedora (% de iniciativas).



4.4. Dimensión y número de empleados

La figura 30 muestra la evolución de la dimensión empresarial de las iniciativas en fase naciente y nueva entre 2008 y 2016, atendiendo al número de empleados. Los datos recogidos para 2016 indican, en consonancia con los datos recogidos en años anteriores, que únicamente el 14,4% de las iniciativas tienen más de 5 empleados, además de sus propietarios.

Este dato se complementa con la visión de los emprendedores sobre su expectativa de necesidades de recursos humanos a cinco años vista, sugiriendo una aproximación de las perspectivas de crecimiento de éstas en base a estas necesidades (figura 31).

Figura 30. Empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal (% de iniciativas emprendedoras).

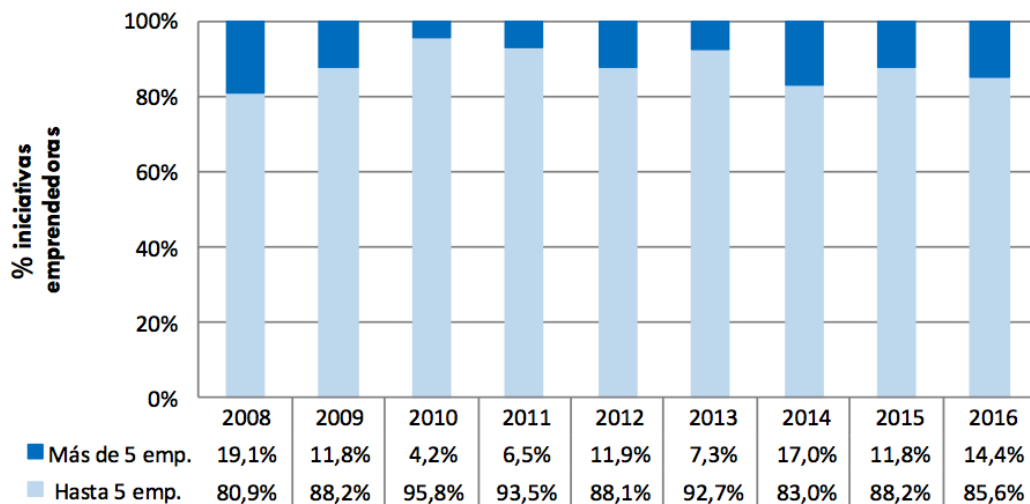
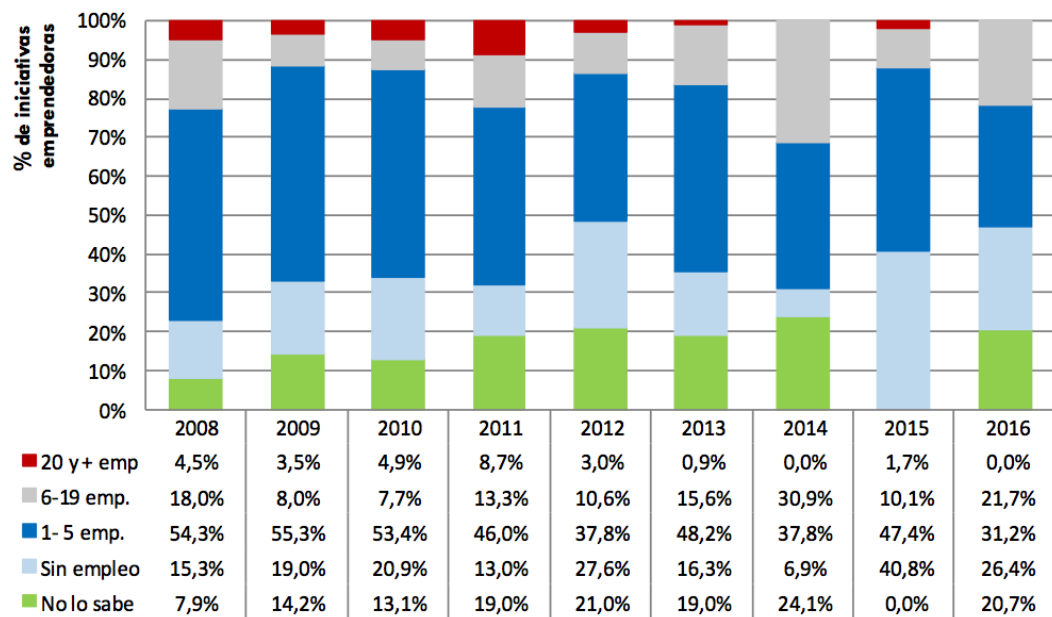


Figura 31. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras).



4.5. Financiación de las iniciativas.

Los emprendedores involucrados en fase naciente han sido sondeados acerca de las necesidades de capital que estiman para la puesta en marcha de las iniciativas empresariales en las que están inmersos. El tratamiento de los datos nos permite aproximar la envergadura de las iniciativas de negocio que estaban poniendo en marcha entre junio y julio de 2016 en la Comunidad Valenciana, a través de la inversión requerida para su desarrollo, así como su comparativa con años anteriores.

La tabla 7 muestra una aproximación en relación a los valores representativos de las necesidades financieras estimadas y su agrupación por cuartiles.

Tabla 7. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas emprendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.

VALOR REPRESENTATIVO	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Moda (valor más frecuente)	0€ (11,6%)	0€ (18,8%)	3.000€ (15,6%)	6.000€ (13,5%)	3.000€ (17,5%)	5.000€ (19,4%)
Segundo valor más frecuente	30.000€ (9,7%)	15.000€ (11,5%)	20.000€ (12,7%)	15.000€ (13%)	20.000€ (13%)	25.000€ (19%)
NECESIDADES ORDENADAS POR CUARTILES DE EMPRENDEDORES	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1% al 25% de emprendedores	Hasta 5.092€	Hasta 2.262€	Hasta 3.930€	Hasta 4.814€	Hasta 5.502€	Hasta 5.000€
26% al 50% de emprendedores	5.092€ - 20.000€	2.262€ - 10.665€	3.930€ - 20.000€	4.814€ - 9.917€	5.502€ - 15.985€	5.000€ - 24.156€
51% al 75% de emprendedores	20.000€ - 79.124€	10.000€ - 77.393€	20.000€ - 45.013€	9.917€ - 25.128€	15.985€ - 33.679€	24.156€ - 38.679€
76% al 100% de emprendedores	Más de 79.124€	Más de 77.393€	Más de 45.013€	Más de 48.023 €	Más de 38.384€	Más de 38.679€

En base a las respuestas más frecuentes obtenidas de la muestra de emprendedores nacientes, se puede seguir hablando de cierta modestia en cuanto a la dimensión financiera de las nuevas iniciativas que se ponen en marcha. Así, las necesidades financieras declaradas con más frecuencia por los emprendedores nacientes ascienden a 5.000 euros. Si bien se trata de un valor indicado en el 19,4% de los casos, por lo que la dispersión de la respuesta es muy grande. El segundo valor más frecuente supone unas necesidades de unos 25.000 euros, con una frecuencia de aparición muy similar (19%).

Sin embargo, cabe mencionar que estos datos han de ser tomados con cautela, toda vez que esta cuestión es ciertamente sensible, por lo que la tasa de no-respuesta es muy elevada, y también debido a la dispersión de la misma, que presenta algunos datos aislados, no representativos, con elevadas necesidades de capital, y que afecta a los valores medios.

Respecto a la procedencia de los fondos, los emprendedores que han respondido a esta cuestión prácticamente se reparten entre los que afirman contar con ahorros personales (43,4%) y aquéllos que recurren a instituciones financieras (55,6%).

La figura del financiador informal también forma parte del estudio GEM (tabla 8). En 2016, el 2,6% de la población se encontraba financiando, o había financiado en los últimos años, la puesta en marcha de negocios de terceros mediante aportaciones propias (sin tener en cuenta la financiación a cambio de una participación en la empresa).

Respecto a la información obtenida en 2015, esto supone un leve incremento de la presencia de esta figura entre las fuentes de financiación, debiendo destacarse además que la aportación más frecuente realizada se ha vuelto a incrementar considerablemente, pasando a unos 12.000€, frente a los 6.000€ de 2015 y los 2.000€ - 3.000€ de años anteriores.

En síntesis, el perfil del inversor informal se corresponde con un individuo de cerca de 48 años, a la que unen lazos de familiar con el beneficiario, y cuya aportación más usual es de entre 10.000 y 12.000 euros. Sin embargo, cabe mencionar que se encuentra una gran dispersión entre las aportaciones declaradas, desde las más modestas de 400€ hasta las más grandes, entre 30.000 y 40.000 euros.

Tabla 8. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
% población inversor informal	3,1%	4,1%	4,0%	2,4%	2,2%	2,4%
Aportación más frecuente	3.000 €	2.000 €	3.000 €	3.000 €	6.000€	12.000
Relación con beneficiario (%)	Familia 65,3% Amigo 20,0%	Familia 64,8% Amigo 20,1%	Familia 64,3% Amigo 29%	Familia 73,8% Amigo 18,6%	Familia 66,1% Amigo 24,2%	Familia 53,5% Amigo 24,3%
Edad media (años)	43,1	43,7	43,2	43,2	45,5	47,6
Posee formación para emprender (%)	42,8%	43,3%	32%	34,7%	49,8%	44,9%
Intención de emprender (%)	28,2%	21,7%	20,4%	18,8%	9,3%	22,7%
Involucrado en TEA (%)	14,3%	9,3%	7,5%	3,5%	5,8%	15,8%

4.6. Visión del emprendedor sobre su iniciativa

GEM incluye una serie de cuestiones dirigidas a los emprendedores, sobre cómo perciben el desarrollo de su iniciativa, complementando la información de los apartados anteriores.

Así, la figura 32 recoge la percepción sobre el grado de novedad que supone la iniciativa para su mercado potencial. En función de las respuestas recabadas, podríamos afirmar que en relación a las iniciativas captadas en 2016, aproximadamente un tercio de los encuestados (32,4%) afirman percibir su negocio como novedoso, al menos parcialmente, de acuerdo al grado de diferenciación que su producto o servicio puede suponer para su clientela potencial, ascendiendo a un 67,6% el porcentaje de los que consideran su iniciativa nada novedosa.

En relación a la diferenciación que consideran que pueden tener sus productos y servicios, tomando como referencia lo ofrecido por la competencia (figura 33), la mayor parte de los encuestados (73,6%) afirma no contar con diferenciación, ni parcial ni total.

Figura 32. Percepción del grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales (% de iniciativas emprendedoras).

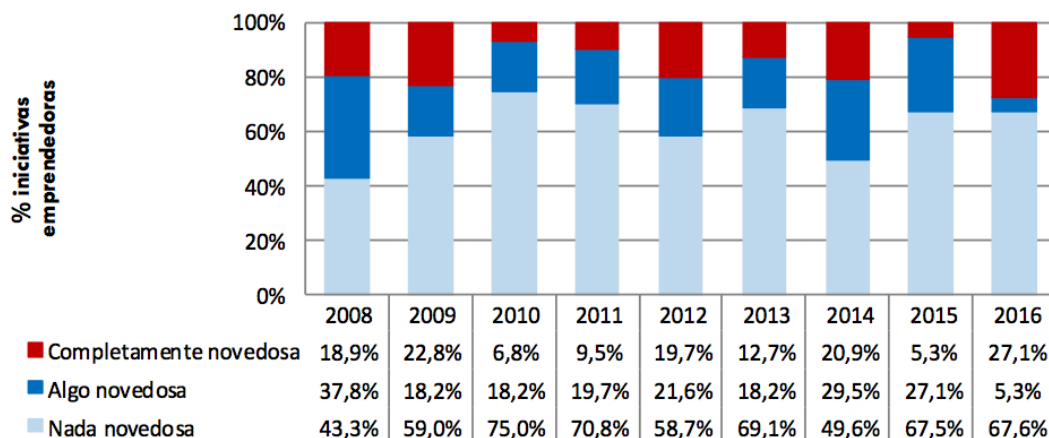
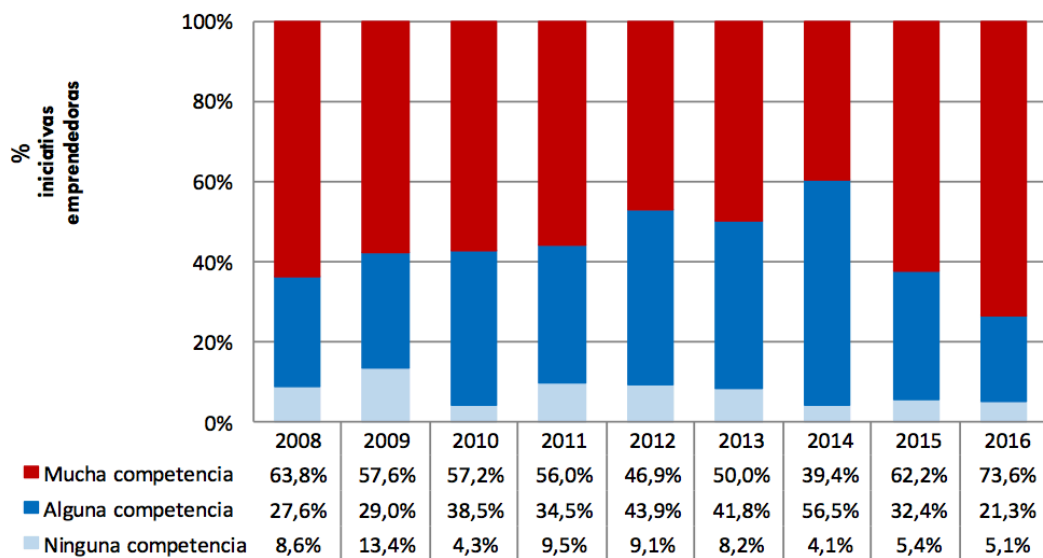


Figura 33. Percepción del número de competidores que ofrecen el mismo producto o servicio (% de iniciativas emprendedoras).



CAPITULO 5. CONDICIONES DE ENTORNO PARA EMPRENDER

5.1. Introducción

En este capítulo se recoge la valoración del entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora, a través de una serie de factores que afectan a las oportunidades de negocio, al potencial emprendedor de la población y a otras variables como los nacimientos, consolidaciones y cierres de actividad.

En el observatorio GEM se incluyen hasta nueve condiciones de entorno (tabla 9), 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 año a año, al objeto de garantizar una cierta continuidad en los criterios empleados para valorar las condiciones establecidas.

Las tablas 10 y 11 detallan la procedencia y ámbito de influencia de los expertos participantes en el estudio GEM 2016 de la Comunidad Valenciana. 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 9. 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 10. Ámbito de influencia de los expertos del Informe GEM Comunidad Valenciana 2016.

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 11. Ámbito de procedencia de los expertos del Informe GEM Comunidad Valenciana 2016.

Ámbito de procedencia	Número de expertos
Empresarios	17
Profesionales:	19
• <i>Expertos de cámaras de comercio y asociaciones empresariales</i>	4
• <i>Expertos de entidades regionales de apoyo</i>	4
• <i>Expertos de entidades locales de apoyo</i>	4
• <i>Expertos de innovación y desarrollo empresarial</i>	4
• <i>Expertos en financiación de las iniciativas emprendedoras</i>	3

5.2. Valoración global de las condiciones de entorno para emprender

La valoración media de las condiciones de entorno emprendedor en el año 2016², de acuerdo a su consideración por parte de los expertos consultados en el caso de la Comunidad Valenciana, se muestran en la figura 34.

Se trata de valoraciones globales que recogen una síntesis del grado de acuerdo o desacuerdo expresado por los expertos sobre una batería de cuestiones representativas que éstos evalúan según una escala Likert de 1 a 5³, siendo las valoraciones mostradas en la figura, el resumen global para cada una de dichas condiciones.

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 34 ofrece una imagen de situación que los expertos consultados continúan considerando como mejorable, a pesar de que se recoge un leve incremento en la mayor parte de las valoraciones. Aun así, sólo tres de las condiciones evaluadas supera el 3: la relativa a las condiciones de acceso a infraestructura física, que alcanza el 4,11; las posibilidades de acceso a infraestructura comercial y profesional, con 3,18; y los programas públicos de apoyo que quedan en un 3,01.

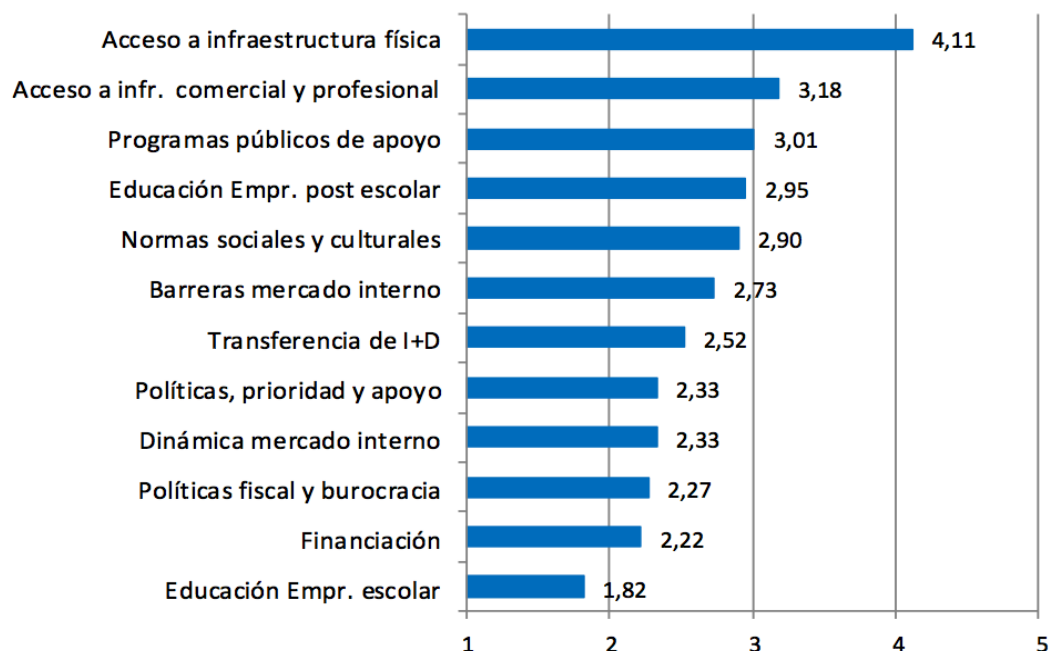
No obstante, y muy cerca de dicho valor medio, se pueden citar también la orientación emprendedora de la educación y la formación en los niveles superiores (2,95), así como la valoración de las normas sociales y culturales en relación al emprendimiento (2,90).

En el extremo opuesto, y como viene siendo habitual, los aspectos peor valorados y con mayor necesidad de mejora, son la política fiscal y burocracia a la hora de poner en marcha una iniciativa empresarial (2,27); el soporte y apoyo financiero a las iniciativas emprendedoras (2,22) y empresariales; y, especialmente, la orientación al emprendimiento de la educación primaria y secundaria (1,82).

² Los expertos realizan estas valoraciones en el segundo trimestre del año.

³ 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 34. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2016 en la Comunidad Valenciana.



En relación a su evolución temporal (tabla 12), las condiciones de entorno mantienen una valoración similar a la de años anteriores, si bien cabe destacar ligeros aumentos en algunos factores respecto a 2015, como es el caso de las posibilidades de **acceso a infraestructura física** y también del **acceso a servicios comerciales y profesionales**, particularmente en lo que se refiere a la facilidad de acceso a servicios de asesoramiento profesional.

La valoración de las **políticas públicas** de apoyo a la creación de empresas, desarrolladas desde las distintas administraciones públicas, recogen distinta valoración según se ponga el foco en su orientación al emprendimiento o en la facilidad y rapidez de los trámites burocráticos. En relación al foco, la valoración de 2016 vuelve a disminuir ligeramente con respecto al año anterior, mientras que en relación a la rapidez de trámites administrativos, la valoración resulta mejor que en 2015.

Las condiciones de entorno relativas al **mercado interno** de la región se evalúan respecto a dos consideraciones: volatilidad y apertura. En relación a la primera, la valoración de los expertos prácticamente se mantiene sin cambios, mientras que en lo que respecta al grado de apertura de los mercados y las oportunidades que ello conlleva, los expertos valoran la situación de manera más positiva que en 2015.

La **transferencia de tecnología** es otra de las condiciones que mejora su valoración con respecto a 2015, particularmente en lo que se refiere a las potencialidades de explotación comercial que se perciben.

Los **programas públicos de apoyo** mantienen su valoración en el mismo nivel que en 2015. En esta condición de entorno se incluye la percepción de apoyo a la creación y desarrollo de empresas por parques científicos e incubadoras, los programas de fomento a la creación y crecimiento empresarial, y la profesionalidad percibida en el trabajo que realizan los técnicos de las entidades apoyo.

En cuanto a formación, la **educación postsecundaria** es la que vuelve a ser la mejor valorada en este 2016, por su contribución para facilitar el emprendimiento, particularmente en el ámbito universitario.

Por su parte, la **educación primaria y secundaria** se mantiene como condición peor valorada por los expertos, junto al **apoyo financiero**, que sigue siendo un obstáculo fundamental al emprendimiento.

Con todo, y teniendo en cuenta las necesidades de mejora detectadas, se puede considerar que, en conjunto, la valoración global de las condiciones de entorno para el emprendimiento experimentan una leve mejora global con respecto a 2015.

Tabla 12. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana. Evolución temporal.

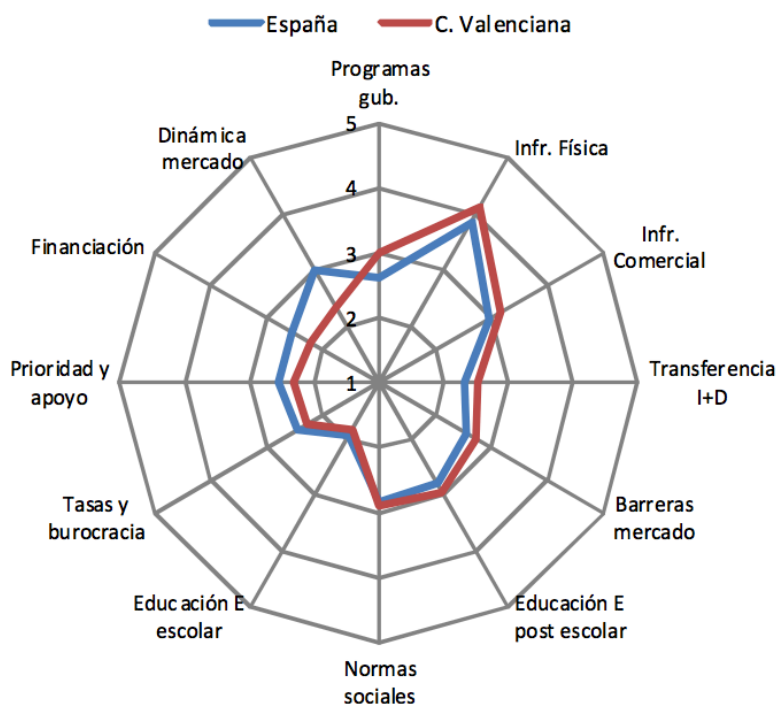
Valoración global (mín.=1; máx.=5)	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Acceso a infraestructura física	3,62	3,79	3,84	3,70	3,65	3,47	3,75	3,82	3,98	4,11
Acceso a infraestructura comercial y profesional	3,41	3,20	3,17	3,03	3,06	3,08	2,98	2,90	2,74	3,18
Programas públicos de apoyo	2,93	3,22	3,18	3,20	3,08	3,08	2,98	3,00	3,04	3,01
Mercado interno: apertura	2,68	2,68	2,67	2,74	2,42	2,65	2,46	2,50	2,39	2,73
Educación y formación post-secundaria	2,65	2,82	2,84	2,61	3,03	3,04	2,76	2,91	2,84	2,95
Normas sociales y culturales	2,63	2,91	2,97	2,62	2,88	2,81	2,54	2,84	2,96	2,90
Transferencia de tecnología	2,32	2,64	2,50	2,46	2,50	2,66	2,41	2,45	2,34	2,52
Políticas públicas: políticas de apoyo	2,78	2,80	2,57	2,43	2,41	2,65	2,55	2,73	2,51	2,33
Mercado interno: velocidad de los cambios	2,26	2,69	2,75	2,63	2,59	3,02	2,81	2,58	2,27	2,33
Políticas públicas: facilidad y rapidez de trámites	2,47	2,81	2,48	2,59	2,67	2,60	2,27	2,57	2,05	2,27
Apoyo financiero	2,39	2,37	2,33	2,13	2,11	1,91	1,86	2,26	2,12	2,22
Educación primaria y secundaria	1,72	1,82	1,75	1,82	2,02	2,10	1,81	2,00	1,71	1,82

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.

Por su parte, la figura 35 sitúa las anteriores valoraciones en el contexto comparativo del conjunto de España. Se aprecia cierta 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, en particular en siete de las doce condiciones a examen, con la excepción de las relativas a dinámica del mercado interno, financiación,

prioridad y apoyo de las políticas, tasas y burocracia, y la educación emprendedora en edad escolar.

Figura 35. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2016 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.



5.3. Obstáculos, apoyos y recomendaciones

El análisis del contexto emprendedor en la Comunidad Valenciana, se complementa mediante las opiniones del grupo de expertos en relación a frenos y apoyos a la actividad emprendedora, así como con propuestas y recomendaciones para la mejora.

Para ello se ha solicitado a cada uno de los expertos entrevistados, hasta tres aspectos principales que a su juicio obstaculizan el emprendimiento en la región, tres que lo favorecen y tres sobre los que actuar para impulsarlo.

Las tablas 13, 14 y 15 muestran los resultados obtenidos a partir de la clasificación de las respuestas en los ámbitos definidos por GEM.

Comenzando por los aspectos que mayor **obstáculo** suponen a la actividad emprendedora en la Comunidad Valenciana (tabla 13), de acuerdo con la opinión global expresada por los expertos regionales, los tres principales son el acceso a la financiación (57,6%), el estado de las políticas de apoyo (54,5%) y la educación y formación en relación a su orientación al emprendimiento (24,2%). En cuarto lugar se recoge el estado actual del contexto político, institucional y social (24,2%), y tras éste, con un porcentaje menor, destacan la capacidad emprendedora de la población, la infraestructura y las normas socioculturales. De este modo, la jerarquía de obstáculos recogida en 2016, replica a la obtenida también de la opinión de los expertos en 2015, reiterándose éstos en sus opiniones.

Cabe indicar respecto a la restricción de acceso a la financiación, que sigue siendo el principal obstáculo percibido, situada sin dudas por el conjunto de los expertos en primer lugar, un año tras otro, como principal factor que constriñe la actividad emprendedora y empresarial.

Respecto a las políticas de apoyo, son juzgados como obstáculos, el exceso de burocracia y la complicación y dificultad de las tramitaciones administrativas (licencias, permisos,...); una fiscalidad necesitada de mejora, especialmente en los primeros pasos de las start-ups; o la falta de una información clara y unificada de las diferentes políticas y programas de fomento, que se califica de dispersa.

El estado de la educación en relación a su orientación emprendedora es destacado como obstáculo, fundamentalmente en relación a su necesidad de potenciación desde edades tempranas. La necesidad de mejora de la formación en aspectos más técnicos, económicos y empresariales, pero también en creatividad y desarrollo de la propia iniciativa, o la necesidad de un mayor acercamiento de casos de éxito a las aulas, son señalados por algunos expertos como constrictores.

El contexto político, institucional y social, la capacidad emprendedora de la población y los aspectos socioculturales de ésta en relación al emprendimiento son citados a continuación. En este sentido, se han destacado elementos como la inestabilidad e incertidumbre, la falta de planificación y análisis por los propios emprendedores en gran parte de los proyectos que se ponen en marcha, una cultura excesivamente proteccionista, o un sistema que penaliza al que se arriesga y fracasa.

Tabla 13. 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	57,6%
Políticas de apoyo	54,5%
Educación y formación	24,2%
Contexto político, institucional y social	24,2%
Capacidad emprendedora	18,2%
Normas sociales y culturales	12,1%
Apertura del mercado interno	12,1%
Transferencia de I+D	9,1%
Acceso a infraestructura física	13,9%
Crisis económica	6,1%

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

En relación a los **apoyos** (tabla 14), los expertos enuncian como principales favorecedores del entorno de la actividad emprendedora, las características de la fuerza de trabajo (42,4%), los programas gubernamentales (36,4%), el contexto social y político (30,3%), o la transferencia de I+D (27,3%), hablando muchos de ellos de la presencia de un ecosistema emprendedor sólido en la Comunidad Valenciana.

Por lo que respecta al estado del mercado de trabajo, se sigue apuntando a las consecuencias de la crisis, en relación a las tasas de desempleo en el sector privado así como a la escasez de oferta de plazas desde la Administración pública. Hechos que siguen alentando todavía la aparición de un porcentaje de emprendimiento por necesidad o por falta de alternativas laborales y de expectativas de inserción a corto y medio plazo.

Los programas públicos de apoyo se citan en segundo lugar como factor impulsor. Entre los elementos destacados por los expertos se encuentran la cantidad de programas y espacios disponibles para apoyar a los emprendedores, destacando especialmente el papel de las incubadoras de empresa y las aceleradoras; la promoción del emprendimiento a través de una variedad de eventos, premios, jornadas y actividades de networking; o las actividades de formación e información para emprendedores.

Tabla 14. 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)
Características de la fuerza de trabajo	42,4%
Programas gubernamentales	36,4%
Contexto social, político e institucional	30,3%
Transferencia de I+D	27,3%
Normas sociales y culturales	18,2%
Acceso a infraestructura física	18,2%
Capacidad emprendedora	12,1%
Educación y formación	12,1%
Apoyo financiero	12,1%
Infraestructura comercial y profesional	9,1%
Políticas de apoyo	9,1%
Clima económico	6,1%
Apertura del mercado	6,1%

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

Las **recomendaciones** (tabla 15) propuestas por los expertos reiteran como principales, si bien con leves variaciones en su orden, las ya recogidas en informes de años anteriores. Así, la mejora de los programas de apoyo (66,7%), un mayor apoyo financiero (48,5%), la educación y formación y su orientación emprendedora (36,4%), o el impulso a las políticas de apoyo (33,3%) son las más destacadas.

En relación a las políticas y programas de fomento, los expertos indican que existe margen de mejora, especialmente en aspectos como una mayor comunicación del ecosistema emprendedor de la Comunidad, al que juzgan de sólido, pero del que destacan que se debe dar a conocer mejor a la población y a los emprendedores. En este sentido se menciona explícitamente la necesidad de comunicación de la oferta de apoyo, así como la mejora de la coordinación entre los diferentes agentes y entidades de fomento emprendedor. Por otro lado, se sigue insistiendo en incrementar los apoyos fiscales y laborales a emprendedores, facilitándolos especialmente en el primer año de vida de las iniciativas, reducir y agilizar las tramitaciones burocráticas, o dotar de mejoras a la disposición de subvenciones. Un mayor impulso al emprendimiento por parte de la Administración es todavía necesario a juicio de muchas de las opiniones de los expertos, y ha sido

destacada también la apuesta por emprendimientos en campos específicos como es el de la innovación social.

Las recomendaciones relacionadas con la financiación abogan por facilitar su acceso por parte de las Administraciones Públicas, especialmente en la fase semilla de la empresa, así como incrementar los montantes disponibles para el emprendimiento. La necesidad de que el crédito circule nuevamente es juzgado como básico, y el papel que pueden juzgar los Business Angels o las plataformas de Crowdfunding sigue siendo destacado.

Las recomendaciones relacionadas con la educación y su orientación al emprendimiento ocupan un significativo tercer lugar tras las recomendaciones antes citadas. Si bien en este sentido, el estado de la educación superior es reconocido por los expertos como muy adecuado, se sigue abogando por el mismo entre las recomendaciones, planteándose propuestas como seguir apostando por el fomento del emprendimiento en las universidades, ampliándolo a todos los niveles educativos, y acercando a los empresarios a las aulas, mostrando casos reales; así como la necesidad de acuerdos entre la administraciones y las universidades para facilitar y estimular la transferencia de tecnología a las start-ups.

Tabla 15. 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)
Programas de apoyo	66,7%
Apoyo financiero	48,5%
Educación y formación	36,4%
Políticas de apoyo	33,3%
Contexto político, institucional y social	15,2%
Capacidad emprendedora	12,1%
Normas sociales y culturales	12,1%
Acceso a infraestructura física	9,1%
Infraestructura comercial y profesional	9,1%
Transferencia de I+D	6,1%

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

CAPITULO 6. REFLEXIONES FINALES

Desde su inicio en 2004, el Observatorio GEM de la Comunidad Valenciana nos ha permitido conocer y analizar la evolución de los principales indicadores de la actividad emprendedora desde una perspectiva temporal y territorial.

En particular, los datos recogidos en el presente informe contribuyen a caracterizar los rasgos y percepciones del perfil emprendedor de la población de 18 a 64 años, así como el resultado de la actividad emprendedora durante 2016 y el contexto en el que se ha desarrollado.

Las distintas variables analizadas muestran en su conjunto que la actividad emprendedora continúa en mínimos en 2016 (TEA de 3,8%), situación que viene arrastrándose de periodos anteriores, y que viene a confirmar la lentitud con la que estos valores se están recuperando tras el periodo de crisis que hemos vivido en los últimos años.

Sin embargo, los indicadores de 2016 muestran signos positivos que constituyen la base para que la actividad emprendedora pueda ir recuperando la situación previa a la crisis.

En este sentido, cabe destacar que la intención emprendedora tiene una evolución positiva, y la perspectiva socio-cultural del emprendimiento también muestra una evolución que puede favorecer el desarrollo de futuras iniciativas. Así, la valoración social del emprendimiento como buena opción profesional; la disposición de red social emprendedora que proporciona ejemplos y posibilidades de interacción con otros emprendedores; el auto-reconocimiento de capacidad para emprender; y la disminución del miedo al fracaso como inhibidor, son buenas muestras de ello.

También es positiva la evolución del porcentaje de emprendedores que inician su actividad con formación específica, requerida para la puesta en marcha de su negocio, aunque todavía hay un buen número de emprendedores que reconocen arrancar sin la formación necesaria.

A pesar de que, como sucedía en años anteriores, el tamaño de las iniciativas puestas en marcha continúa siendo muy reducido, cabe destacar que los negocios creados por dos socios se han incrementado considerablemente, lo que posibilita la combinación de recursos tales como experiencia, conocimientos y contactos.

Desde la perspectiva de los expertos entrevistados para la realización de este informe, los emprendedores cuentan con el apoyo de una buena infraestructura física, comercial y profesional, y con buenos programas públicos de apoyo que alcanzan a todo el territorio. Además, siguen valorando el perfil emprendedor de la Comunidad como una ventaja que facilita el emprendimiento, ya que la población en su conjunto goza de gran iniciativa y de una destacable capacidad para la asunción de riesgos.

Sin embargo, a pesar de la importancia social y económica que tienen las empresas de reciente creación para el desarrollo de la Comunidad Valenciana, el acceso a la financiación, las políticas públicas de apoyo y la formación específica para emprender son los aspectos más necesitados de mejora.

En particular, merecen una especial atención los aspectos relacionados con la formación en emprendimiento. En este sentido, los expertos consideran que se debe seguir incidiendo en el desarrollo, desde edades tempranas, de habilidades personales como la creatividad, la innovación y el liderazgo, para facilitar la búsqueda de soluciones creativas a problemas sociales, la capacidad de innovar proponiendo nuevas ideas y favorecer la participación activa en la sociedad, como base de un emprendimiento a futuro.

De hecho, uno de los objetivos clave de la Unión Europea para Horizonte 2020 es potenciar la pequeña empresa y promover la cultura del emprendimiento, la competitividad, la innovación y el emprendimiento como factores clave para la recuperación económica de Europa.

Con todo, cabe esperar que estos datos, junto con la evolución esperada del entorno socioeconómico tenga un efecto positivo sobre las tasas de emprendimiento de los próximos años.

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, (% de población entre 18-64 años).....	32
Figura 4. Evolución de la posesión de red social emprendedora (% de población entre 18-64 años).....	33
Figura 5. Evolución del auto-reconocimiento de conocimientos y habilidades para emprender (% de población entre 18-64 años).	34
Figura 6. Evolución de la tasa de población que no ve el fracaso como obstáculo emprendedor (% de población entre 18-64 años).	35
Figura 7. Evolución de tasa de personas que piensan que en la C. Valenciana emprender es una buena opción profesional (% de población entre 18-64 años).	36
Figura 8. Evolución de tasa de personas que piensan que el emprendimiento exitoso se traduce en buena posición social y económica (% entre 18-64 años).....	37
Figura 9. Evolución de tasa de personas que piensan que los medios de com. difunden historias y noticias sobre emprendimiento de éxito (% entre 18-64 años)...	38
Figura 10. Posicionamiento regional de factores culturales, valores, percepciones y actitudes emprendedoras en la población.	39
Figura 11. Las etapas del proceso emprendedor en el proyecto GEM.....	42
Figura 12. Tasas de involucración 2016 de la población de la Comunidad Valenciana en las etapas del proceso emprendedor.....	43
Figura 13. Evolución de la tasa de intención emprendedora (% de población entre 18-64 años).	44
Figura 14a. Evolución TEA actividad emprendedora (% de población 18-64 años)...	45
Figura 14b. Evolución del índice TEA desglosado en la Comunidad Valenciana (% de población 18-64 años).....	45
Figura 15. Evolución de la tasa de actividades consolidadas (% de población entre 18-64 años).	46
Figura 16. Evolución de tasa de abandono y cierres (% entre 18-64 años).	47
Figura 17. Desglose de la tasa de abandono de iniciativas empresariales.	48
Figura 18. Motivaciones de la puesta en marcha.....	49
Figura 19. Evolución de tasa de actividad emprendedora según motivación.....	50
Figura 20. Evolución de motivaciones intrínsecas para el aprovechamiento de oportunidades (% de iniciativas emprendedoras).....	50
Figura 21. Actividad emprendedora según motivación, contexto regional español....	52
Figura 22. Distribución por género en las fases del proceso emprendedor.....	54
Figura 23. Evolución del índice TEA de actividad emprendedora por género (% de población entre 18-64 años).....	55
Figura 24. Distribución rangos de edad y fases del proceso (% emprendedores).	56
Figura 25. Distribución del nivel de estudios por fases del proceso emprendedor.	56
Figura 26. Evolución de la tasa de actividad emprendedora en niveles educativos (% de población de cada nivel).	57

Figura 27. Formación específica para emprender por fases del proceso.	58
Figura 28. Distribución de las iniciativas en fase emprendedora por sector de actividad (% de iniciativas emprendedoras).	62
Figura 29. Distribución del número de propietarios de las iniciativas en fase emprendedora (% de iniciativas).	63
Figura 30. Empresas en fase emprendedora según el tramo de empleados y su evolución temporal (% de iniciativas emprendedoras).	64
Figura 31. Distribución de iniciativas según expectativas de empleo a cinco años vista (% de iniciativas emprendedoras).	64
Figura 32. Percepción del grado de novedad que supone la iniciativa para sus clientes potenciales (% de iniciativas emprendedoras).	68
Figura 33. Percepción del número de competidores que ofrecen el mismo producto o servicio (% de iniciativas emprendedoras).	68
Figura 34. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en 2016 en la Comunidad Valenciana.	73
Figura 35. Valoración media de las principales condiciones de entorno 2016 para emprender en la Comunidad Valenciana en comparación con España.	76

Índice de TABLAS

Tabla 1. Balance Scorecard.	25
Tabla 2. Motivación inicio de la actividad emprendedora (% sobre 18-64 años).	49
Tabla 3. Resultados del proceso emprendedor en el contexto regional español.	51
Tabla 4. Tasas de involucración por etapas del proceso emprendedor por género. ...	54
Tabla 5. Perfil medio 2016 de involucrados por fase del proceso emprendedor.	58
Tabla 6. Perfil medio 2016 por género.	59
Tabla 7. Necesidades de financiación estimadas en las iniciativas empreendedoras nacientes de la Comunidad Valenciana.	65
Tabla 8. Descriptores de la inversión informal en la Comunidad Valenciana.	67
Tabla 9. Descripción de las condiciones de entorno analizadas por los expertos.	70
Tabla 10. Ámbito de influencia de expertos del Informe GEM C. Valenciana 2016.	71
Tabla 11. Ámbito procedencia de expertos del Informe GEM C. Valenciana 2016.	71
Tabla 12. Valoración media de las condiciones de entorno para emprender en la Comunidad Valenciana. Evolución temporal.	75
Tabla 13. Principales orígenes de los obstáculos a la actividad emprendedora.	78
Tabla 14. Principales fuentes de apoyo a la actividad emprendedora.	79
Tabla 15. Principales ámbitos en que los expertos encuadran sus recomendaciones. ...	80

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

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

Población objetivo: 3.125.109 individuos.

Muestra: 500 individuos.

Margen de confianza: 95,0%.

Error muestral $\pm 4,38\%$ para el conjunto de la muestra.

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

Período realización de encuestas: Junio-Julio de 2016.

Trabajo de campo: Instituto Opinometre

Grabación y creación bases de datos: Instituto Opinometre.

Los datos que se han utilizado en la confección de este informe pertenecen al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

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 países participantes que pueden obtenerse en: www.gemconsortium.org.

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

ISSN 1988 - 4885

EQUIPOS GEM ESPAÑA 2016

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Com. de Madrid



GEM Ciudad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



Patrocinadores e instituciones



Una manera de hacer Europa



"Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020"

